

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	9
<b>Kapitel 1: Nichts – Eine kurze Einführung</b>	
<b>(Länge ist hier überflüssig)</b> .....	23
Nichts .....	25
Eine anschauliche Exkursion in die Filmwelt .....	37
Nichts (und Etwas): Weitere Klärung .....	40
Nichts ist Nichts .....	41
In Verteidigung des Nichts .....	43
Die Produktion des Nichts .....	45
<b>Kapitel 2: Skizzierung des Nichts (und des Etwas)</b> .....	49
Einzigartig–generisch, einmalig–austauschbar .....	51
Lokale geografische Bindungen – Fehlen von lokalen Bindungen .....	57
Zeitspezifisch–Relativ zeit-los .....	62
Vermenschlicht–Entmenschlicht .....	68
Verzaubert–Entzaubert .....	72
In welcher Beziehung steht das zur Globalisierung? .....	75
Objektiv, oder? .....	76
<b>Kapitel Drei: Lernen Sie die Nichtigkeiten kennen</b> .....	79
Nicht-Orte (und Orte) .....	79
Nicht-Dinge (und Dinge) .....	105
Nicht-Personen (und Personen) .....	111
Nicht-Dienst (und Dienst) .....	116
Die Beziehung zwischen Formen des Nichts (und des Etwas) ..	120
<b>Kapitel Vier: Globalisierung</b> .....	127
Glokalisierung und Grobalisierung .....	131
Glokalisierung .....	137
Grobalisierung .....	139
Einige Komplexitäten .....	163

**Kapitel Fünf:**

<b>Grobalisierung–Glokalisierung und Etwas–Nichts</b> . . . . .	167
Die Grobalisierung des Etwas . . . . .	169
Die Grobalisierung des Nichts . . . . .	172
Die Glokalisierung des Nichts . . . . .	178
Die Glokalisierung des Etwas . . . . .	179
Teure, global erhältliche Formen des Nichts . . . . .	182
Lockere Kulturmodelle, enge Strukturmodelle . . . . .	183
Wie steht es mit dem Lokalen? . . . . .	184
Warum jetzt? . . . . .	185
Was kommt zuerst: Nichts oder seine Grobalisierung? . . . . .	190

**Kapitel Sechs: Das ultimative Beispiel für Nichts und seine**

<b>Grobalisierung? Groß angelegte Konsum-Sites im Internet</b> .	195
Einige wichtige Vorbehalte . . . . .	196
Zurück zur Hauptargumentation . . . . .	199
Lernen Sie die Nichtigkeiten im Internet kennen . . . . .	204
Groß angelegte kommerzielle Internetseiten im Internet als Nicht-Orte . . . . .	205
Die Nicht-Dinge, die auf umfangreichen Konsum-Websites verkauft werden . .	215
Nicht-Personen auf umfangreichen Internet Konsum-Sites . .	217
Nicht-Dienste auf diesen umfangreichen Konsum-Websites .	219
Globalisierung . . . . .	221

**Kapitel Sieben: Einige (notwendige) abschließende Gedanken**

<b>über das Nichts (und seine Globalisierung)</b> . . . . .	225
Der Aufstieg des Nichts! Der Abstieg des Etwas? . . . . .	225
Die positive Seite des Nichts und seiner Verbreitung . . . . .	229
Die negative Seite der Verbreitung des Nichts . . . . .	231
Grobalisierung und Verlust . . . . .	241
Erklärung der Lücke . . . . .	242
Nostalgie? . . . . .	243
Änderungen im Laufe der Zeit . . . . .	245
Wie können wir so viel aus so wenig machen? . . . . .	249
Verwandlung des Nichts in Etwas im Internet . . . . .	256
Die Wirtschaft der Nichtheit . . . . .	258
Eine Menge Nichts ist immer noch Nichts . . . . .	261

**Kapitel Acht: Abschließende Gedanken zur Globalisierung**

(und zum Nichts) .....	267
Grobalisierung versus Glokalisierung .....	270
Lässt sich das Lokale wiederbeleben? .....	272
Die Globalisierung des Nichts und der 11. September 2001 ..	274
Konsum und Mehr .....	279
Die Rolle der Marken .....	285
Reaktion auf die Grobalisierung des Nichts .....	291

**Anhang: Nichts –**

<b>Theoretische und methodologische Fragen</b> .....	299
Nichts: Frühere Arbeiten .....	299
Einige moderne methodologische (epistemologische) Probleme .....	312
Moderne Begriffe in einer postmodernen Zeit .....	316
Rettung eines (semi-)modernen Ansatzes .....	322
Eine (allgemeine) Standpunkttheorie .....	326
Alternative Perspektiven .....	330
Potenzielle Kritik .....	333
Rational Choice? .....	335
Sind die Urteile der Konsumenten dummes Zeug? .....	338

<b>Anmerkungen</b> .....	341
zu Kapitel 1 .....	341
zu Kapitel 2 .....	345
zu Kapitel 3 .....	349
zu Kapitel 4 .....	354
zu Kapitel 5 .....	362
zu Kapitel 6 .....	364
zu Kapitel 7 .....	366
zu Kapitel 8 .....	369
zum Anhang .....	370