Inhaltsverzeichnis

Gele	itwort	e ·	6			
Vorw	ort/		9			
1	Arbeitsalltag der Kommunikation in einer Verwaltung					
2	Unterschiede zwischen Journalismus und Verwaltungskommunikation					
3	Unterschiede zwischen Unternehmens- und Verwaltungskommunikation					
4	Warum Regierungen, Behörden und Verwaltungen kommunizieren müssen					
	4.1	Direkte, präsidentielle Demokratie oder Diktatur: andere Erwartungen an Kommunikation	37			
	4.2	Verfassung und Gesetz: Pflicht zur Kommunikation	42			
5	Das Kommunikationskonzept					
	5.1	Kommunikationskonzept für den Ringelblumen-Fall	50			
	5.2	Kommunikationskonzept: Kommunikation aus einer Hand 5.2.1 Konzeptionieren Schritt 1: Ausgangslage analysieren 5.2.2 Konzeptionieren Schritt 2: Ziel definieren 5.2.3 Konzeptionieren Schritt 3: Strategie definieren 5.2.4 Konzeptionieren Schritt 4: Massnahmen festlegen 5.2.5 Konzeptionieren Schritt 5: Evaluieren	52 55 60 66 70 72			
	5.3	 Wenn die Zeit knapp ist: Kommunikationskonzept «Espresso» 5.3.1 Kommunikationskonzept «Espresso» Schritt 1: Ausgangslage analysieren 5.3.2 Kommunikationskonzept «Espresso» Schritt 2: Ziel definieren 5.3.3 Kommunikationskonzept «Espresso» Schritt 3: Strategie definieren 5.3.4 Kommunikationskonzept «Espresso» Schritt 4: Massnahmen festlegen 5.3.5 Kommunikationskonzept «Espresso» Schritt 5: Evaluieren 	76 77 78 80 80 81			
	5.4	Kommunikationskonzept «Espresso» für den Ringelblumen-Fall	81			
	5.5	«Kommunikationskonzept»: Herausforderungen, Vorgehensweisen und Fallstricke	83			

6	Argı	Argumentationsmanagement					
	6.1	Argumentationsmanagement: Wie wir unser Gegenüber erreichen können		02			
		6.1.1	AbsenderIn: Mit «Reputationsmanagement» Vertrauen	92			
			ermöglichen	92			
		6.1.2	Offenheit ermöglichen: Bedürfnisse der EmpfängerInnen				
			berücksichtigen	94			
			Auf Wechselwirkung von «SenderIn und EmpfängerIn» achten	95			
	6.2	Argumentationsmanagement: Den Inhalt der Kommunikation gut transportieren					
		6.2.1	Erstens: In der «Kernbotschaft» die erzählbare Geschichte	96			
			definieren	97			
			Zweitens: Veranschaulichen	101			
		6.2.3	Drittens: Die Dialoggruppen mit spezifischen Argumenten				
		624	erreichen Kernstory und Argumentarium konkret erarbeiten	101			
				105			
7	Integrale, crossmediale Kommunikation und Stakeholdermanagement						
	7.1	Kanäl	e und Formate für interne und externe Kommunikation				
		gegeni	über Stakeholdern, die crossmediale Kommunikation und				
	7.0		edienarbeit	111			
	7.2		nunikationskanäle dialoggruppengerecht nutzen	113			
	7.3	Merkmale von Kanälen und Formaten					
	7.4	Kommunikationskanäle phasenabhängig nutzen					
	7.5	Komp	lexität reduzieren, Tempo erhöhen: Entscheidungswege				
	7.0		ossmediale Kommunikation	122			
	7.6	Komp	nediale Kommunikation und Stakeholdermanagement: Trotz				
			lexität Kommunikationsziele erreichen	123			
8	Strategische Medienarbeit						
	8.1	Worüb	oer Medien berichten: Die Nachrichtenfaktoren	130			
	8.2	Strateg	gische Medienarbeit: Den Umgang mit Medien optimieren	132			
	8.3		ssehen, was kommt: Monitoring	133			
	8.4		en Wellen der Aufmerksamkeit reiten: Issues-Management	135			
	8.5	Sideline: Untargabled Issue M.					
	8.6		die öffentliche Agenda prägen: Agenda-Setting	137			
	8.7		ichten weitererzählen, Kapitel für Kapitel: Public Storytelling	138			
	8.8	Den ri	chtigen Rahmen setzen: Framing und Kontextuierung beachten	140			
		11	talling und Kontextulerung beachten	141			

9	Kom	munika	ationssteuerung und organisatorische Voraussetzungen	145		
	9.1	Herausforderung: Komplexität der internen Strukturen				
	9.2	Die Verwaltung für die Vorbereitung der Kommunikation				
			g aufstellen	149		
	9.3	Strategie: Wissen, wie es geht				
	9.4	Organisation: Raum für Strategisches schaffen, übersetzen und planen				
	9.5	Infrastruktur: Mit Standards Klarheit schaffen und Anwendung unterstützen				
	9.6	Unternehmens- und Verwaltungskultur: verbindlich sein, vertrauen,				
		delegieren				
		9.6.1 Dank eingeübter Projektarbeit themenbezogen interdisziplinär arbeiten				
		9.6.2	Sideline: Organisatorische Aufstellung – Austausch ist wichtiger	159 162		
		9.6.3	Match-entscheidend: Organisations- und Führungskultur	164		
Schlu	ISSWO	ırt	· ·	1.60		
001110	133110	,,,,		169		
Anme	erkun	gen		171		
Anhang						
	Prax	isbeisp	iele	183		
	Grun	dlagen		191		
	Crossmediale Kommunikation und Stakeholdermanagement					
	Kommunikationssteuerung und organisatorische Voraussetzungen					
	Vorla	igen		197		
		Das K	ommunikationskonzept	197		
		Argur	nentationsmanagement	204		
	Crossmediale Kommunikation und Stakeholdermanagement					
			gische Medienarbeit	206		
			nunikationssteuerung und organisatorische Voraussetzungen	208		
Gloss	ar			210		
Litera	tur			228		
Dank				231		