

# INHALTSVERZEICHNIS

5 | Vorwort

7 | **Teil 1 – Werbewelten**

**Wahrnehmung**

8 | Optische Täuschung  
10 | Selektion  
11 | Fuzzy-Effekt  
12 | Eye-Catcher

**Gestaltung & Wirkung**

13 | Headline & Fließtext  
14 | Slogan  
16 | Logo  
17 | Bilderfluten  
18 | Farbenspiele  
19 | Klangwelten  
20 | Duftmarken  
22 | Verlockungen  
23 | Emotion  
24 | Storytelling  
25 | Zielgruppe: Profile  
26 | Zielgruppe: Jugend

**Werbeträger & Werbemittel**

27 | Werbeträger  
28 | Werbemittel  
29 | Printmedien  
30 | Anzeige  
31 | Hörfunk  
32 | Hörfunkspot  
33 | Fernsehen  
34 | Fernsehspot  
35 | Testimonial  
36 | Supermarkt  
37 | Verpackung  
38 | Internet  
39 | Homepage  
40 | Internet-Stalking

41 | Spam  
42 | Tablet & Smartphone  
43 | QR-Code  
44 | Merchandising  
45 | Crossmedia

**Marketing**

46 | Bedarf wecken  
47 | YouTube®  
48 | Facebook® & Co. – Kontaktbörse  
49 | Facebook® & Co. – Datenstaubsauger  
50 | Viral-Marketing  
51 | Schleichwerbung  
52 | Product-Placement  
53 | Marken  
54 | Marken für Jugendliche  
55 | Markenwahn  
57 | Markenwahn – Argumente  
58 | Bio  
59 | Corporate Identity  
60 | CI – Sponsoring  
61 | CI – Parteien  
62 | CI – Auch für dich!  
63 | Kampagne – Social Marketing  
64 | Kampagne – zum Umdenken  
65 | Kampagne – für die Energiewende  
66 | Kampagne – Aids-Prävention

**Wirtschaft**

67 | Investition  
68 | Konsum  
69 | Marktforschung  
71 | Berufe

**Kontrovers**

72 | Werbung – Argumente  
73 | Anzeige ZAW  
74 | Anglizismen in der Fachsprache  
75 | Anglizismen im Slogan  
76 | Falsche Versprechen  
77 | Klischees  
78 | Geiz war geil

# INHALTSVERZEICHNIS

79		Geiz war geil – Argumente
80		Online-Shops
82		Adbuster
83		Gesetze
84		Werberat
85		Lyrik – Reklame

## Zeitreise

86		Gestern – Werbefluten
87		Gestern – Werbeträger
88		Trend: Advertorial
90		Trend: Unverpackt & plastikfrei
91		Trend: Sharing Economy

## Teil 2 – Planspiel

94		Das Planspiel
95		Team – Thema – Job
96		Briefing
97		Arbeit – Zeit
98		Creative Contract
99		Exposé – Media-Planung – Produktion
100		Budget
101		Controlling
102		Orga-Modell

## Teil 3 – Anhang

104		Glossar rhetorischer Mittel
105		Checkliste: Analyse von Anzeigenwerbung
106		Lösungen
113		Farbige Anzeigen