



Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition)

Ann-Kathrin Thoennes

[Download now](#)

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

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition)

Ann-Kathrin Thoennes

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) Ann-Kathrin Thoennes

Studienarbeit aus dem Jahr 2007 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1,3, Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Veranstaltung: HS: Zeitungen und Zeitschriften als Marken, 33 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Mit der Frage nach der Bedeutung von Zielgruppen für den Erfolg und insbesondere für den Markencharakter von Zeitschriften setzt sich die vorliegende Seminararbeit am Beispiel des Burda Modemagazins auseinander. Warum diese Zeitschrift? Zum einen, weil Burda Moden, der Vorläufer, bereits 1949 gegründet wurde und damit Aussagen über einen Zeitraum von beinahe 60 Jahre möglich sind. Zum anderen, weil sich das Burda Modemagazin seit Ende der 1980er Jahre kontinuierlich mit Zielgruppenverlusten konfrontiert sieht und sich dadurch bestens zur Untersuchung der der Arbeit zugrunde liegenden Fragestellung eignet.

In einem ersten Teil sollen zunächst zentrale Begriffe, Modelle und Probleme der Zielgruppenforschung auf dem Pressemarkt vorgestellt werden. Dabei werden folgende Fragen beantwortet: Welche Bedeutung haben Zielgruppenanalysen für die Marketing- und Medienforschung? Wie kann der Begriff Zielgruppe definiert werden? Welche Modelle werden zur Zielgruppenbestimmung angewandt?

Der zweite, weitaus umfangreichere Teil setzt sich mit der Zeitschrift Burda Moden unter unterschiedlichen Perspektiven auseinander. Bevor es um die eigentliche Fragestellung der Bedeutung von Zielgruppen geht, werden zentrale Daten und Fakten des Burda Modemagazins heute sowie der Zeitschrift Burda Moden bis in die 1990er Jahre gegeben. Diese Kapitel sind deshalb relevant, weil sie einen ersten Einblick in die Erfolgsgeschichte einerseits sowie in die heutige Situation andererseits ermöglichen und damit den notwendigen Hintergrund für ein Verständnis der Zielgruppenproblematik liefern, die im anschließenden Kapitel zur Sprache kommt. Dabei soll insbesondere gezeigt werden, mit welchen Konzepten und wie erfolgreich Burda Moden dem Zielgruppenverlust entgegenzuwirken versuchte. Welche Zielgruppen sprach Burda Moden in den ersten zwei Jahrzehnten nach seiner Gründung an? Wie entwickelte sich die Leserschaft? Welche Zielgruppe fokussierte die Zeitschrift nach der Neupositionierung 1998 und wen spricht das Burda Modemagazin heute an? Mit diesen Fragen beschäftigt sich Kapitel 2.4, bevor es abschließend, ausgehend von den bis dahin erarbeiteten Aspekten, um den Zusammenhang zwischen Zielgruppen und den Markencharakter von Zeitschriften gehen soll.

 [Download Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: ...pdf](#)

 [Read Online Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: ...pdf](#)

Download and Read Free Online Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) Ann-Kathrin Thoennes

From reader reviews:

Charles Greiner:

Do you really one of the book lovers? If so, do you ever feeling doubt when you are in the book store? Try and pick one book that you find out the inside because don't ascertain book by its include may doesn't work here is difficult job because you are scared that the inside maybe not because fantastic as in the outside appear likes. Maybe you answer may be Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) why because the great cover that make you consider regarding the content will not disappoint you actually. The inside or content is actually fantastic as the outside as well as cover. Your reading sixth sense will directly make suggestions to pick up this book.

Sheree Gonzalez:

Reading a book for being new life style in this 12 months; every people loves to study a book. When you go through a book you can get a large amount of benefit. When you read ebooks, you can improve your knowledge, mainly because book has a lot of information onto it. The information that you will get depend on what types of book that you have read. If you wish to get information about your review, you can read education books, but if you act like you want to entertain yourself you can read a fiction books, such us novel, comics, along with soon. The Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) will give you new experience in looking at a book.

Kenneth Flowers:

Do you like reading a guide? Confuse to looking for your selected book? Or your book seemed to be rare? Why so many issue for the book? But virtually any people feel that they enjoy for reading. Some people likes studying, not only science book but also novel and Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) as well as others sources were given understanding for you. After you know how the truly great a book, you feel wish to read more and more. Science guide was created for teacher or maybe students especially. Those books are helping them to include their knowledge. In other case, beside science guide, any other book likes Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) to make your spare time considerably more colorful. Many types of book like this one.

Gayle Stalder:

E-book is one of source of understanding. We can add our expertise from it. Not only for students but native or citizen will need book to know the up-date information of year to help year. As we know those textbooks have many advantages. Beside we add our knowledge, can also bring us to around the world. By the book Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) we can take more advantage. Don't you to definitely be creative people? To be creative person must love to read a book. Simply choose the best book that suited with your aim. Don't always be doubt to change

your life by this book Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition). You can more inviting than now.

Download and Read Online Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) Ann-Kathrin Thoennes #E95HBSODZF0

Read Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes for online ebook

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes Free PDF d0wnl0ad, 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 Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes books to read online.

Online Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes ebook PDF download

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes Doc

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes Mobipocket

Zielgruppen und Markencharakter von Zeitschriften: Eine Untersuchung von "Burda Moden" (German Edition) by Ann-Kathrin Thoennes EPub