

Inhalt

JENS WOELKE / MARCUS MAURER / OLAF JANDURA Forschungsmethoden für die Markt- und Organisationskommunikation – Bemerkungen zu einem Arbeitsfeld kommunikationswissenschaftlicher Methodenentwicklung und -anwendung	9
1. METHODEN FÜR DIE MARKT- UND WERBEFORSCHUNG	
HANS-BERND BROSIUS Theoretische Herausforderungen in der Werbeforschung	15
FLAVIA BLEUEL / MICHAEL SCHARKOW / MONIKA SUCKFÜLL / GEROLD MARKS Form Follows Function? – Eine Online-Sortierstudie zur Rezeption von Filmplakaten	32
JENS WOELKE / STEFFEN KOLB Sensitivität und Antwortneigung als Faktoren von Erinnerungs- und Wiedererkennungseleistungen – Anwendung und Nutzen der Signalentdeckungstheorie für die Werbewirkungsforschung	51
2. ANSÄTZE ZUR WERBE- UND KOMMUNIKATIONSPLANUNG	
BIRGIT STARK Qualitative Mediaplanung im europäischen Vergleich – eine empirische Analyse praxisrelevanter Konzepte	69

ANDREAS BAETZGEN	89
Das Konzept der Kontextbasierten Marktkommunikation	
OLAF JANDURA / WOLFGANG DONSBACH	111
Personalisierte Werbung in Zeitschriften	

3. ANSÄTZE UND METHODEN FÜR DIE PR-EVALUATION

TORSTEN MAURER / JOACHIM TREBBE	127
Input-Output-Analysen zur Medienresonanzmessung	
SILKE ADAM	143
PR-Evaluation und -Planung aus der Netzwerkperspektive. Neue Erkenntnisse bei der Untersuchung von Medieninhalten durch die Verbindung von Inhalts- und Netzwerkanalyse	
STEFFEN KOLB / JENS WOELKE	171
Praxisstand und Entwicklungspotenziale für Medienresonanzanalysen und PR-Erfolgskontrolle	

4. METHODEN FÜR DIE ORGANISATIONSKOMMUNIKATIONSFORSCHUNG

FRANK M. SCHNEIDER / KATHRIN AEHLING / MICHAELA MAIER / PATRICK BACHERLE	200
Business-TV wirkt ... oder etwa nicht? Ein methodisches Idealfallszenario und empirische Ergebnisse zur Evaluation von Business-TV	

WOLFGANG SCHWEIGER / INES MARKMILLER	221
WebScreen – ein Verfahren zur Messung der öffentlichen Meinung im Internet	
DIANA INGENHOFF / KATHARINA SOMMER	246
Spezifikation von formativen und reflektiven Konstrukten und Pfadmodellierung mittels Partial Least Squares zur Messung von Reputation	
Autorinnen und Autoren	289