

Dirk Hohnsträter (Hg.)
Konsum und Kreativität

Konsumästhetik | Band 1

Die Reihe *Konsumästhetik* wird herausgegeben von

Prof. Dr. Moritz Baßler,

Prof. Dr. Heinz Drügh,

Prof. Dr. Birgit Richard,

und Prof. Dr. Wolfgang Ullrich

DIRK HOHNSTRÄTER (Hg.)

Konsum und Kreativität

[transcript]

Realisiert mit Unterstützung des Herder Kollegs – Zentrum für
Transdisziplinäre Kulturforschung an der Stiftung Universität Hildesheim



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

© 2016 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Printed in Germany

Print-ISBN 978-3-8376-2865-4

PDF-ISBN 978-3-8394-2865-8

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet: <http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

Inhalt

Einleitung

Dirk Hohnsträter | 7

***Similia similibus curentur.* Über Konsum und Kreativität**

Heinz Drügh | 15

Aneignung und Domestikation. Handlungsräume der Konsumenten und die Macht des Alltäglichen

Hans Peter Hahn | 43

Konsum, Boheme, kreative Klasse

Thomas Hecken | 61

Das Warenhaus als Kunstwerk? Zum Verhältnis von Ökonomie, Ästhetik und Konsum um 1900

Uwe Lindemann | 77

Kreatives Spektakel: Ein Festzug der Gewerbe 1929

Siegfried Mattl | 93

Material und Form. Ein Gespräch zwischen

Thomas Rentmeister und Dirk Hohnsträter

Thomas Rentmeister/Dirk Hohnsträter | 109

Kunstsammler als ‚role model‘ für kreative Konsumenten

Wolfgang Ullrich | 121

Der Museumsshop oder: Vom kreativen Wert der Dinge

Stefan Krankenhagen | 131

Ambivalente Kreativität.

Die Onlinebildkarriere von Haarfärbeprodukten

Simon Bieling | 149

Der Zauberstab: ein Quell der Freude für jede gute Hausfrau.

Soziologische Reflexionen zum Verhältnis

von Konsum und Kreativität

Kai-Uwe Hellmann | 165

Autoren | 195