

# Inhalt

Vorwort	7
<b>I Grundlagen und Aufgabenfelder der Veränderungskommunikation</b>	
1 Strategien der Veränderungskommunikation <i>Jörg Pfannenber</i>	11
2 Phasen der Veränderungskommunikation <i>Jörg Pfannenber</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 Pfannenber</i>	53
6 Führung in Veränderungsprozessen <i>Andreas Voß</i>	71
7 Organisation in Veränderungsprojekten <i>Denise Schmalstieg</i>	82
<b>II Typische Veränderungsprojekte in Unternehmen</b> <i>Jörg Pfannenber und Markus Müller</i>	
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 Pfannenber</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 Schönfelder und Arne Borgards</i>	204
7	Neuausrichtung der Unternehmensstrategie Union Investment – Implementierung des neuen Unternehmensleitbilds <i>Ingo Heinz und Anke Bihn</i>	218
	Literatur	229
	Die Autoren	237