

Manfred Bruhn
Franz-Rudolf Esch
Tobias Langner (Hrsg.)

Handbuch Kommunikation

Grundlagen - Innovative Ansätze
Praktische Umsetzungen



Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsverzeichnis.....	VII
Autorenverzeichnis.....	XIII

Teil A Grundlagen der Kommunikation

<i>Manfred Bruhn, Franz-Rudolf Esch und Tobias Langner</i> Herausforderungen und Ansätze eines systematischen Kommunikationsmanagements.....	3
--	---

Teil B Instrumente der Kommunikation

<i>Manfred Bruhn</i> Das kommunikationspolitische Instrumentarium.....	23
---	----

<i>Manfred Bruhn</i> Mediawerbung.....	45
---	----

<i>Ulrike Röttger</i> Public Relations.....	67
--	----

<i>Franz-Rudolf Esch, Kai Harald Krieger und Kristina Strödter</i> Durchbrechen des Gewohnten durch Below-the-line-Kommunikation.....	85
--	----

<i>Bernd W. Wirtz und Sebastian Ullrich</i> Direktmarketing.....	107
---	-----

<i>Franz-Rudolf Esch, Tobias Langner und Sebastian Ullrich</i> Internetkommunikation.....	127
--	-----

<i>Manfred Bruhn</i> Sponsoring.....	157
---	-----

Inhaltsverzeichnis

<i>Arnold Hermanns und Fritjof Lemän</i> Product Placement.....	177
<i>Cornelia Zanger und Jan Drengner</i> Eventmarketing.....	195
<i>Manfred Kirchgeorg und Christiane Springer</i> Messen und Ausstellungen.....	215
<i>Heribert Gierl und Verena Hüttl</i> Persönliche Kommunikation.....	231
<i>Dubravko Radio und Thorsten Posselt</i> Word-of-Mouth Kommunikation.....	249
<i>Karen Gedenk</i> Verkaufsförderung.....	267
<i>Tobias Langner, Franz-Rudolf Esch und Jochen Kühn</i> Produktverpackung.....	285
<i>Andrea Gröppel-Klein</i> Ladengestaltung.....	315
<i>Klaus-Peter Wiedmann</i> Corporate Identity und Corporate Design.....	337
 Teil C Strategische Ausrichtung der Kommunikation	
<i>Hartwig Steffenhagen</i> Ableitung von Kommunikationszielen.....	359
<i>Franz-Rudolf Esch und Alexander Fischer</i> Markenidentität als Basis für die Gestaltung der internen und externen Kommunikation.....	379
<i>Hermann Freier</i> Identifikation und Analyse von Zielgruppen.....	397
<i>Franz-Rudolf Esch und Kai "Winter"</i> Entwicklung von Kommunikationsstrategien.....	413

<i>Manfred Bruhn</i>	
Planung einer Integrierten Kommunikation.....	435
<i>Franz-Rudolf Esch, Christian Brunner und Sebastian Ullrich</i>	
Umsetzung der Integrierten Kommunikation.....	459
<i>Manfred Bruhn</i>	
Kommunikationspolitik im Relationship Marketing.....	485
Teil D Operative Planung der Kommunikation	
1. Operative Grundlagen	
<i>Franz-Rudolf Esch und Andrea Honal</i>	
Sozialtechniken zur Beeinflussung durch Kommunikation.....	513
2. Vermittlung emotionaler und informativer Inhalte	
<i>Franz-Rudolf Esch und Kerstin Hartmann</i>	
Wirkungen informativer Kommunikation.....	537
<i>Flemming Hansen</i>	
Emotional Responses to Marketing Communication.....	559
<i>Sandra Diehl und Ralf Terlutter</i>	
Aufbau von Erlebniswelten durch Kommunikation.....	591
<i>Florian Siems</i>	
Vermittlung preisbezogener Informationen.....	613
<i>Martin Eisend und Alfred Kuß</i>	
Humor in der Kommunikation.....	629
<i>Franz-Rudolf Esch und Alexander Fischer</i>	
Vergleichende Werbung.....	645
3. Internationale Kommunikation	
<i>Ralph Berndt und Matthias Sander</i>	
Kommunikation im internationalen Kontext.....	669

4. Vermittlung modalitätsspezifischer Eindrücke

<i>Bernd Schmitt</i> Customer Experience Management.....	697
<i>Franz-Rudolf Esch und Manuela Michel</i> Visuelle Reize in der Kommunikation.....	713
<i>Gerold Behrens und Maria Neumaier</i> Verbale Reize in der Kommunikation.....	735
<i>Franz-Rudolf Esch, Simone Roth und Kristina Strödter</i> Wirkungen akustischer Reize in der Markenkommunikation.....	755
<i>Jan Eric Rempel und Franz-Rudolf Esch</i> Olfaktorische Reize in der Kommunikation.....	775
<i>Oliver Nickel</i> Haptische Reize in der Kommunikation.....	793

Teil E Kommunikationsbudgetierung

<i>Ralph Berndt und Adrienne Cansier</i> Verfahren der Kommunikationsbudgetierung.....	821
---	-----

Teil F Budgetallokation und Mediaselektion

<i>Günter Schweiger und Marina Dabic</i> Grundlagen und Methoden der Intermediaselektion.....	839
<i>Manfred Bruhn</i> Entscheidungskriterien und Methoden der Intramediaselektion.....	859

Teil G Kommunikationscontrolling

1. Grundlagen des Kommunikationscontrollings

<i>Franz-Rudolf Esch, Kerstin Hartmann und Christian Brunner</i> Aufbau eines ganzheitlichen Kommunikationsperformance-Measurement.....	893
--	-----

2. Prognose des Kommunikationserfolgs

Volker Trommsdorff und Justin Becker
 Verfahren des Werbemittel-Pretesting.....921

Beate von Keitz
 Diagnostisches Pretesting mittels apparativer Verfahren.....943

Siegfried Högl und Thomas Hertle
 MarketingLab - Evaluatives Pretesting mit der GfK Testmarktwelt.....971

3. Messung des Kommunikationserfolgs

Sven Reinecke und Simone Janz
 Controlling der Marketingkommunikation.....".....993

Lothar Rolke und Wolfgang Jäger
 Kommunikations-Controlling.....1021

Christoph Prox und Bernd Christian
 Kommunikationscontrolling mit dem Icon AdTrek.....1043

Heinrich Holland
 Verfahren zum Controlling von Direktmarketing-Maßnahmen.....1057

Teil H Kommunikation in ausgewählten Bereichen

Erika Leischner
 Kommunikation für Konsumgüter.....1077

Markus Voeth und Isabel Tobies
 Kommunikation für Industriegüter.....:1101

Anton Meyer und Benjamin Brudler
 Kommunikation für Dienstleistungen.....•.....1117

Joachim Zentes und Bernhard Swoboda
 Kommunikation von Handelsunternehmen.....1133

Manfred Bruhn
 Kommunikationspolitik für Nonprofit-Organisationen.....1153

Teil I Kommunikation intern verankern

Axel v. Werder und Jens Grundei
Organisationale Verankerung der Kommunikation im Unternehmen.....1179

Ralf Reichwald und Sebastian Bonnemeier
Kommunikation in der Wertschöpfung.....1199

Volker Stein
Unternehmenskultur als Voraussetzung erfolgreicher Kommunikation.....1217

Manfred Bruhn und Grit Mareike Ahlers
Ansätze zur Teamarbeit in der Integrierten Kommunikation.....1241

Franz-Rudolf Esch, Alexander Fischer und Kristina Strödter
Interne Kommunikation.....1261

Teil J Kommunikation in der Zusammenarbeit mit Agenturen

Günter Käfer und Henning von Vieregge
Marketing-Kommunikation.....1287

H. Dieter Dahlhoff
Herausforderungen der „Integrated Communications“ für Kommunikations-
agenturen.....1303

Lutz E. Weidner
Verbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland.....1321

Teil K Rechtliche Aspekte der Kommunikation

Peter Schothöfer
Kommerzielle Kommunikation aus rechtlicher Sicht.....1347

Stichwortverzeichnis.....1365