

# Inhalt

**Einleitung ..... 5**

**Teil 1: Konzepte erarbeiten**

**1. Die Problemlage vor der Konzepterarbeitung .....13**

Erstes Problem: „Meine Zeit reicht nicht aus“ .....14  
Zweites Problem: „Es ist viel zu viel“ .....19  
Drittes Problem: „Ich blicke nicht durch“ .....20  
Viertes Problem: „Ich bin nicht kreativ“ .....21  
Fünftes Problem: „Ich kann nicht schreiben“ .....22  
Das wirkliche Problem .....23

**2. Informationen recherchieren und zusammenstellen .....25**

Das Perspektivendiagramm .....26  
Richtig recherchieren .....28  
Die Internet-Recherche.....29  
Alle Informationsquellen ausschöpfen.....33  
Die Informationen organisieren.....36

**3. Informationen inhaltlich strukturieren und ordnen.....41**

Rationelles Lesen .....42  
Konzeptkarten anlegen .....46  
Klassifikation – Ordnung im Informationschaos .....49  
Die KJ-Methode.....51  
Mapping-Methoden .....54  
Vistem .....61

**4. Informationen gewichten und interpretieren.....67**

Systematisieren und Abwägen .....69  
Qualitative und quantitative Bewertung von Informationen.....71  
Entscheidungen fällen mit der Entscheidungsmatrix .....79

**5. Kreativ neue Lösungen finden .....87**

Mentale Provokation .....89  
Die Reizwortanalyse .....92  
Die TILMAG-Methode.....95  
Imaginäres Brainstorming .....99  
Visualisierung: Traumbilder und echte Bilder ..... 101

<b>6. Das Konzept vorbereiten .....</b>	<b>105</b>
Die Hypothese aufstellen und überprüfen .....	106
Die Perspektive der Adressaten berücksichtigen .....	110
Die Gliederung erstellen .....	114
Das Inhaltsverzeichnis festlegen .....	123
Schreibblockaden überwinden und loslegen .....	126
<b>7. Das Konzept ausformulieren .....</b>	<b>131</b>
Treffende Wörter.....	133
Klare Sätze .....	134
Sinnvolle Absätze .....	135
Lebendige Bilder .....	136
Gekonnt visualisieren .....	137
Das Konzept überarbeiten und Feedback einholen.....	139
Das Konzept schriftlich präsentieren.....	140
<b>8. Wenn Sie nur einen Tag Zeit haben – Konzepterarbeitung unter     Zeitdruck .....</b>	<b>143</b>
 <b>Teil 2: Konzepte in der Praxis</b>	
<b>9. Konzepte für die integrierte Kommunikation (Marketing und PR) ....</b>	<b>149</b>
Von der getrennten zur integrierten Kommunikation .....	150
Das Kommunikationskonzept Schritt für Schritt entwickeln.....	152
„Konzepte müssen beflügeln!": Ein Gespräch mit Konzeptioner Klaus Schmidbauer .....	170
<b>10. Buchkonzepte.....</b>	<b>179</b>
Das Buch als Instrument der integrierten Unternehmens- kommunikation .....	180
Worauf es bei einem Buch ankommt .....	182
Das Exposé oder Buchkonzept im engeren Sinne .....	192
<b>11. Anhang .....</b>	<b>199</b>
Literatur .....	200
Websites .....	203
<b>Die Autorin .....</b>	<b>205</b>