

Verzeichnis der Tabellen und Grafiken

Tabelle 1:	Japans Brutto-Inlandsprodukt und Werbeausgaben 1965-1997	9
Tabelle 2:	Die 50 Top-Werbetreibenden in Japan (1996)	15
Tabelle 3:	Die weltweit größten Werbeorganisationen (1996/97)	19
Tabelle 4:	Die Evolution der japanischen Werbefirmen	42
Tabelle 5:	Die Top 25 Werbeagenturen 1996	44
Tabelle 6:	Arbeitsbereiche einer Werbefirma	49
Tabelle 7:	Werbeformen nach verschiedenen Kriterien	106
Tabelle 8:	Werbeausgaben nach Medien (1995-1997)	119
Tabelle 9:	Funktionswandel des Corporate Image	326
Grafik 1:	Entwicklung der japanischen Gesamtwerbeausgaben (1989 – 1997)	11
Grafik 2:	Werbeausgaben nach Branchen (1997)	13
Grafik 3:	Formen der Marktkommunikation	98
Grafik 4:	Marketinginstrumente	103
Grafik 5:	Zusammensetzung der Werbeausgaben nach Werbemedien (1997)	117
Grafik 6:	Werbevolumina in Tageszeitungen nach Branchen (1997)	125
Grafik 7:	Werbevolumina in Zeitschriften nach Branchen (1997)	131
Grafik 8:	Werbevolumina im Fernsehen nach Branchen 1997 (bangumi CM)	138
Grafik 9:	Werbevolumina im Fernsehen nach Branchen 1997 (spot CM)	139
Grafik 10:	Werbevolumina im Radio nach Branchen (1997)	145
Grafik 11:	Elemente der CI-Konzeption	320

