

INHALT

| | |
|---|-----|
| Vorwort Sascha Becker | 7 |
| Einleitung Oliver Preukschat | 9 |
| Vernetzt denken: Aspekte einer kulturwissenschaftlichen Sicht auf Globalisierung Sarah Heinz | 23 |
| Weltmarken und Markenwelten. Globalisierungseffekte durch Marken und die kommerzielle Inszenierung künstlicher Welten Kai-Uwe Hellmann | 59 |
| Ägypten im kulturellen Gedächtnis des 19. Jahrhunderts. Alfred de Vignys Romanfragment <i>L'Almeh. Scènes du désert</i> Lisa Springstüb | 81 |
| Weltpolitik maritim. Meer und Flotte als Medien des Globalen im Kaiserreich Patrick Ramponi | 99 |
| „Eine andere Globalisierung war möglich“. Zur „Geopolitical Fiction“ im Deutschland der zwanziger und dreißiger Jahre Andy Hahnemann | 121 |
| „'One World', das muss nicht boredom heißen.“ Thomas Manns politisches Denken zwischen ‚Nationalkultur‘ und ‚Weltzivilisation‘ Philipp Gut | 139 |
| Immanuel Kant über Grenzen und Möglichkeiten globalen Denkens Oliver Preukschat | 155 |
| Herkunftssprachliche Förderung in vorschulischen Einrichtungen – Konzeption und Effizienz am Beispiel einer deutsch-italienischen Kita in Stuttgart Kirstin Kinscherf-Atanasov | 179 |
| (Mit-)Herausgeber und Autoren | 197 |