

## INHALT

CHRISTIAN BERNDT und ROBERT PÜTZ Kulturelle Geographien nach dem Cultural Turn .....	7
ANDREAS POTT Identität und Raum. Perspektiven nach dem Cultural Turn .....	27
PASCAL GOEKE Handeln und Erleben im Krieg. Die Differenz zwischen Hier und Dort als legitimierende und entfremdende Sinndimension.....	53
ANNIKA MATTISSEK Diskursive Konstitution städtischer Identität – Das Beispiel Frankfurt am Main.....	83
JÖRG MOSE Zur Dynamik raumbezogener Identität in Spanien – von der Nation zur multi-level-identity? .....	113
BRUNO SCHELHAAS und UTE WARDENGA „Die Hauptresultate der Reisen vor die Augen zu bringen“ – oder: Wie man Welt mittels Karten sichtbar macht .....	143
RAINER KAZIG Atmosphären – Konzept für einen nicht repräsentationellen Zugang zum Raum . .....	167
WERNER BISCHOFF „Korrespondierende Orte“ – Zum Erscheinen olfaktorischer Stadtlandschaften .....	189

CHRISTIAN BERNDT und MARC BOECKLER Kulturelle Geographien der Ökonomie: Zur Performativität von Märkten.....	213
BASTIAN LANGE Konzeptionalisierungen von „Markt“ als Gegenstand der Neuen Kulturgeographie – Der Fall emergierender Märkte in Kreativökonomien .....	259
HEIKO SCHMID Ökonomie der Faszination: Aufmerksamkeitsstrategien und unternehmensorientierte Stadtpolitik .....	289
ULRICH ERMANN Magische Marken – Eine Fusion von Ökonomie und Kultur im globalen Konsumkapitalismus? .....	317
MARC REDEPENNING Eine Ästhetik der Unverbindlichkeit? Kultur als jüngere Selbstbeschreibung der Geographie .....	349
Autorinnen und Autoren .....	379