



Lebenswelten - Bilderwelten. Wie die Werbung die gesellschaftliche Diskussion nutzt

By Svenja Lis

GRIN Verlag Jul 2010, 2010. Taschenbuch. Book Condition: Neu. 210x148x1 mm. This item is printed on demand - Print on Demand Neuware - Essay aus dem Jahr 2009 im Fachbereich Medien / Kommunikation - Public Relations, Werbung, Marketing, Social Media, Note: 2,0, Fachhochschule Stralsund, Sprache: Deutsch, Abstract: Kaffee ist nach wie vor der Deutschen liebstes Getränk. Im Kaffeeland Deutschland wird mehr Kaffee als Bier oder sogar Wasser konsumiert, so Hauptgeschäftsführer des Deutschen Kaffeeverbandes Holger Preibisch in einer Pressmitteilung des Deutschen Kaffeeverbandes. In diesem Sinne liegt die aktuelle Kampagne eines der größten deutschen Unternehmen, der KRAFT Foods GmbH für die Produktsparte Kaffee Jacobs Krönung voll im Trend. Und wer wünscht sich nicht im oft stressigen Alltag Zeit und Muße zu finden, für ein gutes Gespräch Wer möchte nicht gerne aktiv am Leben seiner Familie teilnehmen und durch einen bewussten Austausch näher zusammen rücken Und wer hat noch nie gesagt, 'Ach, lasst uns das doch bei einem Kaffee besprechen' Die zentralen Bedürfnisse und Wünsche unserer Gesellschaft werden im hier analysierten TV Werbespot aufgegriffen und somit haben sich in einer kleinen, nicht repräsentativen Umfrage in meinem Freundes- und Familienkreis fast 100% der Befragten durch die Kombination aus 'Sich Zeit nehmen für etwas', 'Ein...



[DOWNLOAD PDF](#)



[READ ONLINE](#)

Reviews

This pdf may be worth purchasing. This is for anyone who statte there was not a really worth reading. I found out this pdf from my i and dad encouraged this pdf to understand.

-- **Mrs. Annamae Raynor**

If you need to adding benefit, a must buy book. This really is for all who statte that there had not been a well worth reading. It is extremely difficult to leave it before concluding, once you begin to read the book.

-- **Claud Bernhard**