

**Katharina Sbresny**

## The Simpsons versus Apple Inc.

Markenparodie und Konsumkritik am Beispiel einer  
Comicserie

**Masterarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2012 GRIN Verlag  
ISBN: 9783656717867

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/278756>

**Katharina Sbresny**

## **The Simpsons versus Apple Inc.**

**Markenparodie und Konsumkritik am Beispiel einer Comicserie**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Philipps-Universität Marburg**

Fachbereich 03: Gesellschaftswissenschaften und Philosophie

Institut für Europäische Ethnologie/ Kulturwissenschaft

Sommersemester 2012

**Masterarbeit zur Erlangung des Grades „Master of Arts“**

Thema:

**The Simpsons vs. Apple Inc.**

**Markenparodie und Konsumkritik am Beispiel einer Comicserie**

**Eingereicht von:**

Katharina Sbresny

5. Semester Master Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft

Frankfurt, 28. September 2012

Gesetzt mit LaTeX

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Vorbetrachtungen</b>	<b>5</b>
2.1	Grundlegende Begrifflichkeiten . . . . .	5
2.2	Die Simpsons . . . . .	9
2.2.1	Die Simpsons und ihr Umfeld . . . . .	9
2.2.2	Die Hauptcharaktere . . . . .	11
2.3	„Think different“- Das Unternehmen Apple Inc. . . . .	17
<b>3</b>	<b>The Simpsons versus Apple Inc.</b>	<b>20</b>
3.1	Runde 1: Kult versus Kult? . . . . .	21
3.1.1	Marke, Image und Kult . . . . .	21
3.1.2	Apple und Simpsons- zwei „Kult“-Größen? . . . . .	25
3.2	Runde 2: „Im Rausch“ der Markenparodie . . . . .	33
3.2.1	Die Parodie an der Marke . . . . .	34
3.2.2	Markenparodie bei den Simpsons? . . . . .	36
3.3	Runde 3: Das Ergebnis: Konsumkritik? . . . . .	49
<b>4</b>	<b>Was wäre, wenn . . . - Ein Ausblick</b>	<b>57</b>
	Literaturverzeichnis . . . . .	61
	Internetquellen . . . . .	64
	Simpsons-Episoden . . . . .	65

# 1 Einleitung

„Apple versus Simpsons“: zwei verschiedene Phänomene unserer Zeit? - Nicht unbedingt. Als Kulturwissenschaftler besitzt man einen geschulten Blick für Details. So ist mir schon seit längerem aufgefallen, dass Apple-Produkte einen festen Platz in unserer Gesellschaft eingenommen haben. Oft saß ich in der Bahn und konnte beobachten, wie viele Menschen ein iPhone oder einen iPod in der Hand hielten. Auch das Arbeiten mit einem Macbook in der Universitätsbibliothek oder in öffentlichen Cafés ist kein seltener Anblick mehr. Es stellt sich die Frage, was das Besondere an dieser Marke ist? Warum muss es Apple sein, wenn man sich ein Handy oder ein MP3-Player kaufen möchte? Wieso sind es Macbooks, die man immer häufiger in studentischen Kreisen oder auch in der Geschäftswelt sieht? Auf Messen sind es iPads von Apple, die als gefragtes Präsentationsinstrument zum Einsatz kommen. Dabei sind die Produkte von Apple relativ teuer. Ein Macbook Pro ist ab rund 1.250 Euro in einem Apple-Store zu erwerben. Wagt man einen Vergleich mit einem „herkömmlichen“ Notebook einer anderen Marke, wie Samsung oder Dell, so stellt man fest: Die Rechner anderer Firmen, mit den gleichen Parametern, die das Macbook Pro auch besitzt, sind teilweise für die Hälfte des Preises zu bekommen. Hier lässt sich ein Phänomen unserer Gesellschaft im Umgang mit Marken erkennen.

Doch was hat die amerikanische Comicserie „Die Simpsons“ damit zu tun?

Im Jahr 2009 wurde eine Folge der Simpsons im deutschen Fernsehen ausgestrahlt, die den Titel „Bin runterladen“ trug. Allein in den ersten fünf Minuten wird das Unternehmen Apple Gegenstand einer Parodie. Die Simpsons greifen Phänomene, die diese Marke betreffen, auf und parodieren sie. Und wenn man weiß, dass die Simpsons eine sehr gesellschaftskritische Comicserie ist, wäre ein wissenschaftlicher Blick auf die Aussagen, die hinter dieser Parodie stecken, lohnenswert. Und genau diese Aufgabe möchte ich mir mit dieser Arbeit hier stellen.