Henrik Johannsen

Corporate Design und Systemtheorie

Über die existentielle Rolle von Design für Organisationen und Unternehmen

Diplomarbeit

Diplom.de

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 Verlages. 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 © 2003 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832480790

http://www.diplom.de/e-book/223307/corporate-design-und-systemtheorie

Henrik Johannsen

Corporate Design und Systemtheorie

Über die existentielle Rolle von Design für Organisationen und Unternehmen

Diplom.de

Henrik Johannsen

Corporate Design und Systemtheorie

Diplomarbeit
Fachhochschule Hannover
Abgabe November 2003

Diplom.de

Diplomica GmbH
Hermannstal 119k
22119 Hamburg

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

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 8079

ID 8079
Johannsen, Henrik: Corporate Design und Systemtheorie
Hamburg: Diplomica GmbH, 2004
Zugl.: Fachhochschule Hannover, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, 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.

Diplomica GmbH
http://www.diplom.de, Hamburg 2004
Printed in Germany

Inhalt:

01_Luxus Corporate Design 5

02_Unternehmensmetaphern und -analogien 8

0201_Kampf um Marktanteile 10

0202_Wie ineinander greifende Zahnräder 11

0203_Die Unternehmensperson 12

0204_Kommunikation und Design sind unterstützende Instrumente für ein Unternehmen 14

03_Unternehmen als soziales System 16

0301_Eine abstrakte Metapher für Unternehmen: Das System 16

0302_Systemtheoretische Sichtweise hilft, Komplexität adäquat zu erfassen 17

0303_Unternehmen als System besteht aus Beziehungen zwischen menschlichen Individuen 18

0304_Der Mensch ist ein semantisch geschlossenes System 19

0305_Direkte Informationsübertragung zwischen Menschen ist unmöglich 20

0306_Menschen interagieren und bilden so parallele Wirklichkeitsvorstellungen (Synreferenz) aus 21

0307_Interagieren Menschen in Bezug auf eine gemeinsame, parallelisierte Wirklichkeitsvorstellung, bilden sie ein soziales System 22

0308_Unternehmen sind offene Systeme 23

0309_Ein soziales System Unternehmen strebt nach Fortbestand und ist daher konservativ 23

0310_Veränderungen sind möglich, wenn sie auf Akzeptanz beruhen und erfolgversprechend sind 24

0311_Das System Unternehmen und seine Umwelt bedingen sich gegenseitig 25

0312_Erfolgreiche Kommunikation mit Umweltsystemen kann als übergeordnetes System „Marke“ gesehen werden 27

0313_Zusammenfassung der Eigenschaften eines Systems Unternehmen 28

04_Kommunikation in Unternehmen aus systemischer Sicht 30

0401_Kommunikation ist existentiell statt instrumentell 30

0402_Kommunikation ist Veränderung von Umwelt 31

0403_Wahrnehmung hängt von Unterscheidungsmerkmalen ab 32

0404_Das Kennen der Adressaten macht Kommunikationserfolg wahrscheinlicher 33

0405_Dialog als erfolgversprechende Kommunikationsform 33

05_Design im sozialen System Unternehmen 35

0501_Corporate Design als partnerschaftlicher Prozess ohne Zeitdruck 37

0502_Integrieren statt Imponieren 39

0503_Auf alle Sinne kommt es an 40

0504_Einfachheit ermöglicht Prägnanz 41

0505_Kommunikation über visuelle Kommunikation 42

0506_Design als sprachlicher Ausdruck 43

0507_Neue Präsentationsformen 44

06_Schlussbetrachtung 45

07_Literaturverzeichnis 47

Anlage: Präsentationsfolien 49