

CARL TILLESSEN

KONSUM

**WARUM WIR KAUFEN,
WAS WIR NICHT BRAUCHEN**

Harper
Collins

INHALT

VORAB 9

IN EIGENER SACHE
WAS BISHER GESCHAH

TEIL I - GLOBALISIERUNG UND KONSUM 15

SPIEL OHNE GRENZEN

DAS VERSCHWINDEN DES UNABHÄNGIGEN EINZELHANDELS

»NICHT FAIR« IST NOCH VIEL ZU HARMLOS

THINK GLOBAL, ACT LOCAL

GLOBAL-MORAL

DAS PROBLEM MIT DER TRANSPARENZ

KONSUM ALS TEILHABE

BECAUSEWE CAN

UNERKLÄRLICHE PREISE

PREIS UND WERT

ENTWERTUNG DURCH PREISVERFALL

VEBLEN-EFFEKT

POLARISierter KONSUM

UNVERNÜNFTIGE KAUFENTSCHEIDUNGEN

DER HYBRIDE KONSUMENT

NORMAL

KONSUM ALS DROGE

DEN PEGEL HALTEN

SHARING ECONOMY

ETHISCHER KONSUM

TEIL II - DIGITALISIERUNG UND KONSUM 75

DIE UMPROGRAMMIERUNG DES EINKAUFENS

ENTGRENZTES SHOPPEN

RETAIL APOCALYPSE

SHOWROOMING

VERTIKALISIERUNG IM NETZ

DIE GRENZEN DES WACHSTUMS

LÄDEN, DIE KEINE LÄDEN MEHR SIND

OMNICHANNEL MARKETING

THE END OF OWNERSHIP

NATÜRLICHE UND KÜNSTLICHEVERKNAPPUNG

GEISTERSTÄDTE

DISTANZHANDEL

BIG DATA

MENSCHLICHE INTUITION VS. ARTIFICIAL INTELLIGENCE

WIRTSCHAFTLICHE KONZENTRATION IM NETZ

KONSUM IM NETZ, KONSUM FÜRS NETZ

EIN LEBEN IN BILDERN

STILLOSIGKEIT ALS STIL

KONSUM ALS KUNST

SHOP TO THE TOP

SHOPPING ALS ERMÄCHTIGUNG

AN ALOGES ANGEBEN VS. DIGITALES ANGEBEN

DOPPELTES DOPAMIN

LEBENSSTIL ALS STILLEBEN

MAYYOUR LIFE BE AS AWESOME AS YOU PRETEND IT IS ON

FACEBOOK

STATUS-MELDUNGEN

VIRALER NEID

EXPERIENCE ECONOMY

DIE DIKTATUR DER MEHRHEIT

TRENDS

NATÜRLICHE OBSOLESZENZVS. PSYCHISCHE OBSOLESZENZ

DAS OUTFIT DESTAGES

PSYCHISCHE UND QUALITATIVE OBSOLESZENZ
ZUM BEISPIEL JEANS
BESITZINFARKT

TEIL III - HOW TO SPEND IT 173

BABY STEPS

ONE-WAY? NOWAY!

THE TRUE COST

USE ME!

LEICHTER GESAGT ALS GETAN

KONSUMDIÄT

YOU'VE GOT TO START SOMEWHERE

COMPETITIVE ALTRUISM

TEIL IV - SCHLUSS 191

DIE BEIDEN SEITEN DER MEDAILLE

VOTE WITH YOUR DOLLARS

WHEN THE SHIT HITS THE FAN

GOOD IS THE NEW BLACK

ANMERKUNGEN 205