



LEKTION 1: EINFÜHRUNG IN UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION & PR

Jana Treptow, M. Sc.

ZIEL DIESER LEKTION

- Du verstehst die **Grundlagen** der Unternehmenskommunikation und PR und kannst deren Bedeutung für Unternehmen einordnen.
- Du lernst die **Unterschiede** und **Schnittstellen** zwischen interner und externer Kommunikation kennen.
- Du kannst das Konzept der **Inside-Out-Kommunikation** analysieren und ihre Relevanz für eine erfolgreiche Unternehmensstrategie bewerten.
- Du erkennst, warum **Kreativität** ein **zentraler Erfolgsfaktor** in der Kommunikation ist und wie sie gezielt eingesetzt werden kann.
- Du untersuchst **Best Practices** kreativer Unternehmenskommunikation und leitest daraus Strategien für die Praxis ab.



INHALT: WAS DICH IN DIESER LEKTION ERWARTET

- Was ist Unternehmenskommunikation? Definition und Bedeutung
- Unterschiede & Schnittstellen zwischen interner Kommunikation & PR
- Inside-Out-Kommunikation – von innen nach außen denken
- Best Practices für kreative Unternehmenskommunikation
- Warum Kreativität in der Kommunikation entscheidend ist
- Warum ist die Unternehmenskommunikation heute wichtiger denn je?
- Erfolgsfaktoren in der Unternehmenskommunikation
- Kommunikationsfallen: Häufige Fehler und wie du sie vermeidest
- Praxisbeispiele: Verzahnung von interner & externer Kommunikation
- Praxisübung: Auf geht's in die Praxis
- Zusammenfassung & Reflexion

WAS IST UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION? DEFINITION UND BEDEUTUNG

Unternehmenskommunikation ist viel mehr als Pressemitteilungen, Imagebroschüren oder Intranet-Posts.

Unternehmenskommunikation ist der **stärkste Hebel** für Kulturwandel, Mitarbeiterbindung und Markenstärke.



WAS IST UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION? DEFINITION UND BEDEUTUNG



Unternehmenskommunikation

Unternehmenskommunikation umfasst die **geplante, strategische Kommunikation nach innen und außen** mit dem Ziel, ein einheitliches Bild des Unternehmens zu vermitteln.

Beispiele:

- Interne Kommunikation (z. B. Mitarbeitermagazine, Intranet)
- Externe Kommunikation (z. B. Pressearbeit, Social Media, Imagekampagnen)

WAS IST UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION? DEFINITION UND BEDEUTUNG

Public Relations (PR)

PR beschreibt die **gezielte Gestaltung von Beziehungen zwischen Unternehmen und ihrer Öffentlichkeit** mit dem Ziel, Vertrauen und Reputation aufzubauen.



WAS IST UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION? DEFINITION UND BEDEUTUNG

💡 **Merke:**

Unternehmenskommunikation = **Alles**

PR = **Ein Teil davon** (nach außen gerichtet)

Sagen wir es mal so:

Unternehmenskommunikation ist das, was ein Unternehmen wirklich ist.

PR ist das, was ein Unternehmen gerne wäre.

🗨️ **Zeit für Reflexion:** *Wie wird Unternehmenskommunikation in deinem Unternehmen gelebt? Ist sie nur ein Pflichtprogramm – oder schon die Kür?*

👉 „Teile deine Beobachtungen im Diskussionsforum!“



UNTERSCHIEDE & SCHNITTSTELLEN ZWISCHEN INTERNER KOMMUNIKATION & PR

Kategorie	Interne Kommunikation	PR (Externe Kommunikation)
Zielgruppe	Mitarbeitende	Öffentlichkeit
Ziel	Information, Motivation, Bindung	Imageaufbau, Reputation, Vertrauen
Kommunikationswege	E-Mail, Intranet, Meetings, Social Intranet	Pressemitteilungen, Social Media, Medienkooperationen
Botschaften	Unternehmenswerte, interne Veränderungen	Unternehmensimage, Produkte, Visionen
Richtung	Dialog (Top-Down & Bottom-Up)	Meist One-Way, zunehmend Dialog
Erfolgsfaktor	Vertrauen, Partizipation	Glaubwürdigkeit, externe Wahrnehmung

Zeit für Reflexion: Welche Rolle spielt Kommunikation für die Unternehmenskultur?


INSIDE-OUT-KOMMUNIKATION – VON INNEN NACH AUßEN DENKEN

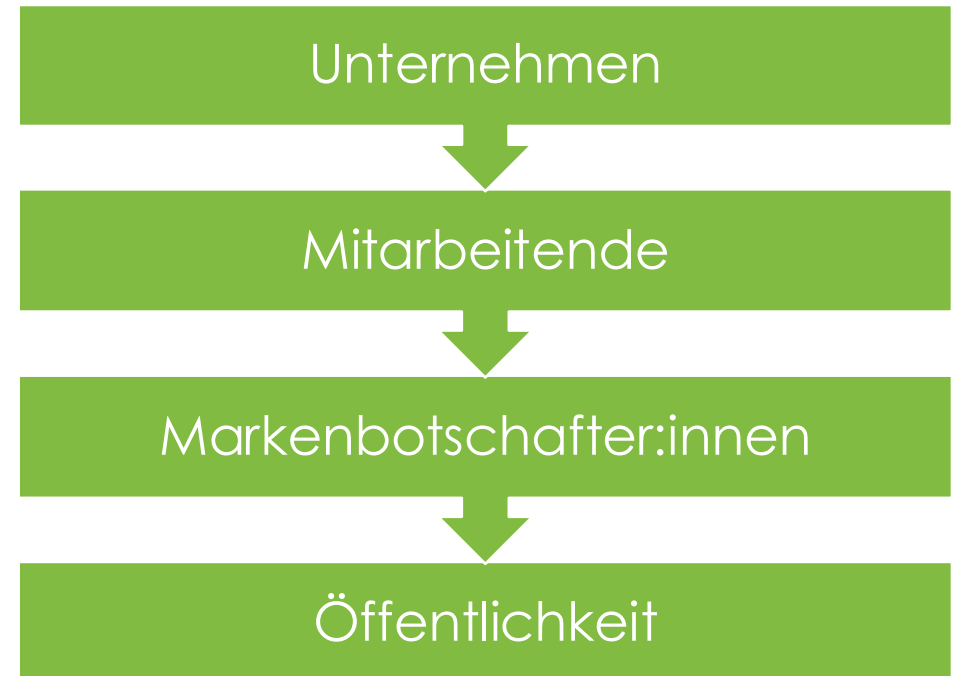
Erfolgreiche Unternehmenskommunikation beginnt immer im Inneren des Unternehmens – bevor Botschaften nach außen gehen.

Prinzip: Mitarbeitende zuerst, Öffentlichkeit danach

Ziel: Vertrauen aufbauen – intern und extern

Warum das so wichtig ist: Nur wenn Botschaften intern verstanden, akzeptiert und gelebt werden, wirken sie nach außen glaubwürdig.

 **Merke:** Kommunikation muss von innen heraus gelebt werden, bevor sie nach außen wirken kann.



Quelle: Eigene Darstellung

BEST PRACTICES FÜR KREATIVE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



APPLE – KOMMUNIKATION DURCH STORYTELLING & INNOVATION



Fotocredit: Apple

Apple hat eine der erfolgreichsten Markenkommunikationsstrategien weltweit. Ihre Kommunikation ist minimalistisch, emotional und stark auf Storytelling ausgerichtet.

Beispiel: Die Werbekampagne „Think Different“ stellte visionäre Persönlichkeiten in den Mittelpunkt und verband sie mit der Marke.

Lektion: Apple zeigt, dass kreative Kommunikation nicht immer laut sein muss. Sie setzen auf klare Botschaften, starke Bilder und ein tiefes Verständnis für ihre Zielgruppe.

AIRBNB – AUTHENTIZITÄT DURCH COMMUNITY-KOMMUNIKATION

Airbnb hebt sich von klassischen Hotelketten ab, indem es seine Community in den Mittelpunkt stellt.

Beispiel: Kampagnen wie "[Belong Anywhere](#)" nutzen authentische Geschichten von Gastgeber:innen und Reisenden.

Lektion: Erfolgreiche Unternehmenskommunikation entsteht, wenn sie auf echten Erlebnissen basiert und die Kund:innen aktiv einbindet.



WARUM KREATIVITÄT IN DER KOMMUNIKATION ENTSCHEIDEND IST



Gute Unternehmenskommunikation ist mehr als reine Informationsvermittlung – sie nutzt kreative Elemente, um Botschaften lebendig und wirkungsvoll zu gestalten.

3 zentrale Funktionen von Kreativität:

- **Aufmerksamkeit erzeugen** – In der heutigen Informationsflut bleibt nur das im Gedächtnis, was heraussticht.
- **Emotionale Bindung schaffen** – Menschen erinnern sich an Geschichten und Emotionen, nicht nur an Fakten.
- **Abgrenzung zur Konkurrenz** – Kreativität verleiht einer Marke ein unverwechselbares Profil und macht sie einzigartig.

 **Merke:** *Kreative Kommunikation bleibt im Kopf – sachliche Information allein geht oft unter.*

WARUM KREATIVITÄT IN DER KOMMUNIKATION ENTSCHEIDEND IST

Praxisbeispiel:

Externe Kommunikation: Nike „Just Do It“-Kampagne (Storytelling + Emotion)

Interne Kommunikation: Zalando – Value Camp als Kreativformat für interne Wertevermittlung

Mehr zu Zalandos Werten [hier](#).



WARUM IST DIE UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION HEUTE WICHTIGER DENN JE?



- **Globalisierung**

Unternehmen agieren international und müssen kulturelle Unterschiede in ihrer Kommunikation berücksichtigen, um weltweit glaubwürdig aufzutreten.

- **Digitalisierung**

Durch soziale Medien und Echtzeitkommunikation sind Unternehmen rund um die Uhr sichtbar und müssen schnell sowie authentisch auf Anfragen oder Krisen reagieren.

WARUM IST DIE UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION HEUTE WICHTIGER DENN JE?


Wertewandel

Themen wie **Authentizität, Diversität und Nachhaltigkeit** rücken stärker in den Fokus. Kunden erwarten von Unternehmen klare Haltungen und Transparenz.

Krisenbewältigung

Ob Pandemien, Klimakrise oder gesellschaftliche Umbrüche – Unternehmen müssen aktiv Vertrauen aufbauen, Krisen kommunikativ begleiten und Verantwortung zeigen.



 **Merke:** Unternehmen sind heute nicht nur Sender von Botschaften, sondern müssen aktiv zuhören, reagieren und Vertrauen aufbauen.

ERFOLGSFAKTOREN IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Authentizität

Unternehmenskommunikation sollte glaubwürdig und wahrhaftig sein, indem sie die tatsächlichen Werte und Handlungen des Unternehmens widerspiegelt.

Konsistenz

Sicherstellen, dass alle Kanäle die gleichen Kernbotschaften vermitteln, um ein einheitliches Bild zu gewährleisten.

Transparenz

Offene und ehrliche Kommunikation mit allen Stakeholdern, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen.

ERFOLGSFAKTOREN IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Relevanz

Inhalte sollten für die Zielgruppe nützlich und informativ sein, um Engagement und Interesse zu fördern.

Partizipation

Mitarbeitende aktiv in Kommunikationsprozesse integrieren, um Motivation und Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken.



ERFOLGSFAKTOREN IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Feedback-Kultur

Regelmäßiges Einholen von Rückmeldungen, um Kommunikationsprozesse zu verbessern und Mitarbeitende einzubeziehen.

Zielgruppenorientierung

Botschaften und Kanäle an die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe anpassen.

Klarheit & Verständlichkeit

Vermeidung von Fachjargon und komplizierten Formulierungen; stattdessen klare, einfache Sprache verwenden.



ERFOLGSFAKTOREN IN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Messbarkeit

Kommunikationsmaßnahmen regelmäßig anhand von KPIs und Feedback analysieren, um Optimierungspotenzial zu erkennen.

💡 **Merke:** Klarheit + Konsistenz + Kreativität = Erfolgreiche Kommunikation.

Praxis-Tipp: Erstelle einen Kommunikationsleitfaden für dein Unternehmen – mit Tonalität, Werten & Botschaften.

🗣️ **Zeit für Reflexion:** Welche dieser Erfolgsfaktoren hast du in deinem Berufsalltag schon erlebt – und welche fehlen oft in Unternehmen?

👉 Teile deine Erfahrungen im Diskussionsforum und tausche dich mit den anderen darüber aus!

KOMMUNIKATIONSFALLEN: HÄUFIGE FEHLER UND WIE DU SIE VERMEIDEST

Fehlende Zielgruppenanalyse: Ohne Wissen über die Zielgruppe verpufft jede Botschaft.

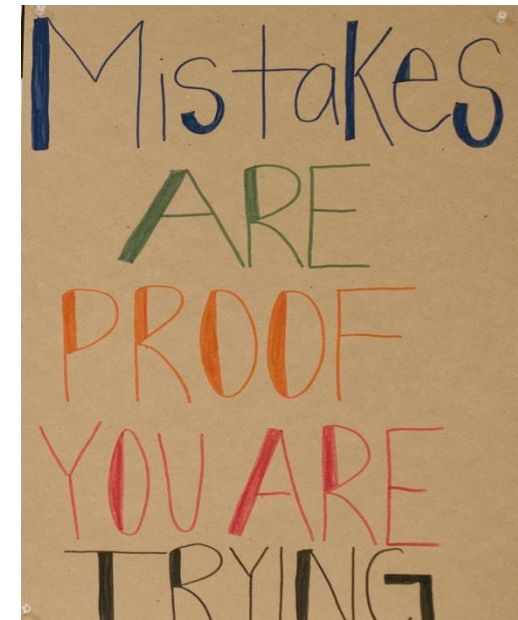
Lösung: Definiere klare Personas und ihre Bedürfnisse.

Inkonsistenz in der Botschaft: Unterschiedliche Aussagen auf verschiedenen Kanälen verwirren und zerstören Vertrauen.

Lösung: Entwickle einen einheitlichen Kommunikationsstil und schule dein Team.

Zu viel Fachjargon: Wer nicht verständlich kommuniziert, verliert sein Publikum.

Lösung: Setze auf einfache, klare Sprache und erkläre komplexe Begriffe.



KOMMUNIKATIONSFALLEN: HÄUFIGE FEHLER UND WIE DU SIE VERMEIDEST

Monolog statt Dialog: Unternehmen, die nur senden, aber nicht zuhören, verpassen wichtige Impulse.

Lösung: Nutze Social Media, Umfragen und Feedbackrunden, um Dialoge zu führen.

Fehlende Krisenkommunikation: In Krisen ist schnelle, ehrliche und transparente Kommunikation entscheidend.

Lösung: Erstelle einen Krisenkommunikationsplan und definiere klare Abläufe für Notfälle.

 **Merke:** Fehler in der Kommunikation kosten Vertrauen – und das ist schwer wiederherzustellen.

INSPIRING WORDS

"Fear kills more dreams
than failure ever will."

SUZY KASSEM



PRAXISBEISPIELE: VERZÄHNUNG VON INTERNER & EXTERNER KOMMUNIKATION



BEISPIEL 1: VOLKSWAGEN – DER DIESELSKANDAL



Fotocredit: Volkswagen

Interne Kommunikation:

Die Manipulationen bei den Abgaswerten wurden intern von wenigen Entscheidungsträger:innen gesteuert – viele Mitarbeitende wussten nichts davon. Es gab keine transparente Fehlerkultur, sondern ein stark hierarchisches System.

Externe Kommunikation (PR):

Nach außen bemühte sich Volkswagen, sein Image als **nachhaltiger Autobauer** zu stärken – ein klarer Widerspruch zur internen Realität.

Warum ist das gescheitert?

Wenn interne und externe Kommunikation nicht übereinstimmen, verliert ein Unternehmen langfristig das Vertrauen der Öffentlichkeit.

BEISPIEL 2: PATAGONIA – NACHHALTIGKEIT VON INNEN NACH AUßEN

Interne Kommunikation:

Patagonia vermittelt seit Jahren klare Unternehmenswerte an seine Mitarbeitenden: **Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein & soziale Verantwortung**. Die Mitarbeitenden werden aktiv in Umweltprojekte eingebunden und bekommen regelmäßig Updates zu den Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens.

Externe Kommunikation (PR):

Diese Werte kommuniziert Patagonia auch nach außen – z. B. mit der berühmten Kampagne „**Don't Buy This Jacket**“, die Konsumkritik mit Markenbotschaften verbindet.

Warum ist das erfolgreich?

Die interne Kommunikation schafft **Authentizität** – und nur dadurch wirkt die externe Kommunikation glaubwürdig.



Fotocredit: Patagonia

BEISPIEL 2: PATAGONIA – NACHHALTIGKEIT VON INNEN NACH AUßEN

Praxistipp:

Schaue dir mal die Website von [Patagonia](#) an. Dort gibt es einen eigenen Bereich namens „[Footprint Chronicles](#)“, in dem das Unternehmen transparent über seine Lieferketten und CO₂-Bilanzen berichtet. Genau so wird aus Kommunikation **Vertrauen**.



Fotocredit: Patagonia

PRAXISBEISPIELE: LET'S SUM UP

💡 **Merke:** *Glaubwürdige Unternehmenskommunikation funktioniert also nur, wenn **innen und außen dieselben Botschaften gelebt werden.***

Zeit für Reflexion: *Kennst du Unternehmen, bei denen die interne und externe Kommunikation nicht zusammenpassen?*

Auf geht's in den Deep dive: *Recherchiere ein Unternehmen deiner Wahl und beantworte:*

- Welche Werte werden nach außen kommuniziert?
- Gibt es Belege dafür, dass diese Werte auch intern gelebt werden?

👉 *Teile deine Analyse im Diskussionsforum und diskutiere mit anderen, ob die Kommunikation glaubwürdig wirkt.*



PRAXISÜBUNG: AUF GEHT'S IN DIE PRAXIS



PRAXISÜBUNG: AUF GEHT'S IN DIE PRAXIS

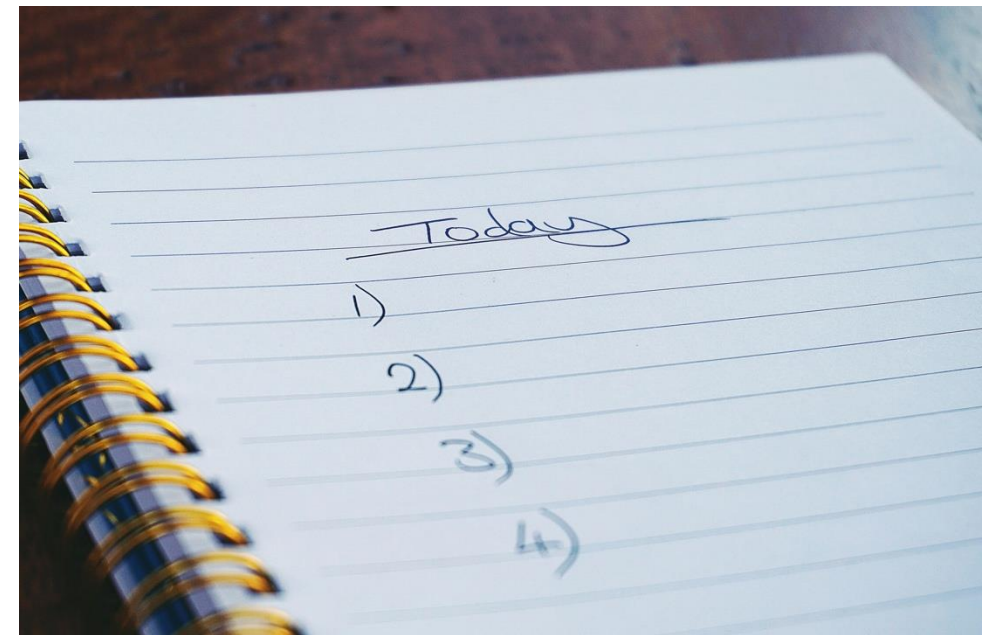
Aufgabe 1: Kommunikationsstrategie durchleuchten

Wähle ein Unternehmen deiner Wahl.

Beantworte folgende Fragen:

- Wie unterscheidet sich die interne von der externen Kommunikation?
- Gibt es kreative Kommunikationsansätze?
- Welche Botschaften werden transportiert?
- Was könnte verbessert werden?

👉 Lade deine Analyse ins Diskussionsforum hoch und vergleiche sie mit anderen.



PRAXISÜBUNG: AUF GEHT'S IN DIE PRAXIS

Aufgabe 2: Kommunikationserfolg analysieren

Wähle ein Unternehmen deiner Wahl.

Beantworte folgende Fragen:

- Warum findest du, dass das Unternehmen gut oder schlecht kommuniziert?
- Welche Erfolgsfaktoren aus unserer Liste erfüllt es – und welche nicht?
- Was könnte das Unternehmen verbessern, um erfolgreicher zu kommunizieren?

👉 Teile deine Einschätzung im Forum – was denken andere?



ZUSAMMENFASSUNG & REFLEXION





FINALLY
FINISHED

ZUSAMMENFASSUNG – WAS DU AUS DIESER LEKTION MITNIMMST

- Unternehmenskommunikation ist der **Schlüssel** für Vertrauen – nach innen & außen
- Interne Kommunikation und PR müssen **miteinander verzahnt** sein
- Authentizität + Konsistenz = glaubwürdige Kommunikation
- Inside-Out-Kommunikation macht Marken von innen heraus stark
- **Kreative Kommunikation verbindet** Menschen – keine Worthülsen

Was meinst du, ist eine schlechte Kommunikation schlimmer als gar keine Kommunikation?

LERNFRAGEN

1. Warum ist Unternehmenskommunikation ein strategischer Erfolgsfaktor für Unternehmen?
2. Wie hängen Unternehmenskommunikation und Unternehmenskultur zusammen?
3. Welche Unterschiede gibt es zwischen interner Kommunikation und PR?
4. Warum ist Konsistenz in der Unternehmenskommunikation so wichtig?
5. Was bedeutet „Inside-Out-Kommunikation“ in der Praxis?
6. Welche kreativen Ansätze könnten Unternehmen für die interne Kommunikation nutzen?
7. Wie können Mitarbeitende als Markenbotschafter:innen in die Unternehmenskommunikation eingebunden werden?
8. Warum ist es entscheidend, dass interne und externe Kommunikation aufeinander abgestimmt sind?
9. Welche Rolle spielt Storytelling in der Unternehmenskommunikation?
10. Wie kann Unternehmenskommunikation das Vertrauen von Mitarbeitenden und Kund:innen stärken?

DEINE LERNOPTIONEN:

- Du kannst gleich nach dieser Lektion dein Wissen überprüfen. Hierfür gibt es Probeprüfungsfragen.
- Du kannst auch gleich den Test machen, mit dem du diese Lektion abschließt.
- Du kannst dein Wissen erweitern mit den Wissensvideos oder Fachbeiträgen, die zu dieser Lektion verfügbar sind.
- Du kannst die Diskussion im Forum verfolgen oder selbst Beiträge schreiben.



VIDEOS ZUM THEMA LEKTION 1

- Public Relations Erklärung – Öffentlichkeitsarbeit verstehen
Einführung in die Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit und deren Bedeutung für Unternehmen.
<https://www.youtube.com/watch?v=Y9CmFb-YsRY>
- Unternehmenskommunikation in der neuen Arbeitswelt
Diskussion über die Rolle der internen Kommunikation in modernen Arbeitsumgebungen und deren Einfluss auf Partizipation und Unternehmenskultur.
https://www.youtube.com/watch?v=GkcaYCKaM_E
- Interne Kommunikation - Was ist das eigentlich?
Grundlagen und Bedeutung der internen Unternehmenskommunikation, dargestellt in einem animierten Video.
<https://www.youtube.com/watch?v=yRWhLqQe9hl>

FACHARTIKEL ZUM THEMA LEKTION 1

- Unternehmenskommunikation – von intern bis extern
<https://www.aufgesang.de/online-marketing-glossar/unternehmenskommunikation/>
- Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden
<https://blog.hubspot.de/marketing/unternehmenskommunikation>
- Gute Unternehmenskommunikation – intern und extern
<https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/aussenauftritt/unternehmenskommunikation/>
- Definition der Unternehmenskommunikation: Was Sie wissen müssen
<https://www.getguru.com/de/reference/what-is-corporate-communication-definition>

DISCLAIMER

Die Internationale Donauakademie haftet nicht für Schäden, die von anderen Personen, dem Teilnehmer oder durch den Teilnehmer anderen Personen verursacht werden. Die Teilnahme an den Kursen erfolgt diesbezüglich auf eigene Gefahr und Verantwortung. Außerdem wird die Haftung der Internationalen Donauakademie für Sach- und Vermögensschäden (ausgenommen Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit) und für Personenschäden (ausgenommen Vorsatz und Fahrlässigkeit), die im Zusammenhang mit der Tätigkeit der Internationalen Donauakademie entstehen oder durch einen ihrer Mitarbeitenden verursacht wurden, ausgeschlossen.

Der vorliegende Foliensatz wurde mit bestem Wissen und Gewissen erstellt. Die Autor*innen übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen.

DOWNLOAD UND VERWENDUNG VON BILDERN

CC0: Alle zum Download bereitgestellten Bilder auf Pixabay sind gemeinfrei (Public Domain) entsprechend der Verzichtserklärung Creative Commons CC0. Soweit gesetzlich möglich, wurden von den Bildautoren sämtliche Urheber- und verwandten Rechte an den Bildern abgetreten. Die Bilder unterliegen damit keinem Kopierrecht und können - verändert oder unverändert - kostenlos für kommerzielle und nicht kommerzielle Anwendungen in digitaler oder gedruckter Form ohne Bildnachweis verwendet werden. Dennoch wissen wir einen freiwilligen Link auf die Quelle Pixabay sehr zu schätzen.

http://pixabay.com/de/service/terms/#download_terms

Urheberrechte; Seminarunterlagen dürfen (nur in der zur Verfügung gestellten Form; also mit Vermerk des Copyrights) für die eigene Nutzung verwendet werden. Alle Rechte der Veranstaltungsunterlagen bleiben bei der Internationalen Donauakademie. Sie dürfen weder reproduziert, gescannt, elektronisch gespeichert, vervielfältigt, verbreitet oder zu öffentlichen Wiedergaben genutzt werden. Mit dem Hochladen von eigenen Texten, Audiodateien, Bildern und Videos überträgt ein Teilnehmer das kostenlose Werknutzungsrecht an diesen Materialien an die Internationale Donauakademie, die sich das Recht vorbehält, diese Texte, Bild-, Ton- und Videoaufnahmen zu veröffentlichen oder für eigene Werbezwecke zu verwenden.