

# Die Entwicklung der internen Kommunikation - Eine empirische Untersuchung am Beispiel der Thüringer Aufbaubank (TAB)

\* Robert Wohlfarth

---

Die vorliegende Arbeit thematisiert im Allgemeinen die Entwicklungsprozesse der internen Unternehmenskommunikation. Im Speziellen werden die theoretischen Aspekte mit der praktischen Umsetzung in einer Förderbank verglichen und analysiert.

## Ausgangslage

In dieser Bachelorarbeit wurde die Entwicklung der internen Unternehmenskommunikation am Beispiel der Thüringer Aufbaubank untersucht. Die Entscheidung zugunsten dieser Thematik ergab sich aus den während des Praktikumseinsatzes stattfindenden Planungsprozessen einer Neuausrichtung von internen und externen Kommunikationskanälen innerhalb der Bank. Auf externer Ebene wird bereits an einem Auftritt in sozialen Netzwerken gearbeitet. Perspektivisch soll diesbezüglich auch die Mitarbeiterkommunikation an neue Kommunikationsstrukturen und -medien angepasst werden.

## Ziel und Methoden

Entsprechend der angestrebten Neuerungen im Bereich der Unternehmenskommunikation wurden die Ziele für die Bachelorthesis formuliert.

Ziel der Arbeit war es, die Entwicklungsprozesse der internen Kommunikation zu erörtern. Auf diese Weise konnte herausgefunden werden, wie sich die unternehmensinterne Einstellung und Wahrnehmung im Allgemeinen gewandelt hat. In diesem Zusammenhang wurden verschiedene traditionelle und neue Kommunikationsmedien auf ihre Bedeutung und Funktionsfähigkeit untersucht und miteinander verglichen. Auf Grundlage der theoretischen Erkenntnisse wurde eine schriftliche Befragung mit den Mitarbeitern der Aufbaubank durchgeführt, um die interne Kommunikation zu analysieren. Hiermit sollte in Erfahrung gebracht werden, ob die aktuell eingesetzten, traditionellen Instrumente (Mitarbeiterzeitung und Intranet) nach wie vor als Leitmedien legitimiert sind. Gleichzeitig galt es zu überprüfen, inwieweit eine Implementierung eines Social Intranet zum gegenwärtigen Zeitpunkt sinnvoll wäre. Im Anschluss an die empirische Untersuchung sollten Handlungsempfehlungen formuliert werden.

## Ergebnisse

Abschließend betrachtet lässt sich konstatieren, dass alle formulierten Zielstellungen erreicht werden konnten.

Die Betrachtung der chronologischen Entwicklung der Mitarbeiterkommunikation in Deutschland hat deutlich gemacht, welchen enormen Bedeutungszuwachs dieser Unternehmensbereich in den letzten Jahren zu verzeichnen hatte. In Zeiten zunehmender Veränderungen und einer facettenreichen Kommunikation haben viele Vorstände die Rolle als Wertschöpfungsfaktor erkannt. Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung haben gezeigt, dass Mitarbeiterzeitung und Intranet als Informationsquellen geschätzt werden. Für beide Instrumente konnten nur geringfügig Verbesserungsvorschläge gegeben werden, da nur marginaler Handlungsbedarf besteht.

Stattdessen hat sich gezeigt, dass es vorrangig einer besseren Verknüpfung aller Kommunikationsmaßnahmen bedarf.

Die Umfrage hat zudem ein hohes Maß an Skepsis und eine geringe Affinität zu neuen Medien seitens der Mitarbeiter erkennbar werden lassen, was die Einführung von Social Media-Tools nicht als Ideallösung erscheinen lässt. Nichtsdestotrotz signalisierten die Befragten ein Interesse an mehr Interaktivität und Vernetzung von kommunikativen Prozessen. Insofern ist der Ausbau des Intranets zu einem Social Intranet in naher Zukunft durchaus denkbar.

**BetreuerInnen:** Frau Prof. Dr. Sabine Elfring,  
Frau Bettina Tesch

**Studiengang:** Verwaltungsökonomie

**Praxispartner:** Thüringer Aufbaubank