

Renner

## Werbung bei Jugendlichen

Aufbau der Untersuchung Untersuchungsobjekt dieser Arbeit ist jene Bevölkerungsschicht in der Bundesrepublik Deutschland, die man mit dem etwas weitläufigen Begriff "Jugend" bezeichnet. Das Untersuchungsziel ist darauf gerichtet, die Situation des Jugendlichen als Bedarfsträger und Konsument zu analysieren und Schlußfolgerungen daraus zu ziehen, welche absatzpolitischen Möglichkeiten der wirtschaftlichen und sozialen Lage dieser Verbraucherschicht entsprechen. Dabei liegt der Hauptakzent dieser Arbeit auf dem Problem der Abstimmung werblicher Maßnahmen, die sich an jugendliche Bevölkerungsschichten richten, fernher auf der Untersuchung des gesellschaftlichen Konsumleitbildes "Jugend", mit dem Werbestrategien das Produkt-Image aufzubauen versuchen. Das wirtschaftliche Interesse an der Jugend hat erst relativ spät eingesetzt. Der Grund liegt darin, daß der Heranwachsende noch vor wenigen Jahrzehnten kaum über eigene finanzielle Mittel verfügte; die Entscheidungen über Anschaffungen für Kinder und Jugendliche blieb ausschließlich den Eltern vorbehalten. Erst mit der Veränderung familiärer Beziehungen, der Respektierung heranwachsender Familienmitglieder als Individuen mit eigenen Wünschen und Meinungen und der finanziellen Ausstattung jugendlicher mit Taschengeld sowie durch die Anhebung der Lehrlingsentlohnung und der vollen Verdienstmöglichkeit jugendlicher Berufstätiger wandten sich die absatzwirtschaftlichen Bemühungen auch den jüngeren Bevölkerungsschichten zu. Bei der Aufbereitung des Materials wurde deutlich, daß sich die Ausführungen nicht nur auf rein wirtschaftliche Tatbestände beschränken lassen, wenn eine Erklärung für bestimmte Verhaltensweisen gegeben werden soll. Bedarfsäußerungen und Interessenstrukturen richten sich vielmehr nach übergeordneten Zusammenhängen, die sich nach der Lewinsehen Feldtheorie als Funktion 1 der Persönlichkeit und ihrer Umwelt deuten lassen >.

Springer Book Archives



**54,99 €**

51,39 € (zzgl. MwSt.)

*Lieferfrist: bis zu 10 Tage*

**Artikelnummer:** 9783409364225

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-409-36422-5

**Verlag:** Gabler Verlag

**Erscheinungstermin:** 01.01.1972

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** Softcover Nachdruck of the original 1. Auflage 1972

**Serie:** Studienreihe Betrieb und Markt

**Produktform:** Kartoniert

**Gewicht:** 335 g

**Seiten:** 184

**Format (B x H):** 170 x 244 mm

