

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 |