

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	7
2	Wahrnehmung und Wirkung haptischer Reize	9
2.1	Wahrnehmung von Sinnesreizen	10
2.2	Kennzeichen und Ansprache des haptischen Sinnessystems	13
2.2.1	Die Haut	15
2.2.2	Gestaltungsparameter haptischer Sinneseindrücke	16
2.3	Kennzeichen und Ansprache weiterer Sinne	20
2.3.1	Das Auge	20
2.3.2	Das Ohr	23
2.3.3	Die Nase	27
2.3.4	Die Zunge	31
2.4	Integration der Sinnessysteme	33
	Literatur	36
3	Markenrecht – Die haptische Marke	41

Literatur	46
4 Haptisches Marketing	47
4.1 Der Einfluss der Haptik auf die Markenwahrnehmung	51
4.2 Erfolgsfaktoren für haptische Markenführung	55
4.3 Risiken der haptischen Markenführung	58
Literatur	60
5 Praxisbeispiele haptischer Marken	63
5.1 Singapore Airlines	64
5.2 MINI	67
Literatur	70
6 Fazit und Ausblick	71
7 Experteninterviews	77