

# Inhalt

<b>0 Prolog: Bewegung aus der Einkaufstasche</b>	<b>13</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>17</b>
1.1 Konsumkultur als Gegenstand feministischer Wissenschaft	18
1.2 Konsumkultur als Gegenstand der Kunst	25
1.3 Aufbau der Arbeit und Anordnung der Kapitel	29
1.4 Zum Gang der Untersuchung: Forschungsgegenstand, Methodisches und Begriffsbestimmungen	30
1.4.1 Feministische Perspektiven	33
1.4.2 Artikulationen des Konsums	34
<b>2 Historische Rahmung: Konsum, Weiblichkeit und Feminismen</b>	<b>37</b>
2.1 Weiblichkeit als Konsumkonstrukt: Feminine ‚Archetypen‘ der Konsumkultur um die Jahrhundertwende	37
2.1.1 Die andere Andere: die Sex-Arbeiterin und die Prostituierte	42
2.1.2 Die bürgerliche Hausfrau	46
2.1.3 Die Arbeiterin oder die Hausfrau der Arbeiterklasse	55
2.1.4 Die Verkäuferin	58
2.1.5 Aus der Demi-Monde: Mannequin und Schauspielerin	61
2.1.6 Die Diebin	64
Zusammenfassung	68
2.2 Feministische Konsumkritik von den 1960er bis 1980er Jahren: Zur Ästhetisierung der feministischen Kritik am Konsum	69
2.2.1 Übergang in die Konsumgesellschaft: Konsumieren nach dem Zweiten Weltkrieg	70
2.2.2 Die kultur- und kapitalismuskritische feministische Konsumkritik in den 1960er und 1970er Jahren und ihre ästhetischen Impulse	73
2.2.2.1 Die ‚verletzliche Konsumentin‘ im Fokus der Kritik	73
2.2.2.2 Zur feministischen Medienkritik: der Bilder-von-Frauen-Ansatz	81
Zusammenfassung	86
2.2.3 Ästhetische feministische Konsumkritik in den 1980er Jahren	87
2.2.3.1 „Consume oneself into being“: Postmoderne Subjektivierung	87
2.2.3.2 Die ‚Karrierefrau‘ als Konsumentin	90

2.2.3.3	Zur Aneignung feministischer Themen in der Werbung	94
2.2.3.4	Zur Bild- und Medienkritik: der Weiblichkeit-als-Bild Ansatz	97
	Zusammenfassung	100
<b>3</b>	<b>Begriffsbestimmungen: Konsumlust, Konsumarbeit, Konsumbilder</b>	<b>101</b>
3.1	Konsumlust, weibliches Genießen und <i>Jouissance</i>	101
3.2	Konsumarbeit, Hausarbeit und täglicher Konsum für die Familie	110
3.3	Konsumbilder, Bildpraxis und Repräsentationskritik	117
<b>4</b>	<b>Konsumlust</b>	<b>121</b>
4.1	Konsumlust als Leiberfahrung in der Pop Art: Evelyne Axell's erotische Autofahrten	125
	Zusammenfassung	133
4.2	Konsumlust als Verzehr und die Bewegung der In- und Exkorporation	134
4.2.1	Gefräßigkeit und sexuelle Lust bei Evelyne Axell, Ludi Armbruster und Niki de Saint Phalle	134
4.2.2	Abjektive Konsumlust in Nathalia LL's <i>Consumer Art</i> (1972–1975)	140
4.2.3	Leibhaftige Konsumlust in Carolee Schneemanns <i>Meat Joy</i> (1964)	146
	Zusammenfassung	152
4.3	Zur Ästhetik des „Niedlichen“: Christa Dichgans' plüschophile Stillleben der 1960er Jahre	153
4.3.1	Die widerständige Aggressivität des Niedlichen	159
4.3.2	Dichgans' proto-feministische Anspielungen auf die Funktion der Hausarbeit	163
4.3.3	Machtanspruch durch Verniedlichung: Der Verkaufserfolg von Dichgans' „Infla-tables“	166
	Zusammenfassung	168
4.4	<i>Jouissance</i> und affirmativer Über-Konsum als feministische Strategie der Subjektivierung bei Věra Chytilová	169
4.4.1	Věra Chytilová's <i>Sedmikrásky</i> (Tausendschönchen, 1966)	169
4.4.2	„Ich esse alles schrecklich gern.“ – <i>Jouissance</i> als affirmativer Über-Konsum und Strategie der leiblichen Subjektivierung	171
4.4.3	Über-Konsum als Kritik an Weiblichkeitsbildern: Von der Nährenden zur genießenden Konsumentin	175
	Zusammenfassung	178

<b>5</b>	<b>Konsumarbeit</b>	179
5.1	Haushalten am eigenen Körper: Zur Assimilation von Körper und Haus	182
5.1.1	Konsumprodukte als Ausdruck von Weiblichkeit im <i>Womanhouse</i> (1972)	184
5.1.2	Konsumräume und Körperkonsum in Birgit Jürgenssens <i>Hausfrauen-Küchenschürze</i> (1975), Helen Chadwicks <i>In the Kitchen</i> (1977) und Martha Roslers' <i>Body Knows no Pain, or Body Beautiful</i> (1965–1974)	190
	Zusammenfassung	198
5.2	Konsumarbeit in Martha Roslers Videoarbeiten der 1970er Jahre	199
5.2.1	Exklusive Kochkunst als Konsumarbeit der bürgerlichen Hausfrau in Martha Roslers <i>A budding gourmet</i> (1974)	200
5.2.1.1	Konsumarbeit als Distinktionspflicht der bürgerlichen Hausfrau	201
5.2.1.2	Konsum in einer globalisierten Welt: für eine ästhetische Verantwortung kunstfertiger Arbeit	204
	Zusammenfassung	207
5.2.2	Das vergeschlechtlichte Verhältnis zwischen dem Gebrauch und dem Tausch der Konsumdinge: Martha Roslers <i>Traveling Garage Sale</i> (1977)	207
	Zusammenfassung	216
5.2.3	Widerstand gegen die Konsumarbeit in Martha Roslers <i>Semiotics of the Kitchen</i> (1975)	216
<b>6</b>	<b>Konsumbilder</b>	219
6.1	Zirkulierende Konsumbilder in Sanja Ivekovićs Bildserie <i>Double Life</i> (1976)	221
	Zusammenfassung	228
6.2	Verwickelt in Imaginationsprozesse: Konsumbilder als Regierungstechniken in Mitra Tabrizians <i>Governmentality</i> (1983)	228
6.2.1	Unterdrückungsparadigmen ...	232
6.2.2	... als Teil der Verwicklung: Genderverhältnisse im Produktionssystem Werbung und Konsument*innen am Verhandlungstisch	233
	Zusammenfassung	236
6.3	„Just looking“: Der Blick der Flaneuse in der Videoarbeit <i>Casual Shopper</i> (1980/81) von Judith Barry	236
6.3.1	<i>Casual Shopper</i> (1980/81): Werkbeschreibung	237
6.3.2	Der Flaneuer und die Flaneuse – eine unmögliche Liebesgeschichte der Konsumkultur	242
6.3.3	Der Blick der Flaneuse	245
	Zusammenfassung	248

6.4	Auge um Auge: Barbara Krugers Konsumbilder auf Augenhöhe mit der Werbung	249
6.4.1	„Bild und Frau“ im öffentlichen Raum Zusammenfassung	251 259
<b>7</b>	<b>Resumee und Ausblick</b>	<b>261</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>269</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>291</b>