

# Inhaltsverzeichnis

<b>Strategische Kommunikation – eine Einführung in das Handbuch . . . .</b>	<b>1</b>
Manfred Bruhn	
<b>Teil I Grundlagen der strategischen Kommunikation . . . . .</b>	<b>21</b>
<b>Grundlagen der strategischen Kommunikation aus Sicht der Marketingkommunikation . . . . .</b>	<b>23</b>
Manfred Bruhn	
<b>Strategische Kommunikation – Zentrale Fragestellungen aus Sicht der Unternehmenskommunikation . . . . .</b>	<b>49</b>
Ansgar Zerfaß und Lisa Dühring	
<b>Konzepte der Integrierten Marketing- und Unternehmenskommunikation: Übersicht und kritische Würdigung . . . . .</b>	<b>75</b>
Manfred Bruhn	
<b>Teil II Strategische Konzepte der Kommunikation . . . . .</b>	<b>101</b>
<b>Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Anbieterperspektive . . . . .</b>	<b>103</b>
Manfred Bruhn	
<b>Strategische Planung und Umsetzung einer Integrierten Kommunikation: Die Nachfragerperspektive . . . . .</b>	<b>129</b>
Franz-Rudolf Esch, Christian Boris Brunner und Janina Petri	
<b>Corporate Identity als strategisches Orientierungskonzept der Kommunikation . . . . .</b>	<b>153</b>
Klaus-Peter Wiedmann	
<b>Konzepte der Public Relations: Vertrauen, Reputation und Dialog . . .</b>	<b>185</b>
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> .....	<b>259</b>
<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> .....	<b>447</b>
<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