

VII. Literatur- verzeichnis

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

612

ADAM, PETER (2001, 2., unveränd. Aufl.): *Der Beistelltisch 1927 von Eileen Gray*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

ALBUS, VOLKER (1997): *Der Bookworm von Ron Arad*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

DERS. und CHRISTIAN BORNGRÄBER (1992): *Design Bilanz. Neues Deutsches Design der 80er Jahre in Objekten, Bildern, Daten und Texten*, Reihe DuMont Dokumente, Köln: DuMont Buchverlag

ALESSI, ALBERTO (2000): *Die Traumfabrik. Alessi seit 1921*, Mailand: Electa

DERS. (2017): *The Dream Factory. Alessi since 1921*, New York: Rizzoli

ALLISON, DAVID HENSEL (1966): Anonymity in Design, Masterarbeit am Department of Art am Graduate College der University of Iowa

ALTEMEIER, KATHARINA (2007): Mit Klassikern leben. Hunting Classics, in: o. V.: form Sonderveröffentlichung 215, *Der Klassiker-Boom. Collecting Design Classics*, Basel: Birkhäuser Verlag AG, S. 12-18
[online] http://old.form.de/data/f/fo215_design_classics.pdf [16.01.2019]

DIES. (2009): Editorial, in: o. V.: form Sonderveröffentlichung 227, *Design mit Bestand. Products in the Long Run*, Basel: Birkhäuser Verlag AG, S. 3 [online] http://old.form.de/data/2/227_longseller.pdf [16.01.2019]

ANDERSON, MARK LYNN (2016): *The Silent Screen. 1895-1927*, in: Lewis, Jon (Hrsg.): *Producing*, New Brunswick: Rutgers University Press, S. 15-35; S. 20f

ANTONELLI, PAOLA (2006): *Humble Masterpieces. 100 Everyday Marvels of Design*, London: Thames & Hudson Ltd.

ARTE (2012): *Design 1-4. Postmoderne Archäologie: 24 Designklassiker auf vier DVD*, Reihe arte Edition, Fridolfing: absolut MEDIEN GmbH

BADE, ANDREAS (2002): Kritische Anmerkungen zur neuen Ökonomie der Aufmerksamkeit, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 179-193

BARTSCHERER, THOMAS und **RODERICK COOVER** (2011): *Switching Codes. Thinking through Digital Technology in the Humanities and the Arts*, Chicago: The University of Chicago Press

BAYLEY, STEPHEN (1998): *Die Lucky Strike-Packung von Raymond Loewy*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt / Main: Verlag form GmbH

BECK, KLAUS und **WOLFGANG SCHWEIGER** (2001): *Attention Please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, München: Verlag Reinhard Fischer

BERNARDY, JÖRG (2014): *Aufmerksamkeit als Kapital. Formen des mentalen Kapitalismus*, Marburg: Tectum-Verlag

BERTSCH, GEORG-CHRISTOF (1999, 2. Aufl.): *Der Wasserkessel von Michael Graves*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

BLAKLEY, JOHANNA (2008) in: Lanham, Richard A. und David Merkoski (Hrsg.): *The Economics of Attention*, Los Angeles: University of Southern California, Annenberg School for Communication, The Norman Lear Center, S. 22 [online] <https://learcenter.org/wp-content/uploads/2014/10/EconofAttention2.pdf> [31.01.2019]

BLEICHER, JOAN K. und **KNUT HICKETHIER** (2002): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag

BÖHNISCH-BREDNICH, BRIGITTE (2002): Der Manufactum-Katalog: Museale Objekte und Modernes Einkaufen, in: Gyr, Ueli (Hrsg.): *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 98. Jg, Heft 1, Basel: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde, S. 151-165

BOTSCH, MARCUS (1999): *Die Mineralwasserflasche von Günter Kupetz*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt / Main: Verlag form GmbH

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

614

BOURDIEU, PIERRE (1999): *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag

BRÄUER, HASSO (2004): *Archiv des Deutschen Alltagsdesigns* [DVD], Digitale Bibliothek 56, Berlin: Directmedia Publishing

BREUER, GERDA (2001): *Die Erfindung des Modernen Klassikers. Avantgarde und ewige Aktualität*, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz Verlag

BÜCHI, TOBIAS (2015): *Die Fortifikationsliteratur des 16. und 17. Jahrhunderts. Traktate deutscher Sprache im internationalen Kontext*, Dissertation an der ETH Zürich (2009), Edition Bibliothek Werner Oechslin, Basel: Schwabe Verlag

BÜRDEK, BERNHARD E. (2001, 3. Aufl.): *Der Apple Macintosh*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

BYSTRÖM JANARV, GÖREL (1997): The Eye wants to travel, in: o. V.: *Low Budget. Objectos do Quotidiano*, Ausstellungskatalog, Belém: Centro Cultural de Belém, S. 24-25

CACCIOLA, DONATELLA (2008): *Moderne Klassiker: die wiedergefundene Zeit. Die Reeditionen von Sitzmöbeln in Deutschland und in Italien und ihre Rezeption*, Dissertation an der Technischen Universität Delft

CLIVIO, FRANCO, HANS HANSEN und PIERRE MENDELL (2009): *Hidden Forms. Seeing and Understanding Things*, Series Writings on Design der Zurich University of the Arts, Basel: Birkhäuser Verlag AG

COLLINS, MICHAEL (1999): *Alessi*, Reihe Design Classics, München: Bassermann Verlag

CRARY, JONATHAN (2001): *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle and Modern Culture*, Cambridge/Massachusetts: The MIT Press

DERS. (2002): *Aufmerksamkeit. Wahrnehmung und moderne Kultur*, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag

CURRID-HALKETT, ELIZABETH (2017): *The Sum of small Things. A Theory of the Aspirational Class*, Princeton: Princeton University Press

DAHINDEN, URS (2001): Informationsflut und Aufmerksamkeitsmangel – Überlegungen zu einer Sozialökonomie der Aufmerksamkeit, in: Beck, Klaus und Wolfgang Schweiger (Hrsg.), *Attention Please!: Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, München: Verlag Reinhard Fischer, S. 39-55

DIETZ, SIMONE (2007): Die Menschenwürde der Rampensau. Selbstdarstellungskultur in der massenmedialen Gesellschaft, in: Kannetzky, Frank und Henning Tegtmeier (Hrsg.): *Personalität. Studien zu einem Schlüsselbegriff der Philosophie*, Leipziger Schriften zur Philosophie Nr. 19, Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, S. 119-142

[online] http://www.philosophie.hhu.de/fileadmin/redaktion/Fakultaeten/Philosophische_Fakultaet/Philosophie/Professur_Prof._Dr._Dietz/Dateien/Publikationen/2007_Dietz_Die_Menschenwuerde_der_Rampensau.pdf [14.02.2019]

DOBLIN, JAY (1959). *The 100 best designed products*, in: Fortune April 1959, S. 135-141

[online] <http://www.fulltable.com/vts/f/fortune/design/a.htm> [14.02.2019]

[online] https://archive.org/stream/newsreleasejanjun1959illi/newsreleasejanjun1959illi_djvu.txt [14.02.2019]

ECO, UMBERTO (2014, 3. Aufl.): *Quasi dasselbe mit anderen Worten*, München: Deutscher Taschenbuchverlag GmbH & Co. KG

EDER, JENS (2002): Aufmerksamkeit ist keine Selbstverständlichkeit. Eine Diskurskritik und ein Klärungsvorschlag, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hicke-thier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 15-47

EISELE, PETRA (2000): Deutsches Design als Experiment – Theoretische Neuansätze und ästhetische Manifestationen seit den sechziger Jahren, Dissertation an der Fakultät für Bildende Kunst der Hochschule der Künste Berlin

DIES. (2014): *Klassiker des Produktdesign*, Stuttgart: Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

FAULSTICH, WERNER (2000): Sternchen, Star, Superstar, Megastar, Gigastar. Vorüberlegungen zu einer Theorie des Stars als Herzstück populärer Weltkultur, in: Caroline Y. Robertson und Carsten Winter (Hrsg.): *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 293-306

DERS. und HELMUT KORTE (1997): *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag

FORM (2007): Sonderveröffentlichung 215, *Der Klassiker-Boom. Collecting Design Classics*, Basel: Birkhäuser Verlag AG
[online] http://old.form.de/data/f/fo215_design_classics.pdf [16.01.2019]

DIES. (2009): Sonderveröffentlichung 227, *Design mit Bestand. Products in the Long Run*, Basel: Birkhäuser Verlag AG
[online] http://old.form.de/data/2/227_longseller.pdf [16.01.2019]

FRANCK, GEORG (1998): *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München: Carl Hanser Verlag

DERS. (2005): *Mentaler Kapitalismus. Eine politische Ökonomie des Geistes*, München: Carl Hanser Verlag

FRIEDL, FRIEDRICH und GERD OHLHAUSER (1979): *Das gewöhnliche Design*, Köln: Rheinland-Verlag GmbH (in Kommission bei Rudolf Habelt-Verlag GmbH Bonn)

FUCHS-HEINRITZ, WERNER, D. KLIMKE, R. LAUTMANN, O. RAMMSTEDT, U. STÄHELI, C. WEISCHER und H. WIENOLD (2013): *Lexikon zur Soziologie*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

GLASER, BARNEY G. und ANSELM L. STRAUSS (2008: 1. Nachdr. der 2., korr. Aufl. 2005): *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern: Verlag Hans Huber

GLEININGER, ANDREA (1998): *Der Kaffeehausstuhl Nr. 14 von Michael Thonet*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

GYR, UELI (Hrsg.) (2002): *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*, 98. Jg, Heft 1, Basel: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

HARARI, YUVAL NOAH (2014): *Sapiens. A Brief History of Humankind*, London: Vintage Penguin Random House

HAUFFE, THOMAS (2014): *Geschichte des Designs*, Köln: DuMont Buchverlag

HENSEL, THOMAS und JENS SCHRÖTER (2012): *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft*, Schwerpunktthema: Akteur-Netzwerk-Theorie, Jg. 2012, Heft 57/1, Hamburg: Felix Meiner Verlag

HILDEBRAND, WALTER (1977): Wächter der Ordnung – Hüter der Freiheit. Der Auftrag der Eliten in unserer Zeit, in: Kaltenbrunner, Gerd-Klaus (Hrsg.): *Rechtfertigung der Elite. Wider die Anmaßungen der Prominenz*, Herderbücherei Initiative 29, Freiburg: Verlag Herder, S. 15-27

HOLZER, BORIS und MADS P. SØRENSEN (2003): Rethinking Subpolitics. Beyond the ›Iron Cage‹ of Modern Politics?, in: *Theory Culture Society*, Vol. 20(2), London: SAGE, S. 79-102

HUBER, HANS DIETER (2004): *Bild Beobachter Milieu. Entwurf einer allgemeinen Bildwissenschaft*, Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz

HUMMEL, JOHANNES und JOHANNES SCHMIDT (2001): Ökonomie der Aufmerksamkeit – eine neue ökonomische Theorie?, in: Beck, Klaus und Wolfgang Schweiger (Hrsg.), *Attention Please!: Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, München: Verlag Reinhard Fischer S. 93-107

JAHN, ANGELIKA (Hrsg.) (1989, 10. Aufl.): *Moderne Klassiker. Möbel, die Geschichte machen*, Hamburg: Gruner + Jahr

DIES. (Hrsg.) (1998, 19. Aufl.): *Moderne Klassiker. Möbel, die Geschichte machen*, Hamburg: Gruner + Jahr

DIES. (Hrsg.) (2000): *Top Design des 20. Jahrhunderts*, Köln: Naumann & Göbel Verlagsgesellschaft mbH

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

JANTUNEN, PÄIVI (2011): *Esineitä ja lähikuvia. Designs and Impressions*, Helsinki: WSOY – Werner Söderström Ltd.

618

JSSD (JAPANESE SOCIETY FOR THE SCIENCE OF DESIGN) (1993): Special Issue Anonymous Design, Tokyo

[online] https://ci.nii.ac.jp/vol_issue/nels/AN10434820/ISS0000466471_en.html [18.03.2012; inzwischen nicht mehr in dieser Form im Netz verfügbar]

[online] <https://ci.nii.ac.jp/search?q=%22Special+Issue+Anonymous+Design%22&range=0&count=20&sortorder=1&type=0> [15.02.2019]

JUNGEN, PATRIK (2011): Wirkung einer symbolischen Aussage einer Produktgestaltung auf die Markenbeurteilung, Dissertation an der Universität Gießen (2010), *Schriftenreihe Studien zum Konsumentenverhalten*, Band 35

KALTENBRUNNER, GERD-KLAUS (1977): *Rechtfertigung der Elite. Wider die Annahmen der Prominenz*, Herderbücherei Initiative 29, Freiburg: Verlag Herder

KANNETZKY, FRANK und HENNING TEGTMEYER (2007): *Personalität. Studien zu einem Schlüsselbegriff der Philosophie*, Leipziger Schriften zur Philosophie Nr. 19, Leipzig: Leipziger Universitätsverlag

KEIL, CHARLY und BEN SINGER (2009): *American Cinema 1910's. Themes and Variations*, New Brunswick: Rutgers University Press

KELLER, KATRIN (2008): *Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft*, Bielefeld: transcript Verlag

KERN, MARGIT, THOMAS KIRCHNER und HUBERTUS KOHLE (2004): *Geschichte und Ästhetik. Festschrift für Werner Busch zum 60. Geburtstag*, München: Deutscher Kunstverlag

KLEMP, KLAUS (1999, 2., unveränd. Aufl.): *Das USM Haller Möbelbausystem*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

KIM, HYANGAH und WOOHUN LEE (2014): Everyday Design as a Design Resource, in: *International Journal of Design Vol.8, No.1*
 [online] <http://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1258/607>
 [15.02.2019]

KOHL, KARL-HEINZ (2003): *Die Macht der Dinge. Geschichte und Theorie sakraler Objekte*, München: Verlag C. H. Beck

KÜSTER, ROLF L. A. (2001): Phänomenologie der Form. Designwissenschaftliche Untersuchungen zu Komplexität und Ordnung von Natur- und Artefaktform, Dissertation an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig

KUHN, TOBIAS (1999): *Das Zippo von George G. Blaisdell*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

KURZ, MELANIE (2014): *Inspirationsmythen. Zur Ideengeschichte des menschlichen Schöpfungsvermögens*, Paderborn: Wilhelm Fink

LANG, WIEBKE (2010): Helden des Alltags – vom Umgang mit Dingen im Digitalen Zeitalter / Heroes of the Everyday – dealing with things in the digital age, in: Schwartz-Clauss, Matthias und Alexander von Vegesack (Hrsg.): *Die Essenz der Dinge / The Essence of Things*, Ausstellungskatalog, Weil am Rhein: Vitra Design Museum, S. 60-65

LANHAM, RICHARD A. und DAVID MERKOSKI (2008): *The Economics of Attention*, Los Angeles: University of Southern California, Annenberg School for Communication, The Norman Lear Center
 [online] <https://learcenter.org/wp-content/uploads/2014/10/EconofAttention2.pdf> [31.01.2019]

LATOUR, BRUNO und ADAM LOWE (2010): The migration of the aura or how to explore the original through its fac similes*, in: Bartscherer, Thomas und Roderick Coover (Hrsg.): *Switching Codes. Thinking through Digital Technology in the Humanities and the Arts*, Chicago: The University of Chicago Press, S. 275-298

LEHMANN, HANS-ULRICH (1999): *Die Ringe von C.-F. Dau*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

LEHNING, THOMAS (2002): Die Goldtruhen der Seeräuber, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 195-208

LENZE, MALTE (2002): *Postmodernes Charisma. Marken und Stars statt Religion und Vernunft*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH

LEWIS, JON (2016): *Producing*, New Brunswick: Rutgers University Press

LICHTENSTEIN, CLAUDE (1987): *Unbekannt – Vertraut. "Anonymes" Design im Schweizer Gebrauchsgerät seit 1920*, Reihe Schweizer Design-Pioniere 4, Museum für Gestaltung Zürich, Kunstgewerbemuseum, Wegleitung 360, Zürich: Karl Schwegler AG

LLOYD, PETER und DIRK SNELDERS (2003): What was Philippe Starck thinking of?, in: *Design Studies Volume 24, Issue 3, May 2003*, S. 237-253 [online] <https://www.sciencedirect.com/journal/design-studies/vol/24/issue/3> [14.01.2019]

LOON, HENDRIK WILLEM VAN (1939): *The Arts*, New York: Simon and Schuster Inc.

LUDES, PETER (1997): Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozeß der Menschheitsentwicklung, in: Faulstich, Werner und Helmut Korte (Hrsg.): *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, S. 78-98

LÜTHY, MICHAEL (2004): Poetik der Nachträglichkeit oder Das Warten des Marcel Duchamp, in: Kern, Margit, Thomas Kirchner und Hubertus Kohle (Hrsg.): *Geschichte und Ästhetik. Festschrift für Werner Busch zum 60. Geburtstag*, München: Deutscher Kunstverlag, S. 461-469

LUNA, IAN und LAUREN A. GOULD (2010): *MUJI*, New York: Rizzoli

MARQUART, CHRISTIAN (1998): *Beetlemania. Der neue Käfer ist da!*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt / Main: Verlag form GmbH

MENDE, ULRICH VON (1999): *Der VW Golf*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt / Main: Verlag form GmbH

MERENMIES, CARITA (1998): Kaj Franck (1911-1989). Die designtheoretischen Strömungen unter dem Gesichtspunkt der Anonymität und deren Einfluss auf das Werk von Kaj Franck, Dissertation am Institut für Kunstgeschichte der Technischen Universität Graz

METELMANN, JÖRG (2002): Kultur und Quote. Willemsen moderiert: Georg Franck und Pierre Bourdieu zum sozialen Tausch, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 87-104

MIKLAUTZ, ELFIE (1996): *Kristallisierter Sinn. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie des Artefakts*, München: Profil Verlag GmbH

MEULI, KASPAR (2001): Blonde Möbel, in: *NZZ Folio Nr. 10, Oktober 2001*, Zürich: Verlag NZZ-Folio

MIKOS, LOTHAR (2010): Der Fan, in: Moebius, Stephan und Markus Schroer (Hrsg.): *Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart*, Berlin: Suhrkamp Verlag, S. 108-118

MILLER, DANIEL (2008): *The Comfort of Things*, Cambridge (UK): Polity Press

MILLER, LILY ELIZABETH (2004): The changing nature of celebrity from entertainer to entrepreneur: Oprah Winfrey as tastemaker, Masterarbeit an der Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, Washington D. C. [online] <https://docplayer.net/37658477-The-changing-nature-of-celebrity-from-entertainer-to-entrepreneur-oprah-winfrey-as-tastemaker.html> [15.02.2019]

MOEBIUS, STEPHAN und MARKUS SCHROER (2010): *Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart*, Berlin: Suhrkamp Verlag

MORGAN, CONWAY LLOYD (1999): *STARCK*, New York: Universe Publishing

MORTEO, ENRICO (2010, 2. Aufl.): *Design-Atlas von 1850 bis heute*, Köln: DuMont Buchverlag

NEUBERGER, CHRISTOPH (2008): Die Allgegenwart des Widerspruchs. Paradoxien der Kommunikation, Rezeption und Vermittlung im Medienwandel, in: Pörksen, Bernhard, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): *Paradoxien des Journalismus*. Wiesbaden: VS, S. 37-61 [online] https://www.academia.edu/2581632/Neuberger_Christoph_2008_Die_Allgegenwart_des_Widerspruchs_Paradoxien_der_Kommunikation_Rezeption_und_Vermittlung_im_Medienwandel_In_P%C3%B6rksen_Bernhard_Loosen_Wiebke_Scholl_Armin_Hrsg_Paradoxien_des_Journalismus_Wiesbaden_VS_S_37-61_Erw_u_akt_Version [01.02.2019]

NEUBERT, CHRISTOPH (2012): Vom Disegno zur Digital Materiality – Operationsketten der Reproduktion zwischen künstlerischer, biologischer und technischer Vermittlung, in: Hensel, Thomas und Jens Schröter (Hrsg.): *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft, Schwerpunktthema: Akteur-Netzwerk-Theorie*, Jg. 2012, Heft 57/1, Hamburg: Felix Meiner Verlag, S. 45-67

NZZ FOLIO Nr. 10 Oktober 2001, Zürich: Verlag NZZ-Folio

O. V. (1997): *Low Budget. Objectos do Quotidiano*, Ausstellungskatalog, Belém: Centro Cultural de Belém

PÖRKSEN, BERNHARD, WIEBKE LOOSEN und ARMIN SCHOLL (2008): *Paradoxien des Journalismus*, Wiesbaden: VS

PUNDT, CHRISTIAN (2002): Vom Geben und Nehmen im Kleinen und Großen. Zu Georg Francks Ökonomie der Aufmerksamkeit, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 49-73

QUINN, MOLLY JANE und JENNA TALBOT (2011): *It's lonely in the modern world. The Essential Guide to Form, Function, and Ennui from the Creators of Unhappy-Hipsters.com*, San Francisco: Chronicle Books

RAPPE, MICHAEL (2001): Zum Phänomen des Stars [online] <https://www.michael-rappe.de/wp/wp-content/uploads/2009/07/zumphae-nomendesstars.pdf> [12.01.2019]

RECKWITZ, ANDREAS (2010): Der Kreative, in: Moebius, Stephan und Markus Schroer (Hrsg.): *Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart*, Berlin: Suhrkamp Verlag, S. 248-260

DERS. (2012): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Berlin: Suhrkamp Verlag

DERS. (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin: Suhrkamp Verlag

RIBOT, THÉODULE (1890): *The Psychology of attention*, Chicago: The Open Court Publishing Company

RINALLO, DIEGO und EDOARDO SAVI (2011): Consuming Stardust: the Consumption of Celebrities Beyond Product Endorsements, in: Darren W. Dahl, Gita V. Johar und Stijn M. J. van Osselaer (Hrsg.), *NA - Advances in Consumer Research, Volume 38*, Duluth, MN: Association for Consumer Research, S. 802-803 [online] http://www.acrwebsite.org/volumes/v38/acr_v38_16156.pdf [14.02.2019]

ROBERTSON, CAROLINE Y. und CARSTEN WINTER (2000): *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft

ROTH, MANUELA (2013, 2. Aufl.): *Masters and their pieces. Best of furniture design*, Salenstein (Schweiz): Braun Publishing AG

SCHINDLER, INES, VERONIKA ZINK, JOHANNES WINDRICH und WINFRIED MENNINGHAUS (2012): Admiration and adoration: Their different ways of showing and shaping who we are, in: Koole, Sander L. und Klaus Rothemund (Hrsg.), *Cognition & Emotion*, 27:1, London: Routledge, S. 85-118 [online] <http://dx.doi.org/10.1080/02699931.2012.698253> [13.02.2019]

SCHNEIDER, BEAT (2005): *Design – Eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext*, Basel: Birkhäuser – Verlag für Architektur

SCHÖNER WOHNEN (2011 a): *Das Buch der Designer. Die 150 wichtigsten Designer & ihre wichtigsten Möbel*, Hamburg: Gruner+Jahr

STARDESIGNER ODER GESTALTER DES ALLTÄGLICHEN?

DIES. (2011 b): *Das Buch der Klassiker. Die 500 besten Möbel und Wohnaccessoires*, Hamburg: Gruner+Jahr

624

DIES. (2014): *Heft September mit Poster »99 Designikonen aus 11 Jahrzehnten«*, Hamburg: Gruner+Jahr AG & CO KG, S. 74-80 und Poster

POYNOR, RICK (2003): *Anarchie der Zeichen. Grafik-Design von den Achtzigern bis heute*, Basel: Birkhäuser – Verlag für Architektur

SCHROER, MARKUS (2010): Der Star, in: Moebius, Stephan und Markus Schroer (Hrsg.): *Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart*, Berlin: Suhrkamp Verlag, S. 381-395

SCHULZE, GERHARD (1996, 6. Aufl.): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt/Main: Campus Verlag

SCHWARTZ-CLAUSS, MATTHIAS (2010): Die Essenz der Dinge – Design und die Kunst der Reduktion/The Essence of Things – design and the art of reduction, in: Schwartz-Clauss, Matthias und Alexander von Vegesack (Hrsg.): *Die Essenz der Dinge/The Essence of Things*, Ausstellungskatalog, Weil am Rhein: Vitra Design Museum, S. 22-41

DERS. und ALEXANDER VON VEGESACK (Hrsg.): *Die Essenz der Dinge/The Essence of Things*, Ausstellungskatalog, Weil am Rhein: Vitra Design Museum

SEELENMEYER, PEGGY (2016): Superstar Designer. Über die Sichtbarkeit von Designerinnen in der heutigen Grafikelite, Bachelorarbeit im Fach Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Potsdam [online] https://www.fh-potsdam.de/fileadmin/user_upload/gleichstellung/Genderpreis/1.Peggy_Seelenmeyer_Theorie_SuperstarDesigner.pdf [14.02.2019]

SELLE, GERT (2007 a): *Geschichte des Design in Deutschland*, Frankfurt/Main: Campus Verlag GmbH

DERS. (2007 b): *Design im Alltag. Vom Thonetstuhl zum Mikrochip*, Frankfurt/Main: Campus Verlag GmbH

SIEBKE, GUNDA und WITTORF, SUSANNE (1999): *Das Polstersystem Conseta von Friedrich Wilhelm Möller*, Reihe Designklassiker (Hrsg.: Volker Fischer), Frankfurt/Main: Verlag form GmbH

SIEGERT, GABRIELE (2001): Der Januskopf der Aufmerksamkeit. Überlegungen zur medienökonomischen Verortung von Aufmerksamkeit zwischen knappem Gut und Währung, in: Beck, Klaus und Wolfgang Schweiger (Hrsg.): *Attention Please!: Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit*, München: Verlag Reinhard Fischer, S. 109-120

STERLING, BRUCE (2005): *Shaping Things*, Cambridge/Massachusetts: The MIT Press

STRUBE, KATJA (2002): Das Kapital in den Köpfen, in: Bleicher, Joan K. und Knut Hickethier (Hrsg.): *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT-Verlag, S. 75-86

UBER, HEINER (2009): *Democratic Design – Möbel für die Menschheit*, Ausstellungskatalog, Hofheim-Wallau: IKEA Deutschland GmbH & Co. KG

VEBLEN, THORSTEIN (1994): *The Theory of the Leisure Class*, New York: Dover Publications (Reprint der Originalausgabe von 1899, New York: Macmillan

VIEIRA BAPTISTA, MIGUEL (1997): *Compras em Lisboa*, in: o. V. (1997): *Low Budget. Objectos do Quotidiano*, Ausstellungskatalog, Belém: Centro Cultural de Belém, S. 16

WAKKARY, RON und LEAH MAESTRI (2007): The Resourcefulness of Everyday Design, in: *Creativity & cognition 2007: seeding creativity: tools media, and environments; CC 2007; June 13-15, 2007, Washington, DC, USA; an ACM SIGCHI conference*, New York: Association for Computing Machinery, Inc.

doi: 10.1145/1254960.1254984 S. 163-172

[online] <http://www.sfu.ca/~rwakkary/papers/p163-wakkary.pdf> [15.02.2019]

[online] <https://research.tue.nl/en/publications/the-resourcefulness-of-everyday-design> [15.02.2019]

DIES. (2008): Aspects of Everyday Design: Resourcefulness, Adaptation, and Emergence, in: *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24(5) 2008: *Investigating and Cultivating Creativity*, doi: 10.1080/10447310802142276, S. 1-14

[online] http://www.sfu.ca/~rwakkary/papers/HIHC_A_314393.pdf [15.02.2019]

[online] <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10447310802142276> [15.02.2019]

WALDENFELS, BERNHARD (2004): *Phänomenologie der Aufmerksamkeit*, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag

WALKER, JOHN A. (1992): *Designgeschichte. Perspektiven einer wissenschaftlichen Disziplin*, München: scaneg Verlag

WARBURG, ABY (1920): Heidnisch-Antike Weissagung in Wort und Bild zu Luthers Zeiten, in: *Sitzungsberichte der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. Stiftung Heinrich Lanz. Philosophisch-historische Klasse, Jg. 1919, 26. Abhandlung*, Heidelberg: Carl Winters Universitätsbuchhandlung, S. 35, S. 46f [online] <https://core.ac.uk/download/pdf/14505525.pdf> [14.02.2019]

WEBER, MAX (2010): *Wirtschaft und Gesellschaft*, Reihe Zweitausendeins Klassiker Bibliothek, Frankfurt/Main: Der Wunderkammer Verlag GmbH für Zweitausendeins

WENZL-BACHMAYER, MONIKA (2009): *Main Street. Design ohne Designer*, Ausstellungskatalog, Wien: WAGNER:WERK Museum Postsparkasse

DIES. (2011): *Global Village. Design – Ursprung und Moderne*, Ausstellungskatalog, Wien: WAGNER:WERK Museum Postsparkasse

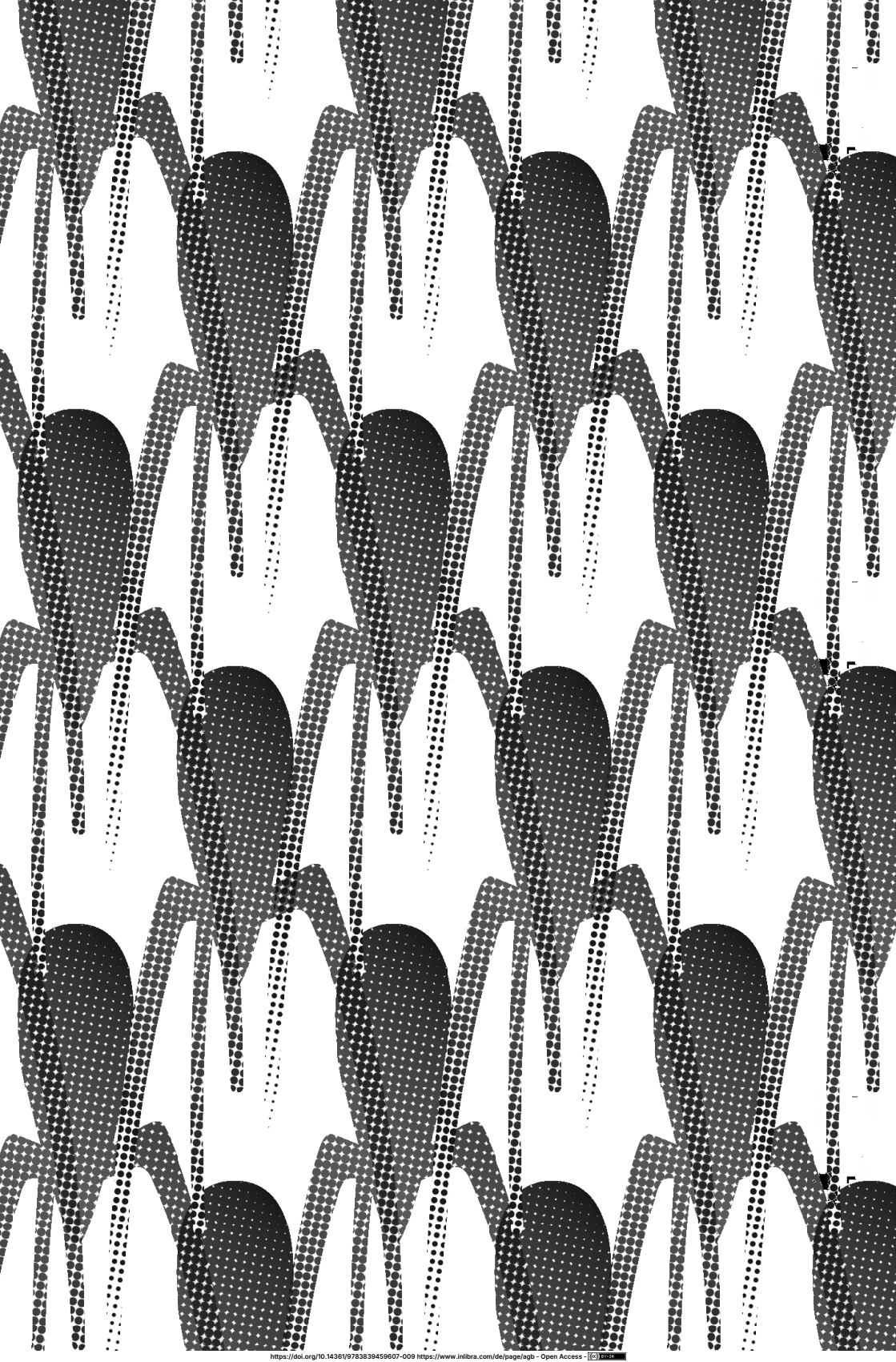
WILKINSON, PHILIP (2014): *Designklassiker. Vom Barcelona-Sessel bis zum iPad*, München: Dorling Kindersley

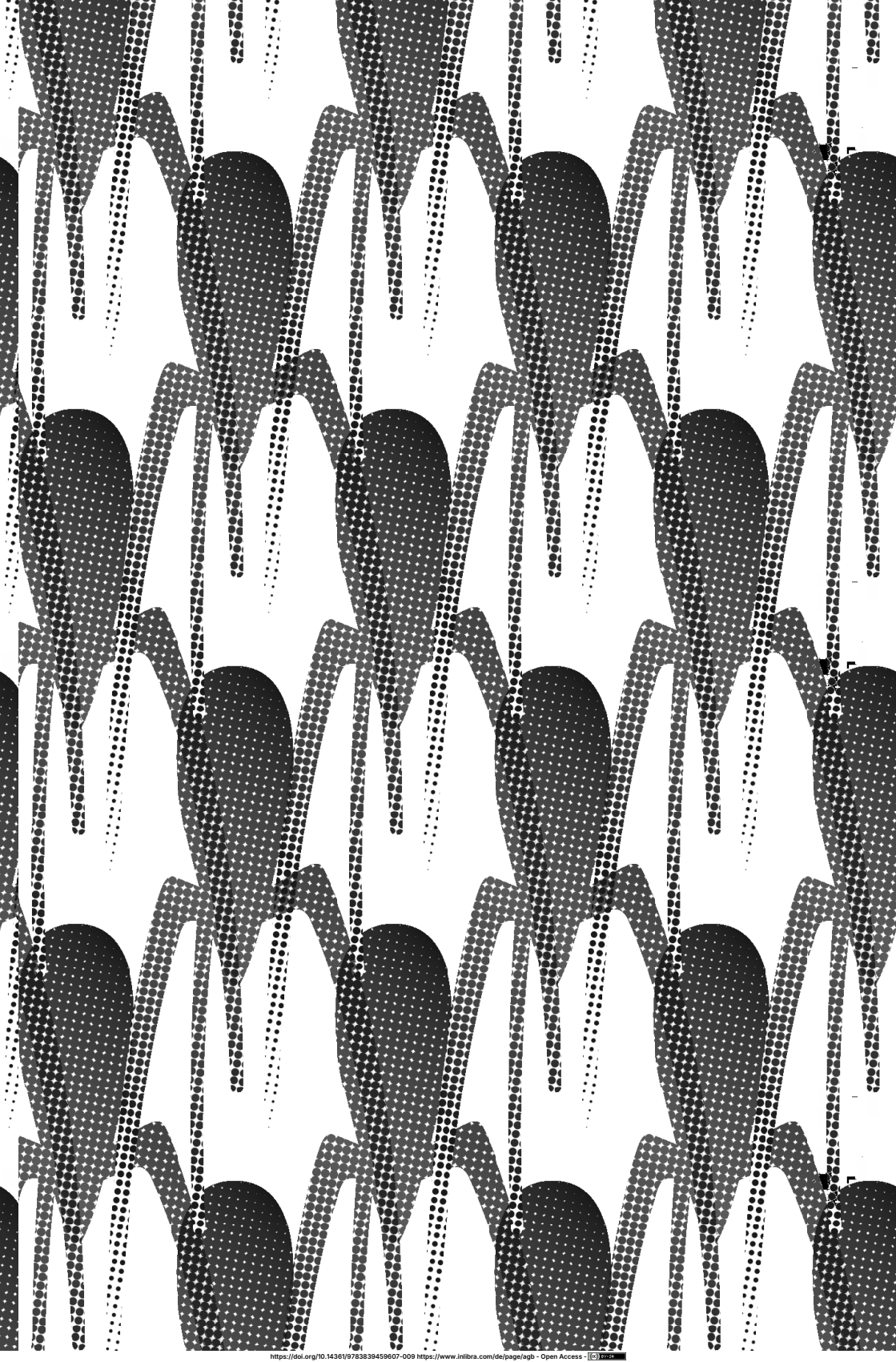
WIPPERSBERG, JULIA (2007): *Prominenz. Entstehung, Erklärung, Erwartungen*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH

ZAPP, EDUARD RICHARD (2000): Design und Designzentren, Dissertation an der Fakultät Sozialwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum

ZIMMERMAN, JOHN und ELLEN AYOOB (2004): The Role of Products in Consumer-Celebrity Relationships, Pittsburgh: Carnegie Mellon University, Human Computer Interaction Institute, Paper 235 [online] https://kilthub.figshare.com/articles/The_Role_of_Products_in_Consumer-Celebrity_Relationships/6470540 [12.01.2019]

ZINK, VERONIKA (2014): *Von der Verehrung. Eine kultursoziologische Untersuchung*, Frankfurt / Main: Campus Verlag GmbH





Architektur und Design



Daniel Hornuff

Die Neue Rechte und ihr Design

Vom ästhetischen Angriff auf die offene Gesellschaft

2019, 142 S., kart., Dispersionsbindung, 17 SW-Abbildungen
19,99 € (DE), 978-3-8376-4978-9

E-Book:

PDF: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4978-3



Katharina Brichetti, Franz Mechsner

Heilsame Architektur

Raumqualitäten erleben, verstehen und entwerfen

2019, 288 S., kart., Dispersionsbindung, SW-Abbildungen, 57
Farbabbildungen

29,99 € (DE), 978-3-8376-4503-3

E-Book:

PDF: 26,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4503-7



Christoph Rodatz, Pierre Smolarski (Hg.)

Wie können wir den Schaden maximieren?

Gestaltung trotz Komplexität.

Beiträge zu einem Public Interest Design

April 2021, 234 S., kart.

29,00 € (DE), 978-3-8376-5784-5

E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation

PDF: ISBN 978-3-8394-5784-9

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Architektur und Design



Tim Kamasch (Hg.)

Betrachtungen der Architektur

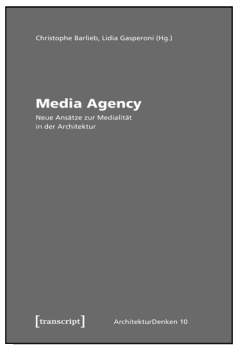
Versuche in Ekphrasis

2020, 326 S., kart., Dispersionsbindung, 63 SW-Abbildungen

30,00 € (DE), 978-3-8376-4994-9

E-Book:

PDF: 29,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4994-3



Christophe Barlieb, Lidia Gasperoni (Hg.)

Media Agency

Neue Ansätze zur Medialität
in der Architektur

Christophe Barlieb, Lidia Gasperoni (Hg.)

Media Agency –

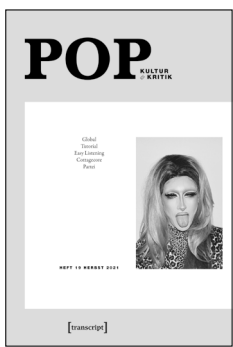
Neue Ansätze zur Medialität in der Architektur

2020, 224 S., Klappbroschur, Dispersionsbindung, 67 SW-Abbildungen

29,99 € (DE), 978-3-8376-4874-4

E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation

PDF: ISBN 978-3-8394-4874-8



Thomas Hecken, Moritz Baßler, Elena Beregow,

Robin Curtis, Heinz Drügh, Mascha Jacobs,

Annekathrin Kohout, Nicolas Pethes, Miriam Zeh (Hg.)

POP

Kultur und Kritik (Jg. 10, 2/2021)

September 2021, 176 S., kart.

16,80 € (DE), 978-3-8376-5394-6

E-Book:

PDF: 16,80 € (DE), ISBN 978-3-8394-5394-0

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

