

# Inhaltsverzeichnis

## Erster Teil

### **Marketing und Kommunikationspolitik**

<i>Ralph Berndt</i>	
Kommunikationspolitik im Rahmen des Marketing .....	3
<i>Arnold Hermanns / Michael Püttmann</i>	
Integrierte Marketing-Kommunikation .....	19
<i>Hans Raffée / Klaus-Peter Wiedmann</i>	
Corporate Identity als strategische Basis der Kommunikationspolitik .....	43
<i>Arnold Hermanns / Michael Lindemann</i>	
Kooperative Marketing-Kommunikation .....	69

## Zweiter Teil

### **Kommunikations-Management**

<i>Richard Köhler</i>	
Kommunikations-Management im Unternehmen .....	93
<i>H. Dieter Dahlhoff</i>	
Kommunikations-Agenturen als Dienstleister für Unternehmen .....	113
<i>Ingo Zuberbier</i>	
Das Management von Kommunikations-Agenturen .....	137
<i>Volker Trommsdorff / Answin Vilmar</i>	
Zukunftskonzepte für Kommunikationsdienstleister .....	153

## Dritter Teil

### **Verhaltens- und Rechtsgrundlagen der Kommunikationspolitik**

<i>Alfred Kuß</i>	
Das Konsumentenverhalten .....	169
<i>Bernd Günter</i>	
Organisationales Beschaffungsverhalten .....	193
<i>Hans Mayer</i>	
Wirkungen der Kommunikationspolitik .....	209

<i>Peter Schotthöfer</i>	
Rechtliche Grundlagen der Kommunikationspolitik .....	225
<b>Vierter Teil</b>	
<b>Werbung</b>	
<i>Claudia Fantapié Altobelli</i>	
Charakterisierung und Arten der Werbung .....	241
<i>Matthias Sander</i>	
Der Planungsprozeß der Werbung .....	261
<i>Hartwig Steffenhagen</i>	
Werbeziele .....	285
<i>Hermann Simon / Martin Mörhle</i>	
Werbebudgetierung .....	301
<i>Björn Sandt / Uwe Rohde</i>	
Copystrategische Grundlagen der Werbung .....	317
<i>Dieter Pflaum</i>	
Ausgewählte Werbemittel und Gestaltungsansätze .....	333
<i>Bruno Neibecker</i>	
Expertenmodelle zur Werbemittelgestaltung .....	353
<i>Wilfried Leven</i>	
Werbemittel-Pretests .....	379
<i>Jürgen Althans</i>	
Klassische Werbeträger .....	393
<i>Thomas Tostmann / Michael Trautmann</i>	
Die Fernsehwerbung in Deutschland – Status und Perspektiven .....	419
<i>Claudia Fantapié Altobelli</i>	
Die „Neuen Medien“ als Werbeträger .....	437
<i>Helmut Schmalen</i>	
Mediaselektion .....	463
<i>Bernd Hempelmann</i>	
Zeitliche Einsatzplanung der Werbung .....	477
<i>Ingrid Keller / Ulrich-Thomas Model</i>	
Realisation der Werbung .....	495
<i>Bernd Erichson / Jürgen Maretzki</i>	
Werbeerfolgskontrolle .....	521

## Fünfter Teil **Sales Promotions**

<i>Axel Bänsch</i>	
Charakterisierung und Arten von Sales Promotions .....	563
<i>Ulrich Dirk Frey</i>	
Das Management von Sales Promotions .....	577

## Sechster Teil **Public Relations**

<i>Stephan Naundorf</i>	
Charakterisierung und Arten von Public Relations .....	595
<i>Jürg W. Leipziger</i>	
Das Management von Public Relations .....	617

## Siebter Teil **Sponsoring**

<i>Arnold Hermanns</i>	
Charakterisierung und Arten des Sponsoring .....	627
<i>Michael Püttmann</i>	
Das Management von Sponsoring .....	649

## Achter Teil **Product Placement und Product Publicity**

<i>Ralph Berndt</i>	
Product Placement .....	673
<i>Claus Holscher</i>	
Product Publicity .....	695

## Neunter Teil **Messen**

<i>Karl-Heinz Strothmann / Eberhard Roloff</i>	
Charakterisierung und Arten von Messen .....	707

<i>Hans-Ullrich Wenge / Alfred Müller</i>	
Das Management von Messe-Beteiligungen .....	725
<b>Zehnter Teil</b>	
<b>Persönlicher Verkauf</b>	
<i>Dieter Dommann</i>	
Erfolgreicher Persönlicher Verkauf .....	749
<b>Elfter Teil</b>	
<b>Internationale Kommunikationspolitik</b>	
<i>Ralph Berndt</i>	
Das Management der Internationalen Kommunikation .....	769
<b>Zwölfter Teil</b>	
<b>Kommunikationspolitik in verschiedenen Wirtschaftssektoren</b>	
<i>Oliver Brosche / Urban Kilian Wißmeier</i>	
Kommunikationspolitik bei kurzlebigen Konsumgütern .....	811
<i>Ulrich Lachmann</i>	
Kommunikationspolitik bei langlebigen Konsumgütern .....	831
<i>Claus Merbold</i>	
Kommunikationspolitik bei Investitionsgütern .....	857
<i>Klaus Barth</i>	
Kommunikationspolitik der Handelsbetriebe .....	875
<i>Anton Meyer</i>	
Kommunikationspolitik von Dienstleistungsunternehmen .....	895
<i>Günther E. Braun</i>	
Kommunikationspolitik in öffentlichen Unternehmen .....	923
<b>Dreizehnter Teil</b>	
<b>Kommunikationspolitik und Gesellschaft</b>	
<i>Dirk Standop</i>	
Sicherheitskommunikation .....	945

<i>Waldemar Hopfenbeck</i> Kommunikationspolitik und Ökologie .....	965
<i>Günter Silberer</i> Kommunikationspolitik und Verbraucherpolitik .....	985
<b>Vierzehnter Teil</b> <b>Organisationen der Kommunikationswirtschaft</b>	
<i>Lutz E. Weidner</i> Die Verbände der Kommunikationswirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland .....	1001
<b>Fünfzehnter Teil</b> <b>Zukünftige Trends der Kommunikationspolitik</b>	
<i>Ralph Berndt / Arnold Hermanns</i> Perspektiven der Marketing-Kommunikation .....	1031
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	1041