

# Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i> .....	V
<i>Autorenverzeichnis</i> .....	XI

## Erster Teil

### Betriebswirtschaftliche Perspektiven der Integrierten Kommunikation

<i>Manfred Bruhn</i> Integrierte Kommunikation und Relationship Marketing .....	3
<i>Franz-Rudolf Esch</i> Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse zur wirksamen Gestaltung Integrierter Kommunikation .....	21
<i>Andreas Lischka</i> Dialogkommunikation im Rahmen der Integrierten Kommunikation .....	47
<i>Manfred Bruhn/Michael Boenigk</i> Integrierte Kommunikation in deutschen Unternehmen – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung .....	65
<i>Manfred Bruhn/Michael Boenigk</i> Integrierte Kommunikation in Schweizer Unternehmen – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung .....	87

## Zweiter Teil

### Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven der Integrierten Kommunikation

<i>Siegfried J. Schmidt</i> Kommunikationen über Kommunikation über Integrierte Unternehmenskommunikation .....	121
---	-----

*Tilman Sutter*

Haben wir es in der Hand? Über Rationalität und Unsicherheit der  
Organisation kommunikativer Prozesse ..... 143

*Peter Vorderer*

Integrierte Unternehmenskommunikation: Kann man den Erfolg von  
Kommunikation planen? ..... 161

*Thomas Becker*

Effizienz durch Integration ..... 177

## **Dritter Teil**

### **Meinungen und Beispiele aus der Praxis der Integrierten Kommunikation**

*Jörg Tropp*

Integrierte Kommunikation. Die neue „Superdisziplin“ der Werbeagenturen ..... 209

*Hans-Joachim Neuber*

Software AG: Integrate IT ..... 227

*Thomas Sudholt*

Integrierte Marketingkommunikation auf dem Fernsehmarkt ..... 241

*Felix Kreyenbühl*

Thesen zur Integrierten Kommunikation ..... 255

*Götz W. Werner*

Integration – oder: Die Wiederherstellung des Ganzen. Reflexionen zum Begriff ... 259

*Gerhild Werner*

Integrierte Kommunikation – oder: Die Wiederherstellung des Ganzen.  
Reflexionen über die Praxis ..... 263

*Knut Föckler*

New Business-Modelle – „Made for the medium“ ..... 269