

Inhalt

Vorwort

7

I Grundlagen und Aufgabenfelder der Veränderungskommunikation

1 Strategien der Veränderungskommunikation <i>Jörg Pfannenberg</i>	11
2 Phasen der Veränderungskommunikation <i>Jörg Pfannenberg</i>	21
3 Issue Management in Veränderungsprozessen <i>Jessica Voß</i>	31
4 Veränderung der Markenstrukturen <i>Arne Borgards</i>	44
5 Die Medien der Veränderungskommunikation: Neue Chancen und Risiken durch das Web 2.0 <i>Jan Christopher Tesch und Jörg Pfannenberg</i>	53
6 Führung in Veränderungsprozessen <i>Andreas Voß</i>	71
7 Organisation in Veränderungsprojekten <i>Denise Schmalstieg</i>	82

II Typische Veränderungsprojekte in Unternehmen

Jörg Pfannenberg und Markus Müller

1 Mergers & Acquisitions	93
2 Spin-off	104
3 Übernahme durch Private-Equity-Investoren	110
4 Neuausrichtung der Unternehmensstrategie	116
5 Internationalisierung	121
6 Kundenorientierungsprogramme	130
7 Business Model Redesign	135
8 Restrukturierung	141

III Best-Practice-Beispiele

1 Mergers & Acquisitions und Neupositionierung ANZAG – Integration in Alliance Boots Group <i>Thomas Graf und Boris Bolwin</i>	147
2 Mergers & Acquisitions BASF SE – Integration von Cognis <i>Anna-Maria Diefenthal/Tanja Molitor/Kristina Winzen</i>	159
3 Strategie und Unternehmenskultur Henkel – „Winning Culture“ ermöglicht überdurchschnittlichen Erfolg <i>Martin Roos</i>	169
4 Merger & Acquisitions MSD – ein neuer Pharma-Marktführer geht an den Start <i>Kurt Leidner und Jörg Pfannenberg</i>	184
5 Neuausrichtung/Kundenorientierung SMS Meer – Meerwerte: Kundennutzen im Mittelpunkt <i>Peter Heimerzheim und Andreas Voß</i>	194
6 Spin-off/Mergers & Acquisitions Styrolution – die Entstehung eines Weltmarktführers <i>Christine Schönenfelder und Arne Borgards</i>	204
7 Neuausrichtung der Unternehmensstrategie Union Investment – Implementierung des neuen Unternehmensleitbilds <i>Ingo Heinz und Anke Bihm</i>	218
Literatur	229
Die Autoren	237