

## **Literatur**

Armbrecht, W./ Bohlken, A./ Lehnhardt, J.M. (o.J.): BMW Corporate Identity. o.O., o.J.

Achterhold, G. (1988): Corporate Identity. Wiesbaden, 1988

Antonoff, R. (1982): Corporate Identity. Frankfurt a. M., 1982

Antonoff, R. (1985): CI-Report 85. Frankfurt a. M., 1985

Antonoff, R. (1987): Die Identität des Unternehmens. Frankfurt a. M., 1987

Beckmann, J. (1984): Kognitive Dissonanz - Eine handlungstheoretische Perspektive. Berlin, Heidelberg, 1984

Berlinghof, H. (2003): Wirtschafts-Magazin, Nr.177, 2003, S.2, in: RNZ. Jg.59, 2003, Nr.214

Birkigt, K./ Stadler, M. M. (1985): Corporate Identity. 2.Auflage. Landsberg/Lech, 1985

Birkigt, K./ Stadler, M. M./ Funck, H.J. (1988): Corporate Identity. 4.Auflage. Landsberg/Lech, 1988

Birkigt, K./ Stadler, M. M./ Funck, H. J. (1998): Corporate Identity - Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. 9.Auflage. Landsberg/Lech, 1998

Birkigt, K./ Stadler, M. M./ Funck, H. J. (2000): Corporate Identity - Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele. 10.Auflage. Landsberg/Lech, 2000

Bliemel, F./ Fassot, G./ Theobald, A. (2000): Electronic Commerce - Herausforderungen, Anwendungen, Perspektiven. 3.Auflage, Wiesbaden, 2000

Boesch, E. E. (1960): Projektion und Symbol, in: Psychologische Rundschau. Jg.11 (1960), H.2. Göttingen, 1960

Conrady, R. (2002): Online-Marketing-Instrumente. Neuwied, 2002

Cornelsen, C. (1997): Das 1x1 des PR - Öffentlichkeitsarbeit leicht gemacht. 2.Auflage. Frankfurt, Berlin, München, 1997

Demuth, A. (1994), zitiert bei Rüßmann, K.H. (1994): Manager Magazin, Jg.24 (1994), H.4, S.88

Domizlaff, H. (1939): Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Hamburg, 1939

Domizlaff, H. (1951): Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. 2.Auflage. Hamburg, 1951

Domizlaff, H. (1982): Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Hamburg, 1982

Eberhardt, S. (1998): Wertorientierte Unternehmensführung - der modifizierte Stakeholder-Value-Ansatz. Wiesbaden, 1998

Eibl-Eibesfeld, I.: Die Biologie des menschlichen Verhaltens - Grundriß der Humantheologie. München, 1948

Ertel, S. (1981): Wahrnehmung und Gesellschaft - Prägnanztendenzen in Wahrnehmung und Bewusstsein, in: Semiotik, Jg.3 (1981), nach Eibl-Eibesfeld, I.: Die Biologie des menschlichen Verhaltens – Grundriß der Humantheologie. München, 1948

Fechner, G. T. (1976): Vorschule der Ästhetik. Jena, 1976

Feldmann, H. (1999): Ordnungstheoretische Aspekte der Institutionökonomik. Berlin, 1999

Festinger, L. (1957): A theory of cognitive dissonance. Evanston-Illinois, 1957, in:  
Beckmann, J. (1984): Kognitive Dissonanz - Eine handlungstheoretische Perspektive.  
Berlin, Heidelberg, 1984

Frieling, H. (1968): Gesetz der Farben. Göttingen, Zürich, Frankfurt, 1968

Glöckler, T. (1995): Strategische Erfolgspotentiale durch Corporate Identity.  
Wiesbaden, 1995

Gummerson, E. (1999): Total Relationship Marketing. Oxford, 1999

Heeg, T. (2003): Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Nr.44, 2003

Heinen, I. (1999): Internet - mit E-Commerce auf den Weg zum wirtschaftlichen Erfolg.  
Deutscher Internetkongress`99 in Karlsruhe. 1.Auflage. Heidelberg, 1999

Heller, E. (2001): Wie Farben wirken. 11.Auflage. Reinbeck bei Hamburg, 2001

Hofer, K. C./ Zimmermann, H. J./ Kranwetvogel, M. (2000): good webstrations.  
2.Auflage. München, 2000

Ives, B./ Learmonth, G. P. (1984): The Information system as a competitive weapon, in:  
Communication of the ACM. Jg.27 (1984), H.12

Jelinek, P. (1965): Die Psychologischen Grundlagen der Parfümerie. Heidelberg, 1965

Johannsen, U. (1971): Das Marken und Firmenimage - Theorie, Methodik, Praxis.  
Berlin, 1971

Jorgella, A./ Längin, S. (2001): Personalisierung - Garant für die Umsatzsteigerung?  
o.O., 2001

Jost, P. J. (2000): Ökonomische Organisationstheorie - Eine Einführung in die  
Grundlage. Wiesbaden, 2000

Kadinsky, W. (1913): Über das Geistige in der Kunst. München, 1913

Kauffels, F. J. (1998): E-Business - Methodisch und Erfolgreich in das E-Commerce Zeitalter. 1.Auflage. Bonn, 1998

Keller, I. G. (1984): „Braucht ihr Unternehmen CI?“, in: planung und analyse, Jg.9, 1984

Keller, I. G. (1987): Corporate Identity - Elemente und Wirkung. Diss. Universität Mannheim. Stuttgart, 1987

Keller, I. G. (1993): Das CI-Dilemma - Abschied von falschen Illusionen. 2.Auflage. Wiesbaden, 1993

Kiessling, W.F./ Spannagel, P. (2000): Corporate Identity - Unternehmensleitbild, Organisationskultur. 2.Auflage, Augsburg, 2000

Kneip, K. (1978a): Corporate Identity - Merksätze als Auszüge aus dem Grundsatzreferat. Hannover, 1978

Kneip, K (1978b): Management by Corporate Identity. Identitätsorientierte Unternehmensführung, in: BDW Deutscher Kommunikationsverband e.V. (Hrsg.): Corporate Identity. Herbst-Arbeitstage, 1978

Kneip, K. (1979): Corporate Identity: Managementaufgabe, in: asw. Jg.5 (1979), o.O. 1979

Köhler, T./ Best, R. B. (1998): Electronic Commerce - Konzipierung, Realisierung und Nutzung im Unternehmen. 2.Auflage, München, 1998

Körner, M. (1990): Corporate Identity und Unternehmenskultur - Ganzheitliche Strategie der Unternehmensführung. Stuttgart, 1990

Kreutzer, R./ Jugel, S./ Wiedmann, K. P. (1986): Unternehmensphilosophie und Corporate Identity. Mannheim, 1986

Kroeber-Riel, W. (1978): Bild schlägt Text in der Werbung - Ergebnisse der Imagery-Forschung, in: absatzwirtschaft, o.Jg. (1978), H.4, 1978

Kroeber-Riel, W./ Esch, F. R. (1994): Expertensysteme in der Werbung. München, 1994

Kuttner, B./ Wilkins, L./ Yarrow, P.R. (1952): Verbal attitudes and overt behaviour involving racial prejudice. Journal of Abnormal and social Psychology, 1952

Küthe, E./ Venn, A. (1996): Marketing mit Farben. Köln, 1996.

La Piere, R. T. (1934): Attitudes vs. actions - Social Forces. o.O., 1934

Lamprecht, S. (1996) : Marketing im Internet - Chancen, Konzepte und Perspektiven im World Wide Web. Freiburg, 1996

LaPiere, R..T (1934): Attitudes vs. Actions. Social Forces. New York, 1934

Liebchen, C. (2000): BMW Group on the Internet. Clickstream. München, 2000

Link, J. (1998): Wettbewerbsvorteile durch Online-Marketing. Berlin, Heidelberg, 1998

Lux, P. G. C. (1981): Corporate Identity hat Methodik, in : PR-Revue, Jg.12, 1981

Lux, P. G. C. (1985): Zur Durchführung von Corporate Identity Programmen, in: Birkigt, K./ Stadler, M. M./ Funck, H.J.: Corporate Identity. 2.Auflage. Landsberg/Lech, 1985

Lux, P. G. C. (1988), in: Birkigt, K./ Stadler, M.M./ Funck, H.J.: Corporate Identity. 2.Auflage. Landsberg/Lech, 1988

Lux, P. G. C. (1998), in: Birkigt, K./ Stadler, M.M./ Funck, H.J.: Corporate Identity. 9.Auflage. Landsberg/Lech, 1998

Machatschke, M. (2002): Manager Magazin. Jg.32 (2002), H.2, o.O., 2002

Machatschke, M. (2004): Manager Magazin. Jg.34 (2004), H.2, o.O., 2004

Maslow, A. (1954): Motivation and Personality. New York, 1954

Mattes, F. (1999): Electronic Business-to-Business - E-Commerce im Internet und EDI. Stuttgart, 1999

Meffert, H. (1998): Marketing-Management: Analyse, Strategie, Implementierung. Wiesbaden, 1998

Meyer, K. (1996): Internet und strategisches Umweltmanagement - Krisenabwehr durch Stakeholder orientierte Kommunikation. Wiesbaden, 1997

Mills, Z./ Prime, M. (1990): Are all menus the same? Human-Computer Interaction. Interact`90, Proceedings of the IFIP TC 13, 1990

Mörlenbruch, D./ Burghard, C./ Schmider, U.M. (2000): Corporate Identity, Corporate Image und integrierte Kommunikation als Problembereich des Marketing. Halle, 2000

Müller, M./ Zimmermann, E. (1999): Internet + Electronic Commerce. Stuttgart, 1999

Nakhaeizadeh, Gholamreza (1998): Data Mining - Theoretische Aspekte und Anwendungen, Heidelberg, 1998

Neumaier, M. (2000): Image Design. Wiesbaden, 2000

Paramòn, J. M. (1977): Farbe und Bild - Eine Farbenlehre zur Bildgestaltung. Göttingen, Zürich, 1977

Reinecke, W./ Gollub, W./ Schunk, C. (1997): Gesamtkommunikation - Konzeption und Fallbeispiele. 1.Auflage. Heidelberg, 1997

Riecker, J./ Schlote, S. (1996): Manager Magazin. Jg.26 (1996), H.6, o.O., 1996

Runte, M. (2000): Personalisierung im Internet - Individualisierte Angebote mit Collaborative Filtering. Kiel, 2000

Rüßmann, K. H. (1994): Manager Magazin. Jg.24 (1994), H.4, o.O., 1994

Sackmann, S. (1983): Organisationskultur - Die unsichtbare Einflußgröße, in: Gruppendynamik, Jg.1 (1983), o.O., 1983

Scheidegger, N. (2002): Kundenbindung im E-Commerce unter besonderer Berücksichtigung des Vertrauensaspektes. Bern, 2002

Schlote, S. (1998): Manager Magazin. Jg.28 (1998), H.2, o.O., 1998

Schneider, F. (1991): Corporate Identity orientierte Unternehmenspolitik. Heidelberg, 1991

Schneider, F./ Gerbert, P. (1999): E-Shopping - Erfolgsstrategien im Electronic Commerce: Marken schaffen - Shops gestalten - Kunden binden. Wiesbaden, 1999

Schubert, P./ Wölflle, R. (2000): E-Business erfolgreich planen und realisieren - Case studies von zukunftsorientierten Unternehmen. München, Wien, 2000

Schweer, M. (1997): Interpersonales Vertrauen – Theorie und empirische Befunde. Opladen, 1997

Stambach, R. (1992): Corporate Identity. Zürich, 1992

Strasser, H./ Voswinkel, S. (1997): Vertrauen im gesellschaftlichen Wandel, in: Schweer, M. (Hrsg.): Interpersonales Vertrauen - Theorie und empirische Befunde. Opladen, 1997

Sugar, J. (1967): An analysis of the relationship of attitudes and behaviour. NSF Undergraduate Research Participation, Final Report. University of Illinois, 1967

Tafertshofer, A. (1982): Corporate Identity - Magische Formel als Unternehmensideologie, in: Die Unternehmung, Jg. 1 (1982), o.O., 1982

Trenholme, S. (1986): Human Communication Theory. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1986

Triandis, H. C. (1975): Einstellungen und Einstellungsänderungen. Weinheim, 1975

von Ehrenfels, C. (1916): Kosmogonie. Jena, 1916

von Rosenstiel, L. (1969): Psychologie der Werbung. Rosenheim, 1969

von Versen, K. (1999): Internet-Marketing. Berlin, 1999

von Vietsch, V. (2000a): Was ist Electronic Commerce? Stuttgart, 2000

von Vietsch, V. (2000b): Was ist Supply-Chain-Management? Stuttgart, 2000

Wache, T./ Brammer, D. (1993): Corporate Identity als ganzheitliche Strategie. Wiesbaden, 1993

Weinknecht, J./ Bellinghausen, I. (1997): Multimedia-Recht. Heidelberg, 1997

Wiedmann, K. P. (1987): Corporate Identity als Strategisches Orientierungskonzept. Mannheim, 1987



Wiedmann, K. P./ Jugel, S. (1987): Corporate Identity-Strategie, in: Die Unternehmung. Jg.3, 1987

Wilmer, T. (2000): Das neue Fernabsatzgesetz, Heidelberg, 2000

o.V. (2000): BMW GROUP Identity Internet Styleguide

o.V. (2002): BMW GROUP Online Styleguide

o.V. (2000): BMW Identity Internet Styleguide

o.V. (1992): Manager Magazin. Jg.22 (1992), H.5, o.O., 1992

o.V. (1998): Manager Magazin. Jg.28 (1998), H.2, o.O., 1998

o.V. (2000): Manager Magazin. Jg.30 (2000), H.2, o.O., 2000

o.V. Manager Magazin, Jg.32 (2002), H.2, o.O., 2002

o.V. (2001): Corporate Branding: Vom Wert der Marken - Studie - Wie Start-ups zur Markenpersönlichkeit werden. Düsseldorf, 2001

o.V. (2000): RNZ. Jg.56, Nr.287, 2000.

o.V. (2003): RNZ. Jg.59, Nr.46, 2003

## **Internetliteratur**

Ehrlich, P. bei [www.ftd.de/ub/in/1049613982187.html?nv=se](http://www.ftd.de/ub/in/1049613982187.html?nv=se) / 07.05.2003

Hartmann, A. bei [www.zdf.de/ZDFde/inhalt/3/0,1872,2010979,00.html](http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/3/0,1872,2010979,00.html) / 15.03.2003

Hjelt, P. bei [www.fortune.com/fortune/print/0,15935,424160,00.html](http://www.fortune.com/fortune/print/0,15935,424160,00.html) / 10.03.2003

Hjelt, P. bei [www.fortune.com/fortune/print/0,15935,425465,00.html](http://www.fortune.com/fortune/print/0,15935,425465,00.html) / 10.03.2003

Michaeli, W.D. bei [www.informationweek.de](http://www.informationweek.de) / 18.09.2003

Michel, T. bei [www.teltarif.de/arch/2002/kw41/s8977.html](http://www.teltarif.de/arch/2002/kw41/s8977.html) / 19.02.2003

Seifert, H. bei [www.nzz.ch/2002/05/24/em/page-article845E5.html](http://www.nzz.ch/2002/05/24/em/page-article845E5.html) / 17.04.2003

Wimmer, M. bei [www.informationweek.de](http://www.informationweek.de) / 18.09.2003

Wirth, T. bei [www.kommdesign.de](http://www.kommdesign.de) / September - November 2003

o.V., [www.acm.org](http://www.acm.org) / 13.11.2002

o.V., [www.bayer.de/de/bayer/upolitik.php](http://www.bayer.de/de/bayer/upolitik.php) / 22.04.2003

o.V., [www.bmw.de/de/home/copyright/index.html](http://www.bmw.de/de/home/copyright/index.html) / 17.09.2003

o.V., [www.eon-ag.com](http://www.eon-ag.com) / 22.04.2003

o.V., [www.gwdg.de/~fsbio/bioinfo/systematik\\_gestein.html](http://www.gwdg.de/~fsbio/bioinfo/systematik_gestein.html) / 10.10.2002

o.V., [www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de) / Oktober 2002

o.V., [www.hlv-kommunikationsmanagement.de](http://www.hlv-kommunikationsmanagement.de) / 24.03.2003

o.V., [www.informatik.uni-hamburg.de](http://www.informatik.uni-hamburg.de) / 13.11.2002

o.V., [www.Informatik.uni-hamburg.de/ergonomie/frames.html](http://www.Informatik.uni-hamburg.de/ergonomie/frames.html) / 13.11.2002

o.V., [www.netrepreneur.akademie.de/know-how/erlaubnismarketing.html](http://www.netrepreneur.akademie.de/know-how/erlaubnismarketing.html) / 10.04.2003

o.V., [www.rtc-consulting.de/deu/news/komm.htm#imageverbesserungdurchsweb](http://www.rtc-consulting.de/deu/news/komm.htm#imageverbesserungdurchsweb) /  
12.09.2000

o.V., [www.schweitzer-institut.de/kultur.htm](http://www.schweitzer-institut.de/kultur.htm) / 01.06.2002

o.V.,  
[www.signlang.unihamburg.de/Projekte/plex/PLex/Lemmata/NLemma/Nystagmu.htm](http://www.signlang.unihamburg.de/Projekte/plex/PLex/Lemmata/NLemma/Nystagmu.htm) /  
30.10.2003

o.V., [www.teltarif.de/arch/2002/kw41/s8977.html](http://www.teltarif.de/arch/2002/kw41/s8977.html) / 19.02.2003

o.V., [www.tns-emnid.com/index1.html](http://www.tns-emnid.com/index1.html) / 25.06.2003

o.V., [www.unix-ag.uni-siegen.de/frames/](http://www.unix-ag.uni-siegen.de/frames/) / 13.11.2002

o.V., [www.wenigeristmehr.de/wentry00278.html](http://www.wenigeristmehr.de/wentry00278.html) / 10.04.2003

o.V., [www.wissen.de](http://www.wissen.de) / 03.02.2003

## **Weitere Internetquellen / Screenshots**

[www.airfrance.fr](http://www.airfrance.fr) / 25.06.2003

[www.audi.de](http://www.audi.de) / 06.05.2003

[www.atemwegsliga.de/nasa/images/beduerfnispyramide.gif](http://www.atemwegsliga.de/nasa/images/beduerfnispyramide.gif) / 21.05.2003

[www.bahn.de](http://www.bahn.de) / 07.05.2003

[www.bayer.de](http://www.bayer.de) / 22.04.2003

[www.becks.de](http://www.becks.de) / 29.07.2003

[www.beiersdorf.de](http://www.beiersdorf.de) / 11.11.2002

[www.bmw.com](http://www.bmw.com) / 10.09.2001

[www.bmw.de](http://www.bmw.de) / 01.05.2001

[www.bmw.de](http://www.bmw.de) / August-September 2003

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com) / August-September 2003

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_auto-kocher/BMWGroup/index.html](http://www.bmw.de/de/partner/ah_auto-kocher/BMWGroup/index.html) / 08.08.2003

[www.bmw.de/de/partner/ah\\_bk-alles-klar/BMWGroup/index.html](http://www.bmw.de/de/partner/ah_bk-alles-klar/BMWGroup/index.html) / 08.08.-18.09.2003

[www.brock.uni-wuppertal.de/schrifte/habil/manngr.html](http://www.brock.uni-wuppertal.de/schrifte/habil/manngr.html) / 15.03.2003.

[www.brock.uni-wuppertal.de/schrifte/habil/mannrot.html](http://www.brock.uni-wuppertal.de/schrifte/habil/mannrot.html) / 15.03.2003

[www.cctcc.projects.unisg.ch](http://www.cctcc.projects.unisg.ch) / 30.01.2003

[www.daimlerchrysler.de](http://www.daimlerchrysler.de) / 08.11.2002

[www.dannemann.de](http://www.dannemann.de) / 03.02.2003

[www.deutsche-bank-24.de](http://www.deutsche-bank-24.de) / 10.11.2002

[www.ec-forschung.ch/publikationeninfo.asp?ID=251](http://www.ec-forschung.ch/publikationeninfo.asp?ID=251) / 20.02.2003

[www.eon.com](http://www.eon.com) / 22.04.2003

[www.esso.de](http://www.esso.de) / 03.12.2002

[www.FAZ.net](http://www.FAZ.net) / 17.06.2003

[www.fckoeln.de](http://www.fckoeln.de) / 14.10.2003

[www.fichtel-und-sachs.de](http://www.fichtel-und-sachs.de) / 22.04.2003

[www.fortune.com/fortune/globaladmired](http://www.fortune.com/fortune/globaladmired) / 11.05.2003

[www.ftd.de/ub/in/1049613982187.html?nv=se](http://www.ftd.de/ub/in/1049613982187.html?nv=se) / 07.05.2003

[www.google.de](http://www.google.de) / 17.06.2003

[www.gwdg.de/~fsbio/bioinfo/systematik\\_gestein.html](http://www.gwdg.de/~fsbio/bioinfo/systematik_gestein.html) / 10.10.2002

[www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de) / Oktober 2002

[www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) / 25.06.2003

[www.icg.informatik.uni-rostock.de](http://www.icg.informatik.uni-rostock.de) / 20.10.2002

[www.ich-bin-on.de](http://www.ich-bin-on.de) / 14.01.2003

[www.kommdesign.de](http://www.kommdesign.de) / September 2002-Juni 2003

[www.kostenlos.de](http://www.kostenlos.de) / 14.10.2003

[www.lufthansa.de](http://www.lufthansa.de) / 25.06.2003

[www.manager-magazin.de/unternehmen/imageprofile/](http://www.manager-magazin.de/unternehmen/imageprofile/) / 11.05.2003

[www.mercedes-benz.de](http://www.mercedes-benz.de) / 25.06.2003

[www.milka.de](http://www.milka.de) / Oktober 2002-Januar 2003

[www.nationalflaggen.de](http://www.nationalflaggen.de) / 15.03.2003

[www.otto.de](http://www.otto.de) / 20.04.2003

[www.post.de](http://www.post.de) / 11.11.2002

[www.quelle.de](http://www.quelle.de) / 22.09.2003

[www.rot-weiss-essen.de/sponsoren/sponsoren.html](http://www.rot-weiss-essen.de/sponsoren/sponsoren.html) / 30.10.2003

[www.rwe.de](http://www.rwe.de) / 22.06.2003

[www.sport1.de](http://www.sport1.de) / 11.12.2002

[www.telekom.de](http://www.telekom.de) / 15.03.2003

[www.yahoo.de](http://www.yahoo.de) / 17.06.2003

[www.zdf.de](http://www.zdf.de) / 22.04.2003