

Ethik in der Werbung?

Eine Auseinandersetzung mit einem ver.di-Werbespot

Geld regiert die Welt – und die Werbung hält es in Bewegung. Rund 30 Milliarden Euro wurden allein 2006 in Deutschland investiert, um potenzielle Kunden bewusst zu beeinflussen. 500 000 Menschen arbeiten nach Schätzungen des Werbe-Zentralverbandes hierzulande daran. Bei derart vielen Haifischen ist die Beute heiß umkämpft. Der Konsument wird ständig und überall mit Werbung konfrontiert. Eine Differenzierung der Unternehmen von ihren Mitbewerbern ist damit oftmals kaum noch möglich. Aggressive und radikale Botschaften und Präsentationsformen sollen deshalb für Aufmerksamkeit sorgen. War vor Jahrzehnten noch Nacktheit ein Tabu-thema, machen Modelabels selbst vor Aids oder Drogentoten nicht Halt. Sascha Hertel fragt nach den ethischen Grundsätzen in der Werbung. Exemplarisch analysiert er einen optisch drastischen Werbespot der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di für mehr Ausbildungsplätze unter dem Motto „Jugend braucht Zukunft“. Den fachlichen Hintergrund bildet ein allgemeines Interpretationsraster, das er im Verlauf des Buches entwickelt und am Ende an dem genannten Werbespot anwendet.



19,90 €

18,60 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783828893603

Medium: Buch

ISBN: 978-3-8288-9360-3

Verlag: Tectum

Erscheinungstermin: 29.06.2007

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2007

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 140 g

Seiten: 100

Format (B x H): 148 x 210 mm

