

Inhalt

Vorwort	5
Consulting oder Consultainment? – Ein Überblick.	9

Einführung

Beratungsmarkt und Beratungstheorie <i>Susanne Femers</i>	21
»The good times are gone, but the best is yet to come« <i>Alexander Güttler</i>	35

Grundlagen der Beratung

Berater und Klienten – Die Inszenierung destruktiver Beziehungen <i>Susanne Femers</i>	41
Abzocker und Abgezockte – Die dunkle Seite der Beratung <i>Klaus A. Zimmermann</i>	55
Von Göttern und Anglern – Die emotionale Seite der Beratung <i>Alexander Güttler / Rüdiger Ganslandt</i>	65
Verständnis – Die harte Währung in der Werbung <i>Sven John</i>	76
Integrierte Kommunikation <i>Frank Schmidt / Burkhardt Holze</i>	82
Neue Beratung – neue Berater? – Das Rebranding von Accenture <i>Ulf Henning</i>	95

Vom Erstkontakt zur Evaluation: Phasen im Beratungsprozeß

Bedürfnisse und Bedarf <i>Klaus A. Zimmermann</i>	101
--	-----

Unternehmensberatung unter der Lupe <i>Werner Nothdurft</i>	116
Die hohe Kunst des Briefings <i>Joachim Klewes</i>	130
Orientierung und Navigation im Kommunikationsdschungel <i>Claudia Brück / Thomas Quast</i>	142
Substanz und Eleganz <i>Joachim Klewes unter Mitarbeit von Joachim Bongard</i>	151
Kreative Prozesse <i>Peter Schmidt</i>	174
Vorhang auf: Wenn Berater präsentieren <i>Alexander Güttler</i>	196
Laßt Bilder sprechen – aber bitte so, daß man sie versteht! <i>Uwe Kuna</i>	208
Zwei Fragen an acht Kreative	216
Projektmanagement <i>Thomas Nebeling</i>	224
Wendezeit in der Zusammenarbeit mit Unternehmensberatungen <i>Gerhard Schub von Bossiazky</i>	232
Kommunikationsstrategie – Strategien der Forschung <i>Nicole Warthun / Thomas Quast</i>	245
Fazit	
Kommunikationsberatung im Zeitalter des Internets <i>Joachim Bongard</i>	259
Zwischen Flexibilität und Stabilität <i>Joachim Klewes und Joachim Bongard unter Mitarbeit von Rüdiger Ganslandt und Nina Haltern</i>	267
Die Autorinnen und Autoren	281