

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
Inwiefern dieses Buch für Sie nützlich sein kann	7
Über den Autor.....	10
Persönliche Meilensteine mit Relevanz für dieses Buch.....	10
Claudia macht den ersten großen Fehler.....	15
Kapitel 1 - Was bedeutet Werbung?.....	17
Zur Definition des Begriffs	17
Information versus Werbung	19
Was geschehen würde, wenn Werbung versagt	22
Auf Distanz zur Werbung: Die Vorteile	24
Warum der Staat Werbung verhindert.....	25
Warum man den Konsum von Werbung vermeiden sollte.....	27
Werbung kann krank machen	28
Ist das noch Werbung – oder schon Betrug?	30
Werbung kann zu hoher Verschuldung führen	32
Werbung kann unzufrieden machen.....	33
Werbung schädigt die Umwelt.....	34
Warum Staaten Werbung nicht verbieten	36
Sind Sie anfällig für Werbung?	40
Fazit	42
Kapitel 2 - Grundlagen zum Thema Werbung	43
Was ist eine Zielgruppe?	43
Was ist eine Robinsonliste und wozu dient sie?.....	50
Was ist personalisierte Werbung?	52
Was ist eine IP-Adresse und wofür wird sie in der Werbung verwendet?	53
Wie ist eine IP-Adresse aufgebaut und wie lässt sich die eigene IP-Adresse ermitteln?	55
Wofür wird die IP-Adresse im Internet verwendet?	56
Wie kann mittels Ihrer IP-Adresse Ihre Anschrift ermittelt werden?	58
Wie können IP-Adressen für Werbung verwendet werden?	60

Kapitel 3 - Werbung, die Sie aktiv verhindern können	63
Die Tricks der Adressensammler	63
Was Sie tun können, um personalisierte Werbung zu verhindern.....	72
Wenn Sie trotz allem personalisierte Werbung erhalten.....	80
Generelle Maßnahmen	81
Besonderheiten der verschiedenen Werbeträger	89
Wie sich nichtpersonalisierte Werbung verhindern lässt.....	98
Printmedien allgemein	98
Prospekte und Kataloge	105
Briefkastenwerbung	107
Fernsehwerbung	111
Warum es besser ist, nicht fernzusehen	120
Radiowerbung	128
Handywerbung.....	129
Fazit	138

Kapitel 4 - Tipps und Tricks gegen Werbung, die Sie nicht verhindern können	140
Allgemeine Hinweise	140
Warum Sie Werbung nicht immer verhindern können	140
Ihr Gehirn muss ständig auf ungewollte Werbung vorbereitet sein	141
Investieren Sie in die Ausbildung Ihres Gehirns anstatt in ungewollten Konsum.....	141
Allgemeine Vorkehrungen.....	142
Wie das Ich und das Über-Ich im Umgang mit Werbung funktionieren.....	142
Definieren Sie Ihren persönlichen und Ihren Lebensstundenlohn	148
Tipps, wie Sie sich vor Werbung schützen können, die Sie nicht verhindern können	150
Bauen Sie beim Konsum von Werbung sofort negative Gedanken auf.....	150
Ergründen Sie, von wem die Werbung stammt.....	152
Was tun, wenn Sie auf Werbung mit „Stars“ reagieren?	156
Legen Sie Ihre Ehrfurcht vor „denen da oben“ ab	158
Was Sie bei Marken in Verbindung mit Werbung beachten sollten.....	159
Fallen Sie nicht auf Strohfeuer herein.....	163
Hüten Sie sich vor Werbung für überteuerte Jahrestage.....	165
Setzen Sie sich realistische Ziele	166
Stellen Sie alle automatischen Werbenachrichten ab	167
Zügeln Sie Ihre Neugierde.....	167
Lassen Sie sich durch Werbung keine Angst einflößen.....	169

Lassen Sie sich durch Werbemaßnahmen nicht unter Zeitdruck setzen.....	169
Vorsicht, wenn mit DIN-Normen geworben wird	170
Schützen Sie sich vor Werbung durch Hören in Fremdsprachen	171
Bringen Sie Ordnung in Ihr Umfeld	171
Zwischenfazit	175
Schlagende Argumente für Ihr „Über-Ich“	176
Finanzen und Banken	176
Geordnete Finanzen verhindern ungewollte Käufe.....	179
Banken werben für die Abschaffung des Bargelds – Ihr Vorteil oder nur Kalkül?	183
Banken werben für lukrative Geldanlagen – zahlen aber nur mickrige Zinsen	184
Fazit	185
Einzelhandel.....	186
Wie es früher war: Tante-Emma-Läden.....	186
Industrialisierung der Lebensmittelproduktion.....	187
Tipps und Tricks für einen bedachten Einkauf	188
Werbung für die Elektrifizierung sowie deren Vor- und Nachteile	198
Werbung im Lebensmittel- und Gesundheitssektor	203
Software und Computer	231
Cloud-Lösungen	240
Digitalisierung von Bildern, Filmen und Schallplatten	241
Internet.....	246
Versicherungen	262
Automobile.....	266
Lotterien.....	269
Außenwerbung.....	271
Fazit	272
Schlusswort.....	277