

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen.....	12
Verzeichnis der Tabellen.....	13
Verzeichnis der Abkürzungen	14
1. Einführung.....	15
1.1 Problemstellung	15
1.2 Vorgehensweise.....	23
2. Grundlegung	25
2.1 Die Ausgangssituation: Schattenseiten des Konsums.....	25
2.1.1 Konsumkritik in und an der Wohlstandsgesellschaft.....	25
2.1.2 Fehlentwicklungen im Konsumwachstum.....	29
2.1.3 Lebensführung, Identität und Konsum.....	32
2.2 Konzeptionelle Voraussetzungen und Vermutungen.....	37
2.2.1 Begrifflich-theoretischer Bezugsrahmen.....	37
2.2.1.1 Konsum und Konsumenten	37
2.2.1.2 Konsumsozialisation	42
Exkurs: Konsumsozialisation im „real existierenden Sozialismus“.....	49
2.2.1.3 Konsumerfahrungen.....	52
2.2.2 Selbstschädigung durch Konsum.....	58
2.2.2.1 Verbraucherrolle und nachhaltiger Konsum	58
2.2.2.2 Verbraucherinteressen und Konsumkompetenz.....	63
2.2.2.3 Eine Definition selbstschädigenden Konsums.....	73
2.2.3. Methodologische Grundlagen	79
2.2.3.1 Die Ansatzhöhe der Untersuchung.....	79
2.2.3.2 Methodische Überlegungen	82
3. Konsumbedingungen in der Wohlstandsgesellschaft	87
3.1 Die moderne Wohlstandsgesellschaft	87
3.1.1 Materieller Lebensstandard.....	87
3.1.2 Einstellungen zum Lebensstandard	93
3.1.3 Konsumpraktiken in der Wohlstandsgesellschaft	98
3.2 Der Systemzusammenhang von Gesellschaft und Bedürfnissen	102
3.2.1 Personale und soziale Systeme	102
3.2.2 Interdependenzen von Bedürfniskategorien	107
3.2.3 Bedürfnisbildung als sozialer Lernprozess	111
3.3 Das personale System als Quelle von Identitätsbedürfnissen	114

3.3.1 Der Konsument auf der Suche nach Identität.....	114
3.3.2 Kybernetische Funktionen der Identität	119
3.3.3 Identitätssuche und die Außenlenkung von David Riesman	122
3.3.4 Identitätssuche und die Innenorientierung von Gerhard Schulze	128
3.4 Das soziale System als Quelle von Befriedigungsmitteln	132
3.4.1 Erscheinungsformen von Bedürfnisobjekten	132
3.4.2 Soziales System und Bedürfnisbefriedigung im Rollenverhalten	137
3.4.3 Multioptionaler Konsum: die Bedeutung von Befriedigungsmitteln	141
3.5 Das soziale System als Quelle von Befriedigungsversagungen	146
3.5.1 Armut im Wohlstand	146
3.5.2 Enttäuschende Konsumerfahrungen	151
3.5.3 Versagungen in sozialen Rollen	156
3.5.4 Die Drift von Richard Sennett	159
3.5.5 Erfahrungsversagungen	162
3.5.6 Unsichere Zukunftserwartungen	165
3.5.7 Individualisierung und Entscheidungsdruck	169
4. Konsumorientierung als Bewältigungsstrategie	175
4.1 Reaktionen auf Befriedigungsversagungen	175
4.1.1 Formen individueller Belastungsbewältigung	175
4.1.2 Abwehrmechanismen	182
4.1.3 Konstruktive Wirkungen von Frustrierung	183
4.1.4 Coping als Belastungsbewältigung	185
4.2 Konzeptionen kompensatorischer Belastungsbewältigung ..	190
4.2.1 Minderwertigkeitsgefühl und Kompensation bei Alfred Adler	191
4.2.2 Die Philosophie des Stattdessen von Odo Marquard	194
4.2.3 Die Zyklentheorie von Albert O. Hirschman	197
4.2.4 Die Idylle von Hermann Glaser	199
4.3 Konsumorientierung als Strategie der Belastungsbewältigung	203
4.3.1 Konsum und kompensatorisches Verhalten	203
4.3.2 Das Konzept der Konsumorientierung	209
4.3.3 Konsumorientierung und Flucht Konsum	215
4.3.4 Konsumorientierung als Bewältigungsstrategie	219
4.3.5 Konsumpraktiken als Bewältigungsverhalten	222
4.3.6 Materialismus als Dimension der Konsumorientierung ..	229
4.3.7 Konsumorientierung – Konsumstil – Lebensstil	235

4.4 Einige empirische Belege zur Konsumorientierung	243
4.5 Konsumorientierung und Theorien der Selbstwertsicherung 247	
4.5.1 Modalitäten der Belastungsbewältigung in sozialen Systemen	248
4.5.2 Ansätze der Stabilisierung des Selbst	250
4.5.3 Die Impression-Management-Theorie	254
4.5.4 Rollenorientierter Konsum	259
4.6 Der Erfolg von Bewältigungsorientierungen	261
5. Konsumorientierung und kognitive Entwicklung	265
5.1 Konsum, Informationsverarbeitung und Lernen	265
5.1.1 Informationsverarbeitung des Konsumenten	265
5.1.2 Konsum und Lernen	266
5.2 Kognitive Strukturiertheit und Sozialisation	269
5.2.1 Niveau der Informationsverarbeitung und kognitive Strukturiertheit	269
5.2.2 Unterschiede in Wahrnehmung und Verhalten	272
5.2.3 Biografische Ableitung unterschiedlicher kognitiver Strukturen	280
5.3 Konsumerfahrungen und Konsumkompetenz	284
5.3.1 Konsumerfahrungen und Lernstil	284
5.3.2 Konsumorientierung und Konsumerfahrungen	286
5.3.3 Das Risiko bei Konsumerfahrungen	289
5.3.3.1 Strukturelle Fehlinformation: Verwechslung fiktiver und realer Identitätsangebote	289
5.3.3.2 Inhaltliche Fehlinformation: Beliebigkeit von Identitätsangeboten	295
5.4 Konsumorientierung, Konsumkompetenz und Handlungsfähigkeit	300
6. Folgerungen	309
Literaturverzeichnis	315

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Wirkungsverläufe der Konsumsozialisation	45
Abbildung 2:	Metaphern des Konsums nach Holt.....	99
Abbildung 3:	Der Mechanismus der Bedarfsverlagerung.....	135
Abbildung 4:	Konsumorientierung als Bedarfsverlagerung	210
Abbildung 5:	Ein Belastungsbewältigungsmodell der Konsumorientierung	217
Abbildung 6:	Ein Modell der Konsumpraktiken beim Baseball ...	223
Abbildung 7:	Der Zusammenhang von Konsum- und Lebensstilen	241
Abbildung 8:	Informationsverarbeitung bei unterschiedlicher Strukturiertheit.....	273
Abbildung 9:	Kognitive Systeme auf der Strukturiertheits- dimension.....	276
Abbildung 10:	Erziehungsstil und kognitive Strukturiertheits- grade.....	282
Abbildung 11:	Die Entsprechung von Erziehungsstilen und Konsumerfahrungen.....	288
Abbildung 12:	Die Ambivalenz der Konsumorientierung.....	301

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1:	Sympathische Begriffe.....	17
Tabelle 2:	Subjektiv wahrgenommener Kaufdrang.....	22
Tabelle 3:	Haushaltsausstattung in den alten Bundesländern	90
Tabelle 4:	Zufriedenheit mit dem Lebensstandard.....	94
Tabelle 5:	Lebensstandard und erwartete Zufriedenheit.....	96
Tabelle 6:	Erwartete Zufriedenheit und Konsumenttäuschung	97
Tabelle 7:	Erscheinungsformen von Bedürfnisobjekten.....	133
Tabelle 8:	Einstellung zur Arbeit.....	139
Tabelle 9:	Einfluss des Einkommens auf das Konsumverhalten	147
Tabelle 10:	Beurteilung der wirtschaftlichen Lage	150
Tabelle 11:	Enttäuschung im Konsum.....	152
Tabelle 12:	Verständnis für Aussteiger und Konsument- enttäuschung	153
Tabelle 13:	Bedürfnisobjekte und Einstellung zur Arbeit	158
Tabelle 14:	Einfluss auf das eigene Schicksal.....	163
Tabelle 15:	Wohlstandserwartungen für das Jahr 2010	167
Tabelle 16:	Verständnis für Aussteiger.....	181
Tabelle 17:	Einkaufsgewohnheiten bei unterschiedlichem Einkommen	244
Tabelle 18:	Shopping als Alltagsflucht.....	245
Tabelle 19:	Shopping und Einkaufsmotive	247
Tabelle 20:	Mehr sein als scheinen?.....	258
Tabelle 21:	Veränderte Erziehungsziele in Westdeutschland.....	284
Tabelle 22:	Zufriedenheitserwartung und Selbstdarstellung	299