

# MARKTPSYCHOLOGIE

HERAUSGEGEBEN VON REINHOLD BERGLER

Mit Beiträgen von R. BERGLER, J. M. BOHLEN, D. FRÖHLICH,  
C. F. GRAUMANN, G. GÜTTNER, T. S. ROBERTSON, J. N. SHETH,  
D. STEINBRECHER, D. TIMNER, H. THOMAE

VERLAG HANS HUBER BERN STUTTGART WIEN

# INHALTSVERZEICHNIS

## *Marktsegmentation und Marktverhalten*

R. BERGLER: Konsumententypologie . . . . .	11
J. N. SHETH: Eine zusammenfassende Übersicht zum Käuferverhalten . . . . .	143

## *Kommunikation und Identifikation*

G. GÜTTNER: Identifikationsmodelle und Konsumverhalten . . . . .	198
R. BERGLER: Dimensionen der Werbemittelanalyse . . . . .	220
H. THOMAE: Das Problem der unterschweligen Werbung . . . . .	270

## *Erstverwender neuer Produkte*

J. M. BOHLEN et al.: Die Übernahme neuer landwirtschaftlicher Ideen . . . . .	286
T. S. ROBERTSON: Soziale Faktoren bei innovativem Verhalten . . . . .	299

## *Psychologie des Geldes*

C. F. GRAUMANN und D. FRÖHLICH: Ansätze zu einer psychologischen Analyse des sogenannten Steuerwiderstandes . . . . .	322
---	-----

## *Personal-Marketing*

D. STEINBRECHER: Personalwerbung und Firmenbild . . . . .	347
D. TIMNER: Berufsstatus und Personalwerbung . . . . .	357