



## Literaturverzeichnis zur Marktpsychologie

- Bergler, Reinhold (Hg): Psychologische Marktanalyse  
Bern 1965 (Huber)
- Bergler, Reinhold (Hg): Marktpsychologie  
Bern 1972 (Huber)
- Bidmon, Robert; Fischer, Karl & Wiessner, Daniela:  
Marketingkompetenz: Angewandte Werbepsychologie  
in Marketing und Kommunikation  
Mannheim 2011 (Cornelson Scriptor)
- Bierbaumer, Niels u.a.: Methoden und Anwendungen in der Marktpsychologie  
Göttingen 2002 (Hogrefe)
- Dichter, Ernest: Strategie im Reich der Wünsche  
Düsseldorf 1961 (Econ)
- Dichter, Ernest: Das große Buch der Kaufmotive  
Düsseldorf 1981 (Econ)
- Dichter, Ernest: Neues Denken bringt neue Märkte  
Wien 1991 (Ueberreuter)
- Esch, Franz-Rudolf: Wirkung integrierter Kommunikation.  
Ein verhaltenswissenschaftlicher Ansatz für die Werbung.  
Wiesbaden 2006 (Gabler)
- Felser, Georg: Werbe- und Konsumentenpsychologie  
Heidelberg 2007 (Springer)
- Florack, Arnd; Scarabis, Martin & Primosch, Ernst: Psychologie der Markenführung  
München 2007 (Vahlen)
- Föll, Kerstin: Consumer Insight: Emotionspsychologische Fundierung  
und praktische Anleitung zur Kommunikationsentwicklung  
Wiesbaden 2007 (Gabler)
- Frey, Dieter; Rosenstiel, Lutz von & Graf Hoyos, Carl: Wirtschaftspsychologie  
Weinheim 2005 (Beltz)
- Gutjahr, Gert: Markt- und Werbepsychologie  
Heidelberg 1972 (Sauer)

- Gutjahr, Gert: Psychologie des Interviews in Praxis und Theorie  
Heidelberg 1985 (Sauer)
- Haase, Henning & Koeppler, Karl-Fritz (Hg): Fortschritte der Marktpsychologie  
Band 4: Werbung und Kommunikation  
Bonn 1987 (Deutscher Psychologen Verlag)
- Hoffmann, Hans-Joachim: Werbepsychologie  
Berlin 1972 (de Gruyter)
- Holzschuher, Ludwig Frh. v.: Psychologische Grundlagen der Werbung  
Essen 1956 (Girardet)
- Irle, Martin (Hg): Marktpsychologie als Sozialwissenschaft.  
Handbuch der Psychologie, Band 12/1  
Göttingen 1983 (Hogrefe)
- Irle, Martin (Hg): Methoden und Anwendungen in der Marktpsychologie.  
Handbuch der Psychologie, Band 12/2  
Göttingen 1983 (Hogrefe)
- Jacobi, Helmut: Werbepsychologie. Ganzheits- und  
gestaltpsychologische Grundlagen der Werbung.  
Wiesbaden 1963 (Gabler)
- Karmasin, Helene: Produkte als Botschaften  
Wien 1998 (Ueberreuter)
- Kellermann, Mario: Suggestive Kommunikation.  
Unterschwellige Botschaften in Alltag und Werbung.  
Göttingen 1997 (Huber)
- Kepper, Gabriele: Qualitative Marktforschung  
Wiesbaden 1996 (Deutscher Universitätsverlag)
- Kirchler, Erich M.: Wirtschaftspsychologie  
Göttingen 1995 (Hogrefe)
- Kirchmair, Rolf: Indirekte Befragungsmethoden in der Marktforschung  
in: Haase & Molt (Hg): Handbuch der Angewandten  
Psychologie, Band 3, Seite 38-52,  
Landsberg 1981 (Verlag Moderne Industrie)
- Kirchmair, Rolf: Markenimages im Netz  
in: planung & analyse 1/2001, S. 38-42
- Kirchmair, Rolf: Markenpsychologie im Internet-Zeitalter  
in: Wirtschaftspsychologie 3/2001, Seite 40-46

- Kirchmair, Rolf: Neue Wege in der qualitativen Online-Forschung  
in: planung & analyse 1/2008, S. 55-57
- Kirchmair, Rolf: Indirekte psychologische Methoden  
in: Naderer, Gabriele & Balzer, Eva (Hg):  
Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis, S. 345-365  
Wiesbaden 2011 (Gabler)
- Koeppler, Karlfritz: Strategien erfolgreicher Kommunikation  
Wien 2000 (Oldenbourg)
- Kroeber-Riehl, W.: Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung.  
München 1993 (Vahlen)
- Kropff, Hanns F.J.: Motivforschung, Methoden und Grenzen  
Essen 1960 (Girardet)
- Lamnek, Siegfried: Gruppendiskussion: Theorie und Praxis  
Weinheim 1998 (Psychologische Verlags Union)
- Linneweh, K.: Wahrnehmen, Gestalten, Wirken:  
Grundlagen einer Werbepsychologie.  
Stuttgart 1989 (Deutscher Sparkassen Verlag)
- Mangold, Roland; Vorderer, Peter & Bente, Gary: Lehrbuch der Medienpsychologie  
Göttingen 2004 (Hogrefe)
- Mayer, Hans & Illmann, Tanja: Markt- und Werbepsychologie  
Stuttgart 2000 (Schäffer-Poeschel)
- Mayer, Horst O.: Einführung in die Wahrnehmungs-, Lern- und  
Werbepsychologie  
München 2000 (Oldenbourg)
- Moser, Klaus: Werbepsychologie. Eine Einführung.  
München 1990 (Psychologie Verlags Union)
- Moser, Klaus: Markt- und Werbepsychologie  
Göttingen 2002 (Hogrefe)
- Moser, Klaus: Wirtschaftspsychologie  
Heidelberg 2007 (Springer)
- Mucchielli, Roger: Psychologie der Werbung  
Salzburg 1972 (Müller)
- Naderer, Gabriele & Balzer, Eva: Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis  
Wiesbaden 2011 (Gabler)

- Neumann, Peter: Handbuch der Markt- und Werbepsychologie  
Bern 2012 (Huber)
- Raab, Gerhard; Unger, Alexander & Unger, Fritz:  
Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung  
Wiesbaden 2010 (Gabler)
- Rosenstiel, Lutz von & Ewald, Guntram: Marktpsychologie II.  
Psychologie der absatzpolitischen Instrumente  
Stuttgart 1986 (Kohlhammer)
- Rosenstiel, Lutz von & Ewald, Guntram: Marktpsychologie I.  
Konsumverhalten und Kaufentscheidung  
Stuttgart 1988 (Kohlhammer)
- Rosenstiel, Lutz von & Kirsch, Alexander: Psychologie der Werbung  
Rosenheim 1996 (Komar)
- Rosenstiel, Lutz von & Neumann, Peter:  
Einführung in die Marktpsychologie und Werbepsychologie  
Darmstadt 2001 (Wissenschaftliche Buchgesellschaft)
- Rosenstiel, Lutz von & Neumann, Peter:  
Marktpsychologie: Ein Handbuch für Studium und Praxis  
Darmstadt 2002 (Wissenschaftliche Buchgesellschaft)
- Roth, Erwin: Psychologie der Werbung  
Rosenheim 1969 (Komar)
- Salcher, Ernst F. & Hoffelt, Petra: Psychologische Marktforschung  
Berlin 1995 (de Gruyter)
- Sarges, Werner & Wottawa, Heinrich:  
Handbuch wirtschaftspsychologischer Testverfahren  
Lengerich 2001 (Pabst)
- Sauermann, Peter: Marktpsychologie  
Stuttgart 1980 (Enke)
- Schrader, Karl: Psychologische und verhaltensbiologische Grundlagen  
des Marketing  
Berlin 1971 (de Gruyter)
- Schub von Bossiazky, Gerhard: Psychologische Marketingforschung  
München 1992 (Vahlen)

- Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika & Krämer, Nicole C.:  
Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte  
Stuttgart 2008 (Kohlhammer)
- Six, Ulrike; Gleich, Uli & Gimmler, Roland:  
Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie  
Weinheim 2007 (Beltz)
- Sommer, Rudolf: Psychologie der Marke  
Frankfurt 1998 (Deutscher Fachverlag)
- Spiegel, Bernd: Werbepsychologische Untersuchungsmethoden.  
Experimentelle Forschungs- und Prüfverfahren.  
Berlin 1970 (Duncker & Humboldt)
- Spieß, Erika: Konsumentenpsychologie  
Wien 2013 (Oldenbourg)
- Stephan, Erhard: Methoden der Motivforschung.  
Befragung und projektive Methoden.  
Landsberg 1961 (Verlag Moderne Industrie)
- Stich, Helmut: Kernstrukturen menschlicher Begegnung.  
Ethische Implikationen der Kommunikationspsychologie  
Stuttgart 1997 (Kohlhammer)
- Unger, Fritz: Konsumentenpsychologie und Markenartikel  
Heidelberg 1986 (Physica)
- Unger, Fritz & Fuchs, Wolfgang: Management der Marktkommunikation  
Heidelberg 1999 (Physica)
- Weis, Michaela & Huber, Frank: Der Wert der Markenpersönlichkeit.  
Das Phänomen der strategischen Positionierung von Marken  
2000 (Deutscher Universitäts-Verlag)
- Winterhoff-Spurk, Peter: Medienpsychologie: Eine Einführung  
Stuttgart 2004 (Kohlhammer)
- Wiswede, Günter: Psychologie im Wirtschaftsleben.  
Geld, Kunden und Mitarbeiter aus psychologischer Sicht.  
Stuttgart 1997 (Deutscher Sparkassen Verlag)
- Wiswede, Günter: Einführung in die Wirtschaftspsychologie  
Stuttgart 2000 (UTB Reinhardt)