

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Einführung

I Marketing - Begriff, Instrumente, Tendenzen, Probleme

Günter Silberer

Marketing - Eine Einführung 18

Bernd Stauss

Marketing für alles - Alles ist Marketing 37

II Kinder und Jugendliche als Zielgruppen des Marketing

Elmar Lange

Jugendkonsum und jugendliche Milieus in den
alten und neuen Bundesländern 62

Consumers Union of United States

Selling America's Kids 109

Pierre Dejemeppe

Die Werbung und das Kind 122

Theo Wolsing

„Früher oder später kriegen wir Euch alle“ 135

III	Fallbeispiel: Jugend-Bank-Marketing	
	<i>Klaus Neumann</i> Der junge Verbraucher im Brennpunkt des Bank-Marketing	165
	<i>Ulrike Pilz-Kusch</i> Verführen Banken Kinder und Jugendliche zum Schuldenmachen?	188
IV	Marketing - Prinzip Verantwortung	
	<i>Ursula Hansen</i> Ökologisch orientiertes Marketing - Konflikte und Kooperationschancen mit der Konsumerziehung	218
V	Konsumerziehung - Reflexionen, Probleme, Praxis	
	<i>Heiko Steffens</i> Goliath und David - Diskurs über Marketing und Konsumerziehung	249
	<i>Volker Preuß</i> Zum Verhältnis von Marketing und Konsumerziehung	277
	<i>Clemens Moisa</i> Merchandising im Unterricht	299

Autorenverzeichnis