

Inhalt

Vorwort

Helmut Jakobs | 7

Einführung

Sabine Fabo | 9

Konsum als dialektisches Prinzip

Andrej Kupetz | 14

Prizing & Pricing.

Design zwischen Rang und Regal

Melanie Kurz | 26

Making of Alltagskultur.

Marke, Konsum und kreative Ableitungen

Alex Buck | 40

Empirische Konsumforschung in der Psychologie.

Kognitive Mechanismen bei der Produktwahl

Lynn Huestegge & Eva-Maria Skottke | 56

Vergemeinschaftung durch Konsum?

Zum Stand der «Brand Community»-Forschung

Kai-Uwe Hellmann | 90

Die Kunst der Irritation und ihr Mehrwert

Sabine Fabo | 112

**Die Massenkultur unterwandern.
Do it yourself als Konsum-Alternative von den
1970er Jahren bis ins digitale Zeitalter**

Thilo Schwer | 146

**«Nutella is my friend»
Konsumenten im Web 2.0 als Vollender und
Vordenker des Produktdesigns**

Wolfgang Ullrich | 160

Autorinnen und Autoren | 181