

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Schaubildverzeichnis	XVII
1 Notwendigkeit der Integrierten Kommunikation	1
1.1 Relevanz der Integrierten Kommunikationsarbeit	1
1.2 Ziele der empirischen Untersuchung	2
1.3 Design der empirischen Untersuchung	4
2 Allgemeines Verständnis, Bedeutung und Ziele der Integrierten Kommunikation	10
2.1 Verständnis der Integrierten Kommunikation	10
2.2 Einsatzdauer der Integrierten Kommunikation	11
2.2.1 Dauer des Einsatzes der Integrierten Kommunikation	12
2.2.2 Branchen- und unternehmensgrößenspezifische Unterschiede hinsichtlich der Einsatzdauer der Integrierten Kommunikation	13
2.2.3 Einfluss der Einsatzdauer auf den Erfolg der Integrierten Kommunikation	14
2.2.4 Einflüsse der Einsatzdauer auf die Umsetzungsprobleme der Integrierten Kommunikation	14
2.3 Integrationsgrad der Kommunikation	16
2.3.1 Einschätzung des Integrationsgrads der Kommunikation	16
2.3.2 Branchen- und unternehmensgrößenspezifische Unterschiede hinsichtlich des Integrationsgrads der Kommunikation	18
2.3.3 Auswirkung der Einsatzdauer auf den Integrationsgrad der Kommunikation	19
2.3.4 Auswirkungen des Standes der Integrierten Kommunikation auf den Integrationserfolg	19

2.4	Zielsetzungen der Integrierten Kommunikation	19
2.4.1	Zielsetzungen des Einsatzes der Integrierten Kommunikation	20
2.4.2	Zielsetzungen der Integrierten Kommunikation in verschiedenen Branchensektoren	22
2.4.3	Einflüsse der Planungsverantwortung auf die Ziele der Integrierten Kommunikation	23
2.4.4	Einflüsse der Ziele der Integrierten Kommunikation auf den Instrumenteeinsatz	24
3	Planungsverantwortung für die Integrierte Kommunikation	26
3.1	Planungsverantwortung der Integrierten Kommunikation	26
3.2	Einfluss der Planungsverantwortung auf die Auswahl der Kommunikationsinstrumente	29
3.3	Einfluss der Planungsverantwortung auf den Integrationsgrad der Kommunikation	30
3.4	Ursachen für Probleme bei der Planung der Integrierten Kommunikation	31
3.5	Einflüsse der Planungsverantwortung auf die Ursachen für Planungsprobleme	32
4	Strategische und konzeptionelle Ausrichtung der Integrierten Kommunikation	34
4.1	Strategisches Konzept der Integrierten Kommunikation	34
4.1.1	Ausmaß des Vorliegens eines Strategischen Konzepts der Integrierten Kommunikation	34
4.1.2	Wirkungen der Einsatzdauer der Integrierten Kommunikation auf das Ausmaß des Vorliegens eines strategischen Konzepts	35
4.1.3	Beteiligung externer Institutionen an der Konzeption der Integrierten Kommunikation	35
4.1.4	Einflüsse des strategischen Konzepts auf den Integrationserfolg	37

Inhaltsverzeichnis	XI
4.2 Merkmale des Konzepts der Integrierten Kommunikation	38
4.2.1 Merkmale des Konzepts der Integrierten Kommunikation	38
4.2.2 Zusammenhänge zwischen den Konzeptmerkmalen und der Planungsverantwortung der Integrierten Kommunikation	41
4.2.3 Zusammenhänge zwischen den Konzeptmerkmalen und den Gefahren der Integrierten Kommunikation	42
4.2.4 Zusammenhänge zwischen den Konzeptmerkmalen und den Erfolgswirkungen der Integrierten Kommunikation	42
5 Operative Ausrichtung der Integrierten Kommunikation	45
5.1 Formen der Umsetzung der Integrierten Kommunikation	45
5.2 Einsatz der Kommunikationsinstrumente innerhalb der Integrierten Kommunikation	46
5.2.1 Einbeziehung von Instrumenten in die Integrierte Kommunikation	47
5.2.2 Branchenspezifische Einbeziehung von Instrumenten in die Integrierte Kommunikation	49
5.2.3 Bedeutung der Kommunikationsinstrumente im Rahmen der Integrierten Kommunikation	52
5.2.4 Strategische und taktische Aufgaben der Kommunikationsinstrumente	53
5.2.5 Beziehungen zwischen den Kommunikationsinstrumenten	55
5.2.6 Typen von Kommunikationsinstrumenten	56
5.2.7 Verteilung des Kommunikationsbudgets	59
5.3 Interne Integrationsvoraussetzungen	62
5.3.1 Einschätzung der Integrationsvoraussetzungen	62
5.3.2 Einflüsse der internen Integrationsvoraussetzungen auf den Grad der Integrierten Kommunikation	67
5.3.3 Einflüsse der internen Integrationsvoraussetzungen auf den Integrationserfolg	67

5.4	Formen der Integrierten Kommunikation	69
5.4.1	Einsatz der Integrationsformen	70
5.4.2	Einsatz der Integrationsformen in verschiedenen Branchen	72
5.4.3	Wirkungen der Einsatzdauer der Integrierten Kommunikation auf die Verwendung der Integrationsformen	72
5.4.4	Zusammenhänge zwischen der Verantwortungszuordnung und der Verwendung der Integrationsformen	73
5.4.5	Wirkungen eines strategischen Konzepts der Integrierten Kommunikation auf die Verwendung der Integrationsformen	74
5.4.6	Einfluss der Integrationsformen auf den Integrationsgrad	77
5.4.7	Einfluss der Integrationsformen auf den Integrationserfolg	77
5.5	Barrieren der Umsetzung der Integrierten Kommunikation	78
5.5.1	Barrieren der Integrierten Kommunikation	79
5.5.2	Einflüsse der unternehmensinternen Verantwortungszuordnung auf die Barrieren der Integrierten Kommunikation	81
5.5.3	Einflüsse der Umsetzungsformen auf die Barrieren einer Integrierten Kommunikation	82
5.5.4	Einfluss der Umsetzungsbarrieren auf den Integrationsgrad der Kommunikation	83
6	Stellung von Social Media im Rahmen der Integrierten Kommunikation	85
6.1	Einsatzfelder von Social Media	85
6.1.1	Einsatzdauer von Social Media	86
6.1.2	Einsatzzwecke von Social Media im Zuge der Integrierten Kommunikation	87
6.1.3	Einsatz von Social Media-Anwendungen im Rahmen der Integrierten Kommunikation	88
6.1.4	Einfluss der Einsatzzwecke von Social Media auf den Einsatz von Social Media-Anwendungen im Rahmen der Integrierten Kommunikation	89

6.1.5 Einfluss der Einsatzzwecke von Social Media auf die Herausforderungen der Integrierten Kommunikation	90
6.1.6 Einfluss der Einsatzdauer auf den Einsatz von Social Media- Anwendungen	91
6.2 Bedeutung von Social Media im Rahmen der Integrierten Kommunikation	92
6.2.1 Stellenwert von Social Media	93
6.2.2 Integrationsausmaß von Social Media	94
6.2.3 Einfluss des Stellenwerts auf den Integrationsgrad von Social Media	95
6.2.4 Einfluss der Einsatzdauer von Social Media auf das Integrationsausmaß von Social Media	95
6.2.5 Einfluss des Integrationsausmaßes von Social Media auf den Erfolg der Integrierten Kommunikation	95
6.3 Herausforderungen bei der Integration von Social Media in den Kommunikationsmix	96
6.3.1 Inhaltliche Herausforderungen der Integration von Social Media in den Kommunikationsmix	96
6.3.2 Organisatorische Herausforderungen der Integration von Social Media in den Kommunikationsmix	97
6.3.3 Personelle Herausforderungen der Integration von Social Media in den Kommunikationsmix	98
6.4 Verantwortungszuordnung der Social Media-Kommunikation	100
6.4.1 Verantwortungszuordnung der Social Media-Kommunikation	100
6.4.2 Einfluss der Verantwortungszuordnung auf den Stellenwert von Social Media im Rahmen der Integrierten Kommunikation	102
6.4.3 Einfluss der Verantwortungszuordnung auf das Integrationsausmaß von Social Media	102

6.5	Sicherstellung von Konsistenz im Rahmen der Social Media-Kommunikation	103
6.5.1	Sicherstellung von Konsistenz im Rahmen der Social Media-Kommunikation	103
6.5.2	Einfluss der Planungsverantwortung auf die Sicherstellung von Konsistenz im Rahmen der Social Media-Kommunikation	104
6.5.3	Einfluss der Sicherstellung einer konsistenten Social Media-Kommunikation auf das Integrationsausmaß	105
7	Erfolgsmessung der Integrierten Kommunikation	106
7.1	Instrumente zur Messung des integrierten Kommunikationserfolgs	107
7.2	Kennzahlen zur Steuerung der Integrierten Kommunikation	109
7.3	Instrumente des integrierten Kommunikationscontrollings	109
7.4	Ebenen der Erfolgsmessung	110
7.5	Erfassung von Synergien	111
8	Zukunftsperspektiven der Integrierten Kommunikation	113
8.1	Gefahren einer Integrierten Kommunikation	113
8.1.1	Einschätzung potenzieller Gefahren einer Integrierten Kommunikation	113
8.1.2	Auswirkungen der Probleme einer Integrierten Kommunikation auf die Einschätzung potenzieller Gefahren	115
8.2	Zukünftige Bedeutung der Integrierten Kommunikation als strategischer Erfolgsfaktor	116
8.3	Zukünftige Herausforderungen einer Integrierten Kommunikation	117
8.3.1	Einschätzung der zukünftigen Herausforderungen einer Integrierten Kommunikation	118
8.3.2	Auswirkungen der Probleme einer Integrierten Kommunikation auf die Einschätzungen der Herausforderungen	120

9 Zusammenfassung und Implikationen	122
9.1 Zusammenfassung der Ergebnisse	122
9.2 Implikationen für die Praxis	126
Literaturverzeichnis	131
Anhang	133

Integrierte Kommunikation in der Praxis
Entwicklungsstand in deutschsprachigen Unternehmen
Bruhn, M.; Martin, S.; Schnebelen, S.
2014, XIX, 160 S. 60 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-05463-2