

(Download ebook) Einfluss kultureller Bedingungen auf Werbestrategien im internationalen Marketing (German Edition)

# Einfluss kultureller Bedingungen auf Werbestrategien im internationalen Marketing (German Edition)

Andreas Ebert

ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook

Andreas Ebert

---

**Einfluss kultureller Bedingungen auf Werbestrategien im internationalen Marketing**

Studienarbeit



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#4387011 in eBooks 2004-07-04 2004-07-04 File Name: B007NQ93DO | File size: 74.Mb

**Andreas Ebert : Einfluss kultureller Bedingungen auf Werbestrategien im internationalen Marketing (German Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Einfluss kultureller Bedingungen auf Werbestrategien im internationalen Marketing (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2004 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,0, Hamburger Universitauml;t fuuml;r Wirtschaft und Politik, Veranstaltung:

Internationales Marketing, Sprache: Deutsch, Abstract: Im Rahmen der Globalisierung wagen immer mehr Unternehmen den Schritt, auf internationalen Märkten ihre Produkte anzubieten. Um jedoch auch auf internationalen Märkten erfolgreich zu sein, muss berücksichtigt werden, dass sich der Heimatmarkt nur sehr selten auf den internationalen Markt übertragen lässt. Es gibt eine Vielzahl an Einflussfaktoren, die ein Unternehmen bei der internationalen Marktbearbeitung beachten und berücksichtigen muss. Einer der bedeutsamsten Einflussfaktoren sind die kulturellen Bedingungen, die sich in den jeweiligen Märkten zum Teil stark unterscheiden. Nur wenn ein Unternehmen die kulturellen Besonderheiten auf dem jeweiligen Markt kennt, kann es sich erfolgreich in diesem etablieren. Ein Misserfolg auf dem ausländischen Markt, kann nicht nur zu finanziellen Verlusten führen, sondern u.U. für das Unternehmen existenziell sein. Jedoch nicht nur der Aspekt der Existenzsicherung spielt in hier eine Rolle, sondern auch das enorme Gewinn- und Wachstumspotenzial, das bei einer Betätigung auf ausländischen Märkten zur Verfügung steht. In dieser Hausarbeit werden insbesondere die kulturellen Einflussfaktoren in Bezug auf Werbestrategien im internationalen Marketing analytisch und praxisorientiert dargestellt. Hierzu sollen anhand von Beispielen, Erfolge und Misserfolge von internationalen Unternehmen aufgezeigt werden. Es soll verdeutlicht werden, welche elementare Rolle die Berücksichtigung von kulturellen Unterschieden bei der internationalen Marktbearbeitung spielt. Ebenfalls soll erläutert werden, welche Gewichtung den einzelnen kulturellen Besonderheiten zukommt. Werbestrategische Anpassungsprozesse sollen analytisch dargestellt werden, die die kulturellen Unterschiede berücksichtigen. Politische, wirtschaftliche, technische Entwicklungen und Fortschritte bewirken, dass die Märkte homogener werden und sich immer mehr ähneln. Auch dieser Aspekt wird in dieser Hausarbeit berücksichtigt. Durchführungskriterien, wie das Produkt auf dem jeweiligen Markt zielgruppenorientiert positioniert werden soll, sind im Rahmen von Standardisierungs- und Differenzierungsstrategien von massgeblicher Bedeutung. Es soll verdeutlicht werden, wie sich Mediagewohnheiten bzw. die Nutzung der Medien in Bezug auf eine erfolgreiche internationale Marktbearbeitung auswirken.