

Katrin Gutjahr

Überlegungen zur Entwicklung einer Corporate Identity für das Diakonische Werk

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1997 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832413781

Katrin Gutjahr

**Überlegungen zur Entwicklung einer Corporate Identity
für das Diakonische Werk**

Katrin Gutjahr

Überlegungen zur Entwicklung einer Corporate Identity für das Diakonische Werk

Diplomarbeit
an der Hochschule Zittau/Görlitz (FH), Standort Görlitz
Mai 1997 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 1378

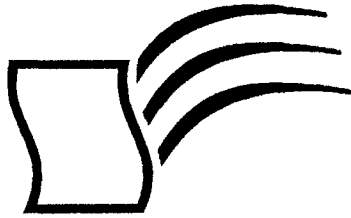
Gutjahr, Katrin: Überlegungen zur Entwicklung einer Corporate Identity für das Diakonische Werk / Katrin Gutjahr - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Görlitz, Fachhochschule, Diplom, 1997

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
0 Einführung	1
1 Die Geschichte des Diakonischen Werkes der EKD e.V.	3
1.1 Die Entwicklung der Inneren Mission zum Diakonischen Werk der EKD e.V.	3
1.2 Geschichte der organisierten Diakonie	4
1.3 Struktur und Aufgaben des Diakonischen Werkes	7
2 Das Selbstverständnis der Diakonie damals und heute	10
2.1 Jesu Vorbild: Ursprung aller Diakonie	10
2.2 Die Ideen des Johann Hinrich Wichern	11
2.3 Die Diakonie heute	12
2.3.1 Diakonie und Theologie	13
2.3.2 Diakonie und Kirche	14
2.3.3 Diakonie und Gesellschaft	15
2.4 Zusammenfassende Überlegungen	18
3 Die heutige Situation der Freien Wohlfahrtspflege	19
3.1 Die Freie Wohlfahrtspflege im Spiegel der Öffentlichkeit	19
3.2 Zur Situation der Freien Wohlfahrtspflege	24
3.3 Das Diakonische Werk	27
3.3.1 Diakonisches Werk und Staat	27
3.3.2 Diakonie als Unternehmen	28
3.3.3 Diakonie im Sozialstaat	30
3.4 Zusammenfassende Überlegungen	31
4 Grundlagen der Corporate Identity	33
4.1 Entwicklung des Begriffes Corporate Identity	34
4.2 Bausteine der Corporate Identity	35

4.2.1	Corporate Philosophy	35
4.2.2	Corporate Behaviour	36
4.2.3	Corporate Communications	37
4.2.4	Corporate Design	38
4.3	Identität und Identitätsbrüche	39
4.4	Organisationskultur	40
4.5	Corporate Identity - ein Prozeß	41
4.6	Die Phasen des Prozesses	43
4.7	Zusammenfassende Überlegungen	46
5	Corporate Identity und soziale Institutionen	47
5.1	Non-Profit-Organisationen und Unternehmen der Freien Wirtschaft	47
5.2	Corporate Identity und soziale Unternehmen	50
5.3	Entwicklung eines Leitbildes	52
5.3.1	Definition des Begriffes „Leitbild“	53
5.3.2	Inhalt und Entwicklung eines Leitbildes	55
5.4	Zusammenfassende Überlegungen	58
6	Entwicklung einer Corporate Identity für das Diakonische Werk	59
6.1	MitarbeiterInnen im Diakonischen Werk	59
6.1.1	MitarbeiterInnen heute	58
6.1.2	Anforderungen an MitarbeiterInnen	61
6.2	Ein Leitbild für die Diakonie	62
6.2.1	Zeitraum	64
6.2.2	Inhalt und Bedeutung des Leitbildes	65
6.3	Bausteine für eine Corporate Identity	68
6.4	Zusammenfassende Überlegungen	70
7	Resümee	72
	Literaturverzeichnis	74

14 ABBILDUNGSVERZEICHNIS14-133

15 TABELLENVERZEICHNIS15-135