

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	9
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	11
1. Einleitung	13
2. Integrierte Unternehmenskommunikation.....	17
2.1. Definition des Begriffs.....	17
2.1.1. Integrierte Unternehmenskommunikation	19
2.1.2. Strategisches Management	21
2.1.3. Kommunikationsprozesse.....	23
2.1.4. Kommunikationsinhalte	24
2.1.5. Kommunikationsinstrumente.....	26
2.1.6. Aufbau und Pflege dialogorientierter Beziehungen.....	28
2.2. Zusammenfassung	30
3. Prozesse der integrierten Unternehmenskommunikation.....	31
3.1. Analyse	32
3.2. Planung	33
3.3. Organisation.....	35
3.4. Durchführung.....	36
3.5. Kontrolle.....	37
3.6. Zusammenfassung	39
4. Kommunikationsagenturen	41
4.1. Typologisierung von Kommunikationsagenturen.....	41
4.2. Integrierte Unternehmenskommunikation bei Agenturen	43
4.2.1. Briefing und Analyse.....	43
4.2.2. Konzeption	44
4.2.3. Organisation	46
4.2.4. Durchführung	46
4.2.5. Kontrolle.....	47
4.2.6. Abstimmungsprozesse zwischen Agenturen und Auftraggebern..	47
4.3. Anforderungen an Agenturen in Österreich	48
4.4. Die Agenturbranche in Österreich	49
4.5. Zusammenfassung	53

5.	Zwischenfazit	55
6.	Datenerhebung	57
6.1.	Forschungsmethode	58
6.2.	Sampling der Experten	59
6.3.	Auswertungsmethode	62
6.4.	Zusammenfassung	63
7.	Auswertung	65
7.1.	Begriffsverständnis zur integrierten Unternehmenskommunikation	65
7.2.	Leistungsangebot der österreichischen Kommunikationsagenturen	70
7.3.	Agenturen in den Prozessen der integrierten Unternehmenskommunikation	73
7.3.1.	Besonderheiten in der Planung	77
7.3.2.	Besonderheiten im Prozess der Organisation	77
7.4.	Wesentliche Aspekte der Zusammenarbeit	81
7.5.	Herausforderungen für die Agenturbranche	87
7.6.	Zusammenfassung	94
8.	Fazit	97
8.1.	Interpretation der Erkenntnisse	97
8.2.	Implikationen für die Wissenschaft	101
8.3.	Reflexion und Ausblick für weitere Forschungen	102
9.	Literaturverzeichnis	105
10.	Anhang	109
A.	Kernkompetenzen der untersuchten Agenturen	109
B.	Strukturierter Leitfaden	113

Dienstleister in der integrierten

Unternehmenskommunikation

Eine Analyse österreichischer

Kommunikationsagenturen

Joainig, M.

2014, XII, 107 S. 54 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05393-2