

Inhalt

Einleitung	7
Konzeptionelle Grundlagen	
<i>Horst Steinmann / Ansgar Zerfaß</i> Management der integrierten Unternehmenskommunikation: Konzeptionelle Grundlagen und strategische Implikationen	11
<i>Helmut Scherer</i> Unternehmen in öffentlichen Auseinandersetzungen: Strukturmerkmale öffentlicher Kommunikation als Herausforderung für die integrierte Unternehmenskommunikation	51
<i>Rupert Ahrens / Michael Behrent</i> Integrierte Kommunikation als unternehmerischer Erfolgsfaktor – Entwurf eines Leitbildes für Manager der integrierten Unternehmenskommunikation	83
Praxiserfahrungen	
<i>Markus Hofmann / Claudia Landmann</i> Der integrierte Kommunikationsprozeß – Herausforderung zwischen Markt und Unternehmen	101
<i>Wilhelm Scior</i> Integrierte Kommunikation als unternehmenspolitische Aufgabe: Das Beispiel der Milupa AG	137
<i>Ulrich Kresse</i> Kommunikation als integrierter Bestandteil der Dienstleistung: Das Beispiel der Energie-Versorgung Schwaben AG	155
<i>Friedmar Nusch</i> Innovative Organisationsstrukturen als Voraussetzung erfolgreicher Unternehmenskommunikation: Das Beispiel der ABB Asea Brown Boveri AG	169

<i>Walter Conradi</i>	
Strategische Unternehmenskommunikation in multinationalen Konzernen: Das Beispiel der Siemens AG	189
<i>Michael Krug</i>	
Interne Unternehmenskultur und externe Unternehmenskommunikation: Das Beispiel der Hewlett Packard GmbH	205
<i>Manfred Piwinger / Wolfgang Niehüser</i>	
Stimmungsinformationen und Unternehmenskommunikation	211
 Die Autoren	 231