

Inhaltsverzeichnis

1	Warum Medienhäuser eine Change-Kultur brauchen	1
2	Besonderheiten der Kommunikationsbranche	13
2.1	Einführung eines Newsrooms in Redaktionen	14
2.2	Einführung von Social-Media-Kanälen im Unternehmen	16
2.3	Mobile Reporting und multimediale Arbeitsweisen	17
3	Change funktioniert nur mit Management	19
3.1	Jede Veränderung braucht ein Ende: Das Drei-Phasen-Modell von Kurt Lewin	22
3.2	Eine Führungskoalition steht fast am Anfang: Das Acht-Stufen-Modell von John P. Kotter	24
3.3	Storytelling hilft auch beim Change: Das 7+3-Change-Management-Modell Kaiser//Schwertner	26
3.4	Am Anfang steht das Bewusstsein: Das Modell ADKAR von Prosci	29
4	Was die Kommunikationsbranche noch verinnerlichen muss	31
5	Change Communication	35
6	Ausbildungswege zum Change Manager	41
	Literatur	47