

ÜBERSICHT  
ÜBER DIE TEILE UND KAPITEL DER WERBELEHRE

1. TEIL

DAS WESEN DER WERBUNG

1. KAPITEL: DER BEGRIFF DER WERBUNG UND DIE SYSTEMATIK IHRER LEHRE	3
2. KAPITEL: DIE ARTEN DER WERBUNG .....	29
3. KAPITEL: DIE GRUNDSÄTZE DER WERBUNG .....	45
4. KAPITEL: DIE WERBUNG IN FORSCHUNG UND UNTERRICHT .....	69

2. TEIL

DIE UMWORBENEN

5. KAPITEL: DIE UMWORBENEN UND IHRE GRUPPIERUNG .....	87
6. KAPITEL: DIE EINSTELLUNG DER WERBEGEMEINTEN ZUR WERBUNG .....	103
7. KAPITEL: DIE BEIM UMWORBENEN AUSZULÖSENDE WERBEWIRKUNG UND IHRE KOMPONENTEN .....	112
8. KAPITEL: DIE MOTIVE DER UMWORBENEN .....	159

3. TEIL

DIE WERBEMITTEL UND DIE WERBEHILFEN  
(DIE WERBEKÜNDER)

9. KAPITEL: DIE ANALYSE DER WERBEKÜNDER .....	235
10. KAPITEL: DIE SYSTEMATIK DER WERBEKÜNDER .....	266
11. KAPITEL: DIE ELEMENTE DER WERBEKÜNDER .....	273
12. KAPITEL: DIE FAKTOREN DER WERBEKÜNDER .....	574
13. KAPITEL: DIE WERBEMITTEL DER EINZELUMWERBUNG .....	787
14. KAPITEL: DIE WERBEMITTEL DER MENGENUMWERBUNG .....	810
15. KAPITEL: DIE WERBEKONSTANTEN .....	945
16. KAPITEL: DIE WERBEHILFEN .....	985
17. KAPITEL: DAS WERBEKÜNDERGESAMT .....	1014
18. KAPITEL: DIE WERBETRÄGER UND DIE WERBESUBSTRATE .....	1020

## ÜBERSICHT ÜBER DIE TEILE UND KAPITEL DER WIRBELEHRE

### 4. TEIL

#### DIE WERBEANALYSE

19. KAPITEL: DIE AUFGABEN UND DIE ARTEN DER WERBEANALYSE .....	1027
20. KAPITEL: DAS WERBEFELD UND SEINE ABGRENZUNG .....	1040
21. KAPITEL: DIE METHODEN DER WERBEANALYSE .....	1058

### 5. TEIL

#### DIE WERBEPLANUNG

22. KAPITEL: WESEN UND GEBIETE DER WERBEPLANUNG .....	1101
23. KAPITEL: DER GENERALWERBEPLAN .....	1108
24. KAPITEL: DER PERIODENWERBEPLAN (WERBEFAT) UND DIE WERBESTREU- PLÄNE .....	1119

### 6. TEIL

#### DIE WERBEDURCHFÜHRUNG

25. KAPITEL: DER ENTWURF UND DIE HERSTELLUNG DES WERBEMATERIALS .	1161
26. KAPITEL: DIE STREUUNG DER WERBEKÜNDER .....	1226
27. KAPITEL: DIE WERBER UND IHRE HELFER .....	1290
28. KAPITEL: DIE ORGANISATION DER WERBEARBEIT .....	1326
29. KAPITEL: DAS WERBERECHT .....	1336

### 7. TEIL

#### DAS WERBEERGEBNIS

30. KAPITEL: DIE ARTEN DES WERBEERGEBNISSES .....	1345
31. KAPITEL: DIE METHODEN FÜR DIE PROGNOSE UND DIE KONTROLLE DER WERBEWIRKUNG .....	1351
32. KAPITEL: DIE DURCHFÜHRUNG DER WERBEERFOLGSPROGNOSE UND DER WERBEERFOLGSKONTROLLE .....	1408
33. KAPITEL: DAS MESSEN DES WERBEERGEBNISSES DURCH DISPERSIONSZAHLEN	1485
34. KAPITEL: DIE WERBEREVISION .....	1495

### 8. TEIL

#### DIE BEDEUTUNG DER WERBUNG

35. KAPITEL: DIE BEDEUTUNG DER WERBUNG FÜR DIE WIRTSCHAFT .....	1503
36. KAPITEL: DIE BEDEUTUNG DER WERBUNG FÜR NICHTWIRTSCHAFTLICHE ANWENDUNGSGEBIETE .....	1565
37. KAPITEL: DIE KULTURELLE BEDEUTUNG DER WERBUNG .....	1595

#### BIBLIOGRAPHIE UND REGISTER

1623