

**Bachelorarbeit**

# Stereotype in der Werbung

Zur Wahrnehmung und Verarbeitung von stereotypisierter Fernsehwerbung

Bachelorarbeit im Studiengang Wirtschaftskommunikation

Im Fachbereich 4 Wirtschaftswissenschaften II

an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Berlin, August 2010

vorgelegt von:

Nora Diener

Anschrift:

Matrikelnummer:

Abgabetermin:

Erstprüfer:

Dr. Falk Tennert

Zweitprüfer:

Prof. Dr. Reinhold Roski

# Inhalt

Seite

|   |            |
|---|------------|
| <b>Abstract</b> .....   | <b>II</b>  |
| <b>Inhalt</b> .....   | <b>III</b> |
| <b>Abbildungsverzeichnis</b> .....                              | <b>IV</b>  |
| <b>1 Hinführung zum Thema</b> .....                             | <b>1</b>   |
| 1.1 Gegenstand und Zielsetzung der Arbeit.....                  | 1          |
| 1.2 Aufbau der Arbeit.....                                      | 2          |
| 1.3 Historische Entwicklung in der Stereotypen-Forschung.....   | 3          |
| <b>2 Stereotype in der Psychologie</b> .....                    | <b>5</b>   |
| 2.1 Definition von Stereotypen.....                             | 5          |
| 2.2 Abgrenzung gegenüber verwandten Begriffen.....              | 8          |
| 2.3 Aktivierung und kognitive Verarbeitung von Stereotypen..... | 10         |
| 2.4 Moderatoren der Stereotypaktivierung.....                   | 13         |
| 2.5 Vorteile für die Anwendung von Stereotypen.....             | 14         |
| 2.6 Nachteile für die Anwendung von Stereotypen.....            | 16         |
| 2.7 Zusammenfassung.....  | 19         |
| <b>3 Stereotype in der Werbung</b> .....                        | <b>20</b>  |
| 3.1 Werbung.....  | 20         |
| 3.1.1 Definition von Werbung.....                               | 20         |
| 3.1.2 Ziele von Werbung.....                                    | 22         |
| 3.1.2 Herausforderungen in der Werbung.....                     | 24         |
| 3.2 Einsatz von Stereotypen in Werbespots.....                  | 26         |
| 3.2.1 Funktion von Stereotypen in TV-Spots.....                 | 27         |
| 3.2.2 Nachteile von Stereotypen in TV-Spots.....                | 29         |
| 3.2.3 Exemplarische Untersuchung eines Werbespots.....          | 32         |
| 3.3 Zusammenfassung.....  | 39         |
| <b>4 Ergebnisse</b> .....                                       | <b>41</b>  |
| <b>Literaturverzeichnis</b> .....                               | <b>45</b>  |
| <b>Anhang</b> .....   | <b>51</b>  |
| <b>Eidesstattliche Erklärung</b> .....                          | <b>58</b>  |