

kursbuch.edition



Ernst Mohr

Punkökonomie

Stilistische Ausbeutung des gesellschaftlichen Randes

256 Seiten, gebunden

€ 25,00 (D), € 25,70 (A)

ISBN 78-3-946514-15-2

erscheint am 15. September 2016

E-Book: 978-3-946514-18-3

Wie verläuft stilistische Innovation? Wie entwickeln sich neue Stile? Wo findet Innovation statt? Welche Akteure sind beteiligt? Welche Rolle spielt dabei der Geschmack? In »Punkökonomie. Stilistische Ausbeutung des gesellschaftlichen Randes« beschreibt Ernst Mohr den Prozess und Treibstoff stilistischer Innovation.

»Der mit und in der Stilökonomik neu entwickelte Denkansatz, der nach den kulturellen und gesellschaftlichen Faktoren fragt, die die stilistische Innovationskraft einer Volkswirtschaft beeinflussen, kann in unversöhnlicher Konkurrenz zum traditionellen ökonomischen Denken gesehen werden. Er kann aber auch als zeitdiagnostischer Beitrag zum besseren Verständnis dessen verstanden werden, was das Charakteristische am Neuen einer Wirtschaft der postmodernen Gesellschaft ist. Nennen wir es die Punkökonomie.«

Am gesellschaftlichen Rand versammeln sich Subkulturen und Jugendkulturen. Ökonomisch gesehen stellt er also Risikogebiet dar: häufig niedriger Bildungsstand, verbreitet Arbeitslosigkeit, dafür hohe Sozialkosten – kurz: reiner Kostenfaktor in der Gesamtbilanz. So die eine Sicht. Dagegen steht, dass der innovationswirksame Wandel des Zeitgeistes aber gerade von diesem Rand her befeuert wird und nicht von der »tragenden« Mitte der Gesellschaft ausgeht. Habitus, Lebensstil, Mode als Rebellion – das funktioniert so lange, bis der Mainstream zugreift, Versatzstücke der Gegenkultur übernimmt und sich als neuen Trend einverleibt. Damit ist der Lauf der Kommerzialisierung eröffnet und der Rand gezwungen, Neues zu produzieren.

Warum der rebellische Rand der Gesellschaft in diesem kommerziell so wichtigen Bereich dem Mainstream so dauerhaft und produktiv zu Diensten bleibt und welches wirtschaftliche Zusammenspiel zwischen Rand und Mainstream hier am Werk ist, diesen Fragen geht Ernst Mohr in brillanter Weise nach und zeigt, warum und wie dieses Spiel zwischen dem produktiven Konsumenten als neuem Wirtschaftssubjekt und der Geschmacksindustrie als dessen Ausbeuter so gut funktioniert.

Über den Autor: Prof. Dr. Ernst Mohr ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen. Er forscht über den Einfluss von Kultur auf wirtschaftliches Verhalten. Vor allem über den Einfluss des Geschmacks auf Konsumententscheidungen. 2014 erschien »Ökonomie mit Geschmack – Die Postmoderne Macht des Konsums«.

Pressekontakt

Dr. Luise Ritter, Sven Murmann Verlagsgesellschaft mbH, Miramar-Haus, Schopenstehl 15, 20095 Hamburg
Tel. 040-398083-24, ritter@murmann-publishers.de, www.kursbuch.online