

**Egbert Deekeling/Dirk Barghop (Hrsg.): Kommunikation in der digitalen Transformation. Wiesbaden: Springer Gabler, 2017.**

## **Inhalt**

### **1. Einleitung**

### **2. Herausforderung Disruption: Konsequenzen und Erfolgsfaktoren für die Kommunikation**

- 2.1. Egbert Deekeling und Dirk Barghop: Das neue Prozessmuster der digitalen Transformation
- 2.2. Egbert Deekeling: Die zehn Gebote der Kommunikation in der digitalen Transformation
- 2.3. Dieter Schweer: Kommunikation in der neuen Welt Industrie 4.0: Drei Thesen

### **3. CEO-Kommunikation**

- 3.1. „Als CEO muss ich mich an die Spitze der Bewegung setzen.“ – Gisbert Rühl im Gespräch mit Egbert Deekeling
- 3.2. Dwight Cribb: Was den digitalen CEO vom analogen CEO unterscheidet

### **4. Die Rolle der Unternehmenskommunikation**

- 4.1. Christof Ehrhart: Unternehmenskommunikation in der (digitalen) Postmoderne: Alles auf neu?
- 4.2. Christoph Hardt: Das Wagnis Newsroom
- 4.3. Patrick Maloney: Digitale Transformation als Chance zur Neupositionierung der Internen Kommunikation

### **5. Transformation der Unternehmens- und Prozesskultur**

- 5.1. Thomas Voigt: Kalkulierter Traditionsbruch und lustvoller Kontrollverlust: Kommunikation im Prozess #Kulturwandel 4.0 der Otto Group

- 5.2. Sirka Laudon und Johannes Burr: Mythen des Kulturwandels – Wie digitale Transformation wirklich gelingt
- 5.3. Stephan Rammelt: Mehr als Post-its und Europaletten – Agile Unternehmenskultur als Erfolgsvoraussetzung der digitalen Transformation
- 5.4. Julius Kranefuss: Raumkomponente und -ästhetik in der digitalen Welt und Kultur
- 5.5. Christina Afting: „Berlin, Berlin, wir fahren nach Berlin!“ – Warum Exkursionen in die Start-up-Kultur der Hauptstadt so beliebt und sinnvoll sind

## **6. Unternehmensmarke und digitale Transformation**

- 6.1. Klaus Heiermann: Marken sind digitales Gold
- 6.2. Felix Stöckle: Corporate Branding im digitalen Zeitalter – Vom Mission Statement zur Stakeholder Experience