

Martin Lindstrom

# Brand washed

Was du kaufst,  
bestimmen die  
anderen

Aus dem Englischen von Petra Pyka

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

# Inhalt

Vorwort von Morgan Spurlock . . . . .	11
Einleitung: Auf Markenentzug . . . . .	15
1. Buy Buy Baby – Marketing im Mutterleib . . . . .	25
2. Panik und Paranoia – Wie Angst den Absatz steigert . . . . .	49
3. Ohne geht's nicht – Markenfetischisten, Kaufsüchtige und warum wir ohne unser Smartphone nicht leben können . . . . .	83
4. Kaufen macht sexy – Das neue Gesicht der Sexualität (und der Geschlechter) in der Werbung . . . . .	115
5. Unter Druck – Die Macht der Vergleichsgruppe . . . . .	147
6. Nostalgie – Die neue (und alte) Marketing-Masche . . . . .	182
7. Der Royal Flush der Marketing-Profis – Die heimliche Macht von Promis und Stars . . . . .	211
8. Hoffnung in Tüten – Der Preis für Gesundheit, Glück und spirituelle Erleuchtung . . . . .	248
9. Big Brother is Watching You – Das Ende der Privatsphäre . . . . .	276
Fazit: Was Frau Morgenson hat, muss ich auch haben – Die mächtigsten geheimen Verführer überhaupt sind wir selbst . . . . .	320

Dank . . . . .	344
Anmerkungen . . . . .	351
Register . . . . .	375