

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Zielsetzung und Forschungsfrage	3
1.2	Struktur der Forschungsarbeit	4
<b>2</b>	<b>Theoretischer Rahmen</b>	<b>7</b>
2.1	Corporate Identity	7
2.1.1	Definition und Struktur	7
2.1.2	Zusammenwirken der Corporate Identity im Unternehmen	11
2.1.3	Corporate Image: Die Außenwahrnehmung des Unternehmens	12
2.1.4	Corporate Identity als Leitstrategie	13
2.2	Nonverbale Kommunikation	13
2.2.1	Definition und Ausdrucksformen	13
2.2.2	Systeme der nonverbalen Kommunikation	15
2.2.3	Proxemik und Chronemik	16
2.2.4	Persuasive Natur der nonverbalen Kommunikation	20
2.2.5	Nonverbale und verbale Kommunikation auf einer Ebene	21
2.2.6	Evaluation der nonverbalen Kommunikation	22
2.3	Protokoll	23
2.3.1	Definition und Abgrenzung	23
2.3.2	Wesen und Grundsätze des Protokolls	27
2.3.3	Protokoll auf der Kommunikationsebene	30

---

2.3.4	Strategische Ausrichtung des Protokolls .....	34
2.3.5	Operative Ausrichtung des Protokolls .....	37
2.4	Protokoll im Unternehmensbereich .....	49
2.4.1	Konzept und Einbindung in die Corporate Identity .....	49
2.4.2	Unternehmensprotokoll und Corporate Diplomacy .....	50
2.4.3	Mehrwert des Protokolls in der Wirtschaftsbranche .....	51
2.4.4	Protokollarische Rangfolge der Corporate Symbole .....	51
2.4.5	Der Arbeitskreis Unternehmensprotokoll (AKUP) .....	52
2.5	Aufbau und Strukturierung der Haupt- und Unterhypothesen ...	52
<b>3</b>	<b>Methodik</b> .....	<b>57</b>
3.1	Forschungsdesign .....	57
3.1.1	Methodenauswahl der Datenerhebung und -auswertung .....	58
3.2	Methodisches Vorgehen .....	64
3.2.1	Struktur und Inhalt des Leitfadens für die Expert*inneninterviews .....	64
3.2.2	Stichprobenziehung und Zeitraum der Datenerhebung .....	66
3.2.3	Bildung des Kategoriensystems und Auswertungsverfahren .....	68
3.2.4	Erfüllung der Gütekriterien .....	71
<b>4</b>	<b>Ergebnisse</b> .....	<b>73</b>
<b>5</b>	<b>Diskussion</b> .....	<b>85</b>
5.1	Protokoll als Kommunikationsprozess im Unternehmen .....	85
5.2	Nonverbale Kommunikation: Der Ausgangspunkt des Protokolls .....	93
5.3	Operative und strategische Funktionen des Unternehmensprotokolls im Bereich der Corporate Communication .....	100
5.4	Protokoll als Mittel zur Förderung des Selbstbildes und des Corporate Images des Unternehmens .....	103
5.5	Zeitgemäße und zukünftige Herausforderungen des Unternehmensprotokolls .....	106
<b>6</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>109</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>113</b>