

WER'S HAT ANGST VOR NIKETOWN?

NIKE-URBANISMUS,
BRANDING UND
DIE MARKENSTADT
VON MORGEN

2005

rich von Borries

1716

VORWORT – Bart Lootsma 15

Einleitung 17

NIKE-URBANISMUS

Berlin auf dem Weg nach Niketown 19

JUST DO IT

Marke, Erlebnis, Identität 37

SWOOSHIKA RULEZ

Widerstand, Camouflage und Kollaboration 49

CORPORATE SITUATIONISM

Die letzten Utopien und ihr Fake 66

LEARNING FROM NIKETOWN

Die Markenstadt und ihre Traummeister 75

NACHWORT – Günther Uhlig 90

Anmerkungen 92

Bildverzeichnis 94

Literatur 95