

Ingo Barlovic / Christian Clausnitzer: Kommerzielle Werbeforschung bei Kindern

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

Der Beitrag ermöglicht einen Perspektivenwechsel .

Er verfolgt keine pädagogischen oder werbekritischen Interessen, sondern zeigt, wie die Werbeindustrie und die kommerzielle Werbeforschung Kinder als Zielgruppe ihrer Bemühungen wahrnehmen.

(merz 2005-1, S.17-22)