



Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition)

Claudia Haberlandt

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition)

Claudia Haberlandt

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) Claudia Haberlandt
Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,3, Duale Hochschule Baden-Württemberg, Ravensburg, früher: Berufsakademie Ravensburg, 19 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Steigende Homogenität der Produkte, kritische und schwer zu bindende Konsumenten, Reizüberflutung und sinkende Werbeerinnerung charakterisieren die heutige Marktsituation. Die Anbieter stehen vor der Herausforderung, sich unter diesen erschwerten Bedingungen gegenüber der Konkurrenz zu profilieren. Mit dem Ziel, das vermeintlich austauschbare Produkt besser als die Konkurrenzprodukte zu positionieren, wird die Forderung nach einem geeigneten Kommunikationsinstrument immer lauter. Dabei geht es nicht nur um eine zielgruppengerechte Ansprache der Konsumenten, sondern ebenso um eine aufmerksamkeitsstarke Kommunikation, die sich aus den täglich mehreren tausend Werbebotschaften hervorhebt. Schließlich haben nur jene Werbebotschaften die Chance, vom Konsumenten erfasst, verarbeitet und gespeichert zu werden, die nicht in der Masse der Werbereize untergehen.

Das Instrument der vergleichenden Werbung scheint durch seine besondere Gestaltung ein geeignetes Mittel für eine aufmerksamkeitsstarke Kommunikation zu sein. Der bisher sehr zögerliche Einsatz durch die deutschen Werbetreibenden wirft jedoch die Frage nach der Beurteilung dieses Instruments auf: Welche Argumente wirken auf den Entscheidungsprozess eines Unternehmens ein, die in der Konsequenz für oder gegen die Schaltung vergleichender Werbung sprechen und in welchem Zusammenhang stehen die Chancen und Risiken mit der Gestaltungsweise des Werbevergleichs?

Die vorliegende Arbeit geht dieser Frage nach und untersucht das Entscheidungsproblem der vergleichenden Werbung. Dabei geht es konkret um zwei Alternativenräume: Zum einen um die Entscheidung, ob vergleichende Werbung geschaltet und zum anderen, welche Gestaltungsform gewählt werden sollte, um bestimmte Kommunikationsziele zu erreichen. Nach einer Klärung des Gegenstandsbereichs in Kapitel 1 wird in Kapitel 2 zum Zustandsraum vergleichender Werbung übergegangen. Mit dem Ziel, Entscheidungshilfen zu liefern, werden darin die Möglichkeiten und Grenzen, sowie Chancen und Risiken relevanter Umweltzustände gegeneinander abgewogen. In Kapitel 3 werden anschließend die Ziele behandelt, bevor in Kapitel 4 die Instrumente vergleichender Werbung beurteilt werden. Abschließend erfolgt eine kritische Würdigung der Erkenntnisse.

 [Download Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werb ...pdf](#)

 [Read Online Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden We ...pdf](#)

Download and Read Free Online Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) Claudia Haberlandt

From reader reviews:

Paul Erdmann:

What do you think about book? It is just for students since they are still students or this for all people in the world, what the best subject for that? Just simply you can be answered for that concern above. Every person has diverse personality and hobby for each other. Don't to be obligated someone or something that they don't would like do that. You must know how great and important the book Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition). All type of book is it possible to see on many sources. You can look for the internet methods or other social media.

Robert Densmore:

Now a day folks who Living in the era where everything reachable by interact with the internet and the resources inside it can be true or not require people to be aware of each data they get. How many people to be smart in obtaining any information nowadays? Of course the reply is reading a book. Examining a book can help persons out of this uncertainty Information mainly this Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) book as this book offers you rich info and knowledge. Of course the information in this book hundred % guarantees there is no doubt in it everbody knows.

Teresa Riggs:

Are you kind of hectic person, only have 10 or even 15 minute in your morning to upgrading your mind proficiency or thinking skill even analytical thinking? Then you have problem with the book than can satisfy your short space of time to read it because pretty much everything time you only find book that need more time to be study. Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) can be your answer mainly because it can be read by you actually who have those short time problems.

Karen Morris:

A lot of e-book has printed but it is unique. You can get it by net on social media. You can choose the most beneficial book for you, science, comedian, novel, or whatever simply by searching from it. It is named of book Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition). Contain your knowledge by it. Without leaving behind the printed book, it might add your knowledge and make a person happier to read. It is most essential that, you must aware about guide. It can bring you from one destination for a other place.

**Download and Read Online Möglichkeiten und Grenzen der
vergleichenden Werbung (German Edition) Claudia Haberlandt
#NADCVXYRF5U**

Read Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt for online ebook

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt Free PDF download, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt books to read online.

Online Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt ebook PDF download

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt Doc

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt Mobipocket

Möglichkeiten und Grenzen der vergleichenden Werbung (German Edition) by Claudia Haberlandt EPub