

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	6
2	Wahrnehmung und Wirkung visueller Reize	9
2.1	Wahrnehmung von Sinnesreizen	10
2.2	Kennzeichen und Ansprache des visuellen Sinnessystems	14
2.2.1	Das Auge	15
2.2.2	Gestaltungsparameter visueller Sinneseindrücke	16
2.3	Kennzeichen und Ansprache weiterer Sinne	18
2.3.1	Das Ohr	18
2.3.2	Die Haut	22
2.3.3	Die Nase	26
2.3.4	Die Zunge	30
2.4	Integration der Sinnessysteme	33
	Literatur	36

XII Inhaltsverzeichnis

3 Markenrecht – Die visuelle Marke	39
Literatur	44
4 Visuelles Marketing	45
4.1 Der Einfluss des Visuellen auf die Markenwahrnehmung	48
4.2 Erfolgsfaktoren für visuelle Markenführung	51
4.3 Risiken der visuellen Markenführung	54
Literatur	57
5 Praxisbeispiele visueller Marken	59
5.1 Singapore Airlines	60
5.2 MINI	63
Literatur	66
6 Fazit und Ausblick	67
7 Experteninterviews	73