

Inhalt

Vorwort und Dank	9
Der Gartenzweig, das einleuchtende Beispiel	17
1 Worum es in diesem Buch geht	21
1.1 Wer keine kommunikative Aufgabe identifizieren kann, braucht gar nicht erst anzufangen – Über Möglichkeiten und Grenzen von Kommunikation	21
1.2 Konzepte fangen vorne an und hören hinten nicht auf – Über Steuerung und Störungen	26
1.3 Konzepte gibt's nicht von der Stange – Über die Notwendigkeit des Denkens	30
1.4 Was muss ein Konzeptioner können – Über Urteilsvermögen und Planungskreativität	33
1.5 Warum es nicht genügt, dieses Buch zu lesen – Über die Übung, die den Meister macht	37
2 Briefing und Recherche	41
Die Zwergen-Premiere – Über falsche Vermutungen und richtige Fragen	
3 Aufgabenstellung und Analyse	57
Über die Kunst, die Spreu vom Weizen zu trennen und den Zwerg vom Garten	

4	Ziele	69
	Zukunftsaussichten für neue Zwerge – Das Commitment im Konzept	
5	Zielgruppen	83
	Wer Zwerge kauft und empfiehlt	
6	Positionierung und Botschaften	95
	Warum Gartenzwerge zu Bambis und Zierspringbrunnen gehören	
7	Strategie	107
	Der Hebel, der die Zwerge nachhause bringt	
8	Taktik	115
	Dramaturgie und Maßnahmen – Auftritt der Heimzwerge und wie das Programm entsteht	
9	Präsentation und Dokumentation	129
	Zwerge ohne Zweifel – Kein Auftrag ohne Überzeugungsleistung	
10	Basis-, Projekt-, Detailkonzept	147
	Der Zwerg kehrt in den Mikrokosmos zurück	
11	Kleines Kommunikationslexikon	155
12	Adressen der Verbände	197
13	Die Autorinnen	198