

Wally Olins

Corporate Identity

Strategie und Gestaltung

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 7

1

Die Erfindung einer Tradition 11

2

Die Suche des Unternehmens nach Identität 27

3

Visueller Stil 47

4

Unternehmensstruktur 77

5

Unternehmensstrategie 131

6

Ein Corporate Identity-Programm entsteht —
die erste Phase 147

7

Ein Corporate Identity-Programm entsteht —
das Management des Wandels 165

8

Das Corporate Identity-Programm in der Praxis 177

9

Corporate Identity und die Zukunft 201

Ausgewählte Bibliographie 216

Danksagung 218

Bildnachweis 218

Register 221