

Manfred Bruhn  
Franz-Rudolf Esch  
Tobias Langner (Hrsg.)

# Handbuch Kommunikation

Grundlagen – Innovative Ansätze –  
Praktische Umsetzungen



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	VII
Autorenverzeichnis .....	XIII
<b>Teil A Grundlagen der Kommunikation</b>	
<i>Manfred Bruhn, Franz-Rudolf Esch und Tobias Langner</i> Herausforderungen und Ansätze eines systematischen Kommunikationsmanagements .....	3
<b>Teil B Instrumente der Kommunikation</b>	
<i>Manfred Bruhn</i> Das kommunikationspolitische Instrumentarium .....	23
<i>Manfred Bruhn</i> Mediawerbung .....	45
<i>Ulrike Röttger</i> Public Relations .....	67
<i>Franz-Rudolf Esch, Kai Harald Krieger und Kristina Strödter</i> Durchbrechen des Gewohnten durch Below-the-line-Kommunikation .....	85
<i>Bernd W. Wirtz und Sebastian Ullrich</i> Direktmarketing .....	107
<i>Franz-Rudolf Esch, Tobias Langner und Sebastian Ullrich</i> Internetkommunikation .....	127
<i>Manfred Bruhn</i> Sponsoring .....	157

## Inhaltsverzeichnis

<i>Arnold Hermanns und Fritjof Lemân</i> Product Placement.....	177
<i>Cornelia Zanger und Jan Drengner</i> Eventmarketing.....	195
<i>Manfred Kirchgeorg und Christiane Springer</i> Messen und Ausstellungen .....	215
<i>Heribert Gierl und Verena Hüttl</i> Persönliche Kommunikation.....	231
<i>Dubravko Radić und Thorsten Posselt</i> Word-of-Mouth Kommunikation .....	249
<i>Karen Gedenk</i> Verkaufsförderung.....	267
<i>Tobias Langner, Franz-Rudolf Esch und Jochen Kühn</i> Produktverpackung.....	285
<i>Andrea Gröppel-Klein</i> Ladengestaltung.....	315
<i>Klaus-Peter Wiedmann</i> Corporate Identity und Corporate Design .....	337
 <b>Teil C Strategische Ausrichtung der Kommunikation</b>	
<i>Hartwig Steffenhagen</i> Ableitung von Kommunikationszielen.....	359
<i>Franz-Rudolf Esch und Alexander Fischer</i> Markenidentität als Basis für die Gestaltung der internen und externen Kommunikation.....	379
<i>Hermann Freter</i> Identifikation und Analyse von Zielgruppen .....	397
<i>Franz-Rudolf Esch und Kai Winter</i> Entwicklung von Kommunikationsstrategien .....	413

<i>Manfred Bruhn</i>	
Planung einer Integrierten Kommunikation.....	435
<i>Franz-Rudolf Esch, Christian Brunner und Sebastian Ullrich</i>	
Umsetzung der Integrierten Kommunikation .....	459
<i>Manfred Bruhn</i>	
Kommunikationspolitik im Relationship Marketing.....	485
<b>Teil D Operative Planung der Kommunikation</b>	
<b>1. Operative Grundlagen</b>	
<i>Franz-Rudolf Esch und Andrea Honal</i>	
Sozialtechniken zur Beeinflussung durch Kommunikation .....	513
<b>2. Vermittlung emotionaler und informativer Inhalte</b>	
<i>Franz-Rudolf Esch und Kerstin Hartmann</i>	
Wirkungen informativer Kommunikation .....	537
<i>Flemming Hansen</i>	
Emotional Responses to Marketing Communication .....	559
<i>Sandra Diehl und Ralf Terlutter</i>	
Aufbau von Erlebniswelten durch Kommunikation.....	591
<i>Florian Siems</i>	
Vermittlung preisbezogener Informationen.....	613
<i>Martin Eisend und Alfred Kuß</i>	
Humor in der Kommunikation.....	629
<i>Franz-Rudolf Esch und Alexander Fischer</i>	
Vergleichende Werbung.....	645
<b>3. Internationale Kommunikation</b>	
<i>Ralph Berndt und Matthias Sander</i>	
Kommunikation im internationalen Kontext.....	669

**4. Vermittlung modalitätsspezifischer Eindrücke**

*Bernd Schmitt*  
Customer Experience Management .....697

*Franz-Rudolf Esch und Manuela Michel*  
Visuelle Reize in der Kommunikation .....713

*Gerold Behrens und Maria Neumaier*  
Verbale Reize in der Kommunikation .....735

*Franz-Rudolf Esch, Simone Roth und Kristina Strödter*  
Wirkungen akustischer Reize in der Markenkommunikation.....755

*Jan Eric Rempel und Franz-Rudolf Esch*  
Olfaktorische Reize in der Kommunikation.....775

*Oliver Nickel*  
Haptische Reize in der Kommunikation .....793

**Teil E Kommunikationsbudgetierung**

*Ralph Berndt und Adrienne Cansier*  
Verfahren der Kommunikationsbudgetierung .....821

**Teil F Budgetallokation und Mediaselektion**

*Günter Schweiger und Marina Dabic*  
Grundlagen und Methoden der Intermediaselektion.....839

*Manfred Bruhn*  
Entscheidungskriterien und Methoden der Intramediaselektion .....859

**Teil G Kommunikationscontrolling**

**1. Grundlagen des Kommunikationscontrollings**

*Franz-Rudolf Esch, Kerstin Hartmann und Christian Brunner*  
Aufbau eines ganzheitlichen Kommunikationsperformance-Measurement.....893

**2. Prognose des Kommunikationserfolgs**

*Volker Trommsdorff und Justin Becker*

Verfahren des Werbemittel-Pretesting ..... 921

*Beate von Keitz*

Diagnostisches Pretesting mittels apparativer Verfahren ..... 943

*Siegfried Högl und Thomas Hertle*

MarketingLab - Evaluatives Pretesting mit der GfK Testmarktwelt ..... 971

**3. Messung des Kommunikationserfolgs**

*Sven Reinecke und Simone Janz*

Controlling der Marketingkommunikation ..... 993

*Lothar Rolke und Wolfgang Jäger*

Kommunikations-Controlling ..... 1021

*Christoph Prox und Bernd Christian*

Kommunikationscontrolling mit dem Icon AdTrek ..... 1043

*Heinrich Holland*

Verfahren zum Controlling von Direktmarketing-Maßnahmen ..... 1057

**Teil H Kommunikation in ausgewählten Bereichen**

*Erika Leischner*

Kommunikation für Konsumgüter ..... 1077

*Markus Voeth und Isabel Tobies*

Kommunikation für Industriegüter ..... 1101

*Anton Meyer und Benjamin Brudler*

Kommunikation für Dienstleistungen ..... 1117

*Joachim Zentes und Bernhard Swoboda*

Kommunikation von Handelsunternehmen ..... 1133

*Manfred Bruhn*

Kommunikationspolitik für Nonprofit-Organisationen ..... 1153

**Teil I Kommunikation intern verankern**

*Axel v. Werder und Jens Grundei*

Organisationale Verankerung der Kommunikation im Unternehmen..... 1179

*Ralf Reichwald und Sebastian Bonnemeier*

Kommunikation in der Wertschöpfung..... 1199

*Volker Stein*

Unternehmenskultur als Voraussetzung erfolgreicher Kommunikation..... 1217

*Manfred Bruhn und Grit Mareike Ahlers*

Ansätze zur Teamarbeit in der Integrierten Kommunikation ..... 1241

*Franz-Rudolf Esch, Alexander Fischer und Kristina Strödter*

Interne Kommunikation ..... 1261

**Teil J Kommunikation in der Zusammenarbeit mit Agenturen**

*Günter Käfer und Henning von Vieregge*

Marketing-Kommunikation ..... 1287

*H. Dieter Dahlhoff*

Herausforderungen der „Integrated Communications“ für Kommunikations-agenturen ..... 1303

*Lutz E. Weidner*

Verbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland ..... 1321

**Teil K Rechtliche Aspekte der Kommunikation**

*Peter Schotthöfer*

Kommerzielle Kommunikation aus rechtlicher Sicht ..... 1347

Stichwortverzeichnis ..... 1365