

Ole Nymoen  
Wolfgang M. Schmitt

*Influencer*

Die Ideologie der Werbekörper

Suhrkamp

# Inhalt

Vorwort . . . . .	7
1. Patrick Batemans Kinder . . . . .	11
2. Die Retter des Kapitalismus? . . . . .	29
3. Die Entstehung der Werbekörper . . . . .	45
4. Berechenbare Kreativität . . . . .	60
5. Einflussreiche Körperbilder . . . . .	76
6. Rosa oder blau? Neue und alte Geschlechterrollen . . . . .	97
7. »Schreibt es in die Kommiss!« . . . . .	118
8. Der gute Mensch von Instagram . . . . .	135
9. In 80 Hashtags um die Welt . . . . .	151
10. Das letzte Residuum des American Dream . .	168
Anmerkungen . . . . .	183