

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