

Vorwort	9
1. Problemstellung, Zielsetzung und Gang der Untersuchung	11
2. Mitarbeiterkommunikation in Organisationen	17
2.1 Begriff und Bedeutung	17
2.2 Forschungsperspektiven	22
2.3 Funktionen	27
2.3.1 Aufgabenbezogene Leistungen	28
2.3.2 Soziale Leistungen	31
2.4 Prozesse	34
2.4.1 Soziales Handeln	34
2.4.2 Ziele	40
2.4.3 Kontext	45
2.4.3.1 Akteure	46
2.4.3.2 Themen	49
2.4.3.3 Medien	52
2.4.3.4 Strukturen	56
2.4.4 Maßnahmen	61
2.4.4.1 Individualkommunikation	63
2.4.4.2 Gruppenkommunikation	65
2.4.4.3 Gruppenübergreifende Kommunikation	67

2.5	Gestaltung	68
2.5.1	Kommunikative Kompetenz	70
2.5.2	Kommunikationsstrukturen.....	73
2.5.3	Kommunikationstechnologie	75
2.6	Barrieren.....	77
2.7	Rechtliche Rahmenbedingungen.....	81
2.8	Zusammenfassung.....	83
3	Das Intranet: Computernetzwerk in Organisationen	87
3.1	Begriff und Einsatzfelder	87
3.2	Das Intranet als Medium	93
3.2.1	Neues Medium Intranet?	94
3.2.2	Information.....	100
3.2.3	Kommunikation.....	104
3.2.4	Interaktion	109
3.3	Zusammenfassung.....	113
4.	Forschungsstand: Intranet-Kommunikation in Organisationen	117
4.1	Kommunikation.....	118
4.2	Arbeit.....	129
4.3	Kooperation.....	133
4.4	Organisationsstruktur	137
4.5	Zusammenfassung.....	140

5. Forschungskonzeption der empirischen Untersuchung	147
5.1 Fragestellung und Zielsetzung	147
5.2 Methode.....	148
5.2.1 Mündliche Befragung.....	151
5.2.2 Schriftliche Befragung	153
6. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	159
6.1 Einsatz des Intranets in Unternehmen.....	159
6.1.1 Einsatzfelder und -barrieren.....	159
6.1.2 Motive des Intranet-Einsatzes	163
6.2 Mitarbeiterkommunikation im Intranet.....	169
6.2.1 Determinanten	169
6.2.1.1 Perzeption von Medieneigenschaften	170
6.2.1.2 Regelungen in Organisationen	173
6.2.1.3 Kompetenzen der Mitarbeiter	174
6.2.1.4 Soziale Faktoren.....	177
6.2.2 Ziele.....	179
6.2.3 Inhalte.....	188
6.2.3.1 Information im Intranet.....	189
6.2.3.2 Themen.....	195
6.2.4 Wahl des Intranets in typischen Situationen der Mitarbeiterkommunikation	202
6.2.4.1 Schnelle Information.....	204
6.2.4.2 Vermittlung von Hintergrundinformation	206
6.2.4.3 Meinungs- und Imagebildung	208
6.2.4.4 Krisenkommunikation.....	210
6.2.4.5 Persönliche Ansprache.....	211
6.2.4.6 Schwerpunkte des Medieneinsatzes.....	213

6.2.5	Prozesse der Mitarbeiterkommunikation	219
6.2.5.1	Partizipation	220
6.2.5.2	Direktheit der Kommunikation und Bedeutung der Führungskräfte	224
6.2.5.3	Einfluss von Hierarchie und Status	228
6.2.5.4	Dialogorientierung	233
6.2.5.5	Verbreitung von Information	236
6.2.5.6	Räumliche und zeitliche Entgrenzung	238
6.2.5.7	Persönliche Orientierung	240
6.3	Wandel der Mitarbeiterkommunikation	244
6.3.1	Nutzung anderer Medien der Mitarbeiterkommunikation	244
6.3.2	Barrieren der Mitarbeiterkommunikation	251
6.3.3	Kommunikationsklima	259
6.3.4	Rolle der Kommunikationsabteilung	262
6.4	Zusammenfassung	265
7.	Schlussbetrachtung und Ausblick	271
	Anhang	277
1.	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	277
2.	Expertengespräche: Liste der befragten Unternehmen	280
3.	Expertengespräche: Gesprächsleitfaden	280
4.	Fragebogen: Nutzer eines Intranets	289
5.	Fragebogen: Nicht-Nutzer eines Intranets	299
	Literaturverzeichnis	303