

Inhalt

Vorwort	9
<i>Der gläserne Verbraucher</i>	13
SINNE UND VERSTAND IN DER WARENWELT	15
Was uns schon immer betörte	17
<i>Die Kanäle in den Kopf</i>	20
<i>Argumente als Werbung</i>	22
<i>AIDA in voller Lautstärke</i>	26
<i>Im Gedränge</i>	31
Gläserne Kunden und schwarze Kästen	35
<i>Befragung und Beobachtung</i>	37
<i>S-O-R</i>	40
<i>Der Blick ins Gehirn</i>	43
<i>Schweiß und Tremolo</i>	44
<i>Der Kunde wirft ein Auge</i>	46
<i>Gedanken lesen</i>	47
<i>Brain-Watch</i>	49
<i>EEG, MEG & Co.</i>	50
<i>PETing</i>	52
<i>Das gegebene Bild</i>	53
<i>Blicke in verborgene Tiefen</i>	54
<i>Entscheidungen ausrechnen</i>	57
Expeditionen ins Gehirn des Verbrauchers	59
<i>Das Cola-Paradox</i>	59

<i>Markierungen und Wettrennen</i>	61
<i>Rein ins Gehirn</i>	63
<i>Die Kartierung des Verbrauchergehirns</i>	65
<i>Thalamus</i>	67
<i>Von Popcorn und Ratten</i>	71
<i>Amygdala</i>	74
<i>Gedankenspuren</i>	75
<i>Das enträselte Gehirn</i>	78
<i>Gibt es den »Buy-Button«?</i>	80
<i>Der unfreie Wille</i>	82
<i>Kaufen lernen</i>	83
<i>In Zukunft: 5SM</i>	86
SINNE WÄRMSTENS UMSCHMEICHEL UND EISKALT BEDIENT	89
Direkt ins Auge gezielt	91
<i>Der Blick in den Raum</i>	92
<i>Das täuschbare Auge</i>	94
<i>Die Pralinschachtel</i>	97
<i>Der gewollte Betrug</i>	99
<i>Licht und Farbe</i>	101
<i>Etwas bleibt immer hängen</i>	104
Hautnah dran	106
<i>Die Hand wäblt</i>	110
<i>Der griffige Erfolg</i>	112
In aller Munde	114
<i>Was schmeckt, was nicht?</i>	115
Unter die Nase gerieben	122
<i>Lockstoffe</i>	126
<i>Der Duft unserer Welt</i>	128

Ohrwürmer und Technosounds	131
<i>Seit uralten Zeiten ...</i>	135
<i>Vom Gassenbauer zum Kassenklingler</i>	137
IM REICH DER SINNE	141
Alle Sinne voll total	143
<i>An der Nase herumgeführt</i>	146
<i>Die Welt auf dem Schirm</i>	147
<i>Duft aus der Konsole?</i>	152
<i>Genuss ins Licht gerückt</i>	153
<i>Vom Fernsprecher zum Taschenfetisch</i>	154
<i>Automarketing für alle Sinne</i>	157
Tante Emma im Cyberladen	166
<i>Von der Verpackung gepackt</i>	168
<i>Auf allen Kanälen</i>	170
<i>Das Rennen um die Sinne</i>	172
<i>Bewirtung für die Sinne</i>	176
<i>Die Trickkisten werden bestückt</i>	179
<i>Die Partitur der Duftnoten</i>	180
<i>Mit Tönen zielen und treffen</i>	183
<i>Der umgarnte Verbraucher</i>	183
Im Angebot Reizthemen	186
<i>Die Zukunft beginnt gerade</i>	189
<i>Die Welt »according to 5SM«</i>	191
QUELLEN	197