

Inhaltsverzeichnis	Seite
<i>Prolog</i>	
Auf dem Weg zu einer neuen Ökonomie der Wünsche	4
<i>Kapitel 1</i>	
1. Einleitung	8
<i>Kapitel 2</i>	
2. Die Erosion der klassischen Luxusmärkte	12
<i>Kapitel 3</i>	
3. Wie die Neue Ökonomie der Wünsche und des Genießens funktioniert	24
1. Rebooting – Luxus ist Deprogrammierung	33
2. Pleasure-Networks – Die Infrastrukturen des Genusses	34
3. Luxury is access – Pleasure Markets versprechen Zugang nicht für jedermann	35
4. Holistic Pleasures – Luxus, der ganzheitlich ist und alles will	37
5. Dionysos 2.0 – Es lebe das gewissenlose Genießen	39
<i>Kapitel 4</i>	
4. Beispiele	
Ferran Adrig, der Magiker in der Küche	42
Open Private Dining	44
Individuelle Pauschal-Reisen	46
Gesundheit für Leib und Seele	48
Der eigene Weinberg:	
Statussymbol und Suche nach Ursprünglichkeit	50
Casa Camer: Edel-Ökohotel mit Community-Faktor	52
Die Revolution der Stulle: Panera Bread und be	54
Nix wie raus: Outdoormarkets	56
Feinschmecker-Diplom:	
Slowfood und Gambero Rossobildern Genießer aus	58
Jamie Oliver: Gourmet goes Mainstream	60
Netflix: Die Revolution der Videotheken	62
Pannen-Services	64
Gastgeber und Gast zugleich sein:	
Mietköche und Menüs on demand machen es möglich	66
Bio vor die Haustüre	68
Convenience aus dem Deli-Shop	70
Retreats	72
Arbeiten im Weinberg	74
Personal Training	76
Essen ist Geschmackssache: Strange Food	78
Korsett trifft Kultur: Fetisch ist in	80
Frischer in den den Regalen: Neue Retail-Konzepte	82
Small Luxury Hotels	84
Schokoholics	86
Genuss-Messen	88
Von Tee- und Kaffee-Meistern	90
<i>Epilog</i>	
5. Wie Sie von den neuen Pleasure Markets profitieren können	
10 Grundwerte, die die Pleasure Markets der Zukunft prägen werden	92