

Jochen Kalka

Handbuch Printwerbung

Planung, Kreation und Wirkung von Anzeigen



Inhalt

Wie Print wirkt	7
1 Was zielgerichtete Werbung ausmacht	11
2 Wie es mit der Werbung begann	17
3 Effizienz und Potenziale auf dem Printmarkt	29
3.1 Werbeträger und ihre Stärken	29
3.2 Werbungtreibende Wirtschaft in Deutschland	41
4 Kreative Kraft der Anzeige	43
4.1 Auftrag der Anzeige	43
4.2 Anzeigen richtig gestalten: Optik	55
4.3 Anzeigen richtig gestalten: Text	123
4.4 Synergie von Wort und Bild	153
4.5 Sonderwerbeformen	159
5 Klassische Printanzeige: ein Dinosaurier?	179
5.1 Aktuelle Situation	179
5.2 Internet auf dem Vormarsch	179
5.3 Neun Thesen: Warum die klassische Printanzeige überleben soll	180
6 50 Topkampagnen aus den letzten 50 Jahren.....	183
Service	237
Literatur	243
Register	245
Autoreninformation	251