

---

# Inhalt

---

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b> .....	8
<b>2.</b>	<b>Ideologie – falsch, endlos und ohne Grund?</b> .....	20
2.1	Napoleon Bonaparte und ein Ehekrach am Frühstückstisch .....	20
2.2	Marx und Engels: Vom Himmel zur Erde – und zurück? .....	22
2.3	Lukács und das «Urphänomen der Verdinglichung» .....	24
2.4	Das Ende der Ideologie oder Ideologie ohne Ende? .....	26
2.5	Marcuses «Eindimensionale Gesellschaft» .....	28
2.5.1	«Ideologie» und «Wirklichkeit».....	28
2.5.2	Konsum und Antagonismus .....	31
2.5.3	«Glückliches Bewusstsein» und «repressive Entsublimierung» .....	33
2.5.4	Ontologie und Zauberei .....	36
<b>3.</b>	<b>Grundlos</b> .....	39
3.1	Ideologie ohne Nullpunkt .....	39
3.2	Die unmöglich-notwendige Leere im Sein.....	43
3.3	Der Andere des Anderen in der «Risikogesellschaft».....	47
<b>4.</b>	<b>Verbrauch, Gesellschaft und Natur</b> .....	51
4.1	Befriedung und Destruktion .....	51
4.2	Der Sieger unter den «Ismen» .....	52
4.3	Macht und olfaktorische Trophäen .....	53
4.4	Mehrwert, <i>jouissance</i> , Hegemonie .....	56
4.5	Konsumideologie .....	64

<b>5.</b>	<b>Spuren des Ideologischen</b> .....	74
5.1	95 Dezibel Freiheit .....	75
5.2	Gewalt im Vorgarten .....	79
5.3	Bürgerliche am Ballermann.....	85
5.4	«Sag einfach Wizz».....	88
5.5	Ein Supermarkt für Expert*innen .....	91
5.6	Das Gute in der Welt kommt fein portioniert.....	95
5.7	Revolution: grün und passiv .....	99
5.8	Corona und die <i>jouissance</i> «am Ende des Tunnels» .....	102
5.9	Der (gefährliche) Traum von der «ökologischen Modernisierung» .....	111
5.10	Elektromobilität: Eine Frage der Klasse.....	119
<b>6.</b>	<b>Politik der <i>jouissance</i></b> .....	127
6.1	Die Funktionalität des Mangels.....	127
6.2	Die Doppelfunktion der Konsumideologie .....	129
<b>7.</b>	<b>Für eine demokratische Politik der <i>jouissance</i></b> ....	134
<b>8.</b>	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	153