

6

Wer will ich sein?

10

UNSER JOB: KONSUM

Wo ist das Problem? — 12

Der Ästhetische Kapitalismus — 22

Konsumkritik oder Trojaner? — 32

Machtposition der Designer — 40

44

WOZU KONSUMIEREN?

Konsum, um Bedürfnisse zu stillen — 47

Konsum, um zu kommunizieren — 47

Konsum, um sich selbst zu verwirklichen — 48

Das Ich im Ästhetischen Kapitalismus — 50

Konsum, um mit Dinglichkeit in Kontakt zu treten — 68

Konsum formt eine Gesellschaft — 69

Konsum zum Zeitvertreib — 76

Konsum kontrolliert die Massen — 76

Die Bedürfnisse hinter den Begehrnissen — 77

78

WAS WOLLEN WIR?

Hält Konsum, was er verspricht? — 81

Macht Konsum glücklich? — 82

Die Magie der Dinge — 84

Wünsche und Umweltschutz – ein Widerspruch? — 86

Die Vision — 90

Strategische Ziele — 91

96

KEINE AUSREDEN!

Jeder kann aktiv werden! — 98

Angriffspunkte — 100

Impulse zum Inszenierungswert — 102

Selbstverständnis — 106

Social Design — 110

Den Spielraum erweitern — 112

Ownhome: Beispiel einer alternativen Lebensart — 116

Das KYP-Modell — 138

155

Nachwort