

Inhalt

Geleitwort der Staatsministerin im Auswärtigen Amt (AA) <i>Cornelia Pieper</i>	9
Vorwort der Auftraggeberin und Gleichstellungsbeauftragten im AA <i>Barbara Tipon</i>	11
Einleitungsworte des begleitenden Forschungsteams <i>Holger Sievert, Astrid Nelke</i>	13
1. Karriere und Kommunikation im AA auf dem Papier und im Gespräch – Ergebnisse einer qualitativen Vorstudie <i>Isabelle Kürschner, Astrid Nelke</i>	17
1.1 Einleitung und Wahl des qualitativen Forschungsansatzes.....	17
1.2 Auswahl der Stichprobe und Durchführung der Datenauswertung.....	18
1.3 Auswertung der Lebensläufe	21
1.3.1 Sozio-demographische Merkmale	22
1.3.2 Berufslaufbahn	23
1.4 Auswertung der Interviews	23
1.4.1 Ergebnisse für die Kategorie „Karriere-Spezifika“	24
1.4.2 Ergebnisse für die Kategorie „Gender-Spezifika“	25
1.4.3 Ergebnisse für die Kategorie „Kommunikations-Spezifika“	26
1.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der qualitativen Vorstudie.....	27
2. Karriere und Kommunikation als Gegenstand interner Medien- (berichterstattung) im AA – Ergebnisse einer Inhaltsanalyse <i>Pia Körber, Leonie Schöne, Adriana Tkacz</i>	31
2.1 Einleitung und Überblick zu dieser Teilstudie.....	31
2.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieser Teilstudie	32
2.2.1 Interne Kommunikation als Forschungsthema.....	32
2.2.1.1 Grundsätzliche Theorien.....	32
2.2.1.2 Beschäftigtenmedien als Kommunikationsinstrument.....	34

2.2.2 Inhaltsanalyse als gewählte Methode	35
2.2.2.1 Allgemeines Vorgehen	35
2.2.2.2 Spezielle Anwendung bei Beschäftigtenmedien.....	36
2.3 Methodenteil und Ergebnisdeskription	39
2.3.1 Methodisches Vorgehen dieser Teilstudie	39
2.3.2 Deskription der wichtigsten Häufigkeiten.....	41
2.3.2.1 Grunddaten der untersuchten Artikel.....	41
2.3.2.2 Themen der untersuchten Artikel	46
2.3.2.3 Akteure der untersuchten Artikel.....	49
2.4 Kreuztabellierung und Gruppenbildung.....	54
2.4.1 Interessante Kreuztabellierungen und Hypothesenkontrolle	54
2.4.1.1 Karriere.....	54
2.4.1.2 Gender / Gleichstellung	57
2.4.1.3 Kommunikation.....	61
2.4.2 Kurzes Clustering.....	65
2.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der Inhaltsanalyse	67
3. Karriere und Kommunikation als Thema der Beschäftigten im AA – Ergebnisse einer quantitativen Befragung	
<i>Corinna Hübl, Heike Poley, Corinna Schwarz</i>	69
3.1 Einleitung und Überblick zu dieser Teilstudie.....	69
3.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieser Teilstudie	70
3.2.1 Gleichstellung als Forschungsthema	70
3.2.1.1 Grundsätzliche Theorien.....	70
3.2.1.2 Genderspezifische Beschäftigtenbefragung als Erhebungs- instrument.....	72
3.2.2 Befragung als gewählte Methode	72
3.2.2.1 Allgemeines Vorgehen	72
3.2.2.2 Spezielle Anwendung bei Beschäftigtenbefragungen.....	76
3.3 Konkrete Methodik und allgemeiner Ergebnisüberblick	79
3.3.1 Methodisches Vorgehen dieser Teilstudie	79
3.3.2 Häufigkeitsbezogene Deskription der Ergebnisse.....	82
3.3.2.1 Grundgesamtheit und Stichprobe	82
3.3.2.2 Karriereverlauf und Mediennutzung.....	83
3.3.2.3 Gleichstellung und Vereinbarung von Beruf und Familie	87
3.4 Spezifische Ergebnisauswertung und vorläufiges Clustering	90
3.4.1 Kreuztabellarische Hypothesenkontrolle	90
3.4.1.1 Karriere.....	90
3.4.1.2 Gender/Gleichstellung.....	93

3.4.1.3 Kommunikation.....	95
3.4.2 Vorläufige Gruppenbildung	96
3.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen der Befragung	98
4. Interne Web 1.0- und Web 2.0-Kommunikation im AA und bei der Deutschen Lufthansa – ein Exkurs am Beispiel Change	
<i>Astrid Nelke, Holger Sievert</i>	101
4.1 Einleitung und Überblick zu diesem Exkurs.....	101
4.2 Allgemeine theoretische Grundlagen dieses Exkurses.....	102
4.2.1 Social Media als Tool der internen Kommunikation in aktueller akademischer und praxisorientierter Fachliteratur aus dem In- und Ausland.....	102
4.2.2 Generelle Probleme von Informationstransfer zwischen General Managern und Kommunikationsprofis am Beispiel Veränderungskommunikation	105
4.3 Vergleich klassischer und Social Media-basierter Online-Nutzung in deutschen Unternehmen und staatlichen Institutionen	107
4.3.1 Nutzung klassischer interner Online-Medien für den Informationstransfer: Teilergebnisse einer früheren Befragung bei der Deutschen Lufthansa AG	107
4.3.2 Offizielle und informelle interne Nutzung von Social Media: Kurze neue Inhaltsanalyse des Vorkommens der Deutsche Lufthansa AG und des AA in entsprechenden Angeboten	109
4.4 Mögliche Auswirkungen von Social Media auf Informationstransfer durch interne Kommunikation	112
4.4.1 Potential von Social Media als Tool der internen Kommunikation im AA – Teilergebnisse aus der Befragungs-Teilstudie dieses Sammelbandes.....	112
4.4.2 Heuristische Denkanstöße für die Weiterentwicklung des Verhältnisses von Social Media und (Organisations-) Führung	114
4.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen dieses Exkurses	116
5. Karrierewege als Thema der internen Kommunikation – Übergreifende Ergebnisse und Handlungsempfehlungen	
<i>Holger Sievert, Astrid Nelke</i>	117
5.1 Einleitung und Überblick.....	117
5.2 Methodik und Ergebnisse der durchgeführten Erhebungen	118

5.2.1	Qualitative Lebenslaufanalyse und persönliche Interviews	118
5.2.2	Inhaltsanalyse interner Medien	119
5.2.3	Befragung aller AA-Beschäftigten	119
5.2.4	Vergleichende Sekundärauswertung dreier Befragungen 2004-2011	120
5.3	Vergleich von Befragung und Inhaltsanalyse	121
5.3.1	Befragungsergebnisse aus Sicht der Inhaltsanalyse	121
5.3.2	Ausgewählte Befunde der Inhaltsanalyse aus Sicht der Befragung	123
5.4	Handlungsempfehlungen	124
5.4.1	Allgemeine Hinweise für interne Kommunikation im AA	124
5.4.2	Konkrete Vorschläge zum Umgang mit dem Thema Karriere und Karrierewege	124
5.4.3	Erste Ideen für die künftige Kommunikationsarbeit der Gleich- stellungsbeauftragten	125
5.5	Zusammenfassung und generelle Schlussfolgerungen für den Bereich der internen Kommunikation	125
Anhang.....		131
	Erhebungsinstrument 1: Fragebogen für qualitative Leitfadenterviews	132
	Erhebungsinstrument 2: Codierbogen für quantitative Inhaltsanalyse.....	133
	Erhebungsinstrument 3: Fragebogen für quantitative Online-Befragung	144
	Literaturverzeichnis	157
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	163
	Lebensläufe der Autorinnen und Autoren.....	165



<http://www.springer.com/978-3-531-18589-7>

Karrierewege als Thema der internen Kommunikation
Befragungen der Beschäftigten und Inhaltsanalyse der
internen Medien im Auswärtigen Amt

(Eds.)A. Nelke; H. Sievert; B. Tipon

2013, XVI, 148 S. 17 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-531-18589-7

Karrierewege als Thema der internen Kommunikation
Befragungen der Beschäftigten und Inhaltsanalyse der
internen Medien im Auswärtigen Amt
Nelke, A.; Sievert, H.; Tipon, B. (Hrsg.)
2013, XVI, 148 S. 17 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-531-18589-7