

MORITZ BASSLER, HEINZ DRÜGH (HG.)

# Konsumästhetik

Umgang mit käuflichen Gegenständen

FIDUCIAL UND  
KULTUR- UND SOZIOLOGIE  
In Zusammenarbeit mit dem IGC

[transcript]

# 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

## **»Felnern 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