

# Inhalt

*Kai-Uwe Hellmann*

Räume des Konsums: Zur Einführung..... 9

**1 Konsumismus und Architektur ..... 17**

*Kai-Uwe Hellmann*

Das konsumistische Syndrom

Zum gegenwärtigen Entsprechungsverhältnis von Gesellschafts- und Identitätsform unter besonderer Berücksichtigung der Raum-Konsum-Relation..... 19

*Michael Makropoulos*

Architektur und Konsum als Medien objektvermittelter Vergesellschaftung ..... 51

**2 Zur Produktion von Raum für den Konsum ..... 67**

*Karlheinz Wöhler*

Raumkonsum als Produktion von Orten ..... 69

*Robert V. Kozinets/John F. Sherry/Benet DeBerry-Spence/Adam Duhachek/  
Krittinee Nuttavuthisit/Diana Storm*

„Themed Flagship Brand Stores in the Millennium“:  
Theorie, Praxis, Ausblicke..... 87

**3 Zum Konzept des Konsums Dritter Orte ..... 119**

*Guido Zurstiege*

Der Konsum Dritter Orte ..... 121

*Christian Schwarzenegger*

Das „Verräumen“ der Orte

Konsum Dritter Orte als Ikonophagie..... 142

#### 4 Fußball, Clubs und Burning Men..... 157

*Christoph Jacke*

Verortungen des Dazwischen

Vergesellschaftung durch Kommunikation und Konsum

an den popkulturellen Dritten Orten Musik-Club und Fußball-Stadion..... 159

*Thomas Düllo*

Temporary Community & Temporary Place

Burning Man und der inszenierte Anti-Konsum..... 178

#### 5 Nachwort

*Guido Zurstiege*

Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus... 197

Autorenangaben ..... 201