

# OHNE DIESE BÜCHER...

## WÄREN WIR JETZT KEINE NEURO-EXPERTEN



**Stephen P Anderson**  
**Seductive Interaction Design: Creating Playful, Fun, and Effective User Experiences.**  
 New Riders, 2011.  
<https://amzn.to/2mbbV2Y>



**Dan Ariely & Gabriele Gockel**  
**Denken hilft zwar, nützt aber nichts. Warum wir immer wieder unvernünftige Entscheidungen treffen.**  
 Droemer Taschenbuch, 2008.  
 Dieses Buch ist nicht nur informativ, es macht auch richtig Spaß beim Lesen. Unbedingte Empfehlung! Wer Freude an diesem Buch hat, dem gefällt vielleicht auch die kostenlose Komplimente App „Attabo!“ von Dan Ariely.  
<https://amzn.to/2kzdoQ5>



**Phil Barden**  
**Decoded: The Science Behind Why We Buy.**  
 Wiley, 2013.  
 Super Buch für Marketeers und Produktmanager.  
<https://amzn.to/2kSL5we>



**Kim Boehm & Peter Steidl**  
**Brand Vision Archetypes. Creating Brands with Meaning.**  
 CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.  
<https://amzn.to/2kTB4in>



**Shelle Rose Charvet**  
**Wort sei Dank: Von der Anwendung und Wirkung effektiver Sprachmuster; Angewandtes NLP.**  
 Junfermann, 1998.  
<https://amzn.to/2mbkLOc>



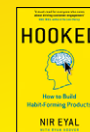
**Anjan Chatterjee**  
**The Aesthetic Brain: How We Evolved to Desire Beauty and Enjoy Art.**  
 Oxford University Press, 2015.  
<https://amzn.to/2md6Tmd>



**Rolf Dobelli**  
**Die Kunst des klaren Denkens. 52 Denkfehler, die Sie besser anderen überlassen.**  
 Dtv Verlagsgesellschaft, 2014.  
<https://amzn.to/2kSQ7sC>



**Roger Dooley**  
**Brainfluence: 100 Ways to Persuade and Convince Customers with Neuromarketing.**  
 Wiley, 2011.  
 Hands on! Ein echter Klassiker. Ich kenne Roger persönlich von Konferenzen, auf denen wir Vorträge halten und Roger gehört zu den Grandseigneurs des Neuromarketing. Ein gutes Buch für den pragmatischen Einstieg.  
<https://amzn.to/2kSL37D>



**Nir Eyal & Ryan Hoover**  
**Hooked: How to Build Habit-Forming Products.**  
 Portfolio Penguin, 2014.  
<https://amzn.to/2mzf6l8>



**David L. Forbes**  
**The Science of Why: Decoding Human Motivation and Transforming Marketing Strategy.**  
 Palgrave Macmillan, 2015.  
<https://amzn.to/2m8HL02>





Stephen J. Genco, Andrew P. Pohlmann & Peter Steidl  
**Neuromarketing for Dummies.**

Wiley, 2013.

Ohne Stephen und Peter wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Dieses Buch schafft wirklich eine hervorragende Grundlage, die nichts auslässt. Wer dieses Buch gelesen hat, hat eine Menge gelernt. Ich empfehle es allen, die mich fragen, als Start in das Thema.

<https://amzn.to/2mB39vn>



Gerd Gigerenzer  
**Bauchentscheidungen: Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition.**

Goldmann, 2008.

<https://amzn.to/2l52mCa>



Gerd Gigerenzer  
**Das Einmaleins der Skepsis. Über den richtigen Umgang mit Zahlen und Risiken.**

Piper, 2015.

<https://amzn.to/2m6vSYE>



Gerd Gigerenzer  
**Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft.**

Btb Taschenbuch, 2014.

<https://amzn.to/2mxAE1n>



Hans-Georg Häusel  
**Emotional Boosting: Die hohe Kunst der Kaufverführung.**

Haufe Lexware, 2012.

<https://amzn.to/2kzw4iF>



Hans-Georg Häusel  
**Neuromarketing: Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf.**

Haufe Lexware, 2013.

<https://amzn.to/2kxoUeE>



Hans-Georg Häusel  
**Top Seller: Was Spitzenverkäufer von der Hirnforschung lernen können.**

Haufe Lexware, 2015.

<https://amzn.to/2mBcZNP>



Robert Heath  
**Seducing the Subconscious: The Psychology of Emotional Influence in Advertising.**

Wiley, 2012.

Robert Heath hat mit dem Mere Exposure Effekt einen wichtigen Beitrag im Bereich des Neuromarketing geleistet.

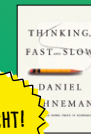
<https://amzn.to/2me638P>



Kenneth L. Higbee  
**Your Memory: How It Works and How to Improve It.**

Da Capo Press, 2001.

<https://amzn.to/2muZhvz>



Daniel Kahneman  
**Thinking, Fast and Slow.**

Penguin Books, 2012.

Der Klassiker. Pflichtlektüre. Vielleicht nicht zum Einstieg, aber spätestens danach. Daniel Kahneman hat nicht umsonst einen Nobelpreis für seine Forschung bekommen.

<https://amzn.to/2m8RFip>

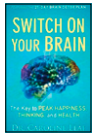


Steve Krug  
**Don't Make Me Think! Web Usability: Das intuitive Web.**

mitp, 2014.

Steve Krug beschäftigt sich nicht unbedingt mit Neuromarketing, aber er wendet viele Erkenntnisse sehr praxisnah an. Tolles Buch für alle, die nicht unbedingt an der Theorie, sondern eher an der Praxis interessiert sind.

<https://amzn.to/2kE2Cbk>

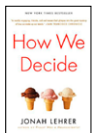


Caroline Leaf

**Switch On Your Brain:  
The Key to Peak Happiness, Thinking and Health.**

Baker Publishing Group, 2015.

<https://amzn.to/2kQDm1H>



Jonah Lehrer

**How We Decide.**

Mariner Books, 2010.

<https://amzn.to/2l2GRIB>



Martin Lindstrom

**Buyology:**

**Warum wir kaufen, was wir kaufen.**

Campus-Verlag, 2009.

<https://amzn.to/2m5XwVJ>



Carl MacInnes & Peter Steidl

**Shopper Marketing. Neuromarketing Strategies  
to Win the Battle at the Shelf.**

CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

<https://amzn.to/2kzM1p3>

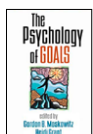


Steve J. Martin, Noah J. Goldstein & Robert B. Cialdini

**Überzeugen mit einfachen Kniffen.**

Hogrefe, 2015.

<https://amzn.to/2m7zEko>



Gordon B. Moskowitz & Heidi Grant

**The Psychology of Goals.**

Guilford Publications, 2009.

<https://amzn.to/2mhelgk>

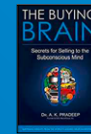


Ernst Pöppel & Beatrice Wagner

**Traut euch zu denken!**

Riemann Verlag, 2016.

<https://amzn.to/2kzI43z>



A. K. Pradeep

**The Buying Brain:**

**Secrets for Selling to the Subconscious Mind.**

Wiley, 2010.

<https://amzn.to/2m6VdSg>



Douglas Van Praet

**Unconscious Branding: How Neuroscience  
Can Empower (and Inspire) Marketing.**

St. Martin's Press, 2014.

<https://amzn.to/2m7knjA>



Gerhard Raab, Oliver Gernsheimer & Maik Schindler

**Neuromarketing:**

**Grundlagen - Erkenntnisse - Anwendungen.**

Springer Fachmedien, 2013.

<https://amzn.to/2l3qRjj>



Thomas Z. Ramsøy

**Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience**

Neurons Inc., 2015.

Wer die ersten Hürden im Neuromarketing genommen hat, für den empfehle ich dieses Buch. Hier geht es jetzt zur Sache. Hirnregionen und ihre Funktionen werden analysiert, außerdem geht es um Heuristiken und Methoden.

<https://amzn.to/2kNZ4mY>



Patrick Renvoise & Christophe Morin

**Neuromarketing: Understand the "Buy Buttons"  
in Your Customer's Brain.**

T. Nelson, 2007.

<https://amzn.to/2leTk5Q>



Laura Ritter

**Erfolgreich werben mit Archetypen - Helden und Narren in der Werbung. Theoretische Grundlagen, strategische Konzepte, Praxisanwendungen.**

VDM, Müller, 2008.

<https://amzn.to/2mHJfyA>



Bernd Röthlingshöfer

**Marketeasing: Werbung total anders.**

Erich Schmidt, 2010.

<https://amzn.to/2mHKoWU>



Christian Scheier & Dirk Held

**Was Marken erfolgreich macht: Neuropsychologie in der Markenführung.**

Haufe Lexware, 2012.



Christian Scheier & Dirk Held

**Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse des Neuromarketing.**

Haufe Lexware, 2018.

<https://amzn.to/2l2ruK5>



Christian Scheier, Dirk Bayas-Linke & Johannes Schneider

**Codes - Die geheime Sprache der Produkte.**

Haufe Lexware, 2012.

<https://amzn.to/2lhcxUl>



Peter Steidl

**Neurobranding: Future-proof Brand Strategy**

CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018.

Ich schätze Peter sehr und bin ein absoluter Fan seines profunden Wissens. Wer wissen möchte, wie Neurobranding funktioniert, der sollte dieses Buch lesen.

<https://amzn.to/2l4X0XX>



Peter Steidl

**Neuromarketing Essentials: What Every Marketer Needs To Know.**

CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

<https://amzn.to/2mn3Wzz>



Hermann H. Wala

**Meine Marke: Was Unternehmen authentisch, unverwechselbar und langfristig erfolgreich macht.**

Redline Verlag, 2018.

<https://amzn.to/2mJR6M5>



Stephen Wendel

**Designing for Behavior Change: Applying Psychology and Behavioral Economics.**

O'Reilly, 2013.

<https://amzn.to/2mLLzon>



Kit Yarrow

**Decoding the New Consumer Mind: How and Why We Shop and Buy.**

Wiley, 2014.

<https://amzn.to/2l5kv36>



Gerald Zaltman & Lindsay H. Zaltman

**Marketing Metaphoria: What Deep Metaphors Reveal about the Minds of Consumers.**

Harvard Business School Press, 2008.

Gerald Zaltman und sein Konzept der Deep Metaphors helfen zu verstehen, warum Kunden sich so entscheiden, wie sie sich entscheiden.

<https://amzn.to/2ml1XWQ>



Gerald Zaltman

**How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market.**

Harvard Business School Press, 2003.

<https://amzn.to/2lfhcpW>