

# **For Sale!**

## **Kommodifizierung in der Gegenwartskultur**

**Sabine Coelsch-Foisner (Ed.), Christopher Herzog (Ed.)**



„For Sale! Kommodifizierung in der Gegenwartskultur“ ist ein wichtiges Forschungsdokument in einem massiven Wandel, der wie bereits die Wirtschaftskrise von 2008 die Frage aufwirft, ob der Neoliberalismus denn am Ende ist oder erneut Resilienz beweisen wird. Ausgehend von zwei grundlegenden Bedeutungen des Begriffs „Kommodifizierung“ – der Produktion von Gütern zum Tausch auf Märkten und dem Prozess, wenn etwas zur Ware (gemacht) wird – befragt der Band in zehn Kapiteln, welche ethischen, kulturpolitischen, soziologischen und ästhetischen Perspektiven sich mit dem Verkauf materieller und immaterieller Güter verknüpfen, welche Kulturdebatten sich um Finanzkapitalismus und Neoliberalismus im 20. und 21. Jahrhundert entzünden und wie die Kunstszene auf ökonomische Zwänge, messbare Erfolgsparameter und (digitale) Vermarktungsstrategien reagiert.

Behandelt werden brisante Themen wie das Geschäft mit Musik, Bühne und Bildender Kunst, die literarische Vermarktung von Vergangenheit, die Entfremdung religiöser Praktiken durch kommerzielle Wertschöpfung, die performative Kodierung von Waren am Beispiel tierischer Nahrungsmittel, die Rolle von Software als führender Ware der Gegenwart, der Handel mit dem menschlichen Körper und der immaterielle Wert menschlicher Leistung und Kreativität.

Mit Beiträgen von: Sabine Coelsch-Foisner, Ferdinand Schmalz, Ulrich Ermann, Ulrich H. J. Körtner, Guido Kucsko, Christoph Kirsch, Anne Koch, Wolfgang Rathert, Bettina Steinbrügge, José Igor Prieto-Arranz, Gordon Kampe

## Inhaltsverzeichnis

SABINE COELSCH-FOISNER Vorwort .....	1
FERDINAND SCHMALZ gelenk, gelenkt, verrenkt .....	5
SABINE COELSCH-FOISNER Sandals for Sale! Commodification in Contemporary Culture .....	7
ULRICH ERMANN Geographien der Kommodifizierung: Zur performativen Herstellung von Raum und Natur bei der Vermarkt(lich)ung von Lebensmitteln .....	29
ULRICH H.J. KÖRTNER Hat alles seinen Preis? Die Vermarktung des menschlichen Körpers aus medizinethischer und theologischer Sicht .....	49
GUIDO KUCSKO Kunst ohne Artefakte und Artefakte ohne Künstler – ein urheberrechtlicher Blick auf Concept Art und AI Art .....	73
CHRISTOPH KIRSCH Take a Selfie: Selbstbezüglichkeit in der Digitalisierung von Allem .....	83
ANNE KOCH For Sale: Value Creation and Commodification in Religion Today .....	89
WOLFGANG RATHERT Musik – nichts als Geschäft und Unwahrheit? Hans G Helms' Theorie des Warencharakters der Musik heute .....	109
BETTINA STEINBRÜGGE Siegerkunst und Institutionskritik: In den Untiefen eines sich wandelnden Feldes .....	127

JOSÉ IGOR PRIETO-ARRANZ The Past as a Commodity in the Present: Reflections on the Historical Turn in British and Spanish Literature .....	147
SABINE COELSCH-FOISNER im Gespräch mit dem Komponisten GORDON KAMPE und dem Autor FERDINAND SCHMALZ Mammon, Meet and Greets und musikalische Bronzetafeln – Wege zum Erfolg .....	169
Verzeichnis der Autor*innen .....	191