

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung. Perspektiven sozialwissenschaftlicher Konsumforschung <i>Heiko Schmid & Karsten Gäbler</i>	9

Konsumkultur

Kulturträger Konsum. Über den Wandel des Verhältnisses von Kultur und Kommerz <i>Georg Franck</i>	31
Vergesellschaftung durch Konsum <i>Dominik Schrage</i>	45
Was ist an der Konsumforschung wirtschaftssoziologisch relevant? Zur Spezifik des Konsums im engeren Sinne <i>Kai-Uwe Hellmann</i>	61
Gutes Einverleiben. Slow Food als Beispiel für ethisch-verantwortlichen Konsum <i>Julia Rösch</i>	75

Konsumalltag

Konsum als „Erfindung des Alltags“. Arten des Sehens und die Ethnographie der Warenform <i>Hans Peter Hahn</i>	93
--	----

Vernünftige und unvernünftige Konsumententscheidungen und ihre psychologischen Ursachen <i>Georg Felser</i>	117
Zum Verhältnis musikalischer Konsumtion und Produktion <i>Christoph Mager</i>	141
Konsumgesellschaft als Selbstbeschreibung: eine Kritik <i>Jonathan Everts</i>	157

Konsumwelten

Geographien der Vermarktung und des Konsums <i>Ulrich Ermann</i>	173
Orte des Konsums. Konsumarchitekturen im städtischen Raum <i>Katharina Fleischmann</i>	195
Einkaufsatmosphären. Eine alltagsästhetische Konzeption <i>Rainer Kazig</i>	217
Autorinnen und Autoren	233