

Thema: Werbeträger und Kommunikationskanäle

Nennen Sie vier unterschiedliche Arten von Werbeträger und die jeweils zwei passenden Beispiele.

- (1) Insertionsmedien: Zeitungen und Zeitschriften
- (2) Elektronische Medien: Hörfunk und Internet
- (3) Medien der Außenwerbung: Öffentliche Verkehrsmittel und Plakatwerbung
- (4) Medien der Direktwerbung: Werbebriefe und Kataloge

Welche Arten von Werbung können bei systemischer Betrachtung von Hersteller, Händler und Kunden voneinander differenziert werden?

- (1) Kundengerichtete Herstellerwerbung
- (2) Handelsgerichtete Herstellerwerbung
- (3) Kundengerichtete Handelswerbung in der Einkaufsstätte
- (4) Kundengerichtete Handelswerbung außerhalb der Einkaufsstätte
- (5) Kommunikation der Kunden in sozialen Netzwerken

Skizzieren Sie die fünf notwendigen Analysen, welche als Informationsgrundlagen der Out-of-Store-Kommunikation dienen.

- (1) Situationsanalyse: Welche Daten aus den Umwelten sind relevant für die Kommunikationspolitik?
- (2) Werbeobjektanalyse: Was soll beworben werden?
- (3) Zielgruppenanalyse: Welche Personen sollen erreicht werden?
- (4) Werbebudgetanalyse: Wie hoch soll das Werbebudget sein und wie soll es verteilt werden?
- (5) Werbewirksamkeitsanalyse: Welche Wirkungen lassen sich mit den Werbemaßnahmen erreichen?

Welche beiden Methoden der Planung des Werbebudgets werden grundsätzlich voneinander differenziert?

- (1) Theoretische Methoden
- (2) Pragmatische Methoden

Nennen Sie die Probleme marginalanalytischer Budgetierungsmodelle.

Fehlende bzw. unzureichende Kenntnis ...

- ... der Funktionsverläufe von Preis- und Werbewirkung
- ... der Grenzkosten
- ... der Interdependenz mit anderen Marketinginstrumenten (Zurechnungsproblem)