

# Inhalt

<b>Einführung in die Lektüre .....</b>	<b>15</b>
<b>1 Grundlagen der Werbung.....</b>	<b>18</b>
<b>2 Geschichte der Werbung.....</b>	<b>20</b>
2.1 Werbung in der Antike und im vorindustriellen Zeitalter .....	20
2.2 Werbung von der Industrialisierung bis heute.....	22
<b>Übungsszenario 1: Richtig oder falsch? .....</b>	<b>25</b>
<b>3 Werbung und Kommunikation .....</b>	<b>26</b>
3.1 Grundlagen der Kommunikation .....	26
3.2 Werbung als Kommunikationsinstrument .....	29
3.3 Werbung als Teil des Marketing-Mix .....	30
<b>Übungsszenario 2: Die Klausur! .....</b>	<b>34</b>
<b>4 Die Werbeformen .....</b>	<b>35</b>
4.1 Die „klassische“ Werbung.....	35
4.2 Die Verkaufsförderung .....	36
4.2.1 Verbrauchergerichtete Verkaufsförderung .....	37
4.2.2 Handelsgerichtete Verkaufsförderung .....	40
4.2.3 Außendienstgerichtete Verkaufsförderung .....	43
4.3 Persönlicher Verkauf.....	44
4.3.1 Direkter Verkauf vs. Werbung .....	45
4.4 Öffentlichkeitsarbeit .....	46
4.4.1 Werkzeuge für interne Öffentlichkeitsarbeit.....	47
4.4.2 Werkzeuge für externe Öffentlichkeitsarbeit .....	49
4.4.3 Corporate Identity als PR-Werkzeug der Neuzeit .....	51
4.5 Direktwerbung .....	53

---

4.6 Sponsoring .....	56
4.7 Product Placement .....	61
4.7.1 Unterscheidung nach Art der Platzierung .....	62
4.7.2 Unterscheidung nach Art der Informationsübermittlung.....	65
4.7.3 Unterscheidung nach Grad der Einflussnahme auf das Drehbuch.....	66
4.8 Events .....	68
4.9 Neue Medien.....	69
4.9.1 Internetmedien.....	69
<b>Übungsszenario 3: Das Vespa comeback! .....</b>	<b>73</b>
<b>5 Arten der Werbung .....</b>	<b>74</b>
5.1 Unterscheidung nach Werbezielen.....	74
5.2 Unterscheidung nach Werbetreibenden .....	75
5.2.1 Unterscheidung nach Anzahl der Werbetreibenden .....	76
5.2.2 Unterscheidung nach Erkennbarkeit des Werbenden.....	77
5.2.3 Unterscheidung nach Stellung der Werbetreibenden .....	78
5.3 Unterscheidung nach Werbeobjekten .....	78
5.4 Unterscheidung nach Werbesubjekten.....	79
5.5 Unterscheidung nach Werbemitteln.....	80
5.6 Unterscheidung nach Werbeträgern.....	81
5.7 Unterscheidung nach Werbeinhalt .....	81
5.7.1 Vergleichende Werbung.....	82
<b>Übungsszenario 4: Der Werbeexperte .....</b>	<b>85</b>

<b>6 Werbemittel und Werbeträger</b> .....	<b>86</b>
6.1 Die Werbemittel.....	86
6.1.1 Die Anzeige.....	87
6.1.2 Das Plakat.....	89
6.1.3 Der Flyer und das Prospekt.....	90
6.1.4 Der Hörfunkspot.....	91
6.1.5 Der Fernseh- und der Kinospot.....	92
6.2 Die Werbeträger.....	94
6.2.1 Die Zeitung.....	96
6.2.2 Die Zeitschrift.....	98
6.2.3 Das Fernsehen.....	100
6.2.4 Der Hörfunk.....	102
6.2.5 Das Kino.....	103
6.2.6 Die Werbeträger von Außenwerbung.....	105
<b>Übungsszenario 5: Auf Expansionskurs</b> .....	<b>107</b>
<b>7 Die Gestaltungselemente der Werbung</b> .....	<b>108</b>
7.1 Visuelle Elemente.....	109
7.2 Auditive Elemente.....	113
7.3 Der Slogan.....	113
7.4 Sonstige Gestaltungselemente.....	115
<b>Übungsszenario 6: agritours-toscana.de</b> .....	<b>116</b>
<b>8 Grundlagen der Werbepsychologie</b> .....	<b>117</b>
8.1 Der Wahrnehmungsprozess.....	117
8.2 Das Kaufverhalten.....	121
8.2.1 Kaufverhaltensmodelle.....	122

---

8.2.2 Kaufverhaltenstypen .....	124
8.3 Die Werbewirkung.....	126
8.3.1 Die Reaktanz – wenn Werbung fehlschlägt.....	128
<b>9 Die Grenzen der Werbung .....</b>	<b>130</b>
9.1 Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb .....	130
9.2 Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen.....	134
9.3 Beschränkungen bei bestimmten Produkten .....	135
9.4 Sonstige rechtliche Grenzen.....	137
<b>10 Die Werbeplanung.....</b>	<b>138</b>
10.1 Das Marketingkonzept.....	138
10.2 Das Werbekonzept .....	140
<b>Übungsszenario 7: Umsatz durch Zufall!.....</b>	<b>144</b>
<b>11 Die Werbeeffizienzmessung.....</b>	<b>145</b>
11.1 Prognose ökonomischer Ziele.....	145
11.2 Kontrolle ökonomischer Ziele .....	147
11.3 Prognose außerökonomischer Ziele .....	149
11.4 Kontrolle außerökonomischer Ziele .....	149
<b>12 Schlussbetrachtung .....</b>	<b>151</b>
<b>Lösungen zu den Übungsszenarien.....</b>	<b>153</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>162</b>
<b>Online-Quellenverzeichnis.....</b>	<b>166</b>
<b>Stichwortregister .....</b>	<b>167</b>