



Wie muss eine Hochschule nach innen und außen kommunizieren? Der Regelkreis der Kommunikation.





Prof. Jürg W. Leipziger

Berlin, den 19. Februar 2008





AGENDA

-  Analytische Ordnung
-  Strategische Entscheidung
-  Operative Umsetzung
-  Anmerkungen





ANALYTISCHE ORDNUMG

- Organisationsziel & Ausgangssituation
Wie sieht der kommunikative Kontext vor dem Hintergrund der Organisationszeile aus?
- Aufgabenstellung
Welche kommunikativen Probleme sind zu lösen?
- Problemanalyse
Was fördert/behindert die Problemlösung?



STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNG

- Zielsetzung
Was soll mit der Kommunikation erreicht, bewirkt, verändert werden?
- Dialoggruppen
Wer soll angesprochen, integriert, aktiviert, neutralisiert werden?
- Positionierung
Welches Meinungsbild soll vermittelt werden?
- Strategie
Wie wird generell der Meinungsbildungsprozess gestaltet?



OPERATIVE UMSETZUNG

- Maßnahmen
Welche Instrumente sollen zu welchem Zweck in welchem Kontext eingesetzt werden?
- Planung
Wo, wann, in welchem Umfang findet der Mitteleinsatz statt?
- Evaluation
Wie wird der Erfolg überprüft?



ANMERKUNGEN

- _ Es braucht unternehmerischen Mut alte Kommunikationsstrukturen zu verändern.
- _ Nicht jeder intelligente, gebildete Mensch ist gleichzeitig auch ein guter Kommunikator.
- _ Kommunikation ist eine Führungsaufgabe und ist in den meisten Fällen nur unter Einsatz externer Fachleute erfolgreich.
- _ Gute Kommunikation setzt auch komplizierte, wissenschaftliche Themen mediengerecht um.
- _ Vertrauen ist das höchste, werthaltigste Gut der Kommunikation.





VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

