

Inhalt

Caja Thimm

Einleitung: Unternehmenskommunikation im medialen Wandel.....5

Jo Reichertz

Vertrauen in der internet-gestützten Unternehmenskommunikation11

Ulla Kleinberger Günther

Mediennutzung im beruflichen Alltag: Einstellungen, Urteile, Erfahrungen.....36

Unternehmenskommunikation offline.....53

Marianne Grove Ditlevsen

Der Geschäftsbericht aus kommunikativ-funktionaler Perspektive.....54

Sabine Koch, Lenelis Kruse, Sabine Schey & Caja Thimm

„Kommunikation ist bei uns das A und O“. Geschlechterspezifische Einstellungen zur Teamkommunikation am Arbeitsplatz76

Christoph Meier

Kommunikation in räumlich verteilten Teams: Videokonferenzen bei
Technics103

Unternehmenskommunikation online.....135

Nina Janich

Wirtschaftswerbung offline und online – eine Bestandsaufnahme.....136

Ulrich Schmitz

Qualität und Reklame im WWW. Zur Gestaltung von Internet-Auftritten deutscher Wirtschaftsunternehmen.....164

Hajo Diekmannshenke

„Ich bin äußerst beeindruckt von Ihrer optimalen Pagegestaltung im Sanitärbereich“. Elektronische Gästebücher als Mittel der Nutzer-Unternehmenskommunikation.....185

Gerlinde Mautner

Universitäten Online – Die Kommerzialisierung des Diskurses in der tertiären
Bildung am Beispiel von „Business schools“.....209

Rainer Maier & Barbara Maier-Schicht

Die Hochschulen als ‚Wissenschafts-Unternehmen‘? Veränderungen und Online-
Konzepte im universitären Bereich.....230

Jörg Zumbach

Weiterbildung online.....260

Caja Thimm

Kirche online: Glaubenskommunikation im Netz.....289

Autorinnen und Autoren.....310