

1 Einführung 2

1.1	Marketing	2
1.1.1	Medienmarketing.....	3
1.1.2	Marketingziele.....	4
1.1.3	Marketingstrategien.....	5
1.1.4	Marketing-Controlling.....	5
1.2	Distribution	6
1.3	Produkte	7
1.3.1	Produktsortiment.....	7
1.3.2	Produktlebenszyklus.....	7
1.4	Preisbildung	8
1.5	Marktforschung	9
1.6	Kunden	10
1.6.1	Kundengewinnung.....	10
1.6.2	Kundenarten.....	10
1.7	Aufgaben	11

2 Zielgruppen 14

2.1	Grundlagen	14
2.1.1	Was ist eine Zielgruppe?.....	14
2.1.2	Wozu gibt es Zielgruppen?.....	14
2.1.3	Marktsegmentierung.....	15
2.1.4	Zielgruppenbestimmung.....	15
2.2	Soziodemografie	18
2.3	Nielsen-Gebiete	19
2.4	Sinus-Milieus	20
2.5	Semiometrie	22
2.6	Aufgaben	23

3 Branding 24

3.1	Einführung	24
3.1.1	Brandzeichen.....	24
3.1.2	Branding, das moderne Brandzeichen.....	24

3.2	Funktionen von Marken	25
3.2.1	Marken schaffen Vertrauen	25
3.2.2	Marken geben Orientierung	25
3.2.3	Marken wirken imagebildend	26
3.2.4	Marken machen Produkte differenzierbar	26
3.2.5	Marken binden Kunden	26
3.2.6	Marken sind wertvoll	27
3.2.7	Marken ermöglichen Preissteigerung	27
3.2.8	Marken bieten eine Plattform für neue Produkte	27
3.3	Markenbildung	28
3.3.1	Markenpositionierung	28
3.3.2	Markenwerte	29
3.3.3	Markenentwicklung	31
3.3.4	Markenarchitektur	31
3.3.5	Markenbekanntheit	31
3.4	Naming	32
3.5	Markenrecht	33
3.6	Tonalität	34
3.6.1	Zielgruppenansprache	34
3.6.2	Slogan/Claim	34
3.7	Aufgaben	35

4 Corporate Identity 38

4.1	Komponenten der Corporate Identity	38
4.1.1	Begriffsdefinition	38
4.1.2	Corporate Design	39
4.1.3	Corporate Communication	40
4.1.4	Corporate Behaviour	41
4.2	Corporate Design	42
4.2.1	Komponenten	42
4.2.2	Logo	42
4.2.3	Farbe, Farbkonzept	44
4.2.4	Schrift, Schriftkonzept	46
4.2.5	Gestaltungsraster und Layout	47
4.2.6	Bildwelt	48
4.3	Styleguide	49
4.4	Aufgaben	50

5 Werbung

54

5.1	Kaufmotive	54
5.1.1	Produkteigenschaften.....	54
5.1.2	Motiv- und Emotionssysteme	56
5.1.3	Archetypen.....	62
5.1.4	Storytelling	67
5.1.5	Maslowsche Bedürfnispyramide	68
5.1.6	Humor als Sympathieträger	69
5.2	Werbearten	71
5.2.1	Absatzwerbung	71
5.2.2	Public Relations	71
5.2.3	Verkaufsförderung.....	71
5.3	Werbemedien	73
5.3.1	Anzeigen und Plakate	73
5.3.2	Audiovisuelle Werbung.....	75
5.3.3	Direktmarketing.....	75
5.3.4	Flyer und Broschüren.....	77
5.3.5	Verpackungen	78
5.3.6	Werbeartikel	78
5.3.7	Werbetechnik	78
5.4	Mediaplanung	80
5.4.1	Werbeerinnerung.....	80
5.4.2	Medienwirkung	80
5.4.3	Push & Pull.....	81
5.4.4	Planungsprozess.....	82
5.5	Werbewirkung	83
5.5.1	AIDA.....	83
5.5.2	PPPP.....	84
5.5.3	KISS.....	84
5.5.4	RIC	85
5.5.5	GIULIA.....	86
5.5.6	ISI.....	86
5.6	Aufgaben	87

6 Anhang

90

6.1	Lösungen	90
6.1.1	Einführung	90
6.1.2	Zielgruppen	91
6.1.3	Branding	92
6.1.4	Corporate Identity	94
6.1.5	Werbung	95
6.2	Links und Literatur	98
6.3	Abbildungen	99
6.4	Index	102