

Inhalt

Danksagung.....	5
Inhalt.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	8
A) Einleitung	9
B) Theoretischer Teil.....	15
1. Literatur und Wissen	15
1.1. Der Begriff <i>Wissen</i>	20
1.2. Der Begriff <i>Literatur</i>	24
1.3. Literatur <i>und</i> Wissen	45
2. Literatur und Wirtschaft.....	55
2.1. Die Wirtschaft und ihre Wissenschaften	62
2.2. Die Literatur und die Wirtschaft(swissenschaften)	65
3. Literatur und Marken	97
3.1. Die Marke aus juristischer und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht.....	97
3.2. Die poetischen Qualitäten der Marke	107
3.3. Die Marke in der Literatur.....	129
4. Literatur und Automobilmarken	147
5. Literatur und die Marke Mercedes-Benz.....	177
5.1. Vorgehensweise und Textkorpus.....	177
5.2. Die Marke Mercedes-Benz	183

C)	Interpretatorischer Teil.....	193
1.	Leon Levit: <i>Ein Mercedes im Sand</i>	193
2.	Walter Kappacher: <i>Silberpfeile</i>	207
3.	Paweł Huelle: <i>Mercedes-Benz. Aus den Briefen an Hrabal</i>	229
4.	James Hawes: <i>Ein weißer Mercedes mit Heckflossen</i>	261
5.	Faye Kellerman: <i>Arglist</i> (im Original: <i>The Mercedes Coffin</i>)	293
6.	Stephen King: <i>Mr. Mercedes</i>	319
7.	Tiny Stricker: <i>Ein Mercedes für Täbris</i>	345
8.	Jeroen van Bergeijk: <i>Mein Mercedes ist nicht zu verkaufen. Eine abenteuerliche Reise durch Afrika</i>	361
9.	Nkem Nwankwo: <i>Mein Mercedes ist größer als deiner</i>	385
D)	Rückblick und Ausblick.....	431
	Literaturverzeichnis.....	447