

# Inhalt

<i>Einleitung</i> . . . . .	9
<b>Die Sprache der Gegenstände</b> . . . . .	21
<i>Die Ausgestaltung des Wohnraums</i> . . . . .	23
Das überlieferte Milieu . . . . .	25
Der moderne Gegenstand – von seiner Funktion befreit .	23
Das Modell-Interieur . . . . .	28
Vor einer Soziologie der Ausgestaltung? . . . . .	34
Der Raumgestalter . . . . .	37
<i>Die Strukturen der Stimmung</i> . . . . .	42
Stimmungswert Farbe . . . . .	42
Stimmungswert Material . . . . .	50
Persönliche Beziehungen und Stimmung . . . . .	57
Stimmungswerte: Gebärden und Formen . . . . .	62
Stilisierung – Handlichkeit – Verhüllung . . . . .	69
<i>Naturalität und Funktionalität</i> . . . . .	83
<i>Nachtrag: Wohnung und Wagen</i> . . . . .	86
<b>Der subjektive Ausdruck</b> . . . . .	93
<i>Das alte Objekt – Zeit und Dauer</i> . . . . .	95
»Stimmungswert« Historizität . . . . .	95
Symbolischer Wert: Mythos des Ursprungs . . . . .	96
Die »Authentizität« . . . . .	98
Die »Beseelung« des Hauses . . . . .	99

Legende und Nützlichkeit . . . . .	103
Kontrapunkt: das technische Objekt und die Primitiven .	106
Der Antiquitätenmarkt . . . . .	108
Der kulturelle Neo-Imperialismus . . . . .	109
<i>Die Sammlung</i> . . . . .	110
Gegenstand ohne Funktion . . . . .	110
Die Sammelleidenschaft . . . . .	112
Das schönste Haustier . . . . .	114
Das Spiel mit der Serie . . . . .	116
Von der Quantität zur Qualität: das Unikat . . . . .	117
Gegenstände und Gewohnheiten: die Uhr . . . . .	120
Gegenstand und Zeit: der geregelte Kreislauf . . . . .	122
Gegenstand im Gewahrsam: die Eifersucht . . . . .	126
Entstrukturiertes Objekt: die Perversion . . . . .	128
Freude an der Freude . . . . .	132
Selbstgespräch . . . . .	135
Gadgets und Roboter . . . . .	137
Technische Konnotation: Automatismus . . . . .	139
Der Automatismus . . . . .	140
Der funktionelle Rausch . . . . .	143
Das Trugbild des Automaten . . . . .	145
Der Roboter als Supergegenstand . . . . .	150
Metamorphose der Technik . . . . .	156
Technik und System des Unbewußten . . . . .	161
Gegenstände und Verbrauch . . . . .	169
<i>Modelle und Serien</i> . . . . .	171
Vorindustrieller Gegenstand und industrielles Modell .	171
Der »verpersönlichte« Gegenstand . . . . .	174
Die Idealität des Modells . . . . .	178
Vom Modell zur Serie . . . . .	180

<i>Der Kredit</i> . . . . .	194
Rechte und Pflichten des Konsumenten . . . . .	194
Eine neue Ethik: Verbrauch vor Erzeugung . . . . .	197
Der Kaufzwang . . . . .	199
Der wunderbare Einkauf . . . . .	200
Die Doppeldeutigkeit der Haushaltswaren . . . . .	201
 <i>Die Werbung</i> . . . . .	 203
Gespräch über den Gegenstand und Gesprächsgegenstand	203
Befehl und Aussage im Werbegespräch . . . . .	204
Die Logik des Weihnachtsmanns . . . . .	205
Die mütterliche Instanz: das moderne Sitzmöbel . . . . .	207
Kaufkraftfestival . . . . .	212
Doppelte Instanz: Belohnung und Strafe . . . . .	216
Die kollektive Annahme . . . . .	220
Ein neuer Humanismus? . . . . .	225
Eine neue Sprache? . . . . .	231
 <i>Vor einer neuen Definition des »Verbrauchs«</i>	 243
 <i>Nachwort von Florian Rötzer</i> . . . . .	 250