



Shopping

Kunst und Konsum im 20. Jahrhundert

Hrsg. Christoph Grunenberg, Max Hollein, Text von Chantal Béret, Christoph Grunenberg, Max Hollein, Thomas Kellein, Marc C. Taylor, Boris Groys, Ingrid Pfeiffer, K. Michael Hays, Katharina Sykora u.a.

Verlag Hatje Cantz - Deutsch 2002. 272 Seiten, 330 farbige Abb.

25,50 x 28,60 cm gebunden **ISBN 978-3-7757-1213-2**

»Shopping« meint mehr als bloßen Warenerwerb. Das Bummeln, Betrachten, Auswählen, Einkaufen und Konsumieren von Waren ist im 20. Jahrhundert längst zu einem wichtigen Teil urbanen Lebens geworden. Shopping ist ein wesentliches Ritual des öffentlichen Lebens, durch das Identität geschaffen und transformiert wird. Seit Walter Benjamins Beschreibung des Flaneurs in den Passagen von Paris im 19. Jahrhundert sind die komplexen Wechselwirkungen zwischen Warenpräsentation und Konsum zu einem Thema geworden. Der Band »Shopping« widmet sich zum ersten Mal umfassend dieser Thematik. Er dokumentiert und analysiert die Faszination bildender Künstler, Architekten und Filmemacher mit den immer raffinierteren Mitteln der Verführung zum Konsum in Schaufenstern, Warenhäusern und Einkaufspassagen. Ausgiebig illustriert das Buch die Wechselwirkung zwischen Kunst und Konsum mit Werken von Eugène Atget, Berenice Abbott, Walker Evans, Claes Oldenburg, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Christo, Duane Hanson, Barbara Kruger, Jeff Koons, Andreas Gursky und vielen anderen. Mit Beiträgen von international renommierten Autoren legt das von Christoph Grunenberg und Max Hollein herausgegebene Buch eine facettenreiche Grundlage für die Diskussion über dieses uns allen so teure Thema. (Englische Ausgabe erhältlich ISBN 3-7757-1214-3)

**Ausstellungen: Schirn Kunsthalle, Frankfurt/Main 28.9.-1.12.2002 Tate Liverpool
20.12.2002-23.3.2003**

..

