

Inhalt

DIRK HOHNSTRÄTER

Vorwort 7

CHRISTOPH RIBBAT

Die Suite mit Blick auf den Pump N Snack.

Als Konsumkulturforscher in Las Vegas 11

KAI-UWE HELLMANN

Konsum > Kultur > Sozialstruktur.

Ein Plädoyer für mehr Kollaboration 21

JÖRN LAMLA

Die neuen kulturellen Grenzen des Konsums.

Entscheidungsarchitekturen und

ihre verbraucherwissenschaftliche Reflexion 45

MANUEL SCHRAMM

Konsumgeschichte: Aktuelle Trends und Perspektiven 59

MORITZ EGE

Zwischen Aneignungseuphorie und Austeritätsethnografie.

Wohin bewegt sich die (empirisch-)kulturwissenschaftliche

& europäisch-ethnologische Konsumforschung? 77

SIGRID BARINGHORST UND KATHARINA WITTERHOLD

Politisierung von Konsum online/offline – Theoretische und

methodische Herausforderungen eines neuen Forschungsfelds 103

WOLFGANG ULLRICH

Vom passiven zum aktiven Konsumenten.

Über einen Paradigmenwechsel, seine Gründe und seine Folgen. ... 119

HEINZ DRÜGH

Geteilte Empfindungen – gemischte Empfindungen.

Über das Ästhetische in der Konsumkultur. 133

DIRK HOHNSTRÄTER UND STEFAN KRANKENHAGEN

Nachwort: Konsumforschung

aus Sicht der Hildesheimer Kulturwissenschaften 149

Autorinnen und Autoren. 154