

# Inhalt

Gedanken vorweg .....	7
<b>1. KAPITEL</b>	
WER POLITISCHE KOMMUNIKATION VERSTEHEN WILL, MUSS DIE WERBUNG VERSTEHEN UND WIE SIE ZU DEM WURDE, WAS SIE HEUTE IST ... .....	24
Als ich meinen Jungs »Gutenachtgeschichten« vorlas .....	25
Werbung als Wegbereiter eines »Conscious Capitalism« .....	38
Sinn! Jetzt! .....	42
Profitshaming: Alles, aber bitte kein Geld verdienen .....	52
So alt wie die Menschheit: Werbung und Marken .....	59
Nicht Leistung, sondern Image .....	67
<b>2. KAPITEL</b>	
... WEIL SIE STETS DAMIT BESCHÄFTIGT IST, DAS STIGMA DER »MANIPULATION« UND »VERMARKTUNG« ABZULEGEN ... .....	70
Der böse Hyper-Kapitalist .....	71
Vertrauen braucht Zeit .....	77
Auch Frischkäse und Parteien haben eine Seele .....	81
Die sehr alte Vorstellung von sozialer Verantwortung .....	86
Vorurteile sind gut .....	90
Kreativität bedeutet Grenzfüllung statt Grenzsprengung ....	101
<b>3. KAPITEL</b>	
... UND SICH AN ALLEM ORIENTIERT, WAS JUNG, UNANGEPASST UND AUFMERKSAMKEITSSTARK IST ... .....	108
Jugendwahn in allen Bereichen .....	109
Werbung und Medien – One of a kind .....	120
Mythos Empathie: »Wenn Ihr's nicht fühlt, so werdet Ihr's nicht erjagen ...« .....	126

Die strikten Logiken des Gefallens .....	140
Kann Moral ethisch sein? .....	144
<b>4. KAPITEL</b>	
<b>... UND NICHTS WENIGER WILL ALS »DIE GANZE WELT UND DIE ZUKUNFT« RETTEN ...</b>	
Passion! Mission! Weltrettung! .....	149
Eine (äußerst) kurze Geschichte politisierter Werbung .....	154
Es geht um Geld, stupid! .....	159
Nudeln fürs Schwulsein .....	165
Unwichtigkeiten und öffentliche Wahrnehmung .....	173
Schaurige Faktenkunde .....	178
»Die Menschen wollen ...« – wirklich?	
Mehr Realismus wagen. ....	182
Keine »versteckte Agenda«, sondern die Logik sozialer Änderungsdynamiken .....	190
Ehrlichkeit und Demut .....	197
<b>5. KAPITEL</b>	
<b>... UND IHRE STRATEGIEN, INSTRUMENTE UND GLAUBENSSÄTZE IN DAS ZENTRUM DER POLITIK, ZU DEN PARTEIEN TRAGEN. ....</b>	
Politik verkaufen: Wie Politik zu Werbung wurde .....	205
<b>SCHLUßBEMERKUNGEN .....</b>	
Demokratie braucht den Glauben an die eigene Begrenzung .....	220
Anmerkungen .....	229