

Frauke Kublanck

Elemente der Chaostheorie und ihre Bedeutung für die fraktale Markenführung

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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.

Copyright © 1996 Diplom.de
ISBN: 9783832400668

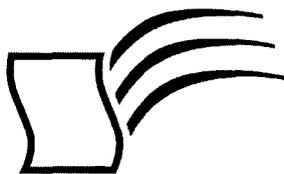
Frauke Kublanck

Elemente der Chaostheorie und ihre Bedeutung für die fraktale Markenführung

Frauke Kublanck

Elemente der Chaostheorie und ihre Bedeutung für die fraktale Markenführung

Magisterarbeit
an der Universität - Gesamthochschule Essen
März 1996 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 66

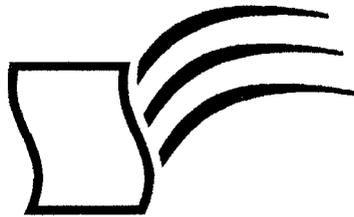
Kublanck, Frauke: Elemente der Chaostheorie und ihre Bedeutung für die fraktale
Markenführung / Frauke Kublanck - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1997
Zugl.: Essen, Universität - Gesamthochschule, Magister, 1996

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. Einleitung	1
2. Elemente der Chaostheorie	8
2.1 Chaostheorie als eine Theorie komplexer dynamischer Systeme	8
2.2 Der Schmetterlingseffekt	12
2.3 Definition des Begriffs Chaos	14
2.4 Die Entwicklung der Chaostheorie	18
2.5 Fraktalität	23
3. Die Anwendung der Chaostheorie im Bereich des Marketing und der Werbung durch die fraktale Markenführung	27
3.1 Die Bedeutung des neuen Weltbildes für das Marketing	27
3.2 Fraktale Märkte	30
3.2.1 Der 'chaotische Konsument'	32
3.2.2 Die Auflösung der klassischen Zielgruppen	34
3.2.3 Trendforschung	37
3.3 Interfusion	39
3.3.1 Szenen	42
3.4 Die Fraktale Marke	48
4. Interview	52
5. Schlußbetrachtungen	71
6. Literaturverzeichnis	87

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Anm.	Anmerkung
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
etc.	et cetera
S.	Seite
sog.	sogenannte
u.U.	unter Umständen
vgl.	vergleiche

1. Einleitung

"Die Kennzeichnung unserer Gesellschaft durch die multiple Option führt zu der Frage, ob die Gesellschaft in einen qualitativ neuen Zustand gekippt ist, in einen Zustand, dessen überall genannte Erscheinungsformen, wie Komplexität, Kontingenz, Fluktuation, Dynamik, Nichtlinearität, Turbulenz, Chaos alle auf eine gemeinsame Grunderscheinung rückführbar sind: die durchgreifende Optionierung aller Lebensbereiche und Seinsebenen." (Peter Gross)¹

Wir leben heutzutage in einer sehr komplexen Gesellschaft, die oft als Postmoderne bezeichnet wird. Das wesentliche Kennzeichen dieser postmodernen Gesellschaft ist die zunehmende Vielfalt an unterschiedlichen Lebensformen, Wissenskonzeptionen, Orientierungsweisen und ihre Akzeptanz. Eine einheitliche Definition der Postmoderne läßt sich aus diesem Grunde nicht erstellen, da die Kriterien zur Beschreibung der Gesellschaft selbst sehr vielfältig sind. Sie reichen von Informationsgesellschaft, Mediengesellschaft, Konsumgesellschaft über Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft bis hin zur Multioptionsgesellschaft. "Die Postmoderne beginnt dort, wo das einheitliche Ganze aufhört [...]. Ihre Vision ist eine *Vision der Pluralität*" (WELSCH 1988. In: KEMPER 1988, S. 29f).

In Gesellschaften des 18. und 19. Jahrhunderts waren die Lebensbedingungen so beschaffen, daß die Menschen ohne Wahlmöglichkeiten ihren Platz in einem sozialen Milieu besaßen. Die persönlichen Motive des einzelnen spielten keine Rolle. Kommunikation konnte zum größten Teil nur vor Ort stattfinden, da räumliche Distanzen ohne technische Hilfsmittel, wie Transportmittel und Kommunikationsmedien nicht zu überwinden waren. Ein Milieu war gekennzeichnet durch 'Beziehungsvorgaben' (vgl. SCHULZE 1993) in Bezug auf Pflichten, Erwartungen und Örtlichkeiten .

Innerhalb dieser traditionellen Gesellschaften existierte eine Übereinstimmung von Erlebtem und Gewußtem, da man nur das wußte, was man selber tatsächlich erfahren

¹ GROSS 1994, S. 70. Zitat ist im Original nicht hervorgehoben [Anm.der Verfasserin].

bzw. erlebt hatte. Diese Übereinstimmung löst sich immer mehr auf, denn der Leitbegriff der Postmoderne ist die Offenheit; Offenheit im Sinne von Zugänglichkeit (vgl. GROSS 1994).

Die Sprache, der Buchdruck und vor allem die elektronischen Medien, deren Anwendung zur Zeit ihren Höhepunkt in Multi-Media findet, sind kommunikative Prozesse, die zum Aufbau komplexer Gesellschaften führen. Kommunikation ist nicht mehr räumlich eingegrenzt, es bilden sich immense Kommunikationsnetze über die ganze Welt, in der alle miteinander kommunizieren können und miteinander zusammengeschaltet sind, wodurch folglich auch die Informationsmenge ständig zunimmt.

"Die Welt erscheint aller Entfernungen beraubt" (GROSS 1994, S. 17).

Durch die modernen Kommunikationsmedien, wie Fernsehen, Telefon, Video etc., haben die Menschen die Möglichkeit, ständig an verschiedenen Orten der Welt mental anwesend zu sein: bei den kriegerischen Auseinandersetzungen im ehemaligen Jugoslawien, bei den Affären der britischen Königsfamilie oder bei einem Techno-Event in New York. Und mit den modernen Verkehrsmitteln läßt sich jeder Punkt der Erde innerhalb von wenigen Tagen, u.U. sogar in wenigen Stunden erreichen.

Diese Offenheit, "von allen zu allem", führt zu dem, was Peter Gross mit dem Begriff der Multioptionsgesellschaft (vgl. GROSS 1994) umschreibt: die Steigerung der Erlebens-, Handlungs- und Lebensmöglichkeiten. Tagtäglich steht der einzelne vor der Qual der Wahl: beim Essen, bei der Kleidung, bei der Auswahl der Informationen und auch bei den sozialen Beziehungen (vgl. SCHULZE 1993). Die Freiheit des einzelnen gewinnt immer mehr an Bedeutung, da durch die Zunahme der Optionen, als "*prinzipiell realisierbare Handlungsmöglichkeiten*" (GROSS 1994, S. 26), das Individuum zunehmend selber entscheiden muß. Dies führt unweigerlich zu dem Prozeß der Individualisierung innerhalb der Gesellschaft. Das Ich wird somit zum Zentrum der Handlungen.