



# Managementwissen für Studium und Praxis

Herausgegeben von

Professor Dr. Dietmar Dorn und  
Professor Dr. Rainer Fischbach

Bisher erschienene Werke:

- Behrens · Kirspel, Grundlagen der Volkswirtschaftslehre  
Bichler · Dörr, Personalwirtschaft – Einführung mit Beispielen aus SAP® R/3® HR®  
Bontrup, Volkswirtschaftslehre  
Bradtke, Mathematische Grundlagen für Ökonomen  
Bradtke, Statistische Grundlagen für Ökonomen  
Busse, Betriebliche Finanzwirtschaft, 4. Auflage  
Clausius, Betriebswirtschaftslehre I  
Dorn · Fischbach, Volkswirtschaftslehre II, 3. Auflage  
Ellinghaus, Werbewirkung und Markterfolg  
Fank, Informationsmanagement  
Fank · Schildhauer · Klotz, Informationsmanagement: Umfeld – Fallbeispiele  
Fiedler, Einführung in das Controlling  
Fischbach, Volkswirtschaftslehre I, 10. Auflage  
Frodl, Dienstleistungslogistik  
Haas, Marketing mit EXCEL, 2. Auflage  
Hardt, Kostenmanagement  
Heine · Herr, Volkswirtschaftslehre  
Hofmann, Globale Informationswirtschaft  
Hoppen, Vertriebsmanagement  
Koch, Marketing  
Koch, Marktforschung, 2. Auflage  
Koch, Gesundheitsökonomie: Kosten- und Leistungsrechnung  
Krech, Grundriß der strategischen Unternehmensplanung  
Kreis, Betriebswirtschaftslehre, Band I, 5. Auflage  
Kreis, Betriebswirtschaftslehre, Band II, 5. Auflage  
Kreis, Betriebswirtschaftslehre, Band III, 5. Auflage  
Lebefromm, Controlling – Einführung mit Beispielen aus SAP® R/3®, 2. Auflage  
Lebefromm, Produktionsmanagement – Einführung mit Beispielen aus SAP® R/3®, 4. Auflage  
Martens, Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows  
Mensch, Kosten-Controlling  
Olivier, Windows-C – Betriebswirtschaftliche Programmierung für Windows  
Piontek, Controlling  
Piontek, Beschaffungscontrolling, 2. Auflage  
Piontek, Global Sourcing  
Posluschny, Kostenrechnung für die Gastronomie  
Posluschny · von Schorlemer, Erfolgreiche Existenzgründungen in der Praxis  
Reiter · Matthäus, Marketing-Management mit EXCEL  
Rudolph, Tourismus-Betriebswirtschaftslehre  
Rüth, Kostenrechnung, Band I  
Schaal, Geldtheorie und Geldpolitik, 4. Auflage  
Schambacher Kiefer, Kundenzufriedenheit, 2. Auflage  
Schuchmann · Sarns, Datenmanagement mit MS ACCESS  
Schuster, Kommunale Kosten- und Leistungsrechnung  
Stahl, Internationaler Einsatz von Führungskräften  
Steger, Kosten- und Leistungsrechnung, 2. Auflage  
Weindl · Woyke, Europäische Union, 4. Auflage

# Werbewirkung und Markterfolg

Marktübergreifende Werbewirkungsanalysen

Von  
Dr. Uwe Ellinghaus

R.Oldenbourg Verlag München Wien

Meinen Eltern

**Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme**

**Ellinghaus, Uwe:**

Werbewirkung und Markterfolg : marktübergreifende  
Werbewirkungsanalysen / Uwe Ellinghaus. – München ; Wien :  
Oldenbourg, 2000

(Managementwissen für Studium und Praxis)

Zugl.: Diss.

ISBN 3-486-24993-2

© 2000 Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH  
Rosenheimer Straße 145, D-81671 München  
Telefon: (089) 45051-0, Internet: <http://www.oldenbourg.de>

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säure- und chlorfreiem Papier  
Gesamtherstellung: WB-Druck, Rieden

ISBN 3-486-24993-2