



## **Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton**

 **Download**

 **Online Lesen**

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

# Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton

*Anna Fritzsche*

Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton Anna Fritzsche

 [Download Provokation und Schock in der Werbung. Empirische ...pdf](#)

 [Online lesen Provokation und Schock in der Werbung. Empirisch ...pdf](#)

## **Downloaden und kostenlos lesen Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton Anna Fritzsche**

---

76 Seiten

Kurzbeschreibung

Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 1, Universität Wien (Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft), Veranstaltung: Kommunikationswissenschaftliches Forschungsseminar, 55 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Als Luciano Benetton, Chef des Modeimperiums United Colors of Benetton, im Jahre 1984 dem Photographen Oliviero Toscani die konzeptionelle Leitung der Werbestrategie des Unternehmens übertrug, ahnte wahrscheinlich noch niemand, in welchem Ausmass die darauf folgenden kontroversen Image-Kampagnen des Mailanders in Zukunft den öffentlichen Diskurs anregen und die Frage nach den Grenzen der Werbung aufwerfen sollte. Mit bis dato unbekanntem Mitteln, durch schockierende Reportageaufnahmen von der Gesellschaft tabuisierte Themen in Szene zu setzen, prägte Toscani nicht nur das Markenimage von Benetton, sondern markierte auch eine Trendwende in der gesamten Werbeindustrie. Phänomene wie zunehmende Informationsflut, Globalisierung der Medienlandschaft und Wertewandel in der Gesellschaft, sowie verstärkte Sättigung des Marktes und immer grossere Austauschbarkeit von Produkten verlangen nach Umstrukturierung der klassischen Methoden der Kommunikation und bedingen die Ablösung von der bis dahin etablierten informativen Werbung, die weitestgehend mit Qualitäten des Produktes warb, zum ansteigenden Einsatz von emotionaler Werbung, die nebenhin auch Gefühle, Wünsche und Lebensideale verkaufte. Immer häufiger wird dabei auch das Element der Provokation zum neuen Gestaltungskriterium. Zur Annäherung an das Thema wird damit begonnen, Entwicklungstrends im Umfeld darzustellen, die sich als wesentliche Einflussfaktoren für die Herausbildung dieses neuen Werbestils manifestiert haben. Um ablaufende psychologische Reaktionen verständlich zu machen, soll zudem auf Theorien der Werbewirkungsforschung eingegangen und dabei der Prozess von Aktivierung,

Download and Read Online Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton Anna Fritzsche #XJEHPUK9N2M

Lesen Sie Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche für online ebook Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche Bücher online zu lesen. Online Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche ebook PDF herunterladen Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche Doc Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche Mobipocket Provokation und Schock in der Werbung. Empirische Analyse am Beispiel Benetton von Anna Fritzsche EPub