

Sach-Register.

- Abstimmung 110f., 126f., 164, 182.
Abwechslung 91, 104f.
Abwesenheit störender Vorstellungen 94ff.
Ästhetische Faktoren 121, 150f., 155ff., 164, 176f.
Affekthandlungen 148.
Affichen 9.
Akustischer Typus 135.
Amerikanische Reklame 23, 60f., 184.
Angemessenheit 121ff., 151, 155, 161ff.
Ansatzstücke 33.
Anschaulichkeit 62ff.
Ansichten, Einfluß 173ff.
Antipathie 133.
Antiquaschrift 50, 54.
Anzahl gleichzeitiger Eindrücke 68f., 146f.
Anzeigen, Erfolgskontrolle 1, 194.
Anzeigenraum 33ff., 76, 187.
Anzeigenplatz 33, 83ff.
Anziehung der Aufmerksamkeit 75ff.
Apperzeptionswirkung 46f., 114f., 132.
Arbeitspausen 145, 182.
Assoziationen 103, 106ff., 115, 132, 143.
—, verfehlte, 117ff.
Atmosphärenwert 122f.
Aufmerksamkeit 47, 64ff., 180, 189.
—, unwillkürliche, 65ff.
—, willkürliche, 66, 97ff.
Ausblicke 197ff.
Ausdehnung der Reize 76.
Außenplakate 9, 191, 195.
Auswüchse der Reklame 16, 75.
Autoritätsreklame 18, 25.
Bedeutsamkeit 93f.
Befehlsform 175f., 180.
Behauptungen 125, 175.
Beiwerk, dekoratives, 80f.
Bekanntheitsqualität 38, 128ff., 142, 152, 173.
Beobachtung (Definition) 3.
Beschränkung von Zeit oder Menge 180f.
Bestimmtheit der Textfassung 60, 135f.
Bevölkerungsklassen, Verhalten, 22f., 175.
Bewunderung 153.
Bewußtsein 46f., 65f.
Bewußtseinslagen 89f., 92, 128, 135, 149.
Bewußtseinsstufen 65, 107.
Bild, Auffassungswert, 62ff.
—, Einstellungswirkung, 176f.
Blickbewegung 33, 42.
Blickfang 66, 74, 111.
Blickfeld des Bewußtseins 46, 64, 107, 127.
Blickpunkt des Bewußtseins 46, 64, 107, 127.
Blickrichtung 17, 45.
Buchstabenform, Einfluß, 48f., 122, 161ff.
Buchstabenzwischenraum 55f.
Charakteristische Merkmale 120f., 131, 177f.
Chronoskop 108.
Datumsangaben 21.
Dauer des Reizes 76f., 104f.
Distribution der Aufmerksamkeit 68f.
Ehrgeiz 154f.
Ehrlichkeit der Reklame 7, 130f., 153.