

**Alex Zacharias**

# Die Einstellungen der Rezipienten gegenüber Product Placement

**Studienarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2011 GRIN Verlag  
ISBN: 9783640848539

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/167971>

**Alex Zacharias**

# **Die Einstellungen der Rezipienten gegenüber Product Placement**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# RHEINISCHE FACHHOCHSCHULE KÖLN

University of Applied Sciences

Fachbereich: Medien

Studiengang: Media Management (B.A)



## Hausarbeit

### DIE EINSTELLUNGEN DER REZIPIENTEN GEGENÜBER PRODUCT PLACEMENT

Hausarbeit vorgelegt von:

**Alexandra Zacharias**

Media Management (B.A), 1. Semester

## Inhaltsverzeichnis

<b>INHALTSVERZEICHNIS .....</b>	<b>I</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>II</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>III</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>IV</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Konzeptionell-theoretische Grundlagen .....</b>	<b>2</b>
2.1 Einstellung .....	2
2.1.1 Definition von Einstellung .....	2
2.1.2 Drei-Komponenten-Theorie der Einstellung.....	3
2.1.3 Messung von Einstellungen.....	5
2.1.3.1 Eindimensionale Einstellungsmessungen.....	5
2.1.3.2 Mehrdimensionale Einstellungsmessungen.....	6
2.2 Product Placement.....	8
2.2.1 Definition von Product Placement.....	8
2.2.2 Product Placement als hybride Werbeform.....	9
<b>3. Studien unter Berücksichtigung von Determinanten des Product Placements .....</b>	<b>10</b>
3.1 Einstellung gegenüber der Ethik des Product Placements .....	10
3.2 Einstellung gegenüber der Regulierung des Product Placements.....	11
3.3 Einstellung gegenüber der Produktakzeptanz des Product Placements .....	11
<b>4. Untersuchungsergebnisse von Determinanten des Product Placements.....</b>	<b>13</b>
4.1 Ethische Einstellungen gegenüber Product Placement .....	13
4.2 Regulierungsbedingte Einstellungen gegenüber Product Placement.....	14
4.4 Produktakzeptanzbedingte Einstellungen gegenüber Product Placement.....	15
<b>5. Fazit.....</b>	<b>18</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>20</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>VI</b>