

# NAOMI KLEIN

# NO LOGO!

**Der Kampf der Global Players  
um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen  
Verlierern und wenigen Gewinnern**

Aus dem Amerikanischen von  
Helmut Dierlamm und Heike Schlatterer,  
VerlagsService Mihr



# Inhalt

	Danksagung	9
EINFÜHRUNG	Ein Netz von Marken	12
<b>NO SPACE</b>		
KAPITEL 1	Neue Markenwelt	25
KAPITEL 2	Markenerweiterung	47
KAPITEL 3	Strg. A - Alles markieren	79
KAPITEL 4	Das Branding des Lernens	103
KAPITEL 5	Das Patriarchat wird funky	123
<b>NO CHOICE</b>		
KAPITEL 6	Markenbombardements	145
KAPITEL 7	Fusionen und Synergie	157
KAPITEL 8	Die Zensur durch Unternehmen	177
<b>NO JOBS</b>		
KAPITEL 9	Die ausrangierte Fabrik	205
KAPITEL 10	Drohungen und Aushilfskräfte	243
KAPITEL 11	Die Zerstörung der Loyalität	271
<b>NO LOGO</b>		
KAPITEL 12	Culture-Jamming	289
KAPITEL 13	Reclaim the Streets	321

KAPITEL 14	Wachsende Wut	335
KAPITEL 15	Der Markenbumerang	355
KAPITEL 16	Drei Logos	373
KAPITEL 17	Lokale Außenpolitik	407
KAPITEL 18	Jenseits der Marke	431

s e H L u s s	Konsumwut versus mündiges Staatsbürgertum	451
---------------	--	-----

Anmerkungen	462
-------------	-----

Anhang	482
--------	-----

NACHWORT	Zwei Jahre auf den Straßen: Bewegung durch Symbole	505
----------	---	-----

Lektüreliste	523
--------------	-----

Bildquellen	527
-------------	-----

Register	529
----------	-----