



Ernst Mohr

Ökonomie mit Geschmack

Die Postmoderne Macht des Konsums

536 Seiten, gebunden mit Schutzumschlag

€ (D) 39,99 / sFr. 53.90 / € (A) 41,20

ISBN 978-3-86774-340-2

Erscheinungstermin 11. März 2014

Von Absolut Vodka bis Warhol, von Jägergrün bis Geiz ist geil!, von Kitsch bis Kunst, von Hiphop bis Tattoo, von Boulettenbruzler bis Sushi-Meister, von Ostalgie bis Globalisierung: Nichts prägt die Wirtschaft stärker als der menschliche Geschmack. Nichts ist enger verquickt mit der Globalisierung als seine internationale Diffusion und nichts enger verschmolzen mit ihm als unsere Identität.

Ernst Mohr unternimmt eine kulturökonomische Globalreise durch Marken, Stile, Moden und ihre Alltagskultur. Warum ist die Welt der Konsumgüter so bunt und warum wird sie immer bunter? Wie entsteht stilistische Diversität? In welche Richtung diffundiert der Geschmack zwischen Ländern? Und welche Rolle spielt dabei die Offenheit der westlichen Gesellschaft? »Ökonomie mit Geschmack« erklärt und beschreibt, wie der Geschmack die entscheidende Leitgröße in der postmodernen Wirtschaft geworden ist.

Ein Buch für Soziologen, Wirtschaftswissenschaftler, Designer, Medienmenschen, Philosophen, Politologen, Ethnologen und Historiker, kurz: für alle Menschen, die sich für interdisziplinäre Erkenntnisreisen interessieren.

Über den Autor: Ernst Mohr ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen. Er forscht über den Einfluss von Kultur auf wirtschaftliches Verhalten

Pressekontakt

Maria Altepost, Murmann Publishers, Miramar-Haus, Schopenstehl 15, 20095 Hamburg
Tel. 040-398083-24, altepost@murmann-publishers.de, www.murmann-publishers.de