

Inhalt

Vorwort von Paco Underhill	7
Einleitung	12
1. Die Durchblutung des Gehirns	
Die größte bisher durchgeführte Neuromarketing-Studie	18
2. Genau hier	
Produktplatzierung, American Idol und Fords kostspieliger Fehler	47
3. Ich nehme dasselbe wie sie	
Spiegelneuronen am Werk.....	61
4. Ich blicke überhaupt nicht durch	
Der Einfluss unterschwelliger Botschaften.....	75
5. Glauben Sie an Magie?	
Rituale, Aberglaube und Gründe für unser Kaufverhalten	94
6. Lasst uns beten	
Glaube, Religion und Marken.....	112
7. Warum diese Wahl?	
Die Macht somatischer Marker	132

8. Ein multisensorisches Erlebnis

Unsere Sinne kaufen mit 144

9. Und die Antwort lautet ...

Neuromarketing und Prognosen 167

10. Zu mir oder zu dir?

Sex in der Werbung 177

11. Schlussfolgerung

Ein brandneuer Tag 192

Anhang 203

Danksagung 207

Anmerkungen 213

Literaturhinweise 221

Register 227