

Inhaltsübersicht

| | |
|--|-----|
| Vorwort zur sechsten Auflage | V |
| Verzeichnis der Schaubilder | IX |
| Verzeichnis der Inserts. | XV |
| 1. Gegenstandsbereich und Theorien der Kommunikationspolitik | 1 |
| 1.1 Gegenstandsbereich der Kommunikationspolitik | 3 |
| 1.2 Theoretische Grundlagen der Kommunikationspolitik | 37 |
| 2. Planungsprozesse der Kommunikationspolitik | 67 |
| 2.1 Notwendigkeit, Begriff und Charakteristika der Kommunikationsplanung. | 69 |
| 2.2 Planungsprozesse auf unterschiedlichen Ebenen der Kommunikation | 71 |
| 2.3 Zusammenführung der Planungsprozesse in einen ganzheitlichen Planungsansatz. | 83 |
| 3. Integrierte Kommunikation als Kommunikationsstrategie | 87 |
| 3.1 Begriff und Formen einer Integrierten Kommunikation. | 89 |
| 3.2 Konzepte der Integrierten Kommunikation | 96 |
| 3.3 Formen der Integrierten Kommunikation | 101 |
| 3.4 Aufgaben und Bezugsobjekte einer Integrierten Kommunikation . | 108 |
| 3.5 Kernelemente einer Strategie der Integrierten Kommunikation ... | 113 |
| 3.6 Bausteine eines Konzeptpapiers der Integrierten Kommunikation. | 115 |
| 3.7 Integration von Kommunikationszielen, -botschaften und -instrumenten | 117 |
| 3.8 Planungselemente im Einsatz von Kommunikationsinstrumenten | 130 |
| 4. Situationsanalyse in der Kommunikationspolitik | 133 |
| 4.1 Notwendigkeit einer systematischen Situationsanalyse | 135 |
| 4.2 Analysefelder und -methoden einer kommunikationsbezogenen Situationsanalyse | 137 |
| 5. Bestimmung von Zielen in der Kommunikationspolitik | 177 |
| 5.1 Funktionen von Zielen für die Kommunikationsplanung | 179 |
| 5.2 Anforderungen an die Formulierung von Zielen | 180 |
| 5.3 Kategorien und Ausprägungen von Kommunikationszielen. | 181 |
| 5.4 Besonderheiten bei der Zielplanung verschiedener Kommunikationsinstrumente | 190 |
| 6. Zielgruppenplanung in der Kommunikationspolitik | 201 |
| 6.1 Konzept der Zielgruppenplanung. | 203 |
| 6.2 Zielgruppenidentifikation | 206 |
| 6.3 Zielgruppenbeschreibung | 215 |
| 6.4 Zielgruppenerreichbarkeit und -auswahl | 223 |

VIII Inhaltsübersicht

| | |
|--|-----|
| 6.5 Besonderheiten der Zielgruppenplanung bei verschiedenen Kommunikationsinstrumenten | 225 |
| 7. Entwicklung von Strategien für einzelne Kommunikationsinstrumente | 239 |
| 7.1 Begriff und Elemente einer Kommunikationsstrategie | 241 |
| 7.2 Typen von Kommunikationsstrategien | 245 |
| 7.3 Besonderheiten der Strategieentwicklung für verschiedene Kommunikationsinstrumente | 247 |
| 8. Budgetierung in der Kommunikationspolitik | 259 |
| 8.1 Problemstellung und Aufgabe der Budgetierung | 261 |
| 8.2 Methoden zur Bestimmung des Kommunikationsbudgets | 265 |
| 8.3 Kritische Würdigung der Budgetierungsproblematik | 303 |
| 9. Budgetallokation in der Kommunikationspolitik | 307 |
| 9.1 Strukturierung des Allokationsproblems | 309 |
| 9.2 Interinstrumentelle Allokation | 312 |
| 9.3 Intermediaselektion | 316 |
| 9.4 Intramediaselektion | 319 |
| 9.5 Zeitlicher Kommunikationseinsatz | 345 |
| 9.6 Besonderheiten der Budgetallokation bei verschiedenen Kommunikationsinstrumenten | 350 |
| 10. Operative Planung der Kommunikationspolitik | 359 |
| 10.1 Strukturierung kommunikationspolitischer Instrumente | 361 |
| 10.2 Maßnahmenplanung für verschiedene Kommunikationsinstrumente | 373 |
| 10.3 Gestaltung der Kommunikationsbotschaft | 492 |
| 10.4 Integration sämtlicher Maßnahmen | 522 |
| 10.5 Zusammenarbeit mit Kommunikationsagenturen | 531 |
| 11. Erfolgskontrolle in der Kommunikationspolitik | 545 |
| 11.1 Begriff und Bedeutung der Erfolgskontrolle | 547 |
| 11.2 Stand der Erfolgskontrolle | 548 |
| 11.3 Anforderungen an Erfolgsgrößen | 551 |
| 11.4 Formen der Erfolgskontrolle | 552 |
| 11.5 Erfolgskontrolle auf Basis vorökonomischer Erfolgsgrößen | 553 |
| 11.6 Ansatz einer integrierten Erfolgskontrolle in der Kommunikation | 576 |
| 11.7 Kritische Würdigung der Erfolgskontrolle | 581 |
| 12. Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven der Kommunikationspolitik | 583 |
| 12.1 Zukünftige Rahmenbedingungen der Kommunikation | 585 |
| 12.2 Einsatz von Kommunikationsinstrumenten | 588 |
| 12.3 Perspektiven bei den Teilnehmern des Kommunikationsmarktes | 591 |
| Literatur | 595 |
| Stichwortverzeichnis | 631 |