Der verkaufte Käufer. Die Manipulation der Konsumgesellschaft.

Autor: Wolfgang Menge

Verlag: Fritz Molden, Wien/München/Zürich (1. Auflage 1971)
ISBN-10: 3-217-00354-3 // ISBN-13: 978-3-217-00354-5

oder

Fischer Taschenbuch ISBN: 3-436-01711-6

Schon vor 40 Jahren schlugen erste Konsumkritiker Alarm. Das interessante historische Zeitdokument gibt es als Tb oder gebunden für ca. 3-6 € (inkl. Porto) und hat nichts an Bedeutung verloren – im Gegenteil: die Verbraucher lassen sich immer mehr verarschen. Achselzuckend und gleichgültig frönt der Verbraucher seiner Gier nach mehr statt sich mal endlich bewußt zu werden, welche Macht er doch eigentlich hat.

zum Inhalt:

Das Warenangebot wird immer größer - die Irreführung des Käufers auch. Wir kaufen, die Verkaufsstrategen lenken. Was wir nach Hause tragen, ist nicht immer das, was wir eigentlich kaufen wollten oder glaubten, gekauft zu haben.

Ein Blick hinter die Fassaden der Schönfärberei, der schmeichelnden und täuschenden Werbetricks. Man verkauft uns Werbeslogans. Die Ware, für die wir dann bezahlen, ist weniger wichtig. Der Kunde ist längst nicht mehr König. Ahnungslos tappt er in die Fallen, die die Verkäufer ihm gestellt haben. Die Fülle von Beispielen für ökonomischen Machtmissbrauch und professionelles Rosstäuschertum macht aus diesem Buch eine kritische Schule für Verbraucher; dargestellt u.a. anhand der Bereiche Nahrungsmittel, Kraftfahrzeuge und Arzneimittel.

Buchvorstellung im Magazin DER SPIEGEL 41/1971: hier bitte weiterlesen [3]

Quell-URL: https://kritisches-netzwerk.de/forum/der-verkaufte-k%C3%A4ufer-wolfgang-menge

Links
[1] https://kritisches-netzwerk.de/user/login?destination=comment/reply/518%23comment-form
[2] https://kritisches-netzwerk.de/forum/der-verkaufte-k%C3%A4ufer-wolfgang-menge
[3] http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-43231001.html