

Die Story

Vorwort des Verlegers

1. Momentaufnahmen

Ein Gastbeitrag von Gerhard Spengler

Am Ort des Geschehens	10
Platz-Angst	11
Hirn und Hände der Fabrik	12
Neue Lagerordnung	13
Verfügungsraum	14
Kleine Zeichen und Symbole	15

2. Marke und Veränderung

Neue Ziele setzen	18
Vier Handlungsfelder	19
Den Wandel gemeinsam angehen	20
Das Leitbild entwickeln	21
Schwankende Stimmungslage	23
Barrieren überwinden	25

3. Eine Marke ist eine Marke ist eine Marke

Die Markenstrategie	27
Identität schaffen	31
Die Führungs-Rolle	32

4. Instrumente zur Umsetzung	
Spezielle Markenstrategie	35
Interne Kommunikation	36
Externe Kommunikation	41
Die Roadmap	43
Das Einfache ist Zeichen der Wahrheit	44
Vollversammlung	46
Wegmarken am Markenweg	50
Unsere Vision	50
Unsere Strategie	51
Unsere Marke	52
Unsere Kultur	53
Literatur	54
Herausgeber und Autoren: Die Porträts	55
Bibliografische Angaben und Impressum	56