

## INHALTSVERZEICHNIS

- 4 **EINSTIMMUNG** True Crime im Cluburlaub?  
Affekte erleben, Muster erkennen, Affekte steuern

### AFFEKTIVE STRATEGIE

- 20 **Deine Marke bekommt Resonanz, wenn sie ein affektives Arrangement erlebbar macht**
- 21 **DENKE UND FÜHLE!** Was wird durch Affektive Strategie mobilisiert?
- 24 **AFFEKTIVE ARRANGEMENTS** erleben und erfahren!
- 27 **KRISE DES ERLEBENS UND DIGITALISIERUNG** Warum in unserer »Affektzeit« die Erlebbarkeit intensivieren?
- 31 **SCHWINGE UND SCHWINGE MIT!** Was heißt Resonanz?
- 37 **KONSTELLATIONEN** Was unterscheidet Affekte von Gefühlen und Emotionen?
- 41 **KLEINER EXKURS IN PHILOSOPHIE UND WISSENSCHAFT** Was sagt die Forschung zu Affekten?
- 43 **IN ARRANGEMENTS DENKEN** Wie wird Resonanz ermöglicht?

### AFFEKTIVE STRATEGIE IN DER PRAXIS

- 50 **Plane mit diesem Werkzeug Affektive Strategie und setze sie um**
- 52 **DIE RESONANZ-CANVAS** für Affektive Strategie
- 62 **BERGHAIN – Die Resonanz-Canvas für Affektive Strategie**
- 64 **AFFEKT-REGLER** Das Erleben über Kontrasterfahrungen identifizieren

## CASES

- 66 **Lerne von anderen Marken und Erlebnisräumen für deine eigene Affektive Strategie**
- 68 **NÄHE-AFFEKT** *Taylor Swift Togetherness!*  
So anziehend ist es, wenn die Welt mitschwingt
- 84 **LUXUS-AFFEKT** *Die Street Credibility von Luxusgütern*  
Louis Vuitton und die Pariser Banlieues
- 100 **EKSTASE-AFFEKT** *Ekstase durch Unterwerfung*  
Das Berghain als affektives Arrangement
- 112 **FLOW-AFFEKT** *Reibungslos durch die Nacht*  
Tesla fahren und die Zukunft erleben
- 128 **EMPÖRUNGS-AFFEKT** *Weniger Empörung wagen*  
Momente mit der Deutschen Bahn, gefangen im falschen Arrangement
- 144 **WIR-AFFEKT** *Der diskrete Charme der Marke »No Brand«*  
Decathlon und die Intensivierung des Unauffälligen
- 156 **ERREGUNGS-AFFEKT** *Swipen bis zum »Netflix and Chill«*  
Der Match der Dating-Apps zwischen Erwartung und affektiver Anstiftung
- 174 **EUPHORIE-AFFEKT** *Euphoriequelle Fußball*  
Wie Klopp und Co. Fußballgefühle organisieren, ordnen und kommunizieren
- 188 **TEAM-AFFEKT** *Würde und Selbstachtung*  
*The Bear – Affektive Strategie in der Restaurantküche*
- 204 **AUSBLICK** *Plädoyer für Affektive Strategie*
- 206 **LITERATURVERZEICHNIS**
- 212 **ÜBER DEN AUTOR**
- 213 **ÜBER DAS TEAM**