

Nora Wirtz

Ethnologisches Marketing für die türkische Gemeinschaft in Deutschland. Eine kritische Untersuchung

Online Marketing von McDonald's in Deutschland

Bachelorarbeit

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 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 © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783668873117

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/454757>

Nora Wirtz

Ethnologisches Marketing für die türkische Gemeinschaft in Deutschland. Eine kritische Untersuchung

Online Marketing von McDonald's in Deutschland

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 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

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Arts (BA)“ im Studiengang
Betriebswirtschaftslehre

Eine kritische Untersuchung von Ethno-Marketing- Kommunikation für die türkische Gemeinschaft in Deutschland

Potenzial eines ethnisch türkisch zentrierten Webauftritts des
Unternehmens McDonald's in Deutschland

Abgabe: 04.09.2013

Name: Nora Wirtz

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
1. Ethno-Marketing als Teil einer Marketingstrategie	1
1.1. Heranführung an die Thematik und Struktur der Arbeit	2
1.2. Begriffsdefinition und Abgrenzung	4
2. Kultur und Marketing-Kommunikation	6
2.1. Nationalkultur und Co-Kulturen	7
2.2. Kulturelemente	8
2.2.1. Sprache	9
2.2.2. Symbolik	10
2.2.3. Werte und Normen	10
2.3. Das 5-Dimensionenmodell nach Hofstede	11
2.4. Der Einfluss von Kultur auf die Marketing-Kommunikation	13
2.4.1. Ethnozentrismus als Erschwernis für erfolgreiche Marketing-Kommunikation	14
2.4.2. Die Relevanz der Kultur bei der Marketing-Kommunikation	14
3. Die Türken in Deutschland als Bezugsgruppe	15
3.1. Die Geschichte der türkischen Gastarbeiter	17
3.2. Segmentierungsansätze	18
3.2.1. Segmentierung nach Generationen	18
3.2.2. Segmentierung nach dem Lebensstilmodell	19
3.3. Der Einfluss der türkischen Kultur	22
3.3.1. Sprache	22
3.3.2. Symbolik	25
3.3.3. Werte und Normen	26
3.3.4. Das 5-Dimensionenmodell angewandt auf Deutschland und die Türkei	27
3.4. Mediennutzung	30

4. Ethnospezifische Marketing-Kommunikation über das Medium Internet.....	33
4.1. Ethnospezifischer Internetauftritt von McDonald's in den USA.....	35
4.2. Potenzial von McDonald's für die türkische Gemeinschaft in Deutschland	40
5. Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen für Unternehmen in Deutschland.....	43
6. Schluss und Ausblick.....	49
Anhang	51
Quellenverzeichnis.....	54