

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1. Einleitung	9
1.1 Dynamik in den Märkten und im Konsumentenverhalten	9
1.2 Marktsegmentierung und Denken in Zielgruppen	10
2. Werteorientierung	13
2.1 Der Einfluss von Werten auf das (Konsum-)Verhalten	13
2.2 Entwicklung individueller Wertesysteme.....	15
3. Messung von Werthaltungen mit dem Semiometrie-Modell.....	17
3.1 Hintergründe zur Messung psychografischer Merkmale	17
3.2 Entwicklung des Semiometrie-Modells	18
3.3 Der semiometrische Werteraum	22
3.4 Zielgruppen im Semiometrie-Modell.....	27
3.5 Gesellschaftlicher Wertewandel	30
4. Charakterisierung der semiometrischen Wertefelder	33
4.1 Familiär	34
4.2 Sozial	38
4.3 Religiös.....	42
4.4 Materiell	46
4.5 Verträumt.....	50
4.6 Lustorientiert	54
4.7 Erlebnisorientiert.....	58
4.8 Kulturell	62
4.9 Rational	65
4.10 Kritische	69
4.11 Dominant.....	73
4.12 Kämpferisch	77
4.13 Pflichtbewusst	81
4.14 Traditionsverbunden.....	84

5. Der strategische Einsatz von Sprache.....	89
5.1 Sprache und Identität.....	89
5.2 Sprache und Selbstdarstellung.....	90
5.3 SemioDialog – Semiometrisches Sprachmanagement.....	95
5.4 Die Wirkung zielgruppenorientierter Kommunikation.....	99
5.5 Sprache als Brücke zwischen Marke und Zielgruppe.....	104
6. Zielgruppenorientierte Markenführung.....	109
6.1 Das Problem heterogener Zielgruppenstrukturen.....	109
6.1.1 Untersuchung der Modemarke <i>BOSS</i>	110
6.1.2 Semiometrische Analyse von <i>SPD</i> -Anhängern.....	112
6.2 Strategischer Fokus: Gewinnungs- oder Haltemarketing.....	120
6.2.1 Beispiel Bausparkasse <i>LBS</i>	121
6.2.2 Beispiel <i>Greenpeace</i>	127
6.2.3 Beispiel <i>mobilcom</i>	135
6.3 Zielgruppenabgrenzung über Einstellungs- und Verhaltensmerkmale.....	136
6.4 Entwicklung einer synergetischen Gesamtstrategie.....	142
6.4.1 Kreation und Werbemittel-Pretest.....	143
6.4.2 Mediaplanung.....	145
6.4.3 Sponsoring und Testimonials.....	146
6.4.4 Direktmarketing.....	148
7. Zusammenfassung.....	155
Anhang: Semiometrisches Wörterbuch.....	161
Literaturverzeichnis.....	185
Die Autoren.....	191