

# Inhalt

<b>ESTHER MIKUS</b>	
Einleitung . . . . .	7
<b>DIETER SCHWEICKHARDT</b>	
Werbeagenturen – was sie eigentlich machen . . . . .	11
<b>ESTHER MIKUS</b>	
Der Werbekaufmann – das Berufsbild . . . . .	18
<b>GEORG BAUMS</b>	
Der Kontakter – Kundenberater und Manager . . . . .	28
<b>KLAUS ERICH KÜSTER</b>	
Der Werbetexter – kreativer Umgang mit Sprache . . . . .	41
<b>WOLFGANG SCHÖNHOLZ</b>	
Der Art Director – Visualisierung der Botschaft . . . . .	49
<b>CHARLES GREENE</b>	
Der FFF-Experte – Wer macht die Werbespots für Film, Funk, Fernsehen . . . . .	58
<b>ALEXANDER SCHMIDT-VOGEL</b>	
Der Media-Experte – das Abenteuer »Media« . . . . .	72
<b>KURT MUGELE</b>	
Der Produzioner – der lange Weg zur gedruckten Werbung . . . . .	86
<b>LUX PETER WILLE</b>	
Der Agentur-Controller – Verwaltung und Controlling in einer Hand . . . . .	92
<b>PETER BLÄHSER</b>	
Der Marktforscher – die Stimme des Verbrauchers . . . . .	98
<b>LUX PETER WILLE</b>	
Der Werbepsychologe – Psychologie und Werbung . . . . .	109

<b>PETER K. NEFF</b>	
Direkt-Marketing-Spezialisten –	
Effizienz in der Zielgruppenansprache . . . . .	117
<b>GEORG BARTH</b>	
Der Verkaufsförderer – Beruf der Zukunft . . . . .	122
<b>URSULA LUCAS-BACHERT</b>	
Der Public-Relations-Experte –	
Kommunikationsinstrument PR . . . . .	129
<b>MICHAEL PETERS</b>	
Der Messespezialist – Informationsmarkt Messen . . . . .	141
Literaturhinweise . . . . .	149
Die Autoren . . . . .	151