

Inhalt

Vorwort	9
---------------	---

DIE WENDE ZUR LANGLEBIGKEIT

1. Kapitel: Sackgasse Recycling	15
<i>Absurde Auswüchse</i>	18
<i>Ausweg Langlebigkeit</i>	20
2. Kapitel: Ökologische Kostenkrise	24
<i>Zeitborne Entsorgungspreis</i>	26
<i>Erweiterte Produktverantwortung</i>	29
3. Kapitel: Die Rechnung der Verbraucher	35
<i>Phänomen Manufactum</i>	36
<i>Gewäiidelles Bewußtsein</i>	40
4. Kapitel: Vom Produkt zur Dienstleistung	45
<i>Vermieten statt verkaufen</i>	49
<i>Knackpunkt Statussymbole</i>	52
<i>Flottenbetreiber im Aufwind</i>	56
5. Kapitel: Die Macht der Einkäufer	60
<i>Nüchternes Kalkül</i>	61
<i>Öffentliche Beschaffer</i>	63

7	6. Kapitel: Marktvorteil Janglebigkeit.....	70
	<i>Riskante Lücke.....</i>	71
	<i>Das Dilemma der Großen.....</i>	74
	<i>Die Stärke der Kleinen.....</i>	76
	<i>Von der Kassette zum Peliflip.....</i>	79
	<i>Rückzugsgefechte.....</i>	82
7	• 7. Kapitel: Fernöstliche Herausforderung.....	86
	<i>Die Zeilfalle.....</i>	87
	<i>Ökokonkurrenz.....</i>	90

DIE KONSEQUENZEN DER LANGLEBIGKEIT

7	8. Kapitel: Arbeitsmarkt - positive Effekte.....	95
	<i>Eine denkwürdige Autofahrt.....</i>	95
	<i>Neue Arbeitsplätze.....</i>	101
	<i>Bremsklotz Arbeitskosten.....</i>	103
	<i>Wende zur Dienstleistung.....</i>	106
7	9. Kapitel: Produkte - dauerhaft und doch innovativ.....	108
	<i>Baukastenspiele.....</i>	109
	<i>Fantasievoll-langlebig.....</i>	112
	<i>Grenzen der Langlebigkeit.....</i>	114
7	10. Kapitel: Design - zeitlos faszinierend.....	117
	<i>Weniger, aber besser.....</i>	121
	<i>Das erzählende Produkt.....</i>	122
	<i>Modisch-langlebig.....</i>	127
	<i>Die Frage nach dem Nutzen.....</i>	129
	<i>Jeepneys.....</i>	130
7	11. Kapitel: Management — zweistufige Strategie.....	134
	<i>Beispiel Gra ininer AG.....</i>	137
	<i>Beispiel NEC.....</i>	142

12. Kapitel: Marketing - den Nutzen im Visier.....	151
<i>Gemeinschaftlich-kommunikativ</i>	154
<i>Remarketing-Strategien</i>	158
13. Kapitel: Abschied vom Wegweiferprinzip.....	162
Literaturverzeichnis.....	166
Verzeichnis Personen, Firmen, Institutionen.....	169