



**Markenkommunikation mit Prominenten: Eine
Untersuchung der Eignung und des
Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur
Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten
(German Edition)**

Jennifer Hilker

Download now

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

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition)

Jennifer Hilker

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) Jennifer Hilker

Bachelorarbeit aus dem Jahr 2012 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,0, Fachhochschule des Mittelstands Bielefeld, Sprache: Deutsch, Abstract: Eine Werbekampagne effizient zu gestalten ist keine einfache Aufgabe für Unternehmen. Für was sollen Konzerne die hohen Werbeinvestitionen aufbringen, um die Konsumentenzielgruppen mit ihren beworbenen Markenprodukten möglichst erfolgreich erreichen zu können?

Eine Option stellt die Investition in die Marke des Unternehmens dar. Eine Statistik des Statistik-Onlineportals „Statista“ aus dem Jahr 2009 verdeutlicht die enormen Beträge, die deutsche Unternehmen in ihre Marken investieren. So erreichen die drei Unternehmen mit den höchsten Markenwerten Zahlenwerte von ca. 17 Millionen Euro im Jahr 2009. Generell erreichen die ersten sieben Unternehmen allesamt Markenwerte im zweistelligen Millionenbereich. Unternehmen können sich über den Aufbau einer starken Marke von anderen Wettbewerbern abgrenzen. Dies gelingt vor allem über einen verkörperten emotionalen Zusatznutzen, der sich in einer aussagekräftigen Markenpersönlichkeit ausdrückt.

Eine Möglichkeit um Markenpersönlichkeiten zu bilden bzw. zu beeinflussen stellen Testimonials dar. Die vorliegende Arbeit beschränkt sich auf prominente Testimonials als direkte Treiber der Markenpersönlichkeit. Prominente können beispielsweise die Produktbeurteilung und das Image eines Unternehmens positiv beeinflussen.

Wie gut eignen sich Prominente als Testimonials um Markenpersönlichkeiten zu bilden? Können durch den Einsatz von Prominenten Werbewirkungserfolge beim Rezipienten erzielt werden und falls ja, von welchen Faktoren hängt es ab, ob Prominente dazu dienen können Werbewirkungserfolge zu generieren?

LAWRENCE/ DUBELAAR UND KAMAKURA beweisen in einer 2007 durchgeführten Studie, dass sich die Persönlichkeiten von Prominenten auf das Image des Produkts übertragen. Eine Breitling Uhr wird mit wechselndem prominenten Testimonial (Bruce Willis und Orlando Bloom) auch dementsprechend anders bewertet.

Desweiteren untersuchen LEE UND THORSON in einer 2008 durchgeführten Studie den Zusammenhang zwischen der Passung von Produkt und Prominentem. Sie gelangen zu dem Ergebnis, dass das Fitting zwischen Prominentem und Produkt nicht als dichotomes Konzept betrachtet werden sollte sondern als ein Kontinuum mit graduellen Abstufungen. So könnten beispielsweise kleinere Abweichungen der Passung auch zu mehr Aufmerksamkeit und Interesse gegenüber dem Produkt führen. Zumindest sei dies bei Low-Involvement-Produkten eher der Fall.

 [Download Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuc ...pdf](#)

 [Read Online Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Unters ...pdf](#)

Download and Read Free Online Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) Jennifer Hilker

From reader reviews:

Joshua Canfield:

With other case, little folks like to read book Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition). You can choose the best book if you love reading a book. So long as we know about how is important any book Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition). You can add information and of course you can around the world by the book. Absolutely right, since from book you can learn everything! From your country right up until foreign or abroad you will end up known. About simple point until wonderful thing you are able to know that. In this era, we can easily open a book or even searching by internet system. It is called e-book. You may use it when you feel weary to go to the library. Let's go through.

Robert Hester:

People live in this new moment of lifestyle always try and and must have the spare time or they will get lot of stress from both daily life and work. So , whenever we ask do people have free time, we will say absolutely sure. People is human not really a robot. Then we ask again, what kind of activity are there when the spare time coming to anyone of course your answer will unlimited right. Then do you ever try this one, reading ebooks. It can be your alternative inside spending your spare time, often the book you have read is actually Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition).

Eleanor Walker:

Are you kind of stressful person, only have 10 or even 15 minute in your moment to upgrading your mind proficiency or thinking skill actually analytical thinking? Then you are receiving problem with the book compared to 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 examine. Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) can be your answer as it can be read by anyone who have those short extra time problems.

Lucinda Brown:

As a college student exactly feel bored for you to reading. If their teacher asked them to go to the library or to make summary for some e-book, they are complained. Just very little students that has reading's soul or real their pastime. They just do what the professor want, like asked to go to the library. They go to right now

there but nothing reading really. Any students feel that examining is not important, boring as well as can't see colorful photographs on there. Yeah, it is to become complicated. Book is very important for you personally. As we know that on this era, many ways to get whatever we want. Likewise word says, ways to reach Chinese's country. So , this *Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten* (German Edition) can make you feel more interested to read.

Download and Read Online *Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten* (German Edition) Jennifer Hilker #91ILZYQMF4E

Read Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker for online ebook

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker 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 Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker books to read online.

Online Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker ebook PDF download

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker Doc

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker Mobipocket

Markenkommunikation mit Prominenten: Eine Untersuchung der Eignung und des Werbewirkungserfolgs von Testimonials zur Bildung von Markenpersönlichkeit bei Rezipienten (German Edition) by Jennifer Hilker EPub