

Grundlagen und Benutzerhandbuch für das Werbemittelarchiv Brand History "Professor Schweiger", WU Wien







Das vorliegende Benutzerhandbuch dient als Hilfe bei der Recherche im elektronischen **Werbemittelarchiv Brand History "Professor Schweiger"**. Das Werbemittelarchiv wurde unter der Leitung von Univ. Prof. Dr. Günter Schweiger ins Leben gerufen und bietet den Besuchern eine Vielzahl an spannenden Kampagnen und Werbemitteln vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. Neben österreichischen, deutschen und internationalen Anzeigen können im digitalen Werbemittelarchiv auch Plakate, Radio- und Werbespots sowie andere ausgefallene Werbeformen entdeckt werden. Die Werbemittel sind nach zahlreichen wichtigen Kriterien kategorisiert und nach diesen auch abrufbar. So ist es nicht nur möglich nach Marke, Unternehmen und Erscheinungszeitpunkt gezielt zu suchen, sondern auch nach werbefachlichen Kriterien wie z.B. nach eingesetzten Emotionen (z.B. Angst, Freude, etc.). Zudem bietet das Archiv weitere Recherchemöglichkeiten und ergänzende Forschungsmaterialien in Form von Wirkungsdaten, sowie Image- und Markenstudien zu ausgewählten Werbungen.

Es stehen folgende digitale Bibliotheken und eine Sammlung an Studien zur Verfügung:

- Medienbibliothek: Diese beinhaltet alle Werbemittel des Archivs und bietet eine Suche in rund 30.000 Sujets und Spots vom Anfang des 20. Jahrhunderts bis zur Gegenwart.
- Studien und Informationen: Diese Dokumentenbibliothek ermöglicht als Ergänzung zur Medienbibliothek einen Einblick in werbespezifische Dokumente, wie etwa Werbewirkungsstudien, Entscheidungen des Werberats, sowie Preise- und Auszeichnungen. Die Studien und Informationen sind immer einem bestimmten Werbemittel der Medienbibliothek zugeordnet.
- **Marken- und Imagestudien**: Hier finden sich Studien zur Marken- und Imageforschung, sowie Dokumentationen und Forschungsergebnisse rund um das Thema Marke und Werbung.

Die Recherche ist in jeder Bibliothek über eine gezielte Filterung, Volltextsuche oder erweiterte Suchabfrage möglich. Der umfangreiche Kriterienkatalog der Werbemitteldatenbank erlaubt sowohl eine Suche nach allgemeinen Informationen, wie werbendes Unternehmen, Branche und Erscheinungsjahr, als auch nach Kriterien, wie Elemente der Botschaftsgestaltung und Markenstrategie.

Für eine genaue Definition aller vorhandenen Kriterien kann das Buch – Schweiger, Günter, Schrattenecker, Gertraud (2017): Werbung – Eine Einführung, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München – herangezogen werden.

Inhaltsverzeichnis

1.	Aufruf der Datenbank mittels Internetbrowser	3
2.	Medienbibliothek	5
2.1.	Ansichten	6
2.2.	Aufruf der Menüleiste	7
2.3.	Einschränkung mit Hilfe des Filters	9
2.4.	Drucken der Liste	12
2.5.	Detailinformationen abrufen und drucken	14
2.6.	Volltextsuche	18
2.7.	Erweiterte Suche	21
3.	Studien und Informationen	23
3.1.	Suche nach Werbemitteln mit Studienergebnissen	24
3.2.	Suche innerhalb der Studien und Informationen	26
3.3.	Studien und Informationen – Erweiterte Suche	28
4.	Marken- und Imagestudien	31
4.1.	Filterung innerhalb der Marken- und Imagestudien	32
4.2.	Volltextsuche innerhalb der Marken- und Imagestudien	35
4.3.	Erweiterte Suche innerhalb der Marken- und Imagestudien	36

1. Aufruf der Datenbank mittels Internetbrowser

Das elektronische Werbemittelarchiv Brand History "Professor Schweiger" kann mit jedem Standardbrowser (z.B. Internet Explorer, Mozilla Firefox) unter <u>https://wma.wu.ac.at/</u> aufgerufen werden.

Eingabe des Benutzers

Ist man am PC mit einem WU Account angemeldet, der auch für die Datenbank freigeschalten ist, ist keine zusätzliche Anmeldung nötig.

Ansonsten erfolgt die Anmeldung wie folgt:

Benutzername: zuerst **"AD-WU-WIEN**(" eingeben (Achtung: kein normaler Slash sondern ein Backslash – Tastenkombination: "AltGr" und "ß") und danach den jeweiligen Benutzernamen und das Passwort.

¥erbindung herstell	en mit wma.wu.ac.at 🛛 🙎 🗙								
	G S								
Verbindung wird hergestellt mit wma.wu.ac.at.									
Benutzername:	AD-WU-WIEN\mustermann								
Kennwort:									
	Kennwort speichern								
	OK Abbrechen								

Abbildung 1: Login

Man gelangt zur Startseite des Werbemittelarchivs:

Benutzerhandbuch Werbemittelarchiv Brand History, Stand: 2019

		🗘 FREIGEBEN 📩 FOLGEN
s	Werbenittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Homepage o	Suchen P
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots Websiteinhalte	Herzlich Willkommen im Werbemittelarchiv Brand History "Professor Schweiger", WU Wien Grundlage dieses Archivs bildet das Werbemittelarchiv des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung (heute Marketing & Consumer Research) und das Projekt "Geschichte der Werbung - Brand History" unter der Leitung von Professor Günter Schweiger an der Wirtschaftsuniversität Wien.	
	Für Ihre Recherche stehen folgende digitale Bibliotheken zur Verfügung: Medienbibliotheke Diese beinhaltet rund 30.000 Werbemittel vom Anfang des 20. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. Medienbibliotheke Diese beinhaltet rund 30.000 Werbemittel vom Anfang des 20. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. Studien und Informationen: Die Dokumentenbibliothek ermöglicht als Egakrung zur Medienbibliothek einen Einblick in werbespezifische Dokumente, wie etwa Werbewirkungsstudien. Entscheidungen des Die Studien und Informationen sind immer einem bestimmten Werbemittel der Medienbibliothek zugeordnet und können auch bei den jeweiligen Werbemitteln in der Medienbibliothek abgerufen werder Marken- und Imagestudien: Hier finden sich Studien zur Marken- und Imageforschung, sowie Dokumentationen und Forschungsergebnisse rund um das Thema Marke und Werbung.	Werberats, sowie Auszeichnungen.
	Eine genaue Anleitung zur Suche finden Sie im Benutzerhandbuch pof Medienbibliothek Volltextsuche erweiterte Suche Studien und Informationen Volltextsuche erweiterte Suche Marken- und Imagestudien Volltextsuche erweiterte Suche	
	Bei Fragen zur Nutzung des Werbemittelarchivs wenden Sie sich bitte an <u>bibliothek@wuac.at</u> Für inhaltliche Anregungen und Fragen wenden Sie sich bitte an Mag. Gerlinde Spicko @wuac.at	

Abbildung 2: Startseite des Werbemittelarchiv Brand History "Professor Schweiger", WU Wien

2. Medienbibliothek

Mit einem Klick auf "Medienbibliothek" gelangt man zu den Werbemitteln, die nach ID (also Zeitpunkt der Aufnahme) sortiert sind.

SharePoint W	/ebsites						
DURCHSUCHEN							
5>	verbemittelarchiv suche Medienbiblio	Marken- und Imagestudien thek					
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek	ID Anzahl= 27682	Miniaturbildansicht	Titel	Kommunikationsinstrument	Marke	Unternehmen / Institution	Erscheinungsjähr
Dokumentbibliothek Videoscreenshots ▲ 🖾 Medienbibliothek ▷ 🗇 Absender / Zielgruppe ▷ 🏐 Agentur	14	Flores of	Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	
 ▷ ② Botschaftsgestaltung ▷ ③ Branche / Produkt ▷ ③ Erscheinungsmedium ▷ ③ Erscheinungsperiode ○ ③ Frehler in der Werbung ▷ ③ Fremdsprache 	15		Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	1954
 	15	Resta	Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	1953
Unternehmen / Institution	17	Bala	Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	1951
	18	na Para	Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	
	19	Se al	Bata Plakat	Plakate	Bata	Bata	1955

Abbildung 3: Medienbibliothek

Die Medienbibliothek beinhaltet alle bereits aufgenommenen Sujets. Je nachdem für welche Zwecke die Suche vorgenommen wird, ist es möglich, eine Ansicht zu wählen und unterschiedliche Kriterien darzustellen.

2.1. Ansichten

In der Standardansicht werden die Kriterien Miniaturbildansicht, Titel, Kommunikationsinstrument, Marke, Unternehmen / Institution, Erscheinungsjahr und Quelle angeführt. Da die Bedürfnisse der User unterschiedlich sind, gibt es auch weitere Ansichten, wo andere Kriterien angegeben werden. Hierzu wählt man in der Menüleiste "Bibliothek" und unter "Aktuelle Ansicht" die gewünschte Ansicht, wie z.B. "Alle Kriterien" oder "Branche".



Abbildung 4: Ansichten der Medienbibliothek

2.2. Aufruf der Menüleiste

Sollte die Menüleiste nicht angezeigt werden, muss nur ein Kästchen bei ID angeklickt werden und man kann auf "Datei" oder "Bibliothek" klicken um die jeweilige Menüleiste anzuzeigen.



Abbildung 5: Aufruf der Menüleiste Klick auf ID

	Share	Point	V	Veb	osites							
DURCHSUC	CHEN D	ATEIEN	BIBLIOT	HEK								
<i>i</i>	<u>با</u>	Ansicwänd	lern 🗸	Akt	uelle Ansicht:		\square			oz		X Nac
Liste Ar drucken ers	nsicht stellen 🎦	Spalte erste Navigation	ellen nach obe	Al In 🗐	1 - 20	Kategorien und Notizen	Link als E-Mail versenden	Benachrichtigen RSS-Fee	d Synchronisieren	Verbindung mit Outlook herstellen	Mit Office verbinden -	Mit
Ausdruck		Ansich	nten verw	alten		Kategorien und Notizen	Freige	ben und Verfolgen		Verbinden un	d Exportieren	
Marken-	und Imag	estudien				Minia	turbildansicht		Titel		Kom	nmunika
Medienio	JUNUTIER				Anzani = 2	.9027						
Dokumer	ntbibliothe	ek			14	1	Den/		Bata Plakat		Plak	kate
Videoscre	eenshots											
▲ I Me ▷ 곱 / ▷ 곱 / ▷ 곱 /	<mark>edienbibli</mark> o Absender , Agentur Botschafts	o <mark>thek</mark> / Zielgruj œestaltur	ope			Bat 2F						
))))))))))	Branche / Erscheinur Erscheinur Fehler in d	Produkt ngsmediu ngsperioc ler Werbu	im le		15		· .		Bata Plakat		Plak	kate
⊳ <u>a</u>) i	Fremdspra	ache	-			2						

Abbildung 6: Aufruf der Menüleiste - Auswahl des Menübandes "Dateien" oder "Bibliothek"

In der Medienbibliothek kann mittels des angeführten Filters bzw. der Eingabe einer Marke oder eines Unternehmens, eine Einschränkung getroffen, sowie eine Sortierung vorgenommen werden.



Abbildung 7: Filtermöglichkeiten in der Medienbibliothek

2.3. Einschränkung mit Hilfe des Filters

Die Kriterien können in der Liste ausgewählt werden. Durch Anklicken der Pfeile werden die Unterkategorien geöffnet.



Abbildung 8: Auswahl eines Filters und der Unterkategorien

Wählt man nun eine Kategorie aus, werden alle Werbemittel angezeigt, die dieses Kriterium aufweisen. Hier kann nur ein Filter gewählt werden. Bei Wahl einer Überkategorie werden alle Unterkategorien mit einbezogen. Hier wird zum Beispiel Werbe- und TV-Spots gewählt.

SharePoint Websites							
DURCHSUCHEN							
Werbemittelarchiv Medienb	suche Marken- und i ibliothek	Imagestudien					
Marken- und Imagestudien	D ID	Miniaturbildansicht	Titel	Kommunikationsinstrument	Marke	Unternehmen / Institution	Erscheinungsjahr
Medienbibliothek	Anzahl= 2896						
Dokumentbibliothek	1459	1	Abadie Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Abadie		
Videoscreenshots → ﷺ Fremdsprache → ﷺ Gestaltung		A A A A A A A A A A A A A A A A A A A					
	1460		Agro Motor Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Agro Motor		
 ▷ C Logos ○ Verpackung und Produktabbildung ▷ Flyer, Flugblatt, Folder, Broschüre, Prospekt, 2↓ Schlüsseffilter 	1461	ALASHA-	Alaska Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Alaska		
Obernehmen Löschen Marke	1462	atto	Allo Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Allo		

Abbildung 9: Auswahl des Filters "Werbe- und TV-Spots"

Eine weitere Einschränkung ist mit Hilfe des Schlüsselfilters möglich. Hier kann die Marke oder das Unternehmen eingetragen und ausgewählt werden. Beginnt man mit der Eingabe, werden Vorschläge für vorhandene Marken gegeben.

Hier zum Beispiel Palmers:

Schlüsselfilter Übernehmen Löschen									
Marke	(In								
Pall	~								
Vorschläge									
Palais de Glace [Marke]	Palais de Glace [Marke]								
Palmers [Marke]									

Abbildung 10: Einschränkung mit Hilfe des Schlüsselfilters

Mit einem Klick auf "übernehmen" werden alle Werbe- und TV-Spots (Wahl bei Filter) von Palmers (Wahl bei Schlüsselfilter) angezeigt. In diesem Fall 53 (siehe Anzahl unter ID).

SharePoint Websites							
DURCHSUCHEN							
Werbemittelarchiv Medienb	suche Marken- und ibliothek	Imagestudien					
Marken- und Imagestudien	DI 🗌	Miniaturbildansicht	Titel	Kommunikationsinstrument	Marke	Unternehmen / Institution	Erscheinungsjähr
Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots P_D_trscheinungspenode	Anzahl= 53 1544	PALMERS	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1966
> Feinen in Gar Webung > Fremdsprache > Gestaltung ▲ Kommunikationsinstrument > Anzeigen	1545	PALMERS	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1971
 ▷ □ Plakate ♀ Werbe- und TV-Spots ○ □ Hörfunkspots ▷ □ Logos ○ Verpackung und Produktabbildung 	1546	PALMERS	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1972
Schlüsselfilter Übernehmen Löschen V Marke	1547	autits (Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1972
Unternehmen / Institution	1548		Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1973

Abbildung 11: Listenansicht nach Wahl eines Filters und Schlüsselfilters

Eine weitere Filterung oder auch Sortierung ist durch Klick auf die Pfeile rechts neben Überschriften der Spalten möglich. Ausgenommen sind die Felder, die im Schlüsselfilter angeführt sind, die nach denen schon gefiltert wurde oder reine Textfelder. Bei Titel oder Jahr muss zuvor "Filterauswahl einblenden" gewählt werden.

SharePoint Website	es								
DURCHSUCHEN									
S > Werbemitt Mec	telarchiv such lienbibl	^{ne Marken- und} iothek	l Imagestudien						
Marken- und Imagestudien		D ID	Miniaturbildansicht	Titel	Kommunikationsinstrument	Marke	Unternehmen / Instit	ution Erscheinungsjal	hr 🗸
Medienbibliothek		Anzahl= 53						≜L A-Z	^
Dokumentbibliothek		1544		Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	≩⊥ Z-A	
Videoscreenshots ▷ ㈜ Erscheinungsperiode ▷ ㈜ Fehler in der Werbung	^		PALMERS					Filter für Erscheinungsjahr löschen	
▷ ☐) Fremdsprache ▷ ⑦ Gestaltung		1545		Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	(Leer)	
Aproximation Aproximation Aproximation Aproximation			PALMERS					1939	
▷ C Plakate			Contraction of the					1942	
Werbe- und TV-Spots		1710			un la lanca i			1943	
 Hörfunkspots 		1546	-	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1949	
Logos	~		PALMERS					1959	
Schlürsolfilter								1961	
Übernehmen Löschen		1547	and the second	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1962	
Y Marke			PALÍFERS	5				1054	

Abbildung 12: Filterung und Sortierung mit Hilfe der Überschriften der Spalten

Hat man nun eine gewünschte Auswahl getroffen stehen folgende weitere Funktionen zur Verfügung:

2.4. Drucken der Liste

Wenn man sich in der Menüleiste "Dateien" befindet:

SharePoint We	bsites	
DURCHSUCHEN DATEIEN BIBLIOTHEK		
Neues Dokument + Dokumentupload Neuer Ordner	Dokument bearbeiten	Eigenschaften Eigenschaften bearbeiten bearbeiten
Neu Ausdru	k Öffnen und Auschecken	Verwalten Freige
Marken- und Imagestudien		Miniaturbildansicht Tit
Medienbibliothek	Anzahl	I= 53
Dokumentbibliothek	1544	Pa
Videoscreenshots		DALMEDS
▷ 🔄) Erscheinungsperiode		PALMERS
▷ 🗇 Fehler in der Werbung	^	
▷ 🗇 Fremdsprache		

Abbildung 13: Drucken der Liste in der Menüleiste "Dateien"

	SharePoint	Websites				
DURCH	HSUCHEN DATEIEN BIE	вцотнек				
A	Ansicht ändern	Aktuelle Ansicht:				
ST Licto	Apricht	Allgemein	*	Katagorian und	Link als 5 Mail Reparkrichtingen DSS Faed	-O Sunchroniciaran
drucken	erstellen 🧧 Navigation nac	th oben 🚽 1 - 20 🖡		Notizen	versenden +	synchronisieren
Ausdruck	Ansichten	ı verwalten	Kate	gorien und Notizen	Freigeben und Verfolgen	
Marke	en- und Imagestudien		ľ		Miniaturbildansicht	Tit
Medi	endibilotnek			Anzani=	53	
Doku	mentbibliothek			1544		Pa
Video	oscreenshots				DALMEDO	
₽ĕ	Erscheinungsperiode				PALMERS	
Þ≜	🗐 Fehler in der Werbung	1	^			
⊳≧	Fremdsprache					

Wenn man sich in der Menüleiste "Bibliothek" befindet:

Abbildung 14: Drucken der Liste in der Menüleiste "Bibliothek"

Es wird ein neues Fenster geöffnet. Hier sieht man wonach gefiltert wurde und kann den Druck starten oder das Fenster wieder schließen.

CMedienlistendruck - Window	s Internet Explorer		
Drucken Schließen			<u> </u>
Gefilten wurde nach: Marke Paln	ners; Kommunikationsinstrument Werbe- ur	nd TV-Spots	
	Palmers Werbespot		
	Kommunikationsinstrument:	Werbe- und TV-Spots	
¥	Marke:	Palmers	
PALMERS	Unternehmen / Institution:	Palmers	
	Erscheinungsjahr:		
1 Martin Carlos	Studien und Informationen:	nein	
	Quelle:	VHS 580, Adi Mayer alte Spots 091	
and the second s	ID:	1544	
ALL	Palmers Werbespot		
A VALUE AND AND A	Kommunikationeinetrumont	Worke und D/ Spote	

Abbildung 15: Fenster Medienlistendruck

2.5. Detailinformationen abrufen und drucken

Benötigt man genauere Informationen über ein bestimmtes Werbemittel, öffnet sich mit einem Klick auf den Pfeil neben dem jeweiligen Sujet eine Liste. Mittels "Sujet anzeigen" hat man die Möglichkeit das Sujet oder den Spot abzuspeichern oder in einem neuen Fenster (Bilddateien) bzw. externen Player (Videodateien) zu öffnen.

SharePoint Websites						
DURCHSUCHEN						
S > Werbemittelarchiv Medient	Suche Marken- und Imagestudien Dibliothek					
Marken- und Imagestudien	ID Miniaturbil	dansicht Titel	Kommunikationsinstrument	Marke	Unternehmen / Institution	Erscheinungsjahr
Medienbibliothek	Anzahl= 53					
Dokumentbibliothek	1544	Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1966
Videoscreenshots ▷ Botschartsgestatung ▷ Bitcheinungsmedium ▷ Erscheinungsmedium ▷ Erscheinungsperiode ▷ Freindsprache ▷ Gestatung ▲ Kommunikationsinstrument ▷ Kanzigien ▷ Plakate		MERS Sujet Anzeigen Eigenschaften in neuem I Bearbeiten Eigenschaften in neuem I Anzeigen Drucken Eigenschaften anzeigen Eigenschaften anzeigen Eigenschaften bearbeiter	Fenster J TV-Spots STV-Spots	Palmers Palmers	Palmers Textil AG Palmers Textil AG	1971 1972
	1547	Konformitätsdetails Auschecken Folgen Workflows	d TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1972
Unternehmen / Institution	1548	Kopie herunterladen Palmers Werbespot	Werbe- und TV-Spots	Palmers	Palmers Textil AG	1973

Abbildung 16: Auswahl weiterer Details zu einem Werbemittel

Wählt man "Eigenschaften in neuem Fenster anzeigen", öffnet sich ein neues Fenster, welches alle detaillierten Informationen zu dem jeweiligen Sujet anzeigt.



Abbildung 17: Detailansicht eines Werbemittels

Mit den Buttons "zurück" und "weiter" kann in den Werbemitteln geblättert werden – diese werden in der Reihenfolge der ID abgerufen.

Klickt man auf die Miniaturbildansicht, wird der Spot in einem externen Player geöffnet oder kann am PC gespeichert werden. Mit einem Klick auf das Druckersymbol rechts oben wird das Sujet inklusive aller Kriterien gedruckt. Hier kann auch der Druck ins pdf-Format erfolgen (z.B. mittels Druckerwahl Adobe PDF), um das Sujet inklusive der Kriterien am PC speichern zu können. Um ein Bildsujet im Browser groß darzustellen wählt man entweder "Sujet anzeigen" (Abbildung 18) oder man klickt in der Detailansicht auf das Bild (Abbildung 19).



Abbildung 18: Darstellung eines Bildes mit der Auswahl "Sujet anzeigen"

me	1_neu_A_01	TONDER
əl	Bata Plakat	
rke	Bata	2
ernehmen / Institution	Bata	
ntur		
duktionsfirma		
staltung		Douter
cheinungsmedium		Jana -
cheinungsdatum		
cheinungsjahr		2190
cheinungsperiode		
etbeschreibung	neu! Bata Schweizer Fabrikat, 21,90, starker Gleitschutz	starke Gieltschutz
nerkung	altes Werbemittel	
elle	Diabox Leitz, 1 neu A 01	
ernehmenskontaktdaten		
dien und Informationen	Ja	
mdsprache		
mmunikationsinstrument	Plakate	Zusätzliche Dokumente:
jos Änderungszeitpunkt		Edydeziche Dokumente.
inche / Produkt	Bekleidung und Accessoires:Schuhe	 TEST.doc 10.11.2010 13:47
1.61		

Abbildung 19: Darstellung eines Bildes durch Klick auf dieses in der Detailansicht

Will man das Bild ausdrucken, sollte dies im Internet Explorer über die "Druckvorschau" vorgenommen werden, da die Voreinstellung "an Größe anpassen" im Internet Explorer nicht richtig funktioniert. Innerhalb der Druckvorschau sieht man das Sujet und wählt einen Prozentsatz (meist 30%), damit es zur Gänze am Ausdruck dargestellt wird. Mittels Wahl des Druckersymbols wird das Sujet gedruckt.



Abbildung 20: Drucken eines Sujets

2.6. Volltextsuche

SharePoint	Websites
S >	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Homepage The second secon
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots Websiteinhalte	Herzlich Willkommen im Werbemittelarchiv Marken- und Werbeforschung - Brand History Grundlage dieses Archivs bildet das Werbemittelarchiv des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung und das Projekt "Geschichte der Werbung - Brand History" unter der Leitung von Professor Günter Schweiger an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Mag. Gerlinde Spicko - Gerlinde.Spicko@wu.ac.at Dieses Werbemittelarchiv bietet die Möglichkeit mittels umfangreichen Kriterien nach bestimmten Werbemitteln zu suchen. Bitte nutzen Sie hierfür entweder den Filter links in der Medienbibliothek oder die Suchabfrage.
	Medienbibliothek <u>Volltextsuche</u> erweiterte Suche Studien und Informationen Volltextsuche erweiterte Suche Marken- und Imagestudien Volltextsuche erweiterte Suche

Abbildung 21: Volltextsuche

Mit Hilfe der Volltextsuche kann nach allen Kriterien und Stichwörtern gesucht werden. Wählt man zum Beispiel "Wien" werden alle Werbemittel angezeigt, bei denen Wien in irgendeinem Feld enthalten ist.

 SharePoint	Websites		
s 🕻	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Search Center		
Es sind keine anzuzeigende Einschränkungen vorhander	n, wien	Q	
	Medienbibliothek Studien und Informationen	Marken- und Imagestudien	N
	Keine Ergebnisse für Ihre Suche hier.		
	Vorschläge		
	 Stellen Sie sicher, dass alle Wörter korrekt geschrieben sind. Versuchen Sie es mit verschiedenen Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit allgemeineren Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit weniger Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit diesen "Tipps zum Suchen". 		
	Erweiterte Such	e	

Abbildung 22: Volltextsuche nach dem Stichwort "Wien"

Das Suchergebnis listet nun alle Werbemittel auf, die das Stichwort Wien in einer Kategorie aufweisen. Die Ergebnisse können über den Filter links weiter eingeschränkt werden. Innerhalb einer Kategorie ist nur eine Einschränkung möglich, wählt man eine zweite Unterkategorie wird diese zum Ergebnis hinzugefügt. Zum Beispiel: in der Kategorie Botschaftsgestaltung: Emotionale Werbung und Zeichnung / Zeichentrick – es werden alle Sujets angezeigt, die zusätzlich zur Suchabfrage "Wien" Emotionale Werbung oder Zeichnung / Zeichentrick aufweisen.

Wählt man zwei unterschiedliche Kategorien zum Beispiel Botschaftsgestaltung: Emotionale Werbung und Marke: Bally werden alle Sujets angezeigt, die zusätzlich zur Suchabfrage "Wien" Emotionale Werbung und Bally aufweisen. Klickt man auf "Beliebige…" wird die Einschränkung wieder aufgehoben.



Abbildung 23: Suchergebnis und weitere Filterung

Mittels des Druckersymbols rechts oben kann die Liste gedruckt werden.

Es wird ein neues Fenster geöffnet. Hier sieht man wonach gesucht wurde und kann den Druck starten oder das Fenster wieder schließen.

👌 Medienlistendruck - Windows I	nternet Explorer	_	
Drucken <u>Schließen</u>			-
Besucrit wurde nach: wien			
Concernance of the second			
	Gasgemeinschaft Wien Plaka	t	
	Unternehmen / Institution:	Gasgemeinschaft Wien	
	Branche / Produkt:	Industriegüter und Energie:Energie	
	Studien und Informationen:	nein	
	Quelle:	Diabox Leitz, Box 7 D 12	
The state of the s	ID:	641	
Himagan Lindented	Historisches Museum der Sta	dt Wien Plakat	
	Unternehmen / Institution:	Historisches Museum der Stadt Wien	
160	Branche / Produkt:	Tourismus und Freizeitwirtschaft:Messen, Ausstellunge und Museen	n
	Studien und Informationen:	nein	
1	Quelle:	Diabox Leitz, Box 9 A 06	
And PERSONAL PROPERTY AND POST OFFICE ADDRESS.	ID:	754	
le al al			
	Fremdenverkehrswerbung W	erbespot	
	Fremden∨erkehrswerbung W Unternehmen / Institution:	erbespot Fremdenverkehrswerbung Österreich	T

Abbildung 24: Ausdruck des Suchergebnisses



S >	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Homepage Imagestudien Imagestudien
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots	Herzlich Willkommen im Werbemittelarchiv "Brand History", gegründet von Professor Günter Schweiger, WU Wien
Websiteinhalte	Grundlage dieses Archivs bildet das Werbemittelarchiv des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung (heute Marketing & Consumer Research) und das Projekt "Geschichte der Werbung - Brand History" unter der Leitung von Professor Günter Schweiger an der Wirtschaftsuniversität Wien.
	Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Mag. Gerlinde Spicko - Gerlinde.Spicko@wu.ac.at
	Dieses Werbemittelarchiv bietet die Möglichkeit mittels umfangreichen Kriterien nach bestimmten Werbemitteln und Studien zu suchen.
	Bitte nutzen Sie hierfür entweder den Filter links in der Medienbibliothek oder die Suchabfrage.
	Medienbibliothek Volltextsuche <u>erweiterte Suche</u>
	Studien und Informationen Volltextsuche erweiterte Suche
	Marken- und Imagestudien Volltextsuche erweiterte Suche

Abbildung 25: Auswahl der Erweiterten Suche

Die "Erweiterte Suche" beinhaltet die Möglichkeit eine Suchabfrage zu kombinieren, indem man eine Kategorie auswählt, einen Eintrag macht und danach auf das "+-Symbol" klickt. Hier wurde zum Beispiel die Marke Bata mit dem Künstler Leupin kombiniert gesucht.

S	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Images Erweiterte Suche	tudien					
		Dokumente suchen, die f Alle folgenden Wörter Die genaue Wortgruppe Beliebige der folgenden Wörter Keines der folgenden Wörter Ergebnistyp	Folgendes aufweisen				
		Wenn die Eigenschaft	. Marke	✓ Enthält	Bata	Und	V
			Gestaltung	✓ Enthält	Leupin	× Und	∠ 5
							Suchen
		Suchvorgänge verbessern mit T	ipps zur Suche				

Abbildung 26: Kombinationsmöglichkeiten bei der Erweiterten Suche

Als Ergebnis erhält man alle Sujets der Marke Bata, die vom Schweizer Plakatkünstler Herbert Leupin gestaltet wurden. Wie bei der Volltextsuche bestehen auch hier die Möglichkeiten durch die Ergebnisse zu Blättern, die Details einzublenden, die Liste zu Drucken (Druckersymbol rechts oben) oder man kann das Ergebnis weiter einschränken, in dem man einen weiteren Filter aus der Liste links auswählt.



Abbildung 27: Suchergebnis der Erweiterten Suche

3. Studien und Informationen

Zu bestimmten Werbemitteln, existieren zusätzliche Studien oder Informationen, wie zum Beispiel Ergebnisse von Befragungen oder apparativer Verfahren, Artikel zur Änderung eines Markenlogos und dergleichen. Diese Dokumente werden bei den jeweiligen Sujets abgelegt und können dort auch aufgerufen werden. Diese "zusätzlichen Dokumente" findet man in der Detailansicht ("Eigenschaften anzeigen") rechts unter der Abbildung.



Abbildung 28: Aufruf von Studienergebnissen

Es besteht nun einerseits die Möglichkeit nach allen Werbemitteln zu suchen, die Studien und Informationen aufweisen, als auch eine Suche innerhalb der Studien und Informationen.

3.1. Suche nach Werbemitteln mit Studienergebnissen

Hierzu wählt man bei der Erweiterten Suche unter "Einschränkungen der Eigenschaft hinzufügen…" das Kriterium "Studien und Informationen" aus und wählt "gleich" und danach trägt man "1" ein.

Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestu Erweiterte Suche	dien
	Dokumente suchen, die Folgendes aufweisen Alle folgenden Wörter: Die genaue Wortgruppe: Beliebige der folgenden Wörter: Keines der folgenden Wörter: Ergebnistyp: Alle Ergebnisse
	Einschränkungen der Eigenschaft hinzufügen Wenn die Eigenschaft

Abbildung 29: Suche nach allen Werbemitteln mit Studienergebnissen

Im Suchergebnis erscheinen alle Werbemittel, bei denen Studien oder Informationen beigefügt sind. Mit Hilfe des links eingeblendeten Filters, kann man weitere Einschränkungen vornehmen.



Abbildung 30: Suchergebnis nach allen Werbemitteln mit Studienergebnissen

Wählt man nun "Eigenschaften anzeigen" aus, sieht man rechts unter der Abbildung des Sujets die beigefügten Dokumente, die man mit einem Klick öffnen kann.



Abbildung 31: Aufruf der Studienergebnisse



Abbildung 32: Deckblatt eines Studienergebnisses

3.2. Suche innerhalb der Studien und Informationen

Es ist auch möglich in den Textinhalten der Studien und Informationen zu Suchen.

S >	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Homepage Imagestudien Imagestudien
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots Websiteinhalte	Herzlich Willkommen im Werbemittelarchiv "Brand History", gegründet von Professor Günter Schweiger, WU Wien Grundlage dieses Archivs bildet das Werbemittelarchiv des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung (heute Marketing & Consumer Research) und das Projekt "Geschichte der Werbung - Brand History" unter der Leitung von Professor Günter Schweiger an der Wirtschaftsuniversität Wien.
	Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Mag. Gerlinde Spicko - Gerlinde.Spicko@wu.ac.at
	Dieses Werbemittelarchiv bietet die Möglichkeit mittels umfangreichen Kriterien nach bestimmten Werbemitteln und Studien zu suchen.
	Bitte nutzen Sie hierfür entweder den Filter links in der Medienbibliothek oder die Suchabfrage.
	Medienbibliothek Volltextsuche erweiterte Suche
	Studien und Informationen <u>Volltextsuche</u> erweiterte Suche
	Marken- und Imagestudien Volltextsuche erweiterte Suche

Abbildung 33: Aufruf der Suche innerhalb der Studienergebnisse

Gibt man bei der Volltextsuche einen Begriff, zum Beispiel "Blickregistrierung" ein, erfolgt eine Suche nach allen Dokumenten, die diesen Begriff enthalten. Zu beachten ist aber, dass dies nur bei "offenen Dokumenten" funktioniert, wie zum Beispiel, Word- oder Excel-Dokumente. Bei eingescannten Dokumenten oder Bildern, kann die Schrift nicht erkannt werden. Hier erfolgt die Suchabfrage nur im Titel und nicht im gesamten Inhalt des Dokuments.

5	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Search Center		
Es sind keine anzuzeigenden Einschränkungen vorhanden.	Blickregistrierung	P	
	Medienbibliothek Studien und Informationen	Marken- und Imagestudien	S
	Keine Ergebnisse für Ihre Suche hier.		
	Vorschläge		
	 Stellen Sie sicher, dass alle Wörter korrekt geschrieben sind. Versuchen Sie es mit verschiedenen Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit allgemeineren Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit weniger Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit diesen "Tipps zum Suchen". 		
	Erweiterte Such	e	

Abbildung 34: Volltextsuche innerhalb der Studienergebnisse

Im Suchergebnis werden alle Dokumente aufgelistet, die diesen Begriff enthalten. Man sieht den Dateityp, den Titel des Dokuments, den Autor, das Datum, zu dem das Dokument aufgenommen wurde, als auch einen Auszug der Textstellen, wo das gesuchte Wort vorkommt.

5 >	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Search Center
CompagnonVerfa hren 0 (286) 1 (102)	Blickregistrierung D Medienbibliothek Studien und Informationen Marken- und Imagestudien Voreinstellung für Ergebnisse in Deutsch •
Tachistoskopische rTest o (344) 1 (44)	ID11412_Studie_Gabler_Völker_Omega den Methodenvergleich zwischen der Blickregistrierung und dem neuen Verfahren Flashlight Im Unterschied zur Blickregistrierung werden bei Flashlight die Koordinaten der wma.wu.ac.at//ID11412_Studie_Gabler_Völker_Omega.pdf
Recognition 0 (388)	ID8732 Studie Bruckner ÖSU des Compagnon-Verfahren und der Blickregistrierung von Anzeigen in Ärztezeitschriften Erhebungsort: Blickregistrierung an der Wirtschaftsuniversität Wien, CompagnonVerfahren am wma.wu.ac.at/Dokumentbibliothek/ID8732_Studie_Bruckner_ÖSU.pdf
Befragung 0 (272) 1 (116)	ID8723 Studie Bruckner Bols des Compagnon-Verfahren und der Blickregistrierung von Anzeigen in Ärztezeitschriften Erhebungsort: Blickregistrierung an der Wirtschaftsuniversität Wien, CompagnonVerfahren am wma.wu.ac.at/Dokumentbibliothek/ID8723_Studie_Bruckner_Bols.pdf
Programmanalysat or 0 (388)	國 ID11409 Studie Bruckner Selectol des Compagnon-Verfahren und der Blickregistrierung von Anzeigen in Ärztezeitschriften … Erhebungsort: Blickregistrierung an der Wirtschaftsuniversität Wien, CompagnonVerfahren am …
Aktivierungsmessu ng 0 (364) 1 (24)	ID13445 Blick Studie WaMe Becel der Methode der Blickregistrierung, Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität Wien 1988 mithilfe der computergestützten Blickregistrierung, Diplomarbeit an der wma.wu.ac.at//ID13445_Blick_Studie_WaMe_Becel.pdf

Abbildung 35: Suchergebnis der Volltextsuche innerhalb der Studien und Informationen

3.3. Studien und Informationen – Erweiterte Suche

Es kann auch eine erweiterte Suche innerhalb der Studien und Informationen vorgenommen werden. Hierzu wählt man innerhalb der Volltextsuche der Studien und Informationen "Erweiterte Suche".

s 🔉	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien
Es sind keine anzuzeigender Einschränkungen vorhanden	Suchen Medienbibliothek Studien und Informationen Marken- und Imagestudien
	Voreinstellung für Ergebnisse in Deutsch ▼ Keine Ergebnisse für Ihre Suche hier
	Vorschläge • Stellen Sie sicher, dass alle Wörter korrekt geschrieben sind. • Versuchen Sie es mit verschiedenen Suchbegriffen. • Versuchen Sie es mit allgemeineren Suchbegriffen. • Versuchen Sie es mit weniger Suchbegriffen. • Versuchen Sie es mit diesen "Tipps zum Suchen".
	Einstellungen Erweiterte Suche

Abbildung 36: Erweiterte Suche innerhalb der Studien und Informationen

Hier kann unter "Einschränkungen der Eigenschaft hinzufügen" einerseits innerhalb des Dateinamens oder des Titels gesucht werden, andererseits können auch bestimmte Schlagwörter ausgewählt werden. Wählt man Beispielsweise "Blickregistrierung" aus, und gibt gleich "1" ein, werden alle Studien aufgelistet, wo eine Blickregistrierung durchgeführt wurde.

Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestu Erweiterte Suche	ien	
	Studien und Informationen suchen, die Eoloendes aufweisen	
	Die genaue Wortgruppe:	
	Beliebige der folgenden Wörter:	
	Keines der folgenden Wörter:	
	Ergebnistyp: Studien und Information	
	Einschränkungen der Eigenschaft hinzufügen	
	Wenn die Eigenschaft (Eigenschaft auswählen) Enthält	Und 🗸 🕈
	Titel Titel Bilckregistnerung Grospagnon Verfahren Tachaltozkolscher Test Fachaltozkolscher Test Suchvorgänge verbessem mit Tip Berogunton Beroguna Perogrammanalysator Aktiverungmessung Perogrammanalysator	Suchen

Abbildung 37: Erweiterte Suche innerhalb der Studien und Informationen

Im Suchergebnis kann man die Dokumente sogleich öffnen oder speichern. Aus dem Titel geht mittels der ID hervor, zu welchem Werbemittel diese Studie gehört. Mittels des links dargestellten Filters, kann das Ergebnis weiter eingeschränkt werden.

Benutzerhandbuch Werbemittelarchiv Brand History, Stand: 2019

S S	erbemittelarchiv suche Marken- und Imagestudien
CompagnonVerfa	Blickregistrierung=1
nren 0 (218)	Medienbibliothek Studien und Informationen Marken- und Imagestudien 丢
1 (16)	Voreinstellung für Ergebnisse in Deutsch 🗸
Tachistoskopische rTest o (232) 1 (2)	ID2501 Studie Weiss VISA Studie des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung an der Wirtschaftsuniversität Wien Titel der Studie / Quelle: Weiss A. (1987), Werbewirkungsmessung mit Hilfe der wma.wu.ac.at/Dokumentbibliothek/ID2501_Studie_Weiss_VISA.pdf
Recognition	년 ID2532 Blick Studie WaMe Olympus Titel des Sujets oder Werbespots: Olympus Anzeige ID: 2532 Studie des Instituts für
0 (232)	Titel der wma.wu.ac.at//ID2532_Blick_Studie_WaMe_Olympus.pdf
Befragung 1 (118) 0 (116)	ID11392 Gabler Völker Römerquelle Studie des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung an der Wirtschaftsuniversität Wien Titel der Studie / Quelle: Gabler C./Völker C. (2010), Blickregistrierung und wma.wu.ac.at//ID11392_Gabler_Völker_Römerquelle.pdf
Programmanalysat or 0 (232) 1 (2)	國 ID11414 Studie Hofer ULG Titel des Sujets oder Werbespots: Universitätslehrgang für Werbung & Verkauf Werbespot Studie des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung an der Wirtschaftsuniversität wma.wu.ac.at/Dokumentbibliothek/ID11414_Studie_Hofer_ULG.pdf
Aktivierungsmessu ng 0 (232)	ID11415 Studie Hofer Becks Titel des Sujets oder Werbespots: Beck's Werbespot Studie des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung an der Wirtschaftsuniversität Wien "Oh What a Great Day" (Sterne wma.wu.ac.at/Dokumentbibliothek/ID11415_Studie_Hofer_Becks.pdf

Abbildung 38: Suchergebnis der erweiterten Suche innerhalb der Studienergebnisse

4. Marken- und Imagestudien

Eine weitere Applikation innerhalb des elektronischen Werbemittelarchivs sind die "Markenund Imagestudien". Hier können Studien zu Marken, Forschungsergebnisse und Dokumentationen abgerufen werden. Diese Applikation befindet sich zurzeit noch im Aufbau.

s >	Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Homepage o					
Marken- und Imagestudien Medienbibliothek Dokumentbibliothek Videoscreenshots Websiteinhalte	Herzlich Willkommen im Werbemittelarchiv "Brand History", gegründet von Professor Günter Schweiger, WU Wien Grundlage dieses Archivs bildet das Werbemittelarchiv des Instituts für Werbewissenschaft und Marktforschung (heute Marketing & Consumer Research) und das Projekt "Geschichte der Werbung - Brand History" unter der Leitung von Professor Günter Schweiger an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Mag. Gerlinde Spicko - Gerlinde.Spicko@wu.ac.at					
	Dieses Werbemittelarchiv bietet die Möglichkeit mittels umfangreichen Kriterien nach bestimmten Werbemitteln und Studien zu suchen. Bitte nutzen Sie hierfür entweder den Filter links in der Medienbibliothek oder die Suchabfrage.					
	Medienbibliothek Volltextsuche erweiterte Suche					
	Studien und Informationen Volltextsuche erweiterte Suche					
	Marken- und Imagestudien Volltextsuche erweiterte Suche					

Abbildung 39: Aufruf der Marken- und Imagestudien

Wählt man auf der Startseite "Marken- und Imagestudien" gelangt man zur Liste mit allen aufgenommenen Studien, die sortiert nach der ID, also dem Zeitpunkt der Aufnahme, in Ordner abgelegt sind.

III SharePoint	Websites									۵	?
DURCHSUCHEN											Q FR
S >	Werbemittelar Marke	rchiv Suche Marken- und ƏN	d Imagest	udien						Sucher	n
Markenstudien Websteinhalte / Under Kansetten) (Des Kansetten	10 34 39 41 - 42 58 45 45	Name Aussprung_WDA701 Azgal_WDA814 Bauer_WDA800 Bauerganteet Poinsger_WDA554 Bauerganteet, WDA530 Back-Toperczer_WDA590 Backar_WDA849	Typ	Titel Austprung Silvia: Die Qualität der Ausbildung im Fach Agala Silvia: Die Bedeutung vor Bidern in Wieburg und Martin W. Bauer: Die Marke Austrian Airlines, Diplomatbeit Ionsverfauf der Dokumentermapp nderen Speicherort senden nischaften anzeigen	Zusetz	Autor Aussprung Silvia Azgal Vasmin Martin W. Bauer	Forschungsgegentand Aus- und Weiterbildung, Werbewissenschaft und Marktforschung (WUM) PKW; Ford Austrian Airlines	Fondhungsbereich Komsumenterwerhalten und Konsumentenpsychologie: Markenimage und Markenpositionierung Markenforschung, Markenarchiteitur; Markengeschichte - Brand History	forschungsmethode Schriftlich Persönlich	Sprache Deutsch Deutsch Deutsch	Erschein 2006 2011 2001
Schlussefliter Ubernehmen Lüschen Forschungsgegenstand	51 53 55 57 60 62 • Doku	Bendotti, Hinkholer, WDA743 Bendotti, Hinkholer, WDA743 Bertoli, WDA767 Bertoli, WDA767 Bertram, Munteanu, WDA656 Bieber, WDA780 Binder, WDA719 ament hinzufügen	Eige Kon Wor Verb Freig Lösc Reih ändi	nschaften bearbeiten comitiätsdetails kflows indung herstellen mit Outlook gegeben für hen enfolge der neuen Schaltflächen rm		Bertram Munteanu					2003

Abbildung 40: Listenansicht der Marken- und Imagestudien

4.1. Filterung innerhalb der Marken- und Imagestudien

Genauso wie bei der Medienbibliothek steht auch bei den Marken- und Imagestudien links eine Filterung zur Verfügung. Wählt man einen Filter aus, öffnen sich auch die Unterkategorien und durch Klick auf ein Kriterium wird die Listenansicht der Studien eingeschränkt.

Markenstuulen					
Websiteinhalte	ID	Name	Тур	Titel	Zusa
LINKS BEARBEITEN	34	Aussprung_WDA701	T	Aussprung Silvia: Die Qualität der Ausbildung im Fach	
▲ In the marken studien ▷ ② Autor	39	Azgal_WDA814		Azgal Silvia: Die Bedeutung von Bildern in Werbung und	
▷ 곱) Erscheinungsjahr ▷ 곱) Forschungsbereich	41	Bauer_WDA600		Martin W. Bauer: Die Marke Austrian Airlines, Diplomarbeit	
▷ 쿕) Forschungsgegenstand ▷ 쿕) Forschungsmethode	42	Baumgartner Poininger_WDA654	T		
▷ 🗇 Inhaltstyp	58	Baumgartner_WDA508			
▷ 🗃 Sprache	45	Beck-Toperczer_WDA590			
2	47	Bednar_WDA849			
	49	Behrens_Fehrenbach_WDA685			
Schlüsselfilter	51	Bendotti_Hinkhofer_WDA743			
Übernehmen Löschen	53	Bermoser_Radler_WDA774			
Forschungsgegenstand	55	Bertoli_WDA767			
	57	Bertram_Munteanu_WDA656	1		

Abbildung 41: Filterung der Marken- und Imagestudien

Hier wurde beispielsweise nach dem Autor – in diesem Fall Aussprung Silvia – gefiltert. Klickt man nun auf den "Namen" der Studie, öffnet sich der Ordner dieser Studie, indem sich die dazugehörigen Dokumente befinden.

DURCHSUCHEN					
5	Verbemittelarchiv Suche Marken Marken	und Imagestudien			
Markenstudien					
Websiteinhalte	D Name T	/p Titel	Zusatz Autor	Forschungsgegenstand	Forschungsbereich
LINKS BEARBEITEN	34 Aussprung_WDA701	Aussprung Silvia: Die Qualität der Ausbildung im Fach	Aussprung Silvia	Aus- und Weiterbildung; Werbewissenschaft und Marktforschung (WUM)	Komsumentenverhalten und Konsumentenpsychologie; Markenimage und Markenpositionierung
▲ markenstudien	Dokument hinzufügen				
Autor	5				
Amashaufer Elena Sor					
Aussprung Silvia					
Azgal Yash A					
 Bertram Munteanu 					
 Bosch Christian 					
 Gerlinde Spicko 					
 Martin W. Bauer 					
 Schiel Stefan 					
Erscheinungsjahr					
Schlüsselfilter					
Übernehmen Löschen					
Forschungsgegenstand					

Abbildung 42: Auswahl einer Studie

Man sieht die Detailansicht der Studie und erhält eine Kurzfassung zu dieser. Darunter sind alle Dokumente aufgelistet, die für diese Studie relevant sind.

DURCHSUCHEN DATEIEN BIBL	DTHEK VERWALTEN				Q H	REIGEBEN 🟠 FOLGEN
s	werbemittelarchiv Suche Markenstudie	Marken- und Imagestudien N + Aussprung_V	VDA701		Suchen	م
Markenstudien Websiteinhalte INNCS BEARBEITEN		Aussprung_WDA701 Wie schon der Titel der vorliegenden 51 Wirtschaftmernehlts Wien aus der Sich handelt es sich hierbei um eine kontinu Markfürschung. Der Auftrageber ist nur auf einem Kleinen Teil der Ausbildung möglicht detalltert erfolgen kann. In d Studienordnung, durch die Absolventer seminar, das den Kernpunkt der Ausbildung absolviert haben, durchgeführt. Ein Vor Ausbildung realistisch einschätzen kann können.	tudie "Die Qualität der Ausbildung im fact ht der Absolventen und der fortgeschritte iweitich durchgeführte Evaluerung der Aus- der Institutsversetund Hr. Unite /Porf. Dr. Gü ng an der Untirschaftsuniversität Wenn. Die iberer Studie wird die Beurteilung der Aust n nach neuer Studienordnung und denz ung der Spaceliten Bertrießwirtschaftstel- treil ist, dass ein Großteil der Absolventen n und die derzeit noch Studierenden die a	h. Werbewissenschaft und Marktforschung ¹ ar nen Studenten der Jahre 2000 bis 2005 ⁵ erahn bildung des Institutes, Werbewissenschaft um Inher Schweiger. Die Betrachtung ichtet sich sind auf vorneil, dass die Durchführung der 5 ublung durch die Absolventen Inach aller m Umfragezeitpunkt noch Studierenden, die be wer Werbewissenschaft und Marktforschung ² bereits bendstätig ist und somit den Praxisbez betweite Ausbildung des Instituts am besten bes interesten besten bes	n der en løst, d demnach studie sudie sudie studie ureilen ureilen	
	Neu Hochladen	Synchronisieren 🗘 Freiget	ben Mehr 🗸			
	✓ ID Name	D Titel	Zusatz Autor Forschungsgegensta	nd Forschungsbereich Forschungs	smethode Sprache Erscheinungsj	ahr Bemerkung
	35 Aussprung_WDA	701 Die Qualität der Ausbildung im Fach 	Aussprung: Institut für Werbewissenscha und Marktforschu	Komsumentenverhalten Schriftlich ft und ng: Konsumentenpsychologie:	n; Deutsch; 2006	

Abbildung 43: Eine Studie im Detail

Mit einem Klick auf die drei Punkte neben dem Namen, kann man das Dokument öffnen, speichern oder sich die dazugehörigen eingegebenen Eigenschaften ansehen.

Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien

Markenstudien 🕨	Aussprung_WDA701	
	Aussprung_WDA701 Wie schon der Titel der vorliegenden Studie "Die Qualität der Ausbildung in Absolventen und der fortgeschrittenen Studenten der Jahre 2000 bis 2005" des Institutes "Werbewissenschaft und Marktforschung". Der Auftraggeber auf einen kleinen Teil der Ausbildung an der Wirtschaftsuniversität Wien. D wird die Beurteilung der Ausbildung durch die Absolventen1 nach alter Stu Studierenden, die bereits das Seminar, das den Kernpunkt der Ausbildung durchgeführt. Ein Vorteil ist, dass ein Großteil der Absolventen bereits beru Studierenden die aktuelle Ausbildung des Instituts am besten beurteilen kö	m i i i i i i i i i i i i i i i i i i i
	Alle Eigenschaften anzeigen Eigenschaften bearbeiten	
🕀 Neu 🚹 Hochladen 🕻	Synchronisieren 📿 Freigeben Mehr 🗸	
✓ ID Name		Z
✓ 35 Aussprung_WDA701	"Die Qualität der Ausbildung im Fach "Werbewissenschaft und Marktforschung" an der Wirtschaftsuniversität Wien	

Abbildung 44: Ansicht und öffnen der Dokumente

ach "werbewi ahnen lässt, ha der Institutsvo hat den Vorte nordnung, du × Aussprung_WDA701.pdf LINKS BEARBEITEN Speziellen Bet itig ist und sor Vorwort ach bei Harm Liniv Prot Dr. Gö ende Arbeit om Institut für W 🕂 Neu 1 Hochladen 😅 Sync wB SEITE 1 VON 207 × ρ Datei suchen Am 27.04.2017 12:13 von Frühwirth, Katharina geändert ID Name Autor Aussprung_WDA701 35 Für viele Personen freigegeben Aussprung https://wma.wu.ac.at/marken/Markenstudien/Aussprung_WDA70 Zum Hochla ÖFFNEN FREIGEBEN FOLGEN Im Browser anzeigen Herunterladen Freigeben Umbenennen Löschen Kopieren Versionsverlauf Eigenschaften \bigcirc Erweitert

Weitere Details sind in der aufgerufenen Voransicht auswählbar.

Abbildung 45: Weitere Details zu den jeweiligen Dokumenten

4.2. Volltextsuche innerhalb der Marken- und Imagestudien

Mit Hilfe der Volltextsuche kann nach allen Kriterien und Stichwörtern, die innerhalb der Dokumente vorkommen gesucht werden. Wählt man zum Beispiel "PKW" werden alle Dokumente angezeigt, bei denen PKW in irgendeinem Feld enthalten ist.

S >	Verbemittelarchiv <mark>Suche</mark> Marken- und Imagestudien Search Center		
Es sind keine anzuzeigenden Einschränkungen vorhanden.	pkw	A tty	
	Medienbibliothek Studien und Informationen	Marken- und Imagestudien	
	Voreinstellung für Ergebnisse in Deutsch 🗸		
	Keine Ergebnisse für Ihre Suche hier.		
	Vorschläge		
	 Stellen Sie sicher, dass alle Wörter korrekt geschrieben sind. Versuchen Sie es mit verschiedenen Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit allgemeineren Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit weniger Suchbegriffen. Versuchen Sie es mit diesen "Tipps zum Suchen". 		

Abbildung 46: Volltextsuche innerhalb der Marken- und Imagestudien

Bei dem Ergebnis der Volltextsuche kann mit dem Filter links eine weitere Einschränkung getroffen werden, oder eine Studie ausgewählt werden.



Abbildung 47: Ergebnis der Volltextsuche innerhalb der Marken- und Imagestudien

4.3. Erweiterte Suche innerhalb der Marken- und Imagestudien

Die "Erweiterte Suche" beinhaltet die Möglichkeit eine Suchabfrage zu kombinieren, indem man eine Kategorie auswählt, einen Eintrag macht und danach auf das "+-Symbol" klickt. Hier wurde zum Beispiel der Forschungsbereich "Markenarchitektur" mit dem Jahr "2001" kombiniert gesucht.

Werbemittelarchiv Suche Marken- und Imageste	idien							
Erweiterte Suche								
	Dokumente suchen, die Fo	lgendes aufweisen						
	Alle folgenden Wörter:							
	Die genaue Wortgruppe:							
	Beliebige der folgenden Wörter:							
	Keines der folgenden Wörter:							
	Ergebnistyp:	Marken- und Imagestud 🔽						
	Einschränkungen der Eiger	nschaft hinzufügen						
	Wenn die Eigenschaft	Forschungsbereich	\checkmark	Enthält	\checkmark	Markenarchitektur	Und	\checkmark
		Erscheinungsjahr	\checkmark	Enthält	~	2001 ×	Und	✓ 🕂 🚥
						2		Suchen
	Suchvorgänge verbessern mit Tip	ps zur Suche						

Abbildung 48: Erweiterte Suche innerhalb der Marken- und Imagestudien

S >	Verbemittelarchiv Suche Marken- und Imagestudien Search Center
Autor	(MarkenstudienForschungsbereich:Markenarchitektur ${\cal P}$
Martin W. Bauer (1)	Medienbibliothek Studien und Informationen Marken- und Imagestudien 🥪
Erscheinungsjahr	Voreinstellung für Ergebnisse in Deutsch 🗸
2001 (1)	Bauer_WDA600
Forschungsgegens tand	wma.wu.ac.at/marken/Markenstudien/Bauer_WDA600
Austrian Airlines (1)	1 Ergebnis
Forschungsbereich	Einstellungen Erweiterte Suche
Markenarchitektur (1)	
Markenforschung (1)	
Markengeschichte - Brand History (1)	
Sprache	
Deutsch (1)	

Abbildung 49: Suchergebnis der Erweiterten Suche im Bereich der Marken- und Imagestudien