

# Inhaltsverzeichnis

Aus dem Vorwort zur 1. Auflage .....	9
Vorwort zur 2. Auflage .....	9
Vorwort zur 11. Auflage .....	10
M. M. STADLER/HANS JOACHIM FUNCK	

## Teil I

### Corporate Identity-Grundlagen

KLAUS BIRKIGT/MARINUS M. STADLER

Corporate Identity als unternehmerische Aufgabe. ....	13
● Corporate Identity und Unternehmensentwicklung. ....	15
● Die Struktur der Corporate Identity .....	18
Unternehmenspersönlichkeit .....	19
Unternehmensverhalten .....	20
Unternehmenserscheinungsbild .....	21
Unternehmenskommunikation. ....	21
● Corporate Identity und Corporate Image .....	23
<b>Corporate Identity in Wissenschaft und Praxis</b> .....	25
● Wissenschaft .....	27
Imageforschung. ....	27
Unternehmensforschung und Management-Wissenschaft .....	28
Organisations- und Industrie-Soziologie .....	29
Wirtschaftswissenschaften .....	30
● Fach-Publizistik .....	32
● Wirtschaftspraxis .....	33
Traditionale Periode .....	33
Markentechnische Periode .....	34
Design-Periode. ....	35
Strategische Periode .....	35
<b>Corporate Identity als Führungsinstrument</b> .....	37
● Das Unternehmen und seine Handlungsparameter. ....	39
● Corporate Identity interpretiert die Zwecksetzung des Unternehmens .....	39
● Corporate Identity ist Leitlinie für das Zielsystem des Unternehmens .....	40
● Corporate Identity ist Basis für die Integration der Systemglieder. ....	41
● Corporate Identity steuert die Interaktion innen und außen .....	42
<b>Corporate Identity als Instrument der Unternehmenspolitik</b> .....	45
● Die Leitstrategie des Unternehmens .....	47
● Aufgabenbereiche und Schwerpunkte der Corporate Identity .....	47

● Kernelemente der Corporate Identity: Sicherheit und Vertrauen .....	48
● Abhängigkeit der Corporate Identity vom Anwendungsbereich .....	49
<b>Voraussetzungen für Corporate Identity .....</b>	<b>53</b>
● Die Unternehmenseinstellung .....	55
● Ist-Analyse .....	55
● Wirkungen .....	57
● Zusammenfassende Statements .....	59
<b>Literatur .....</b>	<b>60</b>

<b>Teil II</b>	
<b>Corporate Identity – Funktionen</b>	
● Unternehmensidentität, Unternehmenspolitik und öffentliche Meinung .....	65
WALTER TRUX	
● Corporate Identity – psychologisch betrachtet .....	75
GERT GUTJAHR	
● Finanzmanagement und Corporate Identity .....	95
JÜRGEN KÖSTER	
● Corporate Identity – Analyse und Therapie .....	109
GERT GUTJAHR	
● Corporate Identity und betriebliche Personalpolitik .....	125
GERHARD BARTELS	
● Corporate Identity in der Partnerschaftsbeziehung zu den Absatzmittlern .....	145
GUIDO SANDLER	
● Corporate Identity und Marketing-Identitäten .....	159
HANS DIETER MAIER	
● Produktdesign, Produkt-Identität, Corporate Identity .....	181
WOLFGANG SARASIN	
● Das visuelle Erscheinungsbild der Corporate Identity .....	191
ANTON STANKOWSKI	
● Scheitern als Chance – Corporate Identity in der digitalen Wirtschaft .....	207
PETER FRIEDRICH STEPHAN	

<b>Teil III</b>	
<b>Corporate Identity – Spezialaspekte</b>	
● Corporate Identity als Erfolgsfaktor in Franchise-Systemen und Verbundgruppen .....	227
HUBERTUS BOEHM	
● Anthropologische Aspekte der Corporate Identity auf Basis der Hirnforschung .....	239
ROLF W. SCHIRM	

● Psychologische und symbolische Aspekte der Corporate Identity: Das Unternehmen als Persönlichkeit und Idee. ....	251
HEINER ERKE	
● Strukturelemente der visuellen Erscheinung von Corporate Identity .....	281
GERT M. MAYR-KEBER	
● Identitätskrisen Zur Pathologie des Gesichtsverlusts. ....	319
JÜRGEN KÖSTER	

## Teil IV

### Corporate Identity – Fallbeispiele

● ABB. ....	329
PETER GREINER	
● Deutsche Telekom AG .....	351
JÜRGEN KINDERVATER UND JÜRGEN HÄUSLER	
● FOCUS .....	371
CAROLIN GLENZ	
● Haniel .....	381
JUTTA STOLLE	
● C. JOSEF LAMY GMBH. ....	393
WOLFGANG WEBER	
● LICHER PRIVATBRAUEREI .....	405
JÖRG PETER	
● LUFTHANSA .....	421
LUFTHANSA MARKETING KOMMUNIKATION	
● MEISSEN .....	451
TORSTEN BREMER	
● VIESSMANN .....	459
KARL DUSCHEK	
● ZDF .....	475
DIETER STOLTE	

## Teil V

### Corporate Identity – Erfahrungen und Vorgehensweise

● Corporate Identity – Nützliche Erkenntnisse aus der Praxis .....	487
PROJEKTGRUPPE „CORPORATE IDENTITY“ DES DEUTSCHEN KOMMUNIKATIONS- VERBANDES BDW E.V.	
● Planung und Durchführung von CI-Projekten: Vorgehensweise und Checkliste .....	497
WOLFGANG SARASIN	
● Identitätsentwicklung als Konzept, Prozess und Arbeit. ....	513
JÜRGEN HÄUSLER UND JÖRG ZINTZMEYER	

## Teil VI

### Verzeichnisse

● Autorenverzeichnis .....	527
● Stichwortverzeichnis .....	531