

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Wie macht man Corporate Identity?	13
Was ist ein integratives CI-Management?.....	13
• Corporate-Identity-Ansätze	13
• Nutzen und Notwendigkeit von CI.....	16
• Akzeptanzbildung.....	19
• Zur Ausgangslage für CI-Entwicklungen.....	26
• Aufbau einer CI-Konzeption.....	32
• CI als ganzheitlicher Identitäts-Prozess.....	36
Wie entwickelt man ein CI-Konzept?	39
• Das CI-Team	40
• Die AMC-Strategie	41
• Die Spinnenanalyse (Ist- und Soll-Analysen)	44
• Die Kraftfeldanalyse	49
• Widerstände gegen CI	53
• Die Raster-Analyse	55
• Praxistipp für einen integrativen CI-Prozess	62
Was bedeutet CI als ganzheitliche Denkweise?	62
• CI als ganzheitliche Denkweise für die Zukunft	62
• Unternehmenskultur oder Unkultur?	66
• Glaubwürdigkeit.....	75
• Was ist Corporate Identity?	77
• Identität? Identität!	79
• Praxistipp für eine integrative CI-Denkweise	85
Attraktivität: der Schlüssel zum Erfolg? (Horn)	86
• Zwischen Inszenierung und Wirklichkeit.....	86
• Leistung macht attraktiv.....	87
• Erkennen, verstehen und handeln.....	88
• Die Boten der Identität: Ästhetik und Stil	89
• Der „gute Eindruck“.....	91
• Design: Missverständnis oder Erfolgsfaktor?.....	92
• Fragen zum praktischen Vorgehen.....	95
Wie sorgt man für das richtige und motivierte Verhalten?	99
Corporate-Behavior-Konzeption	99
• CI-orientierte Mitarbeiterführung.....	101
• Kompetenzkatalog für Führungskräfte.....	105
• Personalführung als komplexer Prozess.....	111
• Innovatives Leitungsmanagement.....	112

• Motivationsmanagement	115
• Verhaltensgrundsätze	118
• Teamentwicklung	120
• Praxistipp für die Verhaltensentwicklung	126
Neues Denken in neuen Strukturen (Hübner)	127
• Der CI-Prozess in der Pestalozzi-Stiftung	127
• Das Leitbild	131
• Die Verhaltensgrundsätze	133
• Die Führungsleitlinien	135
• Das Zielvereinbarungssystem	136
Gemeinsame Veränderungen (Hertlein)	138
• Der CI-Prozess in der blista	138
• Gemeinsame Ergebnisse	140
• blista Leitbild	141
• Führungsgrundsätze	142
CI in der Personalauswahl (Sasse)	143
• Bewusste Personalauswahl mit CI	143
• Auswahlverfahren gemäß CI	146
• Praxistipp zur Personalauswahl	150
Wie baut man die Kommunikation und das Marketing auf?	151
Corporate-Communication-Konzeption	151
• Kommunikation nach innen und außen	154
• Aufbau einer CC-Konzeption	156
• Ziele der Öffentlichkeitsarbeit	157
• Mitarbeiterführung als Basis	163
CI-Marketing für ein erfolgreiches Verkaufen	164
• Benchmarking: durch Vergleich zum Profi	165
• Verhalten zum Kunden	168
Positionierung im Markt: Corporate Branding	172
• Identität = Branding = Profilierung	174
• Unterscheidung der begrifflichen Vielfalt	176
• Praxistipp für Corporate Communication	178
Das Kommunikationskonzept (Martin)	179
• Zu den Grundlagen für Konzepte	180
• Am Schluss nicht den Anfang vergessen	183
• Zur Entwicklung von Konzepten	184
• Positionierung und Kommunikationskonzept	187
• Zur Bewertung von Konzepten	192
Wie gestaltet man das Erscheinungsbild?	195
Corporate-Design-Konzeption	195
• Aufbau einer Imageanalyse	198
• Entwicklung von Gestaltungsgrundsätzen	199

• Das Wort-Bild-Zeichen	201
• Anwendung des CD-Konzeptes	204
• Praxistipps für das Corporate Design	206
Von der CI zum Corporate Design (Rohn).....	206
• Inhalte werden zu Bildern	207
• Corporate-Design-Programm	209
• Entwurf einer Unternehmensmarke.....	211
• Implementierung von Corporate Design	212
• Agenturauswahl.....	214
Wie kann man den Identitätsprozess in Gang halten?.....	215
Zukunftsgestaltung	215
• Veränderungsmanagement durch CI?	216
Veränderungsmanagement	222
• Verändern – aber wie?.....	222
• Grundelemente der Veränderung	223
• Idealtypische Verhinderer	225
• Konfliktmanagement	227
• Veränderungsprozesse.....	231
• Veränderungen brauchen Strukturen.....	232
• Stressmanagement.....	233
• Um-Denken: Regeln zum Stressabbau.....	235
• Selbstcontrolling als lernende Organisation.....	240
• CI-Check als Praxistipp.....	248
Identität ist keine Uniform (Geberzahn)	252
• Identität als Konstruktion	252
• Sinnsuche durch Identität	255
• CI ist Verantwortung.....	260
• Praxistipps	262
Anhang.....	263
Literaturverzeichnis zum Thema Corporate Identity.....	263
Stichwortverzeichnis	266
Der Autor	270