

Hardy Dreier / Claudia Lampert: Kinder im Netz der Marken

Beitrag aus Heft »2005/01: Kinder als Verbraucher«

Im dem Beitrag werden Ergebnisse einer umfangreichen Studie vorgestellt, die das Phänomen „Medienmarken“ aus einer medienökonomischen und aus einer rezipientenorientierten Perspektive beleuchtet.

(merz 2005-1 S.24-30)