

Holm Friebe, Thomas Ramge

Marke Eigenbau

Der Aufstand der Massen
gegen die Massenproduktion

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Vorwort	8
1. Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion	11
1.1 Hauptsache schwarz: Eine Welt der Massenproduktion	11
1.2 Crafting: Die Revolution des Selbermachens	20
1.3 Critical Mass: Von Massen und Marken	30
1.4 Spätkapitalismus: Das Ende der Massenproduktion	40
2. Arbeit Marke Eigenbau	50
2.1 Büro-Matrix: Milde Krankheit Erwerbsarbeit	50
2.2 Free Agent Nation: Selbstverwirklicht Geld verdienen	60
2.3 Coworking SOHOs: Risikomanagement in der neuen Arbeitswelt	69
2.4 Volks-Entrepreneurship: Das globalisierte Individuum	76
3. Märkte Marke Eigenbau	84
3.1 Prosuming: Es gibt keine Endkonsumenten mehr	84
3.2 Long Tail: Die Nischen werden mächtiger als die Hits	92
3.3 One of a Kind: Unikate, Editionen und limitierte Auflagen	100
3.4 Hybrid Economy: Geld verdienen mit Geschenken	108

4. Produktion Marke Eigenbau	119
4.1 Fabbing: Liebe Maschine, baue mir	119
4.2 Mass Customization: Gibt es das auch in Mauve-Metallic?	128
4.3 Do it Yourself: Das Missing Link zwischen Punk und Baumarkt	137
4.4 Manufakturen: Die Renaissance des Handwerks	147
5. Organisation Marke Eigenbau	157
5.1 Wikinomics: Warum gibt es eigentlich Firmen?	157
5.2 Open Source: Massen produzieren gemeinsam	164
5.3 Crowdsourcing: Die Weisheit der Vielen wird produktiv	173
5.4 Mikroökonomie: Small Is Beautiful Again	184
6. Marketing Marke Eigenbau	195
6.1 Strategischer Konsum: Mit Shopping die Welt verändern	195
6.2 Social Commerce: Lass uns nicht nur über Geld reden!	209
6.3 Open Source-Marketing: Neue Spielregeln für die Markenkommunikation	218
6.4 Basar-Branding: Ordnung im Chaos	228
7. Welt Marke Eigenbau	239
7.1 Digitale Allmende: Ressourcen kollektiv nutzen	239
7.2 Soziale Entrepreneure: Kapitalismus mit menschlichem Gesicht	249
7.3 Entwicklungshilfe DIY: Lokal denken, global handeln	258
7.4 Glokalpolitik: Eine Welt Marke Eigenbau ist möglich	266
Anmerkungen	274
Register	285