

Inhalt

Einführung: Die Verfügbarkeit der Dinge.....	7
1. Perspektive und Fragestellung	9
2. Zwei Leitunterscheidungen	15
3. Zur Konsumsoziologie in Deutschland und Großbritannien	22
4. Vorgehensweise und Ausblick	25
Erster Teil: Konsum in der europäischen Moderne	
I Der Konsumbegriff im Wirtschaftsprozess	35
1. Begriffsgeschichte und Soziologie	35
2. Wortgeschichte: <i>cōsumere</i> und <i>cōsummare</i>	43
3. Die Generalisierung des Konsums im Absolutismus.....	51
4. Konsum im Wirtschaftskreislauf	60
II Konsum und Gesellschaftswandel.....	79
1. Von der ständischen zur modernen Gesellschaft.....	79
2. Marktvergesellschaftung.....	103
3. Subjektivierung durch Konsum	118
Zwischenbetrachtung.....	133

Zweiter Teil: Moderner Massenkonsum

I	Objektwelten des Massenkonsums	141
	1. Mode und Konsum im »Hochkapitalismus«	141
	2. Zweierlei Massenkonsum	148
	3. Kulturelle Kontexte des amerikanischen Konsummodells	165
	4. Industrielle Infrastrukturen – Ford und die Folgen	175
	5. Ausblick	191
II	Kritik und Theorie des Massenkonsums	197
	1. Amerikanische Sozialtheorien des Konsums	197
	2. Soziologie und Massenkonsum in der Bundesrepublik	227
	Fazit: Modernität und Massenkonsum	249
	Literatur	271