

Kulturwissenschaftliche Konsumforschung befand sich lange Zeit im Schatten einer Kulturkritik, die Konsumenten eher als verführt und passiv denn als kreativ und erfinderisch verstanden hat. Tatsächlich umfasst der Umgang mit käuflichen Dingen eigensinnige Praktiken wie das Kuratieren und Kombinieren präfabrizierter Produkte und deren umgestaltende Aneignung, sei es in subversiver, personalisierender oder künstlerischer Absicht.

Darüber hinaus werden Gestaltungsmöglichkeiten von Konsumenten mehr und mehr in die Produktentwicklung hinein vorgelagert, so dass Verbraucher nicht nur Vorgefertigtes abnehmen, sondern ko-kreativ in Erscheinung treten.

Im Zentrum dieser Tagung des Herder-Kollegs – Zentrum für transdisziplinäre Kulturforschung an der Universität Hildesheim stehen Positionen unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen sowie der künstlerischen Forschung, die sich mit kreativen Aspekten des Konsums auseinandersetzen.

VERANSTALTUNGSORT

Kulturcampus Domäne Marienburg
Hohes Haus
Domänenstraße · 31141 Hildesheim

KONTAKT

Universität Hildesheim
Institut für Medien, Theater und Populäre Kultur
Dr. Dirk Hohnsträter
Marienburger Platz 22 · 31141 Hildesheim
Tel. 05121 883 670 · hohnstra@uni-hildesheim.de

KONSUM

und

KREATIVITÄT



Zur Revision eines
vermeintlichen Gegensatzes

20. / 21. September 2013

Universität Hildesheim



HERDERKOLLEG
Zentrum für transdisziplinäre Kulturforschung



Tagungsprogramm

20. September 2013 (Freitag)

- 10.00** Anmeldung
- 11.00** **Wolfgang-Uwe Friedrich** (Präsident der Universität Hildesheim): Grußwort
- 11.15** **Dirk Hohnsträter** (Hildesheim): Begrüßung und Einführung
- 11.30** **Hans Peter Hahn** (Frankfurt/M): Aneignung und Domestikation. Handlungsräume der Konsumenten und die Macht des Alltäglichen
- 12.15** **Gudrun M. König** (Dortmund): Kaufrausch. Leidenschaften des Konsums
- 13.00** Mittagessen
- 14.30** **Thomas Rentmeister** (Berlin und Braunschweig): Konsumskulpturen. Künstlerische Reflexionen über Material und Menge
- 15.15** **Stefan Krankenhagen** (Hildesheim): Nicht berühren, nur kaufen. Der Museumsshop zwischen Konsum und Kreativität
- 16.00** Kaffeepause
- 16.30** Screening: Der „Gewerbeumzug“ in Wien 1929. Filmmaterial aus Wiener Archiven
- 17.15** **Siegfried Mattl** (Wien): Konsum als Produktivkraft. Von der „conspicuous consumption“ zur „consumers vanguard“
- 18.00** Kaffeepause
- 18.30** Keynote: **Heinz Drügh** (Frankfurt/M): Konsumästhetik. Künstlerischer und kreativer Umgang mit käuflichen Dingen
- 20.00** Tagungssessen

21. September 2013 (Samstag)

- 09.30** **Uwe Lindemann** (Bochum): Kreative Selbstverdinglichung: Über Techniken des Selbst in der konsumistischen Moderne
- 10.15** **Thomas Hecken** (Siegen): Konsum, Boheme, kreative Klasse
- 11.00** Kaffeepause
- 11.30** **Dirk Hohnsträter** (Hildesheim): Was ist ein Produkt? Überlegungen zu einem komplexen Begriff
- 12.15** **Simon Bieling** (Karlsruhe): Bilderpost an Mitkonsumenten. Über Produktfotografien im Netz
- 13.00** Mittagessen
- 14.30** **Kai-Uwe Hellmann** (Hamburg): Der Zauberstab. Eine Quelle der Freude für jede gute Hausfrau
- 15.15** Abschließende Diskussion und Ausblick
- 16.00** Ende und Abreise