

Inhalt

Vorwort	7
Einführung	11
<i>Wolf Lotter</i>	
TEIL 1	
Grundlegendes zu Internal Branding	17
Innen beginnen: Von der internen Kommunikation zum Internal Branding	19
<i>Holger J. Schmidt und Karin Krobath</i>	
Markenorientierte Kommunikation – Von der Markenpositionierung bis zur Wertevermittlung	31
<i>Axel Ebert und Ralf Tometschek</i>	
Markenorientierte Führung und Personalmanagement	47
<i>Sonja A. Sackmann</i>	
Internal Branding als Instrument des Change Management	61
<i>Holger J. Schmidt und Diane Pfaff</i>	
TEIL 2	
Methoden und Tools im Internal Branding	75
Mit LEGO® SERIOUS PLAY™ Verständnis und Vorstellungskraft für Markenwerte schaffen	77
<i>Karin Krobath und Andreas Jernej</i>	
Learning Maps – Ein Instrument zur Beteiligung der Mitarbeiter in Veränderungsprojekten bei EADS Raumfahrt	89
<i>Siegfried Monser</i>	
Wording als Instrument des Internal Branding am Beispiel PRISMA Kreditversicherung	99
<i>Karin Krobath und Melitta Schabauer</i>	
Mit Storytelling Kundenorientierung in die Wirtschaftskammern Österreichs bringen	117
<i>Irmgard Zirkler und Ralf Tometschek</i>	

Internal Branding und Intranets	133
<i>Stephan Schillerwein</i>	
Corporate Heritage – Das ideelle Unternehmenserbe als zentrales Element des Internal Branding	149
<i>Johannes Angerer und Irmgard Zirkler</i>	
TEIL 3	
Fallbeispiele aus Unternehmen	163
Henkel – A Brand like a Friend: Emotionalisierung einer Unternehmensmarke	165
<i>Sabine Schauer</i>	
Internal & Employer Branding im Tourismus – Hotel Hochschober und das „Goldene Beziehungsdreieck“	175
<i>Cathrine Grumbach-Palme, Karin Leeb und Irmgard Zirkler</i>	
OMV Driving Values.	189
<i>Liselotte Dottolo, Heinz Jarmai, Christoph Meixner und Armin Teichert</i>	
Atlas Copco: Employer Branding als schwedischer Konzern von China bis in die USA.....	209
<i>Daniela Keuschnig</i>	
Verzeichnis der Autoren	221
Die Herausgeber	224