

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Marktteilnehmer und ihre Interessen</b>	<b>1</b>
1.1	Anbieter der unterschiedlichen Screens	3
1.1.1	TV-Geräte	3
1.1.2	Computer	6
1.1.3	Tablet-PC	8
1.1.4	Smartphone	10
1.1.5	Modell zu den Interessen von Screen-Herstellern	13
1.2	Anbieter und Distributeure von Content	13
1.2.1	Produktion von Content	15
1.2.2	Bündelung von Content	17
1.2.3	Distribution von Content	23
1.2.4	Modell zu den Interessen von Content-Anbietern und -Distributeuren	26
1.3	Konsumenten	27
1.3.1	Geräte- und Inhaltenutzung	28
1.3.2	Multiscreen-Typologien	33
1.3.3	Einstellung zu Werbung und Werbewirkung	35
1.3.4	Modell zur Multiscreen-Mediennutzung der Konsumenten	39
1.4	Anbieter von Werbeflächen	40
1.4.1	Vermarkter	40
1.4.2	Formate	43
1.4.3	Targeting	46
1.4.4	Modell zu den Interessen der Anbieter von Werbeflächen	48

1.5	Szenarien zur Dynamik der Marktentwicklung .....	49
1.5.1	Wenige Basistrends bestimmen die Entwicklung .....	50
1.5.2	Szenarien .....	51
1.5.3	Konsequenzen für Multiscreen-Kampagnen .....	54
1.6	Die Lösung heißt nicht „mehr Pfeile“ .....	58
	Literatur .....	59
<b>2</b>	<b>Wege zu einem erfolgreichen Multiscreen-</b>	
	<b>Kampagnenmanagement .....</b>	<b>69</b>
2.1	Marketingorganisation und Prozesse .....	71
2.1.1	Grundsätzliche Empfehlungen .....	72
2.1.2	Weitere Empfehlungen – basierend auf einer Eigenstudie bei werbetreibenden Unternehmen .....	79
2.2	Leitfaden für ein erfolgreiches Kampagnenmanagement .....	84
2.2.1	Roadmap .....	84
2.2.2	Kampagnenbriefing .....	87
2.2.3	Kampagnenfundament .....	96
2.2.4	Kampagnenarchitektur .....	113
2.2.5	Kampagnenumsetzung .....	126
2.2.6	Kampagnenkontrolle .....	135
2.2.7	Zusammenfassende Infografik zum Kampagnenmanagement .....	140
2.2.8	Erfolgsfaktoren in der Praxis .....	140
	Literatur .....	143
	<b>Glossar .....</b>	<b>145</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>153</b>

Management von Multiscreen-Kampagnen

Grundlagen, Organisation, Roadmap, Checklisten

Brügner, H.

2015, XIII, 155 S. 41 Abb. Book + eBook., Softcover

ISBN: 978-3-658-06034-3