

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](mailto: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**