

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorbemerkungen zur überarbeiteten 2. Auflage</b> .....	9
<b>Vorwort</b> .....	11
<b>Konsum und Konsumgesellschaft</b> .....	13
<p>Das Wechselverhältnis von Produktion und Konsumtion 13 – Konsum als menscheitsgeschichtliches Phänomen 14 – Die Herausbildung der Kulturbedürfnisse 15 – Konservative und marxistische Konsumkritik 16 – Das Konsumverhalten aus wirtschaftspsychologischer Sicht 18 – Konsum als gesellschaftsprägende Kraft 19 – Anfänge und Entfaltung der Konsumgesellschaft 20 – Die revolutionäre Kraft des Konsums 24 – Die Konsumgesellschaft in den Wissenschaften 26 – Die Entstehung der Konsumgesellschaft in den USA 28 – Die Herausbildung der Konsumgesellschaft in Deutschland 32 – »Wirtschaftswunder« und Soziale Marktwirtschaft 34</p>	
<b>Voraussetzungen der Konsumgesellschaft</b> .....	37
<b>Zeit und Geld</b> .....	37
<p>Die Entwicklung der Löhne im 19. und 20. Jahrhundert 37 – Das Konsumverhalten der Arbeiter 39 – Kredite und Ratenzahlungen 41 – Das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit 42</p>	

**Rationalisierung und Massenproduktion** ..... 44

Die ökonomische Vernunft in der Produktion 44 – Frederick W Taylor und Henry Ford 47 – »Deutsche Wertarbeit« versus »amerikanische Massenproduktion«? 50 – Automatisierung: Realität und Vision 52 – Rationalisierungsprinzipien für alle Produkte und Prozesse 53 – Entwicklung der automatisierten Massenproduktion 57 – Beispiel Bierbrauerei 58 – Beispiel Seifenherstellung 60 – Beispiel Autoproduktion 62 – Beispiel Elektrische Energie 64 – Beispiel Datenverarbeitung 68

**Handel und Vertrieb** ..... 69

Handelsformen im Überblick 70 – Die Bedeutung des Markenartikels 72 – Glanz und Glamour der Kaufhäuser 73 – Versandhandel: Der Einkauf zu Hause 74 – Shopping-Center, Malls und Ladenketten 75 – Konsumgenossenschaften: Die sozialistische Alternative 77 – Selbstbedienungsläden: Autonomie des Kunden? 77 – Supermärkte und Discounter: Warenvielfalt und Billigangebote 80

**Konsumfelder: Wofür geben die Menschen Geld aus?** ..... 81

**Ernährung: Von der Mahlzeit zum Fast Food** ..... 81

Vom Hunger zum Überfluss 81 – Das Problem der Haltbarkeit: Konservieren, Kühlen, Gefrieren 83 – Die Welt als Garten des Verbrauchers 86 – Markenartikel aus der Lebensmittelindustrie 89 – Tütensuppe und Brühwürfel 90 – Surrogate: Margarine und Ersatzkaffee 90 – Birchermuesli und Kellogg’s Corn Flakes 92 – Hähnchen als Massenware 93 – Die Qualität industriell hergestellter Lebensmittel 94 – Die Ursprünge des Fast Food in den USA 95 – Essen unterwegs 98 – McDonald’s & Co erobern die Welt 99 – Essen in der Moderne 101

**Bekleidung und Mode** ..... 102

Die Baumwolle verdrängt die Wolle 102 – Soziale Verbreitung der Mode 103 – Die Priorität der Herrenkonfektion in den USA 104 – Die Priorität der Damenkonfektion in Deutschland 107 – Farben verändern die modische Welt 108 – Kunstseiden dringen in den Kleidungsmarkt ein 109 – Der Nylonstrumpf als Wegbereiter der Synthetics 111 – Vielfalt der Materialien – Vielfalt der Mode 112

**Wohnen: Die Entstehung der technisierten Komfortwohnung** ..... 114

Wohnverhältnisse im deutschen Kaiserreich 114 – Die Segnungen des fließenden Wassers 115 – Beleuchtung: Petroleum – Gas – Strom 118 – Wohnungspro-

litik im Deutschland der Zwischenkriegszeit 120 – Wohnverhältnisse in den USA 121 – Amerikanische Versorgungssysteme: Umweltbelastung und Verschwendung 124 – Die üppige Ausstattung der amerikanischen Haushalte 126 – Bundesrepublik: Größere Wohnungen – kleinere Haushalte 131 – Haushaltsausstattung: Zeitersparnis durch Technik? 133 – Wohnen in der Konsumgesellschaft: Privatisierung, Technisierung, Komforterrhöhung 135

**Gesundheit: Zwischen Schicksal und Eigenverantwortung . . . . . 137**

Was heißt »Gesundheit?« 137 – Anstieg der Lebenserwartung 138 – Von den Infektions- zu den Zivilisationskrankheiten 141 – Das Gesundheitssystem: Professionalisierung und Kommerz 146

**Sexualität: Vom verdeckten zum offenen Konsum . . . . . 148**

Sexualverhalten im Wandel 149 – Prostitution: Von Straßenmädchen und Sexarbeiterinnen 150 – Empfängnisverhütung: Kondome, Pillen und Pessare 152 – Die Angebote der Porno-Industrie 154

**Mobilität und Massentourismus . . . . . 157**

Eine Mobilitätsrevolution: Dampfschiff und Eisenbahn 158 – Anfänge des Tourismus: An die See und in die Berge 161 – »Kraft durch Freude«: Anspruch und Wirklichkeit 163 – Mobilität und Tourismus in den USA 165 – Eine Nation auf Rädern: Das Automobil in Amerika 167 – Individualmotorisierung in Deutschland: Vom Fahrrad und Motorrad zum Auto 173 – Schifffahrt: Von der Auswanderung zur Kreuzfahrt 179 – Flugreisen: Vom Zeppelin zum Großraumjet 181 – Mobilität und Tourismus heute 185

**Unterhaltung und Vergnügen: Die Expansion der medialen Welt . . . . . 189**

Rummel, Vergnügungsparks, Weltausstellungen 189 – Kino: Vom kurzen Stummfilm zum langen Tonfilm 192 – Musik zu Hause: Vom Phonographen über das Radio zum CD-Player 194 – Musik unterwegs: Vom Koffer- und Autoradio zum MP3-Player 200 – Das Fernsehen als Leitmedium 202 – Filme im Kino – Filme zu Hause 206 – Walt Disney und der Vergnügungspark 208 – Von einarmigen Banditen und Computerspielen 209 – Von der kollektiven zur individuellen Unterhaltung 212

**Die Rolle der Konsumverstärker . . . . . 215**

Werbung in allen Medien 216 – Alles verpackt 219 – Substitute, Surrogate, Imitate 221 – Rhythmen der Mode 222 – Wegwerfprodukte: Von Tampons, Pampers und Papiertaschentüchern 223

<b>Individualisierung und Globalisierung</b> .....	<b>228</b>
Das Individuum in der Warenwelt 228 – Die Welt als Markt und Ressource 232	
<b>Kritik und Grenzen der Konsumgesellschaft</b> .....	<b>238</b>
Perspektiven der Konsumkritik: Kultur, Herrschaft, Natur 238 – Konsumgesellschaft: Ein Modell am Scheideweg 242	
<b>Ausgewählte Literatur</b> .....	<b>245</b>
<b>Abbildungsnachweis</b> .....	<b>258</b>