

1. Record Nr.	UNINA9910484106903321
Autore	Kochhan Christoph
Titolo	Ambient-Marketing für Printmedien : Interviewstudie zu Akzeptanz und Bewertung in den Generationen Y, X und 50plus / / von Christoph Kochhan, Annkathrin Reiter, Holger Schunk
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-17433-1
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (IX, 170 S. 21 Abb.)
Disciplina	650
Soggetti	Motivation research (Marketing) Marketing research Consumer Behavior Market Research/Competitive Intelligence
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Markt- und Kommunikationsbedingungen für Verlage -- Ambient-Marketing als Option der Zielgruppenansprache -- Altersspezifisches Mediennutzungsverhalten -- Akzeptanz und Bewertung von Ambient-Marketing durch die Generationen Y, X sowie 50plus -- Implikationen für die Marketingpraxis. .
Sommario/riassunto	Die Interviewstudie fokussiert Ambient-Marketing als potenzielle Kommunikationsform für Zeitungs-, Zeitschriften- sowie Buchverlage. Die Autoren gehen der Frage nach, inwieweit Zielgruppen dieser Werbeaktivität aufgeschlossen gegenüberstehen, und überprüfen die Akzeptanz und Bewertung der Marketingmaßnahme in der „Generation Y“, „Generation X“ sowie in der Altersgruppe „50plus“. Die qualitative Studie basiert auf leitfadengestützten Interviews. Der Inhalt - Markt- und Kommunikationsbedingungen für Verlage - Ambient-Marketing als Option der Zielgruppenansprache - Altersspezifisches Mediennutzungsverhalten - Akzeptanz und Bewertung von Ambient-Marketing durch die Generationen Y, X sowie 50plus - Implikationen für die Marketingpraxis Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende aus den Bereichen Marketing und Kommunikation - Praktiker aus Printmedien (Marketing-, Kommunikations- und Eventmanager) sowie

aus der Branche der Werbe- und Kommunikationsanbieter (PR-, Werbe- oder Eventagenturen, Kommunikationsdienstleister, Kreativagenturen)
Die Autoren Prof. Dr. Christoph Kochhan, Professur für
Medienmarketing, Hochschule RheinMain, Wiesbaden Annkathrin
Reiter, B.A. Media Management, Hochschule RheinMain, Wiesbaden
Prof. Dr. Holger Schunk, Professur für Medienwirtschaft mit dem
Schwerpunkt Marketing, Hochschule RheinMain, Wiesbaden.
