



HELMUT SCHERER / DANIELA SCHLÜTZ / HANNAH SCHMID-PETRI / ANKE TROMMERSHAUSEN (HRSG.)

Marken im Web 2.0.
Theoretische Einordnung und empirische Erkenntnisse zur Markenkommunikation im Web 2.0 aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht

2012, 248 S., 17 Abb., 37 Tab., Broschur, dt.

EUR(D) 29,00 / EUR(A) 29,70 / sFr. 48,70

ISBN 978-3-86962-056-5

Über dieses Buch: Das Internet bietet heute eine Kommunikations-Infrastruktur, die kein wirtschaftlicher Akteur mehr ignorieren kann. Besonders interessant sind sogenannte Online-Gemeinschaften wie Facebook, MySpace oder die *brigitte.de*-Community, wo der Nutzer Inhalte nicht mehr nur nachfragen, sondern auch selbst beisteuern und sich gezielt mit anderen Personen vernetzen kann. Diese Entwicklung betrifft auch Markenunternehmen wie Apple oder H&M, die ihre Produkte ebenfalls innerhalb der Netzwerkgemeinschaften präsentieren. Durch die verstärkte Diskussion in Blogs und Communitys beeinflussen die Nutzer nicht nur die Kommunikation über Marke und Produkt, sondern gestalten diese sogar aktiv mit. Markenkommunikation kann aber nur dann erfolgreich sein, wenn die Interessen und Bedürfnisse der verschiedenen Akteure in Übereinstimmung gebracht werden, um sie in den Prozess der strategischen

Markenführung zu integrieren. Neben den Interessen der Unternehmen, sind auch die der Netzwerk- bzw. Community-Betreiber und Konsumenten zu beachten. Ziel des Bandes ist es, die Belange und Zielsetzungen dieser drei Akteure darzustellen, um dann in vier empirischen Studien zentrale Aspekte des Beziehungsverhältnisses zu beleuchten.

Weitere Informationen:
<http://www.halem-verlag.de/?p=4701>



Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
 oder über unseren Online-Buchladen
 oder in Ihrer Buchhandlung

Vorname und Name

Straße

E-Mail

Land, PLZ und Ort

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.