

Milo Tadic

Die Repräsentation kultureller Zeichen durch kapitalisierende Kompetenzen, Marken und Streams

Ein kontextorientiertes Konzept zur ästhetischen Analyse
und Entwicklung von Trends und Economies

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2001 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832431419

Milo Tadic

Die Repräsentation kultureller Zeichen durch kapitalisierende Kompetenzen, Marken und Streams

Ein kontextorientiertes Konzept zur ästhetischen Analyse und Entwicklung von Trends und Economies

Milo Tadic

Die Repräsentation kultureller Zeichen durch kapitalisierende Kompetenzen, Marken und Streams

*Ein kontextorientiertes Konzept zur ästhetischen Analyse
und Entwicklung von Trends und Economies*

**Diplomarbeit
an der Fachhochschule Heilbronn
Fachbereich Wirtschaft II
Januar 2001 Abgabe**



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 3141

Tadic, Milo: Die Repräsentation kultureller Zeichen durch kapitalisierende Kompetenzen, Marken und Streams: Ein kontextorientiertes Konzept zur ästhetischen Analyse und Entwicklung von Trends und Economies / Milo Tadic - Hamburg: Diplomatica GmbH, 2001
Zugl.: Heilbronn, Fachhochschule, Diplom, 2001

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomatica GmbH
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey —
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —

Hermannstal 119 k —
22119 Hamburg —

Fon: 040 / 655 99 20 —
Fax: 040 / 655 99 222 —

agentur@diplom.de —
www.diplom.de —

Vorwort zur Form dieser Arbeit

Die gängigen Kategorien Wirtschaftswissenschaft, Soziologie, Politologie und Kulturwissenschaft erklären in nur eingeschränktem Maße die kulturellen und materiellen Verstrickungen heutiger Waren- und Markenwelten mit Populärkulturen, Medien, Avantgarden sowie ästhetischen und politisch-ökonomischen Entwicklungen.

Die netzwerkartig verbundenen Aktionen von Individuen, Gemeinschaften, Kulturen und Unternehmen bedürfen jedoch einer kontextbezogenen Untersuchung, die sich freilich einer konkreten Klassifizierung und eindeutigen Nutzenfunktionen entziehen muss. Letzten Endes unterliegt die Forschung nach den Zeichensystemen und Trends den kollektiven Mentalitäten und Empfindungen, zu denen alle Institutionen und sozialen Bereiche gemeinsam beigetragen haben.

Der im englischen feste Begriff *Cultural Studies*, der in unserem Zusammenhang *Kultursemiotik* genannt werden kann, thematisiert die disziplinenübergreifenden Windungen der Zeichen und Symboliken, und wird am besten mit den Worten Lawrence Grossbergs fühlbar, der schreibt „*man könnte Cultural Studies als Disziplin der Kontextualität beschreiben.*“ (Grossberg 1994, S. 11).

Das Erkenntnisinteresse dieser *kultursemiotischen* Arbeit gilt also nicht primär den Produkten, Marken oder hard facts, sondern den ihnen zu Grunde liegenden Mentalitäten und – da die Zeichensysteme gesellschaftlich, keineswegs aber *natürlich* fixiert sind – den Interessen und Ideologien, die hinter der Propagierung bestimmter Mentalitäten, Empfindungen und Werte liegen.

Schon jetzt schmunzle ich über die verwirrten Interessierten, die sich beim Ausdruck *Trend* auf dem Titelblatt auf irgendetwas Erregendes und Spaßiges freuen, und die inhaltlich leider nur die traurige Tristesse der analytischen Theorie zu sehen bekommen. Egal, zur Pflichtlektüre wird es schon nicht werden!

Ich freue mich jedenfalls, wollte ich doch schon immer genau so funktionieren, wie Mykel Board sorgenfrei ausdrückt: „*My fun begins where your fun ends.*“

Danke!

An dieser Stelle möchte ich zunächst Herrn Prof. Lieb für seine Unterstützung bei der Umsetzung der losen Gedanken in eine akzeptable Schriftform danken.

Mein Dank gilt zudem Chris Hieber für die Produktion der zu dieser Arbeit gehörenden T-Shirts, sowie Silke Hörsch im besonderen für die Herstellung der Web-Site www.anomy.de, der Idee und Produktion der Handytaschen und nicht zuletzt für ihr undankbares Los, über einige Wochen meiner permanenten thematischen Penetration ausgesetzt gewesen zu sein.

Milo Tadic

Sinsheim, im Januar 2001

Mein Ehrenwort!

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsstelle vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, dass die vorliegende Arbeit der Bibliothek der Fachhochschule Heilbronn zur Verfügung gestellt wird.

Milo Tadic

Sinsheim, im Januar 2001

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Jenny Holzer: From the Survival Series, 1987	1
Abbildung 2:	Pink Floyd: Wish you were here, LP-Cover, 1975	2
Abbildung 3:	Ashley Bickerton: Gequältes Selbstporträt, 1988	3
Abbildung 4:	ohne Autor: Die war nicht wirklich hübsch. Egal, Hauptsache die Titten hängen raus, Bilder von der Love-Parade 2000a	4
Abbildung 5:	ohne Autor: Jena, Bilder von der Love-Parade 2000b	4
Abbildung 6:	ohne Autor: ohne Titel, Bilder von der Love-Parade 2000c	5
Abbildung 7:	o. A.: Sondermodell DM 329,90 Nur noch in Gr. 42 und 44 lieferbar!	5
Abbildung 8:	Madonna: Music, CD-Cover, 2000	6
Abbildung 9:	Falsch oder echt?: Lacoste T-Shirt blau / Lacoste Pullover blau , 2000	7
Abbildung 10:	Echt oder falsch?: Lacoste T-Shirt blau / Lacoste Pullover blau , 2000	8
Abbildung 11:	Alles echt, alles falsch: Lacoste T-Shirts / Lacoste Pullover, 2000	9
Abbildung 12:	ohne Autor: Liebe, Freiheit und Toleranz, Werbung für Virgin Cola	15
Abbildung 13:	ohne Autor: Liebe, Freiheit und Toleranz, Werbung für Virgin Cola	15
Abbildung 14:	Wachsendes Abstraktionsniveau der Trendanalyse	26
Abbildung 15:	Handy Capt. – Vorderseite T-Shirt (Entwurf)	53
Abbildung 16:	ANOMY – Rückseite T-Shirt (Entwurf)	54
Abbildung 17:	Gruppenfoto 1: Alle S-Klassen von 1955 bis 1998	76
Abbildung 18:	Innenraum der alten S-Klasse	77
Abbildung 19:	Alte S-Klasse von vorne	77
Abbildung 20:	Alte S-Klasse von der Seite	78
Abbildung 21:	Gruppenfoto 2: Alle S-Klassen von 1955 bis 1998	78
Abbildung 22:	Neue S-Klasse von hinten	79
Abbildung 23:	Innenansicht der neuen S-Klasse	80
Abbildung 24:	Alte S-Klasse von hinten	81
Abbildung 25:	Neue S-Klasse von der Seite	82
Abbildung 26:	Designstudie zur alten S-Klasse / Fahrstudie der neuen S-Klasse	84

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

I. <u>ZEICHEN ZUR ZEIT</u>	1
II. <u>INSIDERWISSEN: DAS RICHTIGE UND FALSCHER LACOSTE</u>	7
III. <u>VORSPRUNG DURCH ZEICHEN: REPRESENT, REPRESENT</u>	10
A. DIE GESCHICHTE VOR DER GESCHICHTE, TEIL 1: DIE DINGE UND DEREN MERKMALE	10
B. DIE GESCHICHTE VOR DER GESCHICHTE, TEIL 2: DIE DINGE UND DEREN BEDEUTUNGEN	12
C. DAS SZENARIO	16
D. DIE AKTEURE	17
1. DIE ÖKONOMIE DER ZEICHEN	17
2. KUNST, KULTUR, SUBKULTUR	21
3. POLITIK UND GLOBALE ENTWICKLUNGEN	24
4. DAS INDIVIDUUM ALS KÜNSTLER UND KONSUMENT	29
IV. <u>TRENDFORSCHUNG GOES OUT OF TREND</u>	34
A. THE KITCHENS OF DISTINCTION – DIE WASCHKÜCHE DER TRENDFORSCHUNG	34
B. OH LORD, CAN YOU GET ME A TREND?	35
C. AUTHENTISCHE INAUTHENTIZITÄT, INAUTHENTISCHE AUTHENTIZITÄT, INAUTHENTISCHE INAUTHENTIZITÄT	36
D. DER ÖKONOMISCHE NUTZENBEGRIFF	37
V. <u>DAS PHÄNOMEN ÄSTHETIK</u>	39
A. EVERYBODY NEEDS SOMEBODY: ÄSTHETISCHE DIFFERENZ ALS VERMITTLER INDIVIDUELLER ZEICHEN	39
B. JUGEND- UND POP-KULTUR ALS UNENDLICHE RESSOURCEN DER ÄSTHETIK UNTER KAPITALISTISCHEN BEDINGUNGEN	43
C. EXPRESS YOUR ALLTAG: HOMOGENITÄT DER DIFFERENZ	46
D. EIN HAUCH VON FREIHEIT: EIGENTUM UND COPYRIGHT	47