

Organisationsformen von Kommunikation

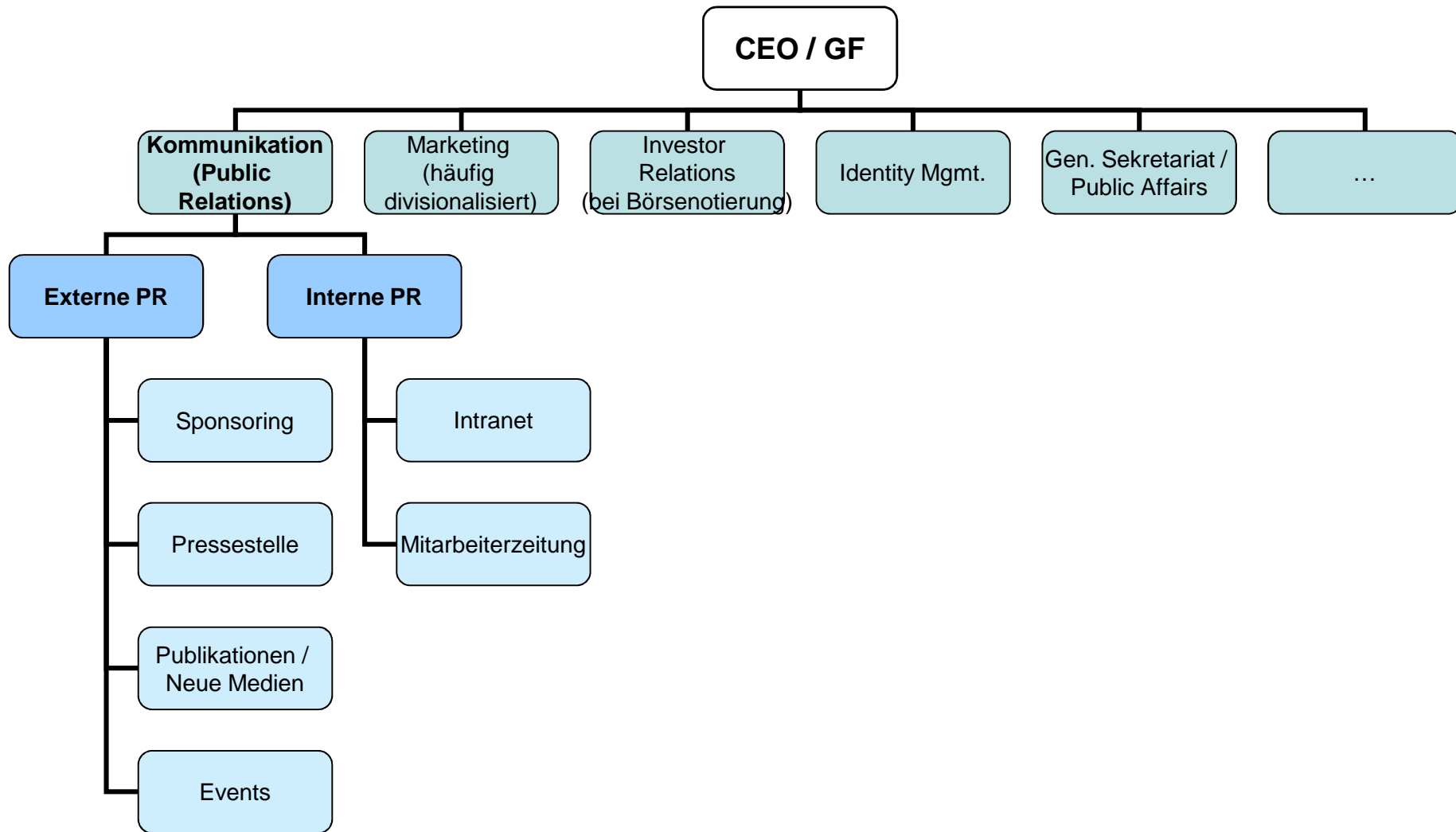
Peter N. Thier,

Leiter Kommunikation Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen

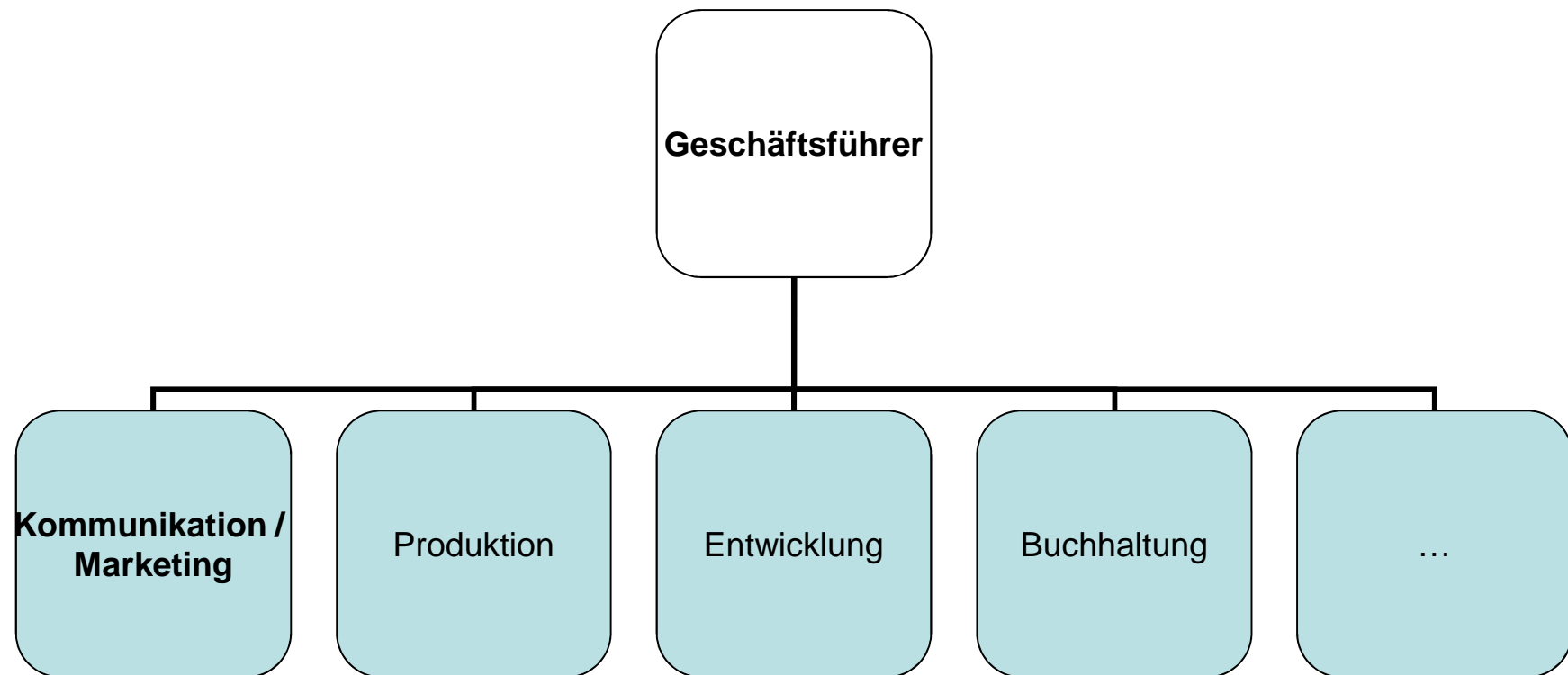
Mitglied des Vorstandes des PRVA – Public Relations Verband Austria

Arbeitskreis Interne Kommunikation, 14.4.2011

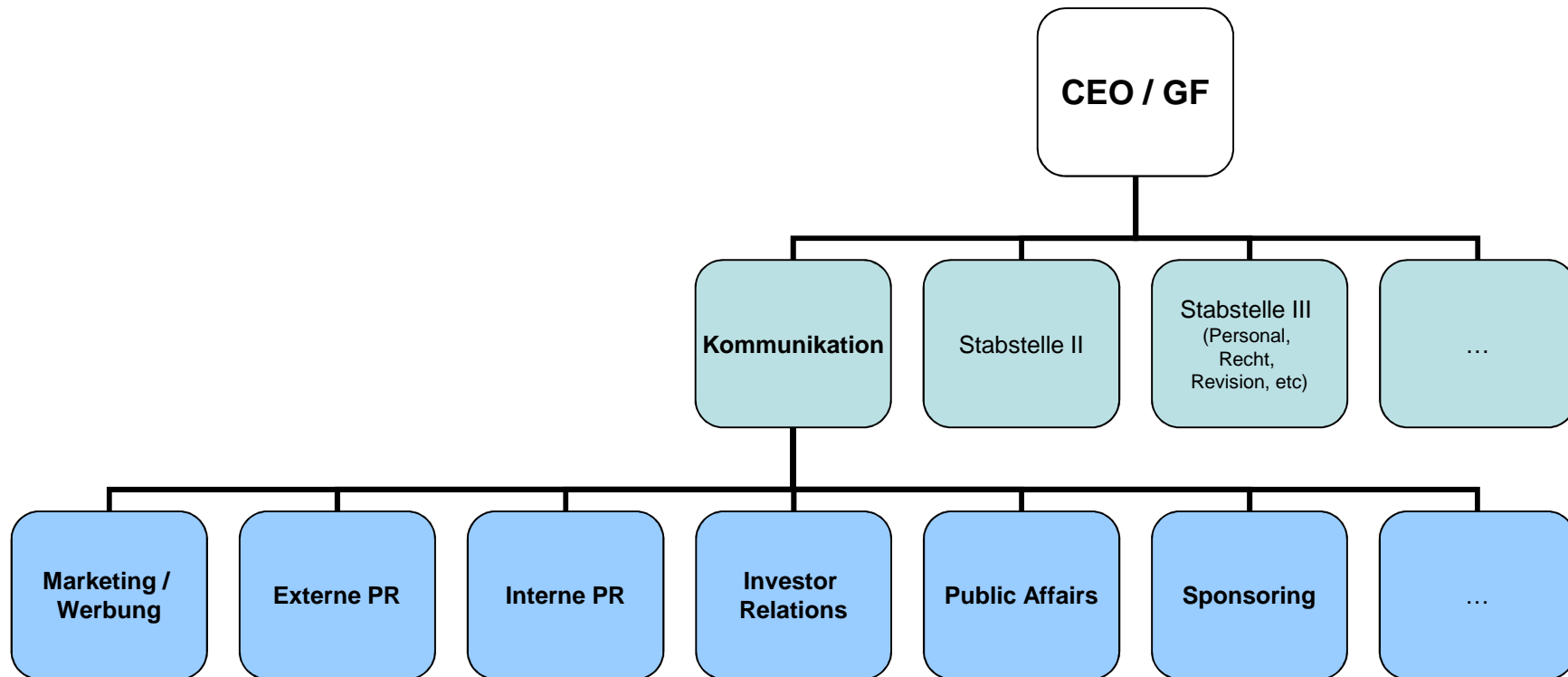
Typische Organisationsform in Großkonzernen



Typische Organisation in KMUs



„Integrierte Kommunikation“ als idealtypische Organisationsform



Organisationskriterien für eine erfolgreiche Kommunikation

- Die Organisationsform ist abhängig von der Unternehmensgröße – nicht aber die Organisationshierarchie
- Kommunikation muss immer über einen direkten Zugang zur Geschäftsführung (zur letzten Instanz) verfügen
- Entscheidungspouvoirs für die Veröffentlichung ist Voraussetzung
- Kommunikation ist keine Nebenbei-Beschäftigung, sondern ein eigenständiger strukturierter und organisierter Prozess
- „Wenn man mit einer Zunge sprechen möchte, darf man nur einer Zunge das Wort geben“ (Keine Organisationsdoppelungen)
- Integrierte Kommunikation hilft der internen Kommunikation
- Kommunikation ist Teil der Führungsaufgabe
- Der PR-Kommunikation liegen andere Motive zugrunde. Deshalb darf sie nicht mit Instrumenten des Marketings verwechselt werden.
- Der „Stakeholder“ Mitarbeiter verdient ebensoviel Aufmerksamkeit (Ressourcen) wie ein Kunde oder ein Eigentümer.