

INHALTSVERZEICHNIS

1	INTERNATIONALE KOMMUNIKATION.....	9	2.5.4	Motive bestimmen auch die Kultur im Unternehmen..	52
1.1	Internationalisierung der Unternehmen	9	2.5.5	Un-heimliche Spielregeln ...	54
1.2	Zunehmende Bedeutung der internationalen Kommunikation	10	3	BESONDERHEITEN IN DER INTERNATIONALEN KOMMUNIKATION.....	57
1.3	Formen der Internationalisierung.....	14	3.1	Allgemeine Einflussfaktoren	58
1.4	Kennzeichen internationaler Kommunikation	15	3.2	Spezifische Einflussfaktoren auf die Kommunikation	59
1.5	Handlungsfelder.....	20	3.3	Kulturelle Besonderheiten .	61
1.6	Chancen und Potenziale der internationalen Kommunikation	21	4	VERMITTLUNG VON BEDEUTUNG	67
1.7	Grundfragen in der interna- tionalen Kommunikation ...	25	4.1	Sinne	69
1.8	Internationalisierung im Management	30	4.2	Symbole	71
1.9	Internationalisierung als Teil des Leitbildes.....	31	4.3	Sprache	72
2	GEMEINSAMKEITEN IN DER INTERNATIONALEN KOMMUNIKATION.....	34	4.4	Geschichten	75
2.1	Angstsystem und Belohnungssystem	35	5	WICHTIGE THEMEN DER INTERNATIONALEN KOMMUNIKATION.....	78
2.2	Bedeutung von Erfahrungen und Erwartungen	38	5.1	Übergreifende Aufgaben ...	79
2.3	Bewusste und unbewusste Entscheidungen	42	5.1.1	Interne Kommunikation ...	79
2.4	Emotionale und rationale Entscheidungen	44	5.1.2	Investor Relations	87
2.5	Die Grundmotive des Menschen	48	5.1.3	Krisenkommunikation	91
2.5.1	Sicherheit	49	5.1.4	Issue Management	94
2.5.2	Erregung	50	5.1.5	Internet	95
2.5.3	Autonomie	51	5.1.6	Marktforschung, Medien- beobachtung und Trendanalysen	101
			5.1.7	Corporate Social Responsibility	103
			5.1.8	Internationales Sponsoring .	105
			5.1.9	Internationale Messen	106
			5.2	Lokale Aufgaben.....	108
			5.2.1	Das Beispiel Medienarbeit ..	109
			5.2.2	Weitere lokale Themen	114

6	ZIELE DER INTERNATIONALEN KOMMUNIKATION	115	8.2.3	Maßnahmen	163
6.1	Bekanntheit	115	8.2.4	Weitere Planungselemente .	164
6.1.1	Stufen	115	8.3	Kreation	165
6.1.2	Formen	117	8.4	Steuerung und Kontrolle ...	166
6.1.3	Ziele	117	8.5	Kernfragen für das Konzept der internationalen Kommunikation	170
6.1.4	Strategien	118	9	FAZIT UND AUSBLICK	171
6.2	Image	120	10	SERVICETEIL	173
6.2.1	Entstehen	122	10.1	Wichtige Adressen	173
6.2.2	Positionierung	123	10.2	Buchtipps	177
6.2.3	Image und Verhalten	125		Stichwortverzeichnis	180
7	ORGANISATION DER INTERNATIONALEN KOMMUNIKATION	125			
7.1	Menschen	127			
7.2	Rollen und Verantwort- lichkeiten	129			
7.3	Strukturen	130			
7.3.1	Einbindung ins Unternehmen	130			
7.3.2	Kommunikationsnetzwerk ..	131			
7.4	Prozesse	133			
7.5	Informationstechnologie ...	134			
7.6	Kultur	138			
7.7	Zusammenarbeit mit Agenturen	139			
8	KONZEPT	142			
8.1	Analyse	145			
8.1.1	Bestimmen der Bezugsgruppen	146			
8.1.2	Informationssammlung ...	146			
8.1.3	Bewertung	149			
8.1.4	Aufgabe	150			
8.2	Planung	151			
8.2.1	Ziele	152			
8.2.2	Strategien	155			
8.2.2.1	<i>Allgemeine Strategien</i>	156			
8.2.2.2	<i>Internationalisierungs- strategien</i>	160			

