**1. Marketing:** Dies ist ein umfassender Begriff, der alle Aktivitäten umfasst, die ein Unternehmen unternimmt, um Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben und zu verkaufen. Dazu gehören Marktforschung, Produktentwicklung, Distribution, Verkauf, Kundenservice und natürlich Werbung und Branding. Marketing konzentriert sich darauf, die Bedürfnisse und Wünsche der Verbraucher zu verstehen und zu erfüllen.

**2. Branding:** Bezieht sich auf den Prozess der Schaffung und Pflege eines starken und einzigartigen Markenimages für ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen. Dies umfasst den Namen, das Logo, das Design und andere Elemente, die dazu beitragen, eine eindeutige Identität in den Köpfen der Verbraucher zu etablieren. Branding ist ein entscheidender Teil des Marketings, da es einem Unternehmen hilft, sich von seinen Wettbewerbern zu unterscheiden und eine emotionale Verbindung mit den Verbrauchern aufzubauen.

**3. Werbung:** Ist ein spezifisches Werkzeug innerhalb des Marketings, das die aktive Förderung von Produkten oder Dienstleistungen über verschiedene Medien umfasst, um die Wahrnehmung und das Kaufverhalten des Publikums zu beeinflussen. Werbung kann viele Formen annehmen, wie Anzeigen in Fernsehen, Radio, Internet, Zeitschriften und mehr. Sie ist darauf ausgelegt, Nachrichten über die Marke und ihre Angebote auf attraktive und überzeugende Weise zu kommunizieren.

Um diese Begriffe effizient zu gruppieren, könnten wir sie als verschiedene Schichten oder Aspekte eines umfassenderen Prozesses betrachten:

**- Marketing** wäre die umfassendste Kategorie, die alle marktorientierten Aktivitäten umfasst.

**- Branding** ist eine Unterkategorie innerhalb des Marketings, die sich auf die Identität und Wahrnehmung der Marke konzentriert.

**- Werbung** ist ein Werkzeug, das innerhalb des Marketings verwendet wird, um diese Markenidentität und ihre spezifischen Produkte oder Dienstleistungen zu kommunizieren und zu fördern.

Jeder trägt zur Gesamtstrategie des Unternehmens bei, um Kunden zu gewinnen und zu halten, jedoch mit Ansätzen und Methoden, die erheblich variieren können.