

# Inhalt

## VORWORT

<b>EIN BUCH, DAS DU VERGESSEN KANNST</b>	9
--	---

Die Links zu den Filmen im Buch .....	9
---------------------------------------	---

## KAPITEL 1

<b>AUFMERKSAMKEIT: DIE WICHTIGSTE WÄHRUNG DER WELT</b>	11
--	----

Der Kampf um Aufmerksamkeit .....	12
Wie erregen wir Aufmerksamkeit? .....	16
Aufmerksamkeit durch Storytelling .....	22
Aufmerksamkeit verkauft besser .....	35

## KAPITEL 2

<b>WILLKOMMEN IN DER WELT DER WERBUNG</b>	37
---	----

Berufe in der Agentur .....	38
Der Projektablauf .....	44

## KAPITEL 3

<b>POSITIONIERUNG UND LEITIDEE</b>	49
------------------------------------	----

Die Positionierung .....	49
Der Markenclaim .....	54

Der Kampagnenclaim ..... 58

Die Leitidee ..... 60

## KAPITEL 4

### **WAS KAMPAGNEN ZWINGEND MACHT** ..... 67

Ideen, die aus der DNA der Marke kommen ..... 67

Insight-getriebene Kampagnen ..... 78

Haltungskampagnen ..... 84

## KAPITEL 5

### **EXZELLENTE KAMPAGNEN-IDEEN FINDEN** ..... 87

Wie man eine exzellente Idee erkennt ..... 91

## KAPITEL 6

### **KREATIVMECHANISMEN FÜR EXZELLENTE IDEEN** ..... 95

Die Produktdemonstration ..... 95

Absurde Alternative ..... 98

Problem – Lösung ..... 99

Versteckte Kamera ..... 100

Involvieren und Interagieren ..... 103

Individualisieren und Personalisieren ..... 105

Aktuell und schnell ..... 109

Das Spiel mit dem Medium ..... 111

Was wäre, wenn ...? ..... 113

Ideas driven by Technology ..... 114

## KAPITEL 7

<b>ZEHN IDEENSCHUBLÄDEN .....</b>	117
Headlines und Texten .....	118
Ideenschublade 1: Der klassische Dreh .....	123
Ideenschublade 2: Der 180-Grad-Dreh .....	126
Ideenschublade 3: Gute Beobachtung .....	132
Ideenschublade 4: Dramatisiere den Benefit .....	138
Ideenschublade 5: Das Irrationale und Irritierende .....	145
Ideenschublade 6: Spannende Perspektive .....	154
Ideenschublade 7: Das Prinzip .....	159
Ideenschublade 8: Wortspiele .....	161
Ideenschublade 9: Misleading .....	166
Ideenschublade 10: leer .....	168

## KAPITEL 8

<b>ACH DU LIEBE COPY .....</b>	169
Der Weg zur guten Copy .....	170
Die Copy optimieren .....	175
Onlinetexte .....	179
Der Textmechanismus von »heftig.co« .....	180

## KAPITEL 9

<b>MEDIENKANÄLE UND ARBEITSWEISEN .....</b>	183
Bewegtbild .....	183
Radio .....	188
Dialogmarketing .....	192
Promotion .....	195

Out-of-Home .....	198
Content-Marketing .....	200
Die digitale Ära .....	206
Social Media .....	211
Blogger-Relations .....	222
Mobile .....	226

## KAPITEL 10

<b>STARTHILFE .....</b>	231
So fängst du an .....	231
So wirst du immer besser .....	234
So stellst du deine Ideen vor .....	235
The Big Picture .....	236

## KAPITEL 11

<b>ZEHN TIPPS FÜR KREATIVE .....</b>	239
Tipp 1: Halte die Augen offen .....	239
Tipp 2: Kompliziert verliert: Vereinfache .....	242
Tipp 3: Riskier' was .....	242
Tipp 4: Sei hartnäckig .....	244
Tipp 5: Haushalte mit deiner Kreativkraft .....	244
Tipp 6: Setze dir ein ehrgeiziges Ziel .....	245
Tipp 7: Bring deinen Ideen Wertschätzung entgegen .....	245
Tipp 8: Sei ein Stehaufmännchen .....	246
Tipp 9: Geh deinen eigenen Weg .....	246
Tipp 10: Glaube an dich selbst .....	246

<b>KAPITEL 12</b>	
<b>NÜTZLICHE HINWEISE ZUM SCHLUSS .....</b>	247
Willkommen zuhause: Bewerbungstipps .....	247
Buchtipps .....	250
Danke .....	251
Nachwort .....	251
Über den Autor .....	251
Quellenverzeichnis .....	253
Index .....	259