

<b>KOMMUNIKATION</b>	<b>6</b> Einleitung <b>8</b> <i>Armin Linke</i>
<b>MOBILITÄT</b>	<b>24</b> <b>Das World Wide Web</b> Françoise Krattinger <b>30</b> <b>Global News</b> Angeli Sachs <b>36</b> <b>Vom Urmeter zum GPS</b> Christian Brändle <b>40</b> <b>Piktogramme</b> Axel Langer
<b>PRODUKTION</b>	<b>46</b> <i>Peter Fischli/ David Weiss</i> <b>48</b> Ausblick auf einen globalen Architekten Beatriz Colomina <b>60</b> <b>Flughäfen</b> Lilia Mironov <b>68</b> <b>Gepäck</b> Matthias Georg, Bettina Köhler <b>76</b> <i>Didier Faustino</i> <b>80</b> <b>Lonely Planet</b> Flurina Gradin
<b>HANDEL</b>	<b>88</b> <i>Timm Rautert</i> <b>94</b> <b>Secondary use von PET als Designstrategie</b> United_Bottle Group/Jörg Stollmann <b>102</b> <b>Computer für alle</b> Beatrice Tobler <b>110</b> <b>Globalisierung im Büro</b> Renate Menzi
<b>KAPITAL</b>	<b>122</b> Container: Rückgrat der Globalisierung Philip Ursprung <b>134</b> <i>Allan Sekula</i> <b>140</b> <b>Waterfront Development in Hafenstädten</b> Angelus Eisinger <b>150</b> <b>Tropenholz</b> INCHfurniture/Yves Raschle, Thomas Wüthrich <b>156</b> <b>Ikea</b> Andrea Eschbach <b>164</b> <b>Big Brother</b> Philip Ursprung

<b>KONTROLLE</b>	<b>190</b> <i>J. MAYER H.</i> <b>192</b> <b>Immer unter Kontrolle</b> Meret Ernst
	<b>198</b> <b>Antidepressivum Prozac</b> Karin Gimmi
<b>GLOBALISIERUNG / REGIONALISMUS</b>	<b>204</b> Was sich ändert und was bleibt Deyan Sudjic <b>208</b> <b>Globale Identität in Marketing und Werbung</b> Petra Eisele <b>216</b> <b>Hotels und Tourismus</b> Petra Eisele <b>224</b> <b>Starbucks</b> Andrea Eschbach <b>228</b> Globaler Regionalismus Petra Steinberger <b>232</b> <b>Der Supermarkt</b> Angeli Sachs
<b>KULTURTRANSFER</b>	<b>242</b> Kulturtransfer: Globale Vernetzung und Interaktion Angeli Sachs <b>254</b> <b>Abu Dhabi</b> Sharon Waxman <b>262</b> <b>Sushi</b> Cynthia Gavranic <b>268</b> <b>MTV, the Music Television</b> Rhea Kyvelos <b>272</b> <b>Batik im Kulturtransfer</b> Ellinoor Bergvelt <b>274</b> <i>Hadassah Emmerich</i>
<b>GLOBALE TRENDS</b>	<b>280</b> Wie entsteht ein Trend? Jeroen van Rooijen <b>288</b> <b>T-Shirt</b> Justine Harari <b>296</b> <b>Jeans</b> Katharina Tietze <b>300</b> <b>Globale Regeneration</b> Meret Ernst
	<b>309</b> Autorinnen und Autoren <b>312</b> Literatur <b>315</b> Bildnachweis <b>316</b> Register