

# Inhaltsverzeichnis

<b>Strategische Kommunikation – eine Einführung in das Handbuch</b> . . . . .	1
Manfred Bruhn	
<b>Teil I Grundlagen der strategischen Kommunikation</b> . . . . .	21
<b>Grundlagen der strategischen Kommunikation aus Sicht der Marketingkommunikation</b> . . . . .	23
Manfred Bruhn	
<b>Strategische Kommunikation – Zentrale Fragestellungen aus Sicht der Unternehmenskommunikation</b> . . . . .	49
Ansgar Zerfaß und Lisa Dühring	
<b>Konzepte der Integrierten Marketing- und Unternehmenskommunikation: Übersicht und kritische Würdigung</b> . . . . .	75
Manfred Bruhn	
<b>Teil II Strategische Konzepte der Kommunikation</b> . . . . .	101
<b>Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Anbieterperspektive</b> . . . . .	103
Manfred Bruhn	
<b>Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Nachfragerperspektive</b> . . . . .	129
Franz-Rudolf Esch, Christian Boris Brunner und Janina Petri	
<b>Corporate Identity als strategisches Orientierungskonzept der Kommunikation</b> . . . . .	153
Klaus-Peter Wiedmann	
<b>Konzepte der Public Relations: Vertrauen, Reputation und Dialog</b> . . . . .	185
Ansgar Zerfaß und Patricia Grünberg	

<b>Markenidentität als Basis für die Gestaltung der internen und externen Kommunikation</b> .....	211
Franz-Rudolf Esch und Vanessa Rühl	
<b>Kommunikationspolitik im Relationship Marketing</b> .....	229
Manfred Bruhn	
<b>Teil III Strategische Entscheidungstatbestände der Kommunikation</b> .....	259
<b>Situationsanalyse als Grundlage strategischer Planung der Kommunikation</b> .....	261
Fritz Unger und Wolfgang Fuchs	
<b>Ableitung von Kommunikationszielen aus Marketingzielen</b> .....	293
Hartwig Steffenhagen	
<b>Identifikation und Analyse von Zielgruppen in der strategischen Kommunikation</b> .....	311
Hermann Freter	
<b>Entwicklung von Kommunikationsstrategien</b> .....	327
Franz-Rudolf Esch und Kai Winter	
<b>Kommunikationsbudgetierung: Analytische Ansätze</b> .....	345
Daniel Guhl und Hartwig Steffenhagen	
<b>Kommunikationsbudgetierung: Heuristische Ansätze</b> .....	377
Daniel Guhl und Hartwig Steffenhagen	
<b>Grundlagen und Methoden der Intermediaselektion für die strategischen Kommunikation</b> .....	401
Günter Schweiger und Marina Hein	
<b>Entscheidungskriterien und Methoden der Intramediaselektion in der strategischen Kommunikation</b> .....	419
Manfred Bruhn	
<b>Teil IV Strategische Umsetzung der Kommunikation</b> .....	447
<b>Organisationale Verankerung der Kommunikation in Unternehmen</b> .....	449
Jens Grundei und Axel v. Werder	
<b>Kommunikation in der Wertschöpfung von Unternehmen</b> .....	469
Ralf Reichwald und Sebastian Bonnemeier	
<b>Ansätze zur Teamarbeit in der Integrierten Kommunikation</b> .....	485
Manfred Bruhn und Grit Mareike Ahlers	

---

<b>Strategische Personalführung für Kommunikationsmanager</b> .....	503
Michael Reiß	
<b>Die Bedeutung der Unternehmenskultur für die Unternehmens- und Marketingkommunikation</b> .....	525
Volker Stein	
<b>Die Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur in der Marketingkommunikation</b> .....	547
Ralf Nöcker	
<b>Herausforderungen der „Integrated Communications“ für Kommunikationsagenturen</b> .....	563
H. Dieter Dahlhoff	
<b>Verbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland</b> .....	583
Lutz E. Weidner	
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	605