

# Werbung

Handbuch für Studium und Praxis

VON

Prof. Dr. Ingomar Kloss

5., vollständig überarbeitete Auflage

Werbung – Kloss

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Marketing, Handelsmanagement](#) – [Marketing, Medien und Handel](#) – [Marketing, Medien und Handel](#)

Verlag Franz Vahlen München 2012

Verlag Franz Vahlen im Internet:

[www.vahlen.de](http://www.vahlen.de)

ISBN 978 3 8006 4200 7

- 5-D-Modell 433 ff.
- Abonnementsauflage 310  
Abonnementszeitschriften 320 ff.  
Abonnentenfernsehen 339  
Above-the-line-Medien 311  
Abspannboard 350  
Abspannframe 350  
Ad Impressions 383  
Advertiser Founded Programming 503  
Affiliate Marketing 380  
Affinität 285 ff.  
Affinitäts-Index 286  
AIDA-Regel 86  
Aktualität 204  
Alleinstellung 25, 133, 205 ff.  
Allensbacher Werbeträger-Analyse 314  
Allgemeinstellen 368  
All-You-CanAfford-Method 238  
Ambient Medien 373  
Ambush-Marketing 495  
Analogiekommunikation 21  
Analogien 212, 214  
Analogieschlüsse 144, 148  
anmoderierte Spots 553  
Anmutung 4, 24  
Anzeige, Elemente 220  
Anzeigen 34, 38  
Anzeigenblätter 325  
Anzeigenexpeditionen 35  
Anzeigengröße 215  
Anzeigenplatzierung 215  
Anzeigenstrecke 329  
Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) 314  
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG-MA) 312  
ARD 42  
Argumentation, einseitige 222  
Argumentation, zweiseitige 222  
Argumentationsstil 172, 222  
Art Buyer 255 f.  
Art Directors Club 300  
Art Licensing 548  
Art-Direktor 250  
Assoziationen 20, 161, 412, 450  
Attraktivität 83  
Auflagenarten 310  
Aufmerksamkeit 68, 96, 115, 203, 215, 220  
Aushängeschilder 32  
Ausrüstungsverträge 489  
Außenpluralität 341  
Außenwerbung 367 ff.  
Autorität 78 f.
- Bandenwerbung** 486, 496, 552  
Banderole Ad 378  
Banner 379 f.  
Bartering 545  
Baseline 221  
Basismedium 259  
BBC 41, 461  
Bedürfnishierarchie 77, 130  
Beeinflussung 6  
behavioral targeting 382  
Beihefter 310, 329, 333  
Beikleber 329  
Beilagen 310, 329  
Bekanntheit 58, 203, 241  
Bekanntheit, gestützte 83  
Bekanntheit, spontane 83  
Bekanntmachung 112  
Benchmark Datenbanken 108  
Benchmarking 417  
Benchmarks 184, 266  
Benefit 205 ff., 220  
Best Minute 553  
Besucherfrequenzstaffel 365  
Betriebsbesichtigungen 175  
Bewertungsseiten 388  
Bezugsgruppe 81 f.  
Bildkommunikation 22  
Bildtexte 221  
Binnenpluralität 341  
Black-Box 59 f.  
Bluetooth Marketing 554  
Bodycopy 221  
Botschaftsinvolvement 93  
Brand Licensing 548  
Branding, international 403, 405 f.  
Briefing 232 f., 250 ff.  
Briefkastenverteilung 522  
Brigitte Kommunikationsanalyse 314  
Broschüren 522  
Bruttokontakt 276 ff.  
Bruttoprinzip 345  
Bruttoreichweite 276 ff., 317, 382  
Bumerang-Effekt 58  
Buridanscher Esel 25, 121  
Business-to-Business 514 f., 525  
Business-to-Business-Kommunikation 241  
Business-to-Consumer 514 f., 525  
buying center 242
- Call Center 516, 528  
Cannes Rolle 300  
Casting 230  
Category Management 537  
Character Licensing 548  
Charity Licensing 547  
City-Light-Boards 369  
City-Light-Poster 368, 373  
Claim 221  
Co-Branding 191  
Content Split 350  
Controlling 294  
Copy Analyse 207  
Copy Development Program 209  
Copy Strategy 123, 205 ff., 215, 233, 295, 299, 417  
Copytest 319  
Corporate Identity 475  
Corporate Licensing 547  
Corporate Placement 502  
Co-Sponsoren 497  
cost-per-order 513  
Country-of-Origin-Effekt 157 f., 454

- Coupon-Anzeigen 523 f.  
 Crawl 349  
 Kreativ-Direktor 250  
 Creative Placement 503, 505, 510  
 Cross-Cultural Groups 399, 423  
 Crossmedia 259  
 Customer Relationship Marketing (CRM) 533  
 Cut in 349
- Dachmarke** 153, 418  
 Data-Mining 517  
 Data-Warehouse 517  
 Datenbanken 512, 515, 517 ff., 534  
 Datenquellen, externe 515  
 Datenquellen, interne 515  
 Dauerwerbesendungen 346, 553  
 Dekoder 355  
 Demonstrationsmaterial 544  
 Depotschilder 37  
 Deutscher Werberat 308 f.  
 DEWAG 47  
 Dialekt 222  
 Dialektik 214  
 Dialog-Marketing 534  
 Diary 350  
 Dienstleistungen 131, 240, 445  
 Dienstleistungsmarken 131  
 Differenzierung 13, 25, 37, 130, 133, 159, 203, 240, 396 ff.  
 Digital Audio Broadcasting 363  
 Digital Video Broadcasting 354  
 digitale Dividende 354  
 Dinks 197  
 Direct Marketing 510 ff.  
 Direct Marketing, aktives 511  
 Direct Marketing, Aufgaben 513  
 Direct Marketing, Entwicklung 512  
 Direct Marketing, Instrumente 520 ff.  
 Direct Marketing, interaktionsorientiertes 511  
 Direct Marketing, passives 511  
 Direct Response Television (DRTV) 531  
 Displays 540  
 disproportionale Preise 358  
 Dissonanzbewältigung 78  
 Distribution 234  
 Distributionspolitik 401  
 Doping 494  
 Druckauflage 310  
 duale Rundfunkordnung 336  
 Dubletten 519  
 Duftlackanzeigen 329  
 Durchschnittskontakt 274 ff., 285
- E-Business** 532  
 E-Commerce 532  
 economies of scale 3, 394, 398  
 Effektivität 29, 101, 259, 287, 294, 464  
 Efficient Consumer Response (ECR) 543  
 Effizienz 29, 94, 101, 259, 287, 294, 464  
 Einstellungen 6, 96  
 Einverständnis, ausdrückliches 526  
 Einverständnis, stillschweigendes 526  
 Einzelmarken 149 f.  
 Einzelverkaufsaufgabe 310  
 Einzelverkaufslieferung 310  
 E-mail-Sponsoring 380  
 emotionale Vorgänge 96
- Emotionen 75 f., 204  
 Empfängerstandardisierung 465  
 Erinnerer 73  
 Erinnerung 66  
 Erinnerung, gestützte 109  
 Erinnerung, ungestützte 109  
 Erlebniswelten 26  
 Erotik 450  
 Erwartungs-Wert-Modelle 77  
 Etat-Direktor 249 f.  
 Ethnomarketing 423  
 European Advertising Standards Alliance (EASA) 309, 459  
 Euro-Socio-Styles 423  
 Event Marketing 549 f.  
 Events, geschlossene 549  
 Events, offene 549  
 evoked set, s. *relevant set*  
 Exclusive Position 350  
 Exklusiv-Veröffentlichungen 174  
 Expandable Werbeformen 379  
 Experten 226  
 eye-catcher 221
- Fachzeitschriften** 330 f.  
 Fachzeitschriftensupplements 326  
 Familienmarken 150 f.  
 Farbassoziationen 223, 449  
 Farben 222 f., 448 f.  
 Farbrhetorik 214  
 Fashion Licensing 548  
 Feedback 297  
 Feedforward 297  
 Femininität 438 ff.  
 Fernsehen 41, 334 ff.  
 Fernsehen, digitales 354 ff.  
 Fernsehen, interaktives 354  
 Fernsehprogrammpolitik 351 ff.  
 Fernsehprogrammpolitik, Determinanten 351  
 Fernsehreichweiten 316  
 Fernsehsender, transnational 421  
 Fernsehwerbung 224  
 Fernsehwerbung, Erscheinungsformen 342 f.  
 Fernsehwerbung, Rechtsgrundsätze 344  
 FFF-Producer 256  
 Finanzierungsquellen TV 341  
 Firmenmarken 408  
 Flash Layer 378  
 Fließtext 221  
 Fluktuation 282, 292  
 forced-exposure-situation 114  
 Foto-/Videosharing 388  
 Frame Sponsoring 348  
 Framesplit 349  
 Free-TV 339  
 Frequenzatlas 372  
 Freundschaftswerbung 515  
 Full-Sponsoring 497  
 Full-Service-Agenturen 247  
 Fullsize Banner 378  
 Funktionsrabatte 543
- Game Shows** 545, 553  
 Ganzstelle 368  
 Gatefold 329  
 Gebrauchsgüter 240  
 Gebühreneinnahmen 341 f.

- Gebühreneinzugszentrale (GEZ) 312, 334  
 Gebührenschrift 341  
 Gehorsam 78f.  
 General-Interest-Titel 327  
 Generic Placement 502, 505  
 Geomarketing 516  
 Geräusch-Faktoren 114  
 gesättigte Märkte 4, 119ff., 394, 534  
 Gestaltpsychologie 66  
 Gestaltungstechniken 224ff.  
 Gewinnspiel 349  
 Gewohnheitsverhalten 62  
 GfK-Meter 314f., 317  
 GfK-Panel 314  
 give aways 544, 554  
 Glaubwürdigkeit 10, 172, 222, 473  
 Globalisierung 394  
 Goodwill 149  
 Grafiker 250, 254  
 Grenznutzen, abnehmender 106  
 Großflächen 368  
 Gross-Rating-Points (GRP) 105, 278ff., 291  
 Grundnutzen 120, 400  
 Gruppen 80  
 Gutscheine 540  
 G-Wert 370f.
- Half Page Ad** 378  
 Haloeffekt 163  
 Handelsmarken 272  
 Handels-Marketing 537  
 Handelspromotions 543f.  
 Handzettel 522  
 Haushaltswerbung 522  
 HB-Männchen 48  
 Headline 220  
 Herkunftszeichen 31  
 Highlight Split 350  
 Homepage 379  
 homo oeconomicus 60  
 Homogenisierung der Nachfrage 397  
 Hördauer 361  
 Hörschaften 317  
 Hörfunk 41, 358ff.  
 Hörfunkwerbung 223  
 Hospitality 497  
 Hypothesentheorie der Wahrnehmung 66
- Image** 58, 131ff., 179, 203, 453f., 473, 498, 502  
 Image Placement 502  
 Image, Definition 134  
 Image, Funktionen 137ff.  
 Image, globales 422  
 Imagebildung 113  
 Imagemessung 161ff.  
 Image-PR 179  
 Imagetransfer 144ff., 191, 473, 486f., 506, 547  
 Imagetransfer, Risiken 160  
 Immunisierung 222  
 Incentives 543  
 Individualismus 436  
 Individualkommunikation 5, 510  
 Individualmarken 408  
 Individualmarketing 512  
 Information 58, 203, 403  
 Informationsaufnahme 19  
 Informationsüberflutung 10, 17, 22, 473  
 Informationsüberlastung 72, 467  
 Informationsübermittlung 473  
 Informationsverarbeitung 14, 94, 445  
 Informationsverarbeitung, analoge 20  
 Informationsverarbeitung, digitale 20  
 In-Game-Advertising 553  
 Insert Sponsoring 348  
 Integrated Concepts 351  
 Intelligenzswesen 34  
 Intermediavergleich 259  
 Internationalisierung 394  
 Internet 375ff.  
 Interpretation 430  
 Interwerbung 47  
 Intramediavergleich 259, 293  
 Investitionsgüter 241f., 445  
 Involvement 69f., 92ff., 99, 473, 529, 532  
 Involvement-Hierarchie 95  
 IPTV 356  
 IVW 309f.
- Jingle** 223  
 Journalisten 168f.  
 Jubiläumsveranstaltungen 175  
 Junk Calls 527  
 Kampagnenwirkung 113f.  
 Kannibalisierung 152  
 Kataloge 522  
 Katalog-Marketing 528ff.  
 Katalogsprache 529  
 Katalogstreuung 531  
 Kategorien Visits 384  
 Kaufbereitschaft 106  
 Kaufentscheidungen 59  
 Kaufentscheidungsprozess 60f., 64  
 Kaufrisiko 140, 149, 454  
 Kaufzeitungen 320ff.  
 Kernkompetenzen 154ff.  
 key visual 220  
 Keyword Advertising 380  
 Kickbacks 262  
 Kindchenschema 77  
 Kino 363ff.  
 Kinospot 364  
 Kinowerbung 40  
 Kleintafeln 369  
 kognitive Dissonanzen 62, 67f., 115, 126, 212  
 kognitive Interferenzen 110  
 kognitive Vorgänge 96  
 Kohortentheorie 196  
 Kollektivismus 436  
 Kommunikation 3, 12  
 Kommunikation, aktive 173  
 Kommunikation, einstufige 14  
 Kommunikation, integrierte 165, 267, 473  
 Kommunikation, kontextgebundene 428f.  
 Kommunikation, kontextungebundene 428f.  
 Kommunikation, länderübergreifende 426  
 Kommunikation, mehrstufige 15  
 Kommunikation, non-verbale 326f.  
 Kommunikation, verbale 326f.  
 Kommunikation, zweistufige 14  
 Kommunikationsbarrieren 426ff., 433ff.  
 Kommunikationsmodell, internationales 426f.  
 Kommunikationspolitik 3  
 Kommunikationsprozess 426  
 kommunikative Voraussetzungen 16

- Konditionierung 70, 88f.
- Konditionierung, emotionale 75, 89, 123, 212, 473
- Konditionierung, klassische 88, 99
- Konditionierung, operante 91
- Konsument, hybrider 271
- Konsumgüter 240
- Konsumrelevanz 121
- Kontakt 274ff.
- Kontakt, erinnerungswirksamer 371
- Kontaktdefinitionen 319
- Kontakt dosis 105, 279
- Kontakter 249, 253f.
- Kontaktkorridor 280
- Kontaktqualität 115, 505
- Kontaktsumme 278
- Kontaktverteilung 280
- Kontrasteffekt 114
- Kooperationswerbung 191, 245
- Kostenführerschaft 398
- Kreativagenturen 247
- creative Umsetzung 115, 233ff.
- Kreativität 224, 300
- Kreuzzugspropaganda 32
- Krisen-PR 180
- Kuckucksmarke 159
- Kultur 403, 433ff., 447ff.
- Kultur-Sponsoring 475ff.
- Kumulation 275, 281
- Kumulationsverhalten 283, 292
- Kundenbewertungsmodell 531
- Kundenclubs 533ff.
- Kundenloyalitätspyramide 534
- Kundenzeitschriften 331f.
- Kundenzeitungen 522
- Kurzzeitorientierung 442ff.
- Kuvert 521
- kybernetischer Regelkreis 296
  
- Label-/Block Sponsoring 349
- Länderimage 454
- Langzeitorientierung 442ff.
- Lasswell-Formel 12
- Laufbandwerbung 347
- Leitbildgruppe 81
- Lernen 71ff.
- Lesbarkeit 218
- Lesemappe 332f.
- Leser 317
- Leser pro Exemplar (LpE) 318
- Leser pro Seite (LpS) 319
- Leser pro werbungsführender Seite (LpwS) 319
- Leserschaft pro Ausgabe (LpA) 318
- Lesezirkel 332f.
- Lesezirkelleffekt 333
- Licensing 547
- Lichtwerbung 38, 373
- Lifestyle 226
- Life-Style-Typologien 199
- line extension 151
- Litfaßsäule 36, 368
- Lizenzpresse 42
- Lobbyismus 175ff.
- location 230
- Location Based Services 554
- Location Placement 502
- Logomorphing 350
- Lohas 200
  
- Longcopy 221
- Machtdistanz 434ff.
- Mailing 521f.
- Manipulation 6, 58
- Mantelredaktion 169
- Marke 4, 140, 405
- Marke, Definition 134
- Markenanalyse 265
- Markenartikel 35, 37, 140, 272
- Markenaudit 415
- Markenbekanntheit 83, 106, 149
- Markenerosion 153
- Markenerweiterungen 147, 151, 160
- Markenfit 122, 152, 160
- Markenimage 107
- Markenpersönlichkeit 133
- Markenrelevanz 140f.
- Markenschema 147
- Markenstrategien 149ff.
- Markensympathie 107
- Markentreue 82
- Markenwert 136f.
- Marketing, globales 396
- Marketing, internationales 396
- Marketing, multinationales 396
- Marketing-Mix 1, 3, 143, 239, 396, 400
- Marketingstrategie 215
- Markierung 31
- Marktanteil 315
- Markt-Media-Studien 201, 265, 314
- Maskulinität 438ff.
- Maslow 77f.
- Massenkommunikation 5, 33
- Mäzenatentum 468
- M-Business 532
- M-Commerce 532
- Media Equivalent Wert 184
- Mediaagenturen 247, 256ff., 262ff.
- Media-Analyse (MA) 312f.
- Mediaforschung 318
- Medialeistungswerte 291
- Media-Mix 259
- Mediaplan 267, 279
- Mediaplaner 273
- Mediaplanung 249, 259, 262ff., 274ff.
- Mediaplanung, strategische 292f.
- Mediaplanungsprozess 265ff.
- Media-Schaltplan 292
- Mediastrategie 215, 259, 267, 274ff.
- Medien, globale 459
- Medien-Events 175
- Medieninvolvement 93
- Medien-Monitoring 184
- Mediennutzerschaften 312, 318
- Mediennutzer-Typologie 199
- Mediennutzungsverhalten 456ff.
- Medien-Overspill 421, 460
- Medienresonanzanalyse 184
- Medium Rectangle 378
- Meinungsführer 15, 81
- Meinungsvielfalt 341
- Merchandising 420, 537, 546f.
- Mere-exposure-Effekt 68f., 94, 110, 473
- Messen 33, 242f., 544
- Microblogs 387
- Mikrogeographie 373, 515ff.

- Milgram-Experimente 78  
 Millimeter-Grundpreis 323  
 Mitgliedschaftsgruppe 81  
 Mobile Advertising 554  
 Mobile Marketing 554  
 Modell der Wirkungspfade 96 ff.  
 Modelling 268  
 Mono-Strategie 259  
 Motiv 77  
 Motivation 62, 77 f.  
 Movesplit 349  
 Multi-Channel-Vertrieb 533  
 Multipicture Anzeigen 189  
 Multiplexe 366  
 Mundart 222  
 Mund-zu-Mund-Propaganda 15, 81, 389  
 Music Licensing 547  
 Music Placement 502  
 Musik 223, 450  
 Mustermessen 33
- Nachsichtseffekt 162  
 namedropping 175  
 Namenspatronat 496  
 Narrow Casting 553  
 Nettoprinzip 345  
 Nettoreichweite 276 ff., 317, 382  
 Neueinführung 112  
 Neugier 203  
 News Spot Break 350  
 Newscountdown/Best Minute 350  
 Newsletter 174  
 Nielsen Media Research 311  
 Nielsen-Gebiete 197  
 noise level 116
- Off** 224  
 Offenlegungsprinzip 486  
 Öffentliche Rüge 309  
 Öffentlichkeitsarbeit, industrielle 170  
 Öffentlichkeitsarbeit, s. *Public Relations*  
 Ökonometrie 110 f.  
 On 224  
 Online-Shopping 533  
 On-Set-Placement 503, 510  
 opportunity-to-hear (OTH) 274  
 opportunity-to-see (OTS) 274  
 Optimierung 268  
 Opt-in 519  
 Opt-out 519  
 overscreening 366
- Paradoxie des Lernens** 74  
 Paradoxien 214  
 Patronatssendungen 552 f.  
 pay-per-channel 339  
 pay-per-view 339, 486  
 Pay-TV 339  
 Peel-Down-Ad 379  
 Personality Licensing 548  
 Personenindividuelle Nutzerdaten (PIN) 317  
 Personeninvolvement 93  
 persönlicher Verkauf 3  
 Pitch 247  
 Plakat 36, 367 ff.  
 Plakatformate 368  
 Plakatgestaltung 372
- Podcasts 363, 387  
 Podvertising 363  
 Point of sale 537  
 Polaritätenprofil 161 f.  
 Pop-under 378  
 Pop-up 378  
 Positionierung 12, 110, 113, 119 ff., 179, 205, 208, 215, 240, 408, 417, 456  
 Positionierung von Dienstleistungen 131 ff.  
 Positionierungsanalyse 127  
 Positionierungslücke 127, 130  
 Positionierungs-Matrix 127  
 Positionierungsmodell 127 ff., 530  
 Positionierungsregeln 123  
 Post-Split/Trailer Split 350  
 Posttests 107  
 Prädikate 496  
 Präferenzen 24, 82 f., 179  
 PR-Anzeigen 174, f.  
 Präsentationspolitik 245  
 Präventiv-PR 182  
 Preisausschreiben 539  
 Preispolitik 401  
 Premium Crawl 349  
 Presenter 226  
 Pre-Split 350  
 Pressedienste 174  
 Presse-Empfang 174  
 Pressefahrten 175  
 Pressegespräch 174  
 Pressekonferenzen 174  
 Pressemappen 174  
 Pressemitteilungen 174  
 Presseseminare 175  
 Pretests 107  
 Primacy-Recency-Effekt 216  
 Priming 71, 91  
 Printwerbung 224  
 Product Placement 175, 349, 420, 499 ff., 530, 545, 552  
 Product Placement im engeren Sinn 502  
 Product Placement, Formen 502 f.  
 Product Placement, Kosten 509  
 Product Placement, rechtliche Aspekte 507 f.  
 Product Placement, verbales 502  
 Product Placement, visuelles 502  
 Product Placement, Wirkungspotenziale 504 f.  
 Produkte, kulturfreie 445  
 Produkte, kulturgebundene 445  
 Produktinvolvement 93  
 Produktioner 255  
 Produktlebenszyklus 394, 420, 465  
 Produktpolitik 400  
 Programm Split 350  
 Programm-Sponsoring 348, 484 ff.  
 Programmbartering 545  
 programmierte Sendezeit 345  
 Programming 546  
 Programminvolvement 95  
 Programmsupplements 326  
 Prominente 225  
 Promostory 349  
 Promotional Licensing 548  
 Promotional Tie-In 548  
 Propaganda 7, 41  
 Prospekte 242, 522  
 Prozent-vom-Umsatz-Methode 238

- psychographische Merkmale 198  
 Public Relations 5, 165 ff.  
 Public Relations, Arten 178 f.  
 Publikumszeitschriften 326 ff.  
 p-Wert 314
- Quadruple Play** 356  
 Qualitätsführerschaft 398  
 quantitative Medienauswertung 184  
 Quellenstandardisierung 465  
 Quick-Response-Codes 554
- range extension 151  
 Rangreihen 267, 289 f.  
 Rangreihenkriterien 289  
 Ratings 315  
 Ratingskala 161  
 Rationalverhalten 62  
 Reaktanz 58 f., 68, 467, 498, 505  
 Realitätsgehalt, empirischer 101  
 Realitätsgehalt, struktureller 101  
 Reason Why 205 ff., 221  
 Recall, aided 109  
 Recall, unaided 109  
 Recognition 109  
 Redaktionsbesuche 175  
 Reichweite 274 ff., 312, 314, 358, 509  
 Reichweite, technische 278, 312  
 Reichweite, wirksame 280  
 Reizgeneralisierung 148  
 Reizintensität 64, 69  
 Reiz-Reaktions-Modelle, s. *S-R-Modelle*  
 Reklame 32, 34  
 relevant set 82 ff., 122, 240, 538  
 Remittenden 310  
 Response-Anzeige 519, 523 f.  
 Response-Funktion 279  
 Riesenposter 369  
 Ring & Leave-Methode 522  
 Rollen 80  
 Rollenerwartungen 80  
 Rotation 380  
 Rubriken Sponsoring 349  
 Rubrikenmärkte 323  
 Rückkopplungsprozess 297  
 Rücktransfer 146, 160  
 Rundfunkstaatsvertrag 341
- Sachgütermarken** 131  
 Sales Folder 544  
 Sales Promotion, s. *Verkaufsförderung*  
 Sampling 539  
 Sandwichmänner 36  
 Scannerkassen 543  
 Scharnier-Werbeblöcke 347  
 Schemavorstellungen 89 f., 212  
 Schlagzeile 220  
 Schleichwerbung 500  
 Schleichwerbungsverbot 486  
 Schlüsselinformationen 147, 233  
 Schrifttype 217  
 Schulungen 543  
 Scoringmodell 531  
 Secondments 469, 480  
 Seherschaft 195, 317  
 selektive Bindings 332  
 Self-Liquidating Offers 541
- semantische Netzwerke 74 f., 148  
 semantisches Differential 29, 70, 161 f.  
 Service Placement 502  
 Service-Nummern 527  
 Set-Top-Box 355  
 Share of Voice 238  
 Short Break 350  
 Shortclip Reloaded 379  
 Shortcopy 221  
 Sichtagitation 47  
 Single Split/Abspann Split 350  
 Single Spot 350  
 Single-Source-Panel 317  
 Sinus-Milieus 200, 266  
 Situationsinvolvement 93  
 Skyscraper 349, 378  
 Slice of Life 224  
 Slogan 221  
 SloMo Sponsoring 348  
 Smart Shopper 63, 537  
 soap operas 545  
 Social Bookmarking 387  
 Social-Sponsoring 479 ff.  
 Sonderangebotspolitik 245  
 Sonderpackungen 540  
 Sonderpreise 540  
 Sonderwerbformen 5  
 Sonderwerbformen TV 348 ff.  
 Sortimentswerbung 189  
 Sound Effekte 223  
 Soziale Netzwerke 16, 387  
 soziodemographische Merkmale 195 f.  
 Spam 519  
 Spartenprogramm 338  
 Special Ads 329  
 Special Creation 349  
 Special-Interest-Title 327  
 Spendenwesen 468  
 Split Break 350  
 Split Screening 347  
 Splitboard 349  
 Splitscreen Ad 379  
 Splitscreen-Werbung 347  
 Sponsorenpool 497  
 Sponsoring 175, 418 f., 468 ff.  
 Sponsoring Icon 348  
 Sponsoringarten 470, 475 ff.  
 Sponsorship 470  
 Spontankauf 77, 531, 539  
 Sport Licensing 548  
 Sport- Sponsoring 487 ff.  
 Spotlight-Reporting 385  
 Spotpreisberechnung 358  
 Spotpremiere 349  
 Sprachbarrieren 430 f.  
 Sprache 427  
 Stammleserschaft 281  
 Stand-Kinospot 364  
 Standortimages 179  
 Standort-PR 179 f.  
 Stimme 223  
 Stimulus-Organismus-Response-(S-O-R)-Modelle  
 85 f., 104, 198  
 Stimulus-Response-(S-R)-Modelle 57, 60, 85 f.,  
 92, 97  
 Störsignale 14  
 Storyboard 230 f.

- STP-Ansatz 120  
 Strategischer Imperativ der Werbung 26  
 Strategischer Planer 255  
 Streaming Ad 379  
 Streuverlust 12, 194, 280, 285, 464, 513  
 strong theory 56  
 Studio Split 350  
 Studiotest 114  
 Subheadline 220  
 Subline 221  
 Super Banner 378  
 Superposter 369  
 Supplements 325 f.  
 Supplements, meinungsbildende 326  
 Symbolfiguren 229 f.  
 Sympathie 203  
 Syndications 361, 545
- T**  
 Tabloid-Format 323  
 Tag der offenen Tür 175  
 Tageszeitungen 320 ff.  
 Tageszeitungen, regionale 321 ff.  
 Tageszeitungen, überregionale 321 ff.  
 Tandem Ad 378  
 Target Audience 205 ff.  
 Tausenderpreise 287 f.  
 Tausend-Kontakt-Preis (TKP) 30, 101, 287 ff., 317, 357 f., 509, 513  
 Teaser 227  
 Technologie-Paradox  
 Teilbelegungseinheiten 323  
 Telefax-Werbung 526  
 Telefon-Marketing 525  
 Telefon-Marketing, aktives 525 f.  
 Telefon-Marketing, passives 525 f.  
 Telekommunikationsverzeichnisse 334  
 Teleshopping 347, 531 ff.  
 Teleshopping, aktives 531  
 Teleshopping, Formen 531  
 Teleshopping, passives 531  
 Teleshoppingkanäle 531  
 Teleshoppingsendungen 531  
 Teleshopping-Werbespots 531  
 Testimonials 191, 225, 230, 418, 474, 494  
 Testumfeld 114  
 Text 217  
 Texter 249, 254  
 Titel- Sponsoring 349, 485 f., 496  
 Tonality 205 ff.  
 Topic Sponsoring 349  
 Tracking 108, 268  
 Trailer Sponsoring 348  
 Trennungsgrundsatz 344, 508, 546  
 Treueprämien 540  
 Trikotwerbung 487, 494, 496  
 Triple Play 356  
 TV Flash 349  
 TV Plakat 351  
 TV-/Movie Licensing 547  
 Typologie der Wünsche 314
- Ü**  
 Überschneidungen 275, 281 ff.  
 Übersetzung 430  
 Übertragungseffekt 114  
 Umfeldeffekte 114  
 Umfeldwirkungen 114  
 Umwelt- Sponsoring 481 ff.
- unique advertising proposition (UAP) 25, 209, 224  
 unique selling proposition (USP) 25, 121, 143, 209, 464  
 universal appeal 446  
 Unsicherheitsvermeidung 440 ff.  
 Unterbrecher-Werbeblöcke 347  
 Unterbrecherwerbung 345 f.  
 Uses and Gratifications Approach 100 f., 293
- V**  
 Vanity Nummern 527  
 Verballhornungen 212  
 Verbraucher-Analyse (VA) 314  
 Verbraucherclubs 535  
 Verbraucherpromotions 538 f.  
 Verbrauchsgüter 240  
 verbreitete Auflage 310  
 Verbreitung von Werbeträgern 312  
 Verbundpromotions 540  
 Verbundwerbung 191  
 Vergessen 72 f.  
 Vergessenskurve 72 f.  
 Verhalten, einstellungskonträres 67, 78, 109  
 Verkaufsförderung 245, 418, 420, 536 ff.  
 Verkaufswettbewerbe 544  
 verkaufte Auflage 310  
 Verkehrsmittelwerbung 38, 372  
 Verkostungen 541  
 Verpackung 3  
 Vertriebsmarkt 304  
 Verzeichnismedien 333 f.  
 Verzerrungen, emotionale 61  
 Verzerrungen, kognitive 61  
 Verzerrungen, selektive 14, 65 f.  
 Video Ad 379  
 video-on-demand 339  
 virtuelle billboards 551  
 Visits 383 f.  
 Visual Radio 363  
 visual transfer 358  
 visuelle Rhetorik 212  
 Vollprogramm 338  
 Vollredaktion 169
- W**  
 Wahrnehmung 64 ff.  
 Wahrnehmung, selektive 14, 147  
 Wahrnehmung, subjektive 121  
 Wahrnehmung, unterschwellige 70 f.  
 Wallpaper 379  
 Warehouse-Methode 499  
 Warenmessen 33  
 Warenproben 522  
 weak theory 56  
 wear-out-Effekt 98  
 Weblogs 386 f.  
 Web-Promotion 380  
 Web-TV 356  
 weitester Leserkreis 277, 312  
 weitester Scherkreis 278  
 Weltmarke 405 f., 408  
 Werbeagentur 35, 206, 247 ff.  
 Werbeartikel 554  
 Werbekanntheit 106  
 Werbeblockschema 351 f.  
 Werbecontrolling 294 ff.  
 Werbe-Crawls 347  
 Werbedruck 73, 237 f., 278, 291  
 Werbeerfolgskontrolle 299

- Werbeetat 238f., 280
  - Werbefilm 365
  - Werbeformen, Internet 377
  - Werbeformen, programmexterne 215
  - Werbeformen, programminterne 215, 496
  - Werbegebiet 234
  - Werbeinvestitionen 305f.
  - Werbeinvestitionen, weltweit 395
  - Werbeinvolvement 95
  - Werbekampagnen 248
  - Werbekonstante 221
  - Werbekontakt 96
  - Werbekostenzuschuss 543
  - Werbemarkt 304
  - Werbemittel 106, 215, 216ff.
  - Werbemittelkontaktchance 105, 318f.
  - Werbemöglichkeiten TV 342
  - Werbeobjekt 189ff., 244
  - Werbeprofil 107
  - Werberecht 344
  - Werberegelungen 344f.
  - Werberegelungen in China 463
  - Werberegelungen in den USA 461
  - Werberegelungen in Frankreich 461
  - Werberegelungen in Großbritannien 461
  - Werberegelungen in Italien 461
  - Werberegelungen in Japan 461
  - Werberegelungen in Spanien 461
  - Werbesendungen, adressierte 521f.
  - Werbesendungen, unadressierte 522f.
  - Werbesprache 220
  - Werbestrategie 214ff.
  - Werbe-Submix 4
  - Werbeträger 13, 303ff.
  - Werbeträgerforschung 311
  - Werbeträgerkontakt 105, 318f., 383
  - Werbeüberflutung 5
  - Werbeumsätze 311f.
  - Werbevermarkter 256
  - Werbewertformel 112
  - Werbewiedererkennung 106
  - Werbewirkung 56ff.
  - Werbewirkungsfunktion 106
  - Werbewirkungskompass 111ff.
  - Werbewirkungsmessung 101ff.
  - Werbewirtschaft 52
  - Werbewirtschaft, Institutionen 306ff.
  - Werbzeitraum 237f., 292
  - Werbeziele 7, 57, 201ff., 420f.
  - Werbeziele, Formulierung 204
  - Werbeziele, operative 203
  - Werbeziele, strategische 203
  - Werbung above the line 5
  - Werbung below the line 5
  - Werbung in den USA 452
  - Werbung in der DDR 43ff.
  - Werbung in Frankreich 452
  - Werbung in Japan 451f.
  - Werbung in Jordanien 452
  - Werbung in Taiwan 452
  - Werbung, Definition 4, 6
  - Werbung, emotionale 96ff.
  - Werbung, grenzüberschreitende 459
  - Werbung, informative 96ff.
  - Werbung, internationale 393ff.
  - Werbung, klassische 5
  - Werbung, programmexterne 343
  - Werbung, programminterne 343
  - Werbung, unterschwellige 7
  - Werbung, vergleichende 68, 226, 460
  - Werbung, virale 389
  - Werbung, virtuelle 347, 551f.
  - Wertewandel 123
  - Wettbewerb 52
  - Wettbewerbsanalyse 266
  - Wettbewerbsintensität 22
  - Wettbewerbs-Paritäts-Methode 238
  - Wettbewerbsverbote 52
  - Wettbewerbsvorteil 12, 23f., 203, 209, 471
  - Wiedererkennbarkeit 502
  - Wiedererkennung 109
  - Wiederholungen 72, 98f.
  - Wiederholungsdichte 73
  - Wiederholungseffekte 98f.
  - Wiederholungskontakte 280
  - Wikis 386
  - Window Graphics 373
  - Wirkungsdeterminanten 96
  - Wirkungsinterdependenzen 4, 102ff.
  - Wirkungskomponenten 96
  - Wirkungsmechanismen 94
  - Wirkungsmessung, PR 183f.
  - Wirkungsmuster 96
  - Wirkungszeitraum 57
  - Wirtschaftlichkeit 287, 510
  - Wirtschaftlichkeitskennziffern 287ff.
  - Wissenschafts- Sponsoring 482ff.
  - Wochenzeitungen 320ff.
  - Wohlverhaltensklausel 489
  - Word of Mouth 15
  - Wortspiele 214
- Yuppies** 197
- Zahlungsweisen** 513
- Zapping** 5, 28, 95, 347, 467
- ZAW** 307f., 311
- Zeitkonzeption** 450
- Zeitungen** 34, 38, 320ff.
- Zeitungs-dichte** 323
- Zeit-zonenmodell** 364
- Zentralitätseffekt** 163
- Zieldefinition** 298
- Zielgruppe** 11, 194, 472, 510
- Zielgruppen, internationale** 422f.
- Zielgruppenanalyse** 265
- Zielgruppendefinition** 194
- Zielgruppenselektion** 514f.
- Zielgruppenzeitschriften** 327
- Zusatznutzen** 120, 400
- Zuschauerinvolvement** 92, 98
- Zweitplatzierungen** 537