



THOMAS SCHIERL / JÖRG TROPP (Hrsg.)

Wert und Werte der Marketing-Kommunikation

2013, 312 S., 40 Abb., 25 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-86962-073-2

Über dieses Buch: Werbung genießt einen ambivalenten Ruf. Während Kommunikationsschaffende notwendig von der Wirksamkeit und Werthaltigkeit ihrer Produkte überzeugt sind, bemängelt der Verbraucher die Vermittlung falscher Normen und Werte und das unaufgeforderte Eindringen in seinen Alltag. Gleichzeitig schätzt er aber den Unterhaltungswert und Informationsgehalt kreativer Werbemittel.

Durch den Wandel im Mediensektor verändern sich auch die Rahmenbedingungen – so ergeben sich für die Werbenden vielfältige neue Möglichkeiten, den immer transparenter werden den Konsumenten anzusprechen, das Messen ihres Erfolges wird jedoch schwieriger. Auf der anderen Seite wird es für die Konsumenten immer mühsamer, werbliche und redaktionelle Inhalte zu unterscheiden.

Unter diesen Bedingungen muss die Frage nach dem Wert und den Werten der Marketing-Kommunikation neu gestellt werden. In dem vorliegenden Sammelband soll sowohl eine Aktualisierung der Forschungslage als auch eine Ausweitung der The-

matik auf neu entstandene Forschungsgebiete wie den Bereich der sozialen Medien oder des ›In-Game-Advertising‹ vorgenommen werden. Die Autoren zeigen zum einen, wie facettenreich die Forschung in diesem Bereich sein kann, machen aber auch deutlich, vor welchen Herausforderungen sie noch steht.

Autoren dieses Bandes sind: Christopher Blake, Michael Bürker, Matthias Busse, Sascha Demarmels, Michael Eble, Kati Förster, Jeanette Gusko, Stephanie Kienzler, Johannes Knoll, Ingo Knuth, Nina Köberer, Juliane Lischka, Matthias Lorkowski, Tino G. K. Meitz, Lilian Meyer-Jansek, Harald Rau, Daniela Schaaf, Dorothea Schaffner, Thomas Schierl, Daniela Schlütz, Hannah Schmid-Petri, Holger Schramm, Jörg Tropp und Guido Zurstiege.

Weitere Informationen:
<http://www.halem-verlag.de/?p=8166>



Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

Vorname und Name

Straße

Land, PLZ und Ort

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

E-Mail

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
 oder über unseren Online-Buchladen
 oder in Ihrer Buchhandlung

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.