

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 Erlebnis-
räumen 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**