

Inhalt

Inhalt — VII

Dank — XI

Einleitung

Literatur an der Oberfläche: Die Poetik der Marke –

eine andere Literatur- und Kulturgeschichte der Moderne — 1

- 1 „Once you ‚got‘ Pop ...“: Markenwaren als ein neuer Gegenstand der Literaturwissenschaften — 4
- 2 Semiologische und kulturpoetologische Abenteuer: Simmel, Barthes und Greenblatt erkunden die Welt der Warenästhetik — 19
 - 2.1 Die Begründung eines kulturwissenschaftlichen Interesses an der Ästhetik der Waren: Georg Simmel besucht die *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896* — 19
 - 2.2 Faszination und kulturelle Vernetzung einer Marke: Roland Barthes' semiologische Lektüre der *Citroën DS* als Mythos des Alltags — 27
 - 2.3 Zirkulationsbewegungen zwischen Warenwelt und Literatur: Mit Stephen Greenblatt am Pool — 33
- 3 Literatur, an der Oberfläche gelesen: Kulturelle und poetologische Dimensionen von Markenwaren in literarischen Texten. Zur Textauswahl — 38

Kapitel 1

Die Entdeckung der Oberfläche: Katalog- und Kulturpoetik von Edmund Edels archivistischer *Satire Berlin W. (1906)* — 47

- 1.1 Archivierung der Oberfläche, Verabschiedung der Höhenmetaphorik — 50
- 1.2 Warenkunde, Markenkenntnis und der semiologische Mehrwert der Benennung — 56
- 1.3 Von der Oberfläche der Warenästhetik zur Oberfläche der Textur — 60
- 1.4 Der Umhang von *Gerson* und die kulturpoetische Funktion — 65
- 1.5 „Applanierung aller Werte“: Die Debatte zwischen Sombart und Edel um Reklame, Kultur und Amerikanismus im *Morgen* — 70
- 1.6 Poetik des (Warenhaus-)Katalogs — 78
- 1.7 Anthropologie des Schaums: Simmels *Philosophie der Mode* — 92

Kapitel 2

Herme(neu)tischer Zauber: Markenwaren als Leitmotive, Fetische und Archivalien wider Willen in Thomas Manns ‚Zeitroman‘ *Der Zauberberg* (1924) — 97

- 2.1 Aus Dichtung wird (beinahe) Wirklichkeit: Eine Nachgeschichte des *Zauberberg* als Vorgeschichte zu seiner Analyse — 101
- 2.2 Sammeln als kulturpoetologische Praktik zwischen *Décadence* und Reklame — 105
- 2.3 Die Grenzen des Symbolischen: Zur Materialität der Dinge im *Zauberberg* und in Spenglers *Untergang des Abendlandes* — 113
- 2.4 „Die sehr schmackhafte Marke namens Maria Mancini“: Die erotischen Konnotationen der Reklame und die Fetischisierung durch Castorp und Hofrat Behrens — 125
- 2.5 Potenzierter Fetischismus: Konvergenzen von Warenästhetik und Psychoanalyse – und Manns Dichtungsprogramm der ‚Beseelung‘ — 140
 - 2.5.1 Das Fetischkonzept der Psychoanalyse — 140
 - 2.5.2 Das Fetischkonzept von Marx — 142
 - 2.5.3 ‚Beseelung‘ — 144
- 2.6 Die *Maria Mancini* als Fetisch der Textur: Zur Semiologie des ‚Leitmotivs‘ — 147
- 2.7 Der ‚hermetische Zauber‘ und das Archiv — 159

Kapitel 3

Die Faszination des Glanzes: Irmgard Keuns Tagebuchroman *Das kunstseidene Mädchen* (1932) im Schnittfeld von Warenästhetik und Film — 168

- 3.1 Denken in Marken, Schreiben wie Film: Die Optik der Oberfläche in zwei poetologischen Schlüsselstellen — 172
 - 3.1.1 Denken in Marken — 172
 - 3.1.2 Schreiben wie Film — 179
- 3.2 Romantik und Sachlichkeit des Konsums – und die doppelte Ökonomie des Wunsches, ein ‚Glanz‘ zu werden — 184
- 3.3 Marken und Masken: Zur *master trope* des ‚Glanzes‘ — 191
- 3.4 ‚Glanz‘ als Element moderner Faszinationsproduktion — 204
 - 3.4.1 Der ‚Glanz‘ der Warenästhetik: Lichtreklame und Schaufenster — 204
 - 3.4.2 Der ‚Glanz‘ des Films: Stars und Medienverbünde — 214
 - 3.4.3 Der ‚Glanz‘ der Konsumierenden: Lesende als Schreibende — 225
- 3.5 Materialästhetik: *Bembergseide* und die poetologischen Synthesen des *Kunstseidenen Mädchens* — 231

Kapitel 4

Geschichte im Präsens: Wolfgang Koeppens rhizomorpher Zeitgeschichtsroman *Tauben im Gras* (1951), *Coca-Cola* und die Kulturpoetik der Zirkulation — 241

- 4.1 Poetik und Textur von *Tauben im Gras* — 244
 - 4.1.1 Die Romantextur, literarhistorisch betrachtet:
„Krise des Romans“ — 246
 - 4.1.2 Die Romantextur, poetologisch betrachtet:
„Geschichte im Präsens“ — 249
- 4.2 „Neumodisches Zeug“ und „Symbol der Freundschaft“:
Zur zeitgeschichtlichen Semantik von *Coca-Cola*
in *Tauben im Gras* und im Nachkriegsdeutschland des
Marshallplans — 257
 - 4.2.1 „Neumodisches Zeug“: *Coca-Cola* als zeitgeschichtliches Archivalie
in *Tauben im Gras* — 258
 - 4.2.2 „Symbol der Freundschaft“: *Coca-Cola* in der
zeitgenössischen Reklame und im *OMGUS*-Film
Der unsichtbare Stacheldraht (1951) — 261
- 4.3 Die „Geschichte im Präsens“ und ihr Präteritum:
Coca-Cola und Amerikanismus in der Weimarer Republik
und im Nationalsozialismus — 267
- 4.4 Zur Zirkulation der Dinge und Zeichen — 275
 - 4.4.1 Die Tasse der „Berliner Manufaktur“ und *Coca-Cola*:
Deutsche und amerikanische Dingkultur um 1950 — 276
 - 4.4.2 Zirkulation als kulturpoetologisches Prinzip — 280
- 4.5 Tauben auf dem Markusplatz –
Abschied von der *Kritik der Warenästhetik* — 283

Kapitel 5

Die unendliche Zirkulation: Christian Krachts Roman 1979 (2001) und die politische Ökonomie der Zeichen in der Popmoderne — 287

- 5.1 „Die besten Schuhe der Welt“: 1979 als Geschichte eines Paares
Schuhe der Marke *Berluti* — 291
- 5.2 „Die ewig gleiche Wiederholung der Schritte“:
Wiederholung und Differenz — 302
- 5.3 Vom Wesen der Dinge zur Oberflächenhaftigkeit der Postmoderne:
Martin Heidegger und Frederic Jameson über Schuhe
in der Kunst — 308
- 5.4 Filz, oder: Im Reich der Zeichen — 315
 - 5.4.1 Filz als textile Metapher der Postmoderne — 316

- 5.4.2 Der ‚glatte‘ Raum und seine Einkerbungen:
 Die Kunstlandschaft von 1979 zwischen Diegese,
 Selbstreferentialität und Intermedialität — **322**
- 5.5 Die *Berliner Gewerbe-Ausstellung 1896* und die Präzession der
 Simulakra — **329**
- 5.6 *Kool Killer im Camp*: Das Lager, die unendliche Zirkulation und die
 politische Ökonomie der Zeichen in der Popmoderne — **338**

Ausblick

Die Zukunft der Oberfläche: Perspektiven für eine künftige literatur- und kulturwissenschaftliche Forschung zur Poetik und Kultur der Marke — 346

Literatur- und Medienverzeichnis — 352

- 1 Primärliteratur — **352**
 - 1.1 Literarische Primärtexte — **352**
 - 1.2 Primärtexte zu Markenwesen und Warenästhetik — **355**
 - 1.3 Weitere zeitgenössische Primärtexte — **358**
 - 1.4 Literatur- und kulturtheoretische Texte — **365**
 - 1.5 Zeitschriften — **369**
 - 1.6 Warenkataloge — **370**
 - 1.7 Filme und Musik — **370**
 - 1.8 Internetquellen — **370**
- 2 Sekundärliteratur — **371**
- 3 Verzeichnis der Abbildungen — **393**

Personenregister — 399

Markenregister — 404