

Inhalt

Einleitung: Konsumästhetik

Moritz Baßler und Heinz Drügh | 7

Die Stellung der Ästhetiken zum Konsum

Thomas Hecken | 27

Singe den Zorn

Ästhetische Kultur und Demokratie der Gefühle

Josef Früchtl | 49

Geld, Geltung, Gegenwert

Skizze zu einer Theorie der Konsumkultur

Dirk Hohnsträter | 63

Das Konsumobjekt und die Gesellschaft der Gabe

Christina von Braun | 87

Werte als Konsumartikel

Wie das Marketing unseren Umgang mit Idealen prägt

Wolfgang Ullrich | 97

»Feiern bis das Bild kommt«

Methodische Ansätze zur Erforschung jugendkultureller Konsumästhetiken am Beispiel der Technoevents Mayday 2014 und 2015

Katja Gunkel und Birgit Richard | 115

Trans-korporeale Konsumtion im Cyber-Kaufhaus

Heather Phillipsons Videoinstallation *SPECIAL OFFERS* (2015)

Antonia Wagner | 135

Kalter Krieg im Kühlregal

Sowjetische Eiskrem und amerikanische Hühnerkeulchen
als Erinnerungsorte

Monika Rütters | 163

Konsum als Aneignung von Gütern

Versprechungen der Warenwelt und alltägliche Erfahrungen
mit käuflichen Dingen

Hans P. Hahn | 195

Cover-Erzählungen

Begegnungen von Pop und Marke
im Originalitätsdiskurs des Werbefilms

Melanie Horn | 215

»An Illusion to live by«

Liebe, Geld und Konsum in *The Great Gatsby*

Annemarie Opp | 243

Krimkrams

Rembert Hüser | 267

Autorinnen und Autoren | 295