

**SCHÄFFER**  
**POESCHEL**

# Inhalt

Vorwort .....	VII
Danksagung .....	VIII
Die Autoren und Übersetzerinnen .....	X
Übersichten und Checklisten .....	XIII
<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>Beweisarten</b> .....	<b>7</b>
<b>Voraussetzungen</b> .....	<b>17</b>
<b>Die Prinzipien</b> .....	<b>31</b>
<b>Strategie</b> .....	<b>33</b>
1 Information .....	34
2 Einfluss .....	74
3 Emotion .....	98
4 Reiner Kontakt .....	113
<b>Allgemeine Taktiken</b> .....	<b>119</b>
5 Widerstand .....	120
6 Akzeptanz .....	166
7 Botschaft .....	208
8 Aufmerksamkeit .....	253
<b>Medienspezifische Taktiken</b> .....	<b>281</b>
9 Still-Media .....	284
10 Motion-Media .....	312
<b>Kreativität</b> .....	<b>325</b>
<b>Bewertung von Werbung</b> .....	<b>335</b>
<b>Schlussfolgerungen</b> .....	<b>341</b>
<b>Anhänge</b> .....	<b>343</b>
A Mögliche Einwände gegen die Generalisierung experimenteller Belege .....	344
B Daten zu Printanzeigen aus <i>Which Ad Pulled Best? (WAPB)</i> .....	348
C Nicht experimentelle Daten zu Werbespots .....	350
D Die Neue Erwartungstheorie und die Überzeugungswirkung .....	352
E Methoden zur Werbebetataufteilung nach Medien .....	353
F Die Auswahl einer Agentur .....	357
G Management-Präsentationen: eine empirisch belegte Checkliste .....	360
H Schriftliche Lageberichte: eine empirisch belegte Checkliste .....	365
I Advertisingprinciples.com (AdPrin.com) .....	369

Glossar .....	371
Literaturverzeichnis .....	381
Sachregister .....	413
Anlage E: Karte der Überzeugungsprinzipien.....	420

## **Übersichten und Checklisten**

A	Typologisierung von Belegen .....	13
B	Wichtige Bedingungs Ebenen .....	28
C	Überzeugungsprinzipien: Kategorien .....	31
Checkliste Prinzipien:		
1	Information .....	72
2	Einfluss .....	97
3	Emotionen .....	111
4	Einfacher Kontakt .....	117
5	Widerstand .....	164
6	Akzeptanz .....	206
7	Botschaft .....	251
8	Aufmerksamkeit .....	278
9	Still-Media .....	310
10	Motion-Media .....	323
D	Entwicklung und Förderung von Kreativität: eine Checkliste .....	333
E	Übersicht: Überzeugungsprinzipien .....	419