

**Die Beliebigkeit  
der Dinge**

---

**Anything goes**

**Design Zentrum München**

---

---

<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>Herbert H. Schultes</b> Einleitung	<b>9</b>
<b>Bernd Guggenberger</b> „Zuvielisation“ oder Die Beliebigkeit der Dinge	<b>13</b>
<b>Petra Wiechmann</b> Mode machen – nicht nur mitmachen	<b>43</b>
<b>Ursula König</b> Konsum ist Kommunikation mit dem Kunden – Verkaufsflächengestaltung als Kommunikationschance mit dem Kunden	<b>53</b>
<b>Hans-Peter Langsch</b> Design oder Nichtsein? Überlebenskonzept eines mittelständischen Unternehmens mit Fertigungsstandort Deutschland	<b>61</b>
<b>Jürg Schüppenbauer</b> Vom Company Driven Customer zur Consumer Driven Company	<b>88</b>
<b>Jens Reese</b> Bewegung als Bewegung	<b>98</b>
<b>Julius Lengert</b> Sind wir alle Massenmenschen?	<b>110</b>
<b>Burghart Schmidt</b> Die Theatralik postmoderner Wareninszenierung	<b>128</b>
<b>Autorenhinweise</b>	<b>175</b>
<b>Fotonachweis</b>	<b>180</b>