

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	1
I. Corporate Identity und Unternehmensidentität in der aktuellen Diskussion	1
II. Allgemeine Problemstellung und Gang der Unter- suchung	6
III. Thesen zur Identitätsproblematik	10
1. Thesen zu den Hintergründen der Identitäts- problematik	10
2. Thesen zu den spezifischen Identitätsproble- men von Banken	13
B. Konstruktive Kritik bestehender theoretischer Ansätze zu Unternehmensidentität und Corporate Identity	23
I. Synoptische Darstellung des Standes der Literatur	23
II. Begriffliche Grundlegung zur Fundierung von theoretischer Analyse und Konstruktion	36
1. Methodische Vorbemerkungen	36
2. Identität und Unternehmensidentität	39
2.1 Unternehmenspersönlichkeit	42
2.2 Gruppenidentität und Unternehmenskultur	45
3. Corporate Identity	47
4. Identitätspolitik	52
III. Ziele der Identitätspolitik	54
1. Allgemeine und bankspezifische Diskussion von Unternehmenszielen	54

1.1 Allgemeine betriebswirtschaftliche Diskussion von Unternehmenszielen	54
1.2 Bankspezifische Diskussion von Unternehmenszielen unter Sach- und Formalzielaspekten	56
2. Einordnung identitätspolitischer Ziele in die Sachzieldiskussion	57
3. Differenzierung identitätspolitischer Ziele	59
IV. Instrumentarium der Identitätspolitik	64
1. Unternehmensverhalten, Unternehmenskommunikation und Unternehmenserscheinungsbild als Instrumente der Identitätspolitik	64
2. Strukturierung identitätspolitischer Instrumente nach den Zielbereichen	67
V. Wirkungen und Probleme der Identitätspolitik	72
1. Diskussion der Ist-Analyse mit den Wirkungsfaktoren Sensibilisierung, Explikation, Interpretation und Aufklärung	75
2. Diskussion der Soll-Formulierung mit den Wirkungsfaktoren Selektion und Erstellung eines Leitbildes	85
3. Diskussion des Soll-Ist-Vergleiches und der Kontrolle mit den Wirkungsfaktoren Problembewußtsein, Orientierung, Disziplinierung und Neuorientierung	96
4. Diskussion der Implementierung mit den Wirkungsfaktoren Komplexitätsreduktion, Meinungsänderung und Imagebildung	104
5. Diskussion der Ganzheitlichkeit als Wirkungsfaktor der Identitätspolitik	114
VI. Identitätspolitik zusammengefaßt als Prozeß	119

C. Empirische Analyse und Ansätze einer Konstruktion von Identitätspolitik am Fallbeispiel Hypo-Bank	122
I. Einführung	122
II. Analyse der Hintergründe identitätspolitischer Arbeit und der verwendeten Begriffe mit identitätspolitischem Charakter	125
1. Hintergründe identitätspolitischer Arbeit	125
2. Analyse der Begriffe mit identitätspolitischem Charakter	133
III. Analyse der Unternehmensziele mit identitätspolitischem Charakter	142
1. Darstellung der relevanten Unternehmensziele	144
2. Kritische Analyse der relevanten Unternehmensziele aus identitätspolitischer Sicht	149
IV. Analyse der Instrumente, Wirkungen und Probleme in bezug auf die identitätspolitischen Teilbereiche	155
1. Analyse des Bereiches der Ist-Situation der Unternehmensidentität	155
2. Analyse des Bereiches der Soll-Formulierung der Unternehmensidentität	170
3. Analyse des Bereiches Soll-Ist-Vergleich und Kontrolle	175
4. Analyse des Bereiches der Implementierung	179
5. Analyse des Bereiches der Ganzheitlichkeit	189
V. Zusammenfassung der kritischen Analyse und Gestaltungsempfehlungen für eine organisatorische Identitätspolitik der Hypo-Bank	192
 Literaturverzeichnis	 207

Abbildungs- und übersichtsverzeichnis

Abb. 1	Abriß potentieller Gründe und Kausalitäten für die Behandlung der Identitätsproblematik in der BWL	12
Abb. 2	Literaturportfolio zum Themenbereich	35
Abb. 3	Zielpyramide der Identitätspolitik	58
Abb. 4	Differenzierter Zielkomplex der Identitätspolitik	60
Abb. 5	Instrumentarium der Identitätspolitik	65
Abb. 6	Schema der CI-Transmissionsfaktoren und -mechanismen	70
Abb. 7	Schema identitätspolitischer Wirkungsmechanismen	73
Abb. 8	Schema der Objektivitätsbarrieren einer wissenschaftlichen Ist-Analyse der Unternehmensidentität	79
Abb. 9	Der menschliche Erkenntniszirkel	81
Abb. 10	Hierarchie zunehmend komplexer Systeme	102
Abb. 11	Identitätspolitik als Prozeß	121
Abb. 12	Schematisches Konzept der Unternehmensführung und Unternehmenspolitik der Hypo-Bank	145
Abb. 13	Identitätspolitische Implementierungsmatrix der Hypo-Bank	180
Übersicht 1:	Schema (idealtypisch separierter) Wirkungsfaktoren und Problemansatzpunkte von Identitätspolitik	74
Übersicht 2:	Anforderungen des gesellschaftlichen Umfeldes an die Hypo-Bank	147
Übersicht 3:	Werte, die den Unternehmensgrundsätzen der Hypo-Bank zugrunde liegen	148