



SRH Hochschule
Heidelberg

Personal & Organisation

Vertiefung I

4. Veranstaltung

Fallstudie 1 – Communicatio AG

SRH Hochschule Heidelberg

Staatlich anerkannte Hochschule der SRH

Prof. Dr. Janicke Kirksaeter



Bearbeitungshinweise



- Die Fallschilderung bezieht sich auf ein Schweizer Unternehmen. Deswegen kann es vorkommen, dass nicht geläufige Wörter verwendet werden.
- Die Fallschilderung stammt aus den neunziger Jahren. Dieser scheinbare Mangel an Aktualität muss uns nicht kümmern, denn hier handelt es sich um eine typische Problemstellung, die hinsichtlich der wesentlichen Aspekte ebenso gestern hätte passieren können.
- Bitte ignorieren Sie die Präliminarien der Fallstudie (Kapitel 1 und 2); steigen Sie direkt mit dem Falltext ein.
- Um Zeit zu sparen und Missverständnisse zu vermeiden, empfiehlt es sich, vor Bearbeitung den Falltext zwei mal zu lesen. Beim ersten mal zum Verstehen der Zusammenhänge, und beim zweiten mal zum Markieren wichtiger Textstellen und dem Hinzufügen von Notizen.
- Die im Anschluss an den Falltext vorgesehenen Fragen werden nur selektiv im Kurs behandelt; Vorrang haben die hier formulierten Fragen.

1. Bitte fassen Sie die „hard facts“ des Falles auf ca. einer A-4 Seite zusammen. Visualisieren Sie auf einem Zeitstrahl die wesentlichen Ereignisse / Abschnitte der geschilderten Entwicklung.
2. Als sog. Operative Geschäftseinheiten des Telekommunikationsunternehmens sind „Technik / Logistik“, „Netze“ und „International“ genannt. – Welche Art von Marktaufgaben werden dort jeweils wahrgenommen? Stützen Sie Ihre Vermutungen durch eine Recherche.
3. Was halten Sie von den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung (S. 170 unten), und wie sind sie zu interpretieren? Kommentieren Sie!

- 4) Die Unternehmenskultur-“Charta“ auf S. 173 umfasst fünf Punkte ... „und stellt den Masstab dar, an dem die erzielten Fortschritte zu messen sein werden.“ Bitte beantworten Sie für jeden Punkt: a) für wie realistisch halten Sie das, b) woran wäre die Erfüllung auf der Handlungsebene erkennbar, und c) welche Massnahmen schlagen Sie zur Umsetzung vor?
- 5) Das den Change Prozess flankierende Kommunikationskonzept scheint recht umfangreich zu sein. A) Kommentieren Sie die genannten Massnahmen (z.B. nach den Kriterien Ziel / Zielgruppe / Inhalt, vermuteter Aufwand und Wirksamkeit, etc.). B) Sehen Sie zusätzliche / alternative Massnahmen?
- 6) Bitte beantworten Sie Frage 1 aus dem Falltext!