



**DOWNLOAD**



## Erstellung Einer Nutzertypologie Von Adgames Zur Unterstützung Des Kommunikationsmix

By Christina Oehler

GRIN Verlag. Paperback. Book Condition: New. Paperback. 180 pages. Dimensions: 8.3in. x 5.8in. x 0.4in. Diplomarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich Medien Kommunikation - Multimedia, Internet, neue Technologien, Note: 1, 0, FHW Fachhochschul-Studiengnge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH (FHW GmbH, 92 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Anmerkungen: Ausgezeichnet als Jahrgangsbeste Arbeit des Studiengangs Marketing and , Sales 2006 , Abstract: Das Internet bietet zahlreiche Mglichkeiten fr Unternehmen, interaktive, unterhaltende Werbebotschaften zu platzieren. Eine Form von Online-Werbung stellen Online-Werbespiele, so genannte Adgames, dar. Adgames sollen nicht nur Werbeinhalte transportieren, sondern dem Nutzer auch eine Mglichkeit zum Zeitvertreib und zur Unterhaltung, einen Zusatznutzen bieten (vgl. Silberer 1997, S. 11). Laut der ZDFARD Online Studie spielen 11 aller Internetnutzer mindestens einmal pro Woche im Internet (vgl. van Eimeren; Gerhard; Frees 2004, S. 356). Studien (vgl. Bauer, 2001; BIFAK, 2001) besttigen die Akzeptanz und Effizienz von Werbung ber Adgames. Die Menschen suchen immer mehr nach Erlebnissen, die ihren Alltag durchbrechen (vgl. Gerdes 2005, S. 27), ebenso ist das Spielen von Erwachsenen immer mehr zu einem Kernmotiv der westlichen Gesellschaften geworden (vgl. Huber 2002, S. 158). Die Angebote von Adgames reichen heute von einfachen Massenproduktionen bis hin zu hochkomplexen Snielen. die

### Reviews

*The book is fantastic and great. I have got read through and i am confident that i will planning to read yet again once again in the foreseeable future. I found out this book from my dad and i recommended this publication to discover.*

-- Prof. Nicole Zieme

*It is simple in read through safer to comprehend. This is for anyone who statte that there was not a really worth reading through. It is extremely difficult to leave it before concluding, once you begin to read the book.*

-- Samanta Klein