

wingwave-special: slim with offvertising

DEUTSCH Beschreibung und Gebrauchsanweisung

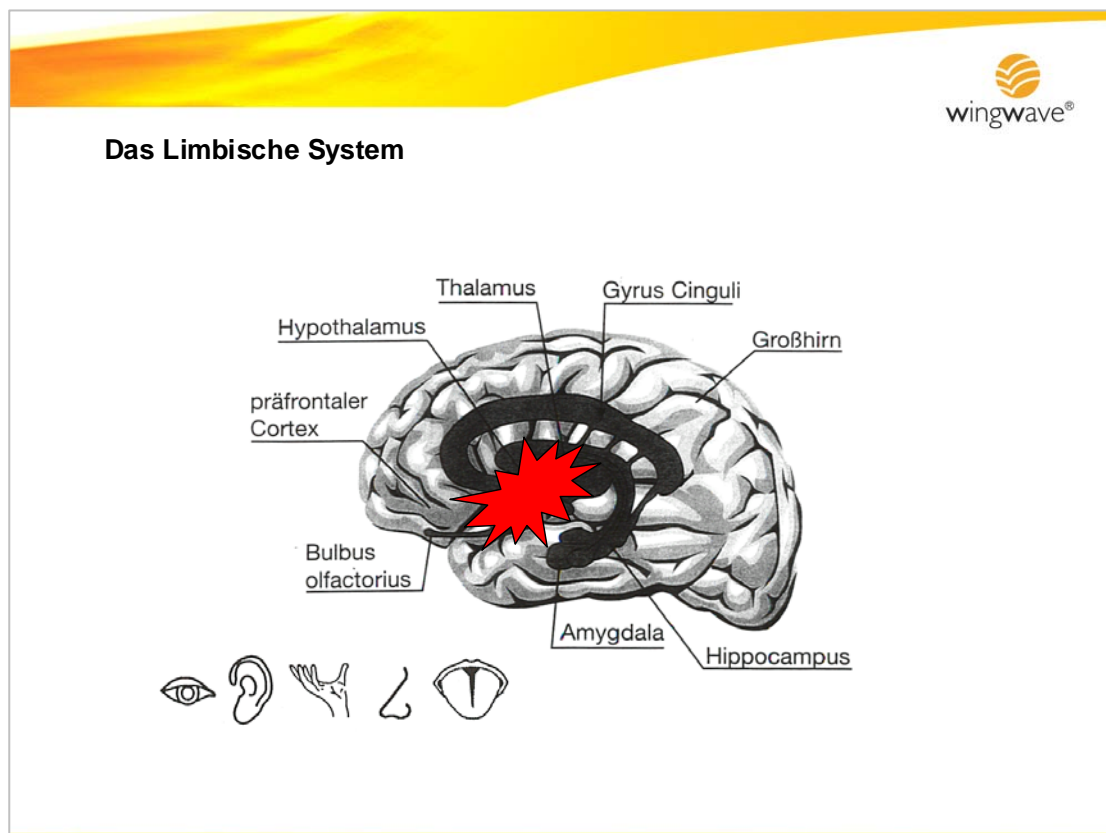


Slim with Offvertising: Beschreibung und Gebrauchsanweisung

Werbefotos und Werbefilme sind laut neuesten Verhaltensstudien mit verantwortlich für die Entstehung von Heißhungerattacken. So genannte „Food-Designer“ laden für den Konsumenten meist völlig wertlose Lebensmittel mit intensiven Emotionen auf und verzaubern sie zu unwiderstehlichen Gefühls-Mogelpackungen. So wird Spaß in Tüten, Erotik in Form eines Camemberts und Anerkennung im goldenen Raschelpapier angeboten. Kleine lustige, bunte, süße Freunde suggerieren Sozialkontakte – und machen in Wirklichkeit dick und einsam. Die Sog-Wirkung der Werbung gelangt über Bilder und Töne direkt zum limbischen System: dies ist der Teil unseres Gehirn, der Emotionen organisiert und der die aus dem Großhirn kommenden Ansagen von Verstand und der Vernunft allzu oft ignoriert. Besonders aktiv reagiert der so genannte „Nucleus accumbens“: dieser Konsum-Lustkern im limbischen System ist verantwortlich für überschießende euphorische Gefühle, die kopflos, dick oder auch arm machen können – man denke nur an so sinnige Wörter wie „Börsenfieber“ oder „Kaufrausch“.

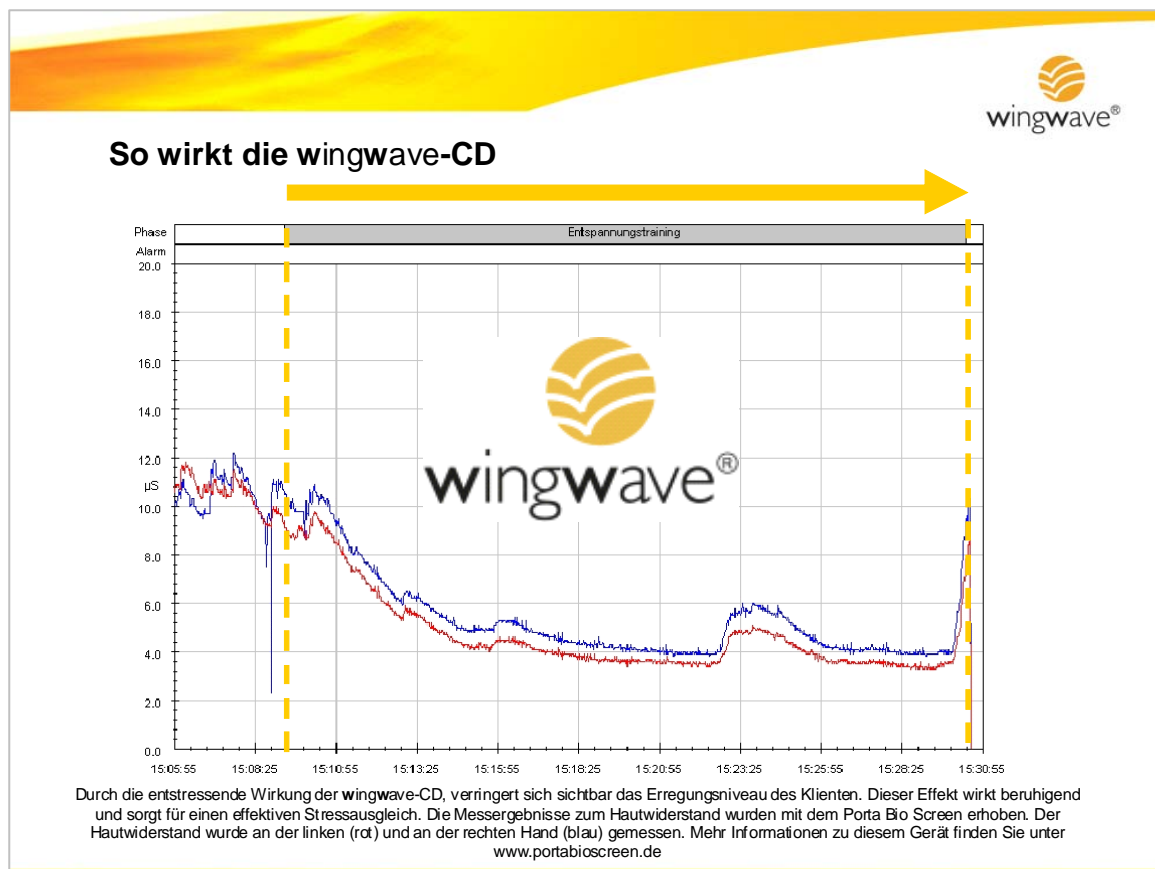
Es nützt gar nichts, wenn Sie sich als Opfer dieser Werbe-Attacken Salat, Knäckebrot und Protein-Drinks zuwenden – damit wird der Verführungs-Sog nicht geringer, wenn an der nächsten Ecke oder bei der nächsten Fernsehsendung Gummibärchen, Pizza und Konsorten locken oder Sie wieder hilflos einem überquellenden Büffet gegenüber stehen. Sofort blitzt der Konsum-Lustkern wieder auf und lässt Sie wie „ferngesteuert“ naschen, unnütze Einkäufe machen oder den Kühlschrank plündern.

Mit Offvertising und der **wingwave**-Methode lernen Sie „Werbung rückwärts“: Sie weichen den kalorienreichen Verfolgern nicht aus, sondern Sie stellen sich der Konfrontation und entzaubern gezielt die Sogwirkung der dick machenden emotionalen Mogel-Packungen. Entwickeln Sie Ihr Gehirn gezielt zum Euphorie-Manager, indem Sie sich die Offvertising-Filme in Kombination mit der **wingwave**-Musik wiederholt ansehen und dabei ein automatisches Emotionstraining durchlaufen. Nach nur drei Durchgängen lernt Ihr Gehirn bereits, die Emotions-Wirkung der lockenden Verführer bei der echten Konfrontation automatisch zu ignorieren und „abzukühlen“ statt einen Heißhunger zu produzieren. Der „Nucleus accumbens“, der Konsum-Lustkern flackert nur noch schwach auf Standby. Sie erleben ein positives Gefühl von Freiheit, innerer Stärke und Überlegenheit, wenn die kleinen Dickmacher sie locken wollen, denn die Locksignale prallen dann einfach an Ihnen ab. Und nun fängt der Nucleus accumbens an zu leuchten, wenn Sie sich stolz im Spiegel betrachten: funkelnder Selbstwert statt belastende Hilflosigkeit!



Verstärkt wird das Offvertising-Emotionstraining durch das Hören der **wingwave**-Songs, die mit den Filmen kombiniert sind. Die **wingwave**-Songs „pur“ – mehr davon sind ebenfalls in unserem **wingwave**-Online-Shop erhältlich - können Sie übrigens auch sehr gut für allgemeine Entstressung, als Lernunterstützung und als Motivationshilfe bei Bewegung und Ausdauersport einsetzen. Wichtig für die intensive Wirkung sind Stereo-Kopfhörer, über die dann der Takt der Musik im abwechselnden Links-Rechts-Rhythmus zwischen den Ohren hin- und hergeht. Dadurch wird die Zusammenarbeit der Gehirnhälften optimiert und das allgemeine Erregungsniveau reduziert. Entsprechend findet das Gehirn dann beim Offvertising-Emotionstraining die angebotenen Essensbilder immer weniger aufregend und interessant. Gleichzeitig fühlen Sie sich zunehmend wohler in ihrem Körper ohne immer etwas in ihn hineinstopfen zu wollen.

Sehen Sie in der folgenden Abbildung, wie angenehm abkühlend und beruhigend die **wingwave**-Musik wirkt. Diese Stressniveau-Aufzeichnung mit dem Porta-Bioscreen-Gerät erfolgt mit der Messung des Hautwiderstands an beiden Händen der Probanden (blaue und rote Kurve). Ab der gelb-gestrichelten Linie hört der Proband die **wingwave**-CD



Ihr Gehirn organisiert nach dieser Methode eine gezielte „Entstressung“ beim Anblick der angebotenen Essens- und Drink-Bilder und überträgt den Effekt auch auf andere echte oder abgebildete Dick-Macher, welche denen im Film ähnlich sind. Ihr Unbewusstes lernt durch das Training, dass entsprechende Bilder und Essens-Produkte unwichtig, langweilig und nebensächlich sind. Und das ist auch gut so: Glück, Lebensqualität, Erfolg und Zufriedenheit erleben Sie am intensivsten mit gesunder Ernährung, einem gesunden Körper und mit echten Emotionen. Echte Emotionen kommen nicht aus Tüten, Töpfen, Raschelpapier, Schachteln, Flaschen oder Gläsern sondern aus Ihnen selbst, aus der Verbundenheit mit echten Menschen und aus erfüllten Lebensinhalten. Kalorienbomben sind dabei nur ein angenehme Begleiter und keine Diktatoren, nach denen sich alles richten muss.

Sehen und hören Sie den Offvertising-Film Ihrer Wahl zweimal wöchentlich, gern auch öfter. Ernähren Sie sich regelmäßig und gesund, denn „normaler Hunger“ und Wasser-Durst sind richtig und sichern unser Überleben. Offvertising soll nur als „Emotions-Cooldown“ gegen überschießende Konsum-Attacken helfen. Es gibt die Filme „Sweets“ und „Food“. „Snacks“ und „Drinks“. Sehen Sie alle oder suchen Sie gezielt Ihr Thema heraus.

Gebrauchsanweisung für den Film:

Versehen Sie Ihr visuelles Abspielgerät mit einem Stereokopfhörer. Setzen Sie sich bequem hin. Schauen Sie einfach auf die Bilderfolgen im Film und machen Sie dabei einen so genannten „Body-Scan“: spüren Sie genau in Ihren Körper hinein und nehmen Sie bewusst die Sog-Wirkung der jeweils ersten Essens- oder Drink-Bilder wahr. Spüren Sie dann, wie sich dieses „Emotions-Echo“ im Körper immer wieder deutlich vermindert, wenn die „Werbung rückwärts“ läuft. Schmecken Sie die wechselnden Farben und Kontraste innerlich mit. So lernt Ihr Gehirn allmählich, den „Emotions-Cooldown“ automatisch einzuschalten, wann immer Ihre Sinne mit diesen oder ähnlichen Dickmachern konfrontiert werden. Der Werbe-Sog wird immer schwächer und Sie gewinnen Ihre Wahlfreiheit zurück.

Gebrauchsanweisung für die wingwave-Songs „pur“:

Hören Sie die Songs zum Relaxen, als motivierende Begleitung bei sportlichen Aktivitäten, bei Routine-Arbeiten oder beim Lernen. Zur Unterstützung des Offvertising-Trainings nutzen Sie die Wirkung der wingwave-Musik einfach beim Einkaufen im Supermarkt, beim Kochen oder – wenn Sie allein sind – sogar beim Essen. Die emotional ausgleichende Wirkung sorgt dann auch „live“ für einen angenehmen inneren Abstand zu diversen Dickmachern.

Das Offvertising-Emotionstraining und die wingwave-Methode wurden von den Diplom-Psychologen Cora Besser-Siegmund und Harry Siegmund entwickelt. Cora Besser-Siegmund schrieb schon 1988 den damaligen Bestseller „Easy Weight – der mentale Weg zum natürlichen Schlanksein“ und war damit die erste deutschsprachige Autorin, die das Thema „Abnehmen beginnt im Kopf“ einem großen Leserkreis bekannt machte.

Weitere Infos unter

www.wingwave.com und unter www.easy-weight.de

Allgemeiner Hinweis:

alle Rechte bei Cora Besser-Siegmund und beim Besser-Siegmund-Institut GmbH
alle Fotos von Cora Besser-Siegmund und Harry Siegmund – ausschließlich aus dem „täglichen Leben“,
offvertising-Logo von Lola Siegmund, alle wingwave-Songs von Lars-Luis Linek,
Kopie und Weitergabe an Dritte durch den Käufer sowie die unautorisierte Verbreitung im Internet untersagt.