

Heinz-Gerhard Haupt, Claudius Torp (Hg.)

Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890-1990

Ein Handbuch

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Einleitung: Die vielen Wege der deutschen Konsumgesellschaft <i>Claudius Torp, Heinz-Gerhard Haupt</i>	9
---	---

I. Wirtschaft

Ernährung im Wandel: Lebensmittelproduktion und -konsum zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur <i>Roman Rossfeld</i>	27
Massenproduktion und Konsumgesellschaft: Ein historischer und systematischer Abriss <i>Wolfgang König</i>	46
Massenmedien und Konsumgesellschaft <i>Kaspar Maase</i>	62
Agenten des Konsums: Werbung und Marketing <i>Peter Borscheid</i>	79
Körper, Kultur, Konsum: Die Konsumgeschichte der alltäglichen Hygiene <i>Ulrike Thoms</i>	97
Der Aufstieg des Massentourismus im 20. Jahrhundert <i>Hasso Spode</i>	114

II. Soziale Lagen und Identitäten

Bürgertum und Konsum: Von der repräsentativen Bescheidenheit zu den »feinen Unterschieden« <i>Gunilla Budde</i>	131
Der Konsum von Arbeitern und Angestellten <i>Heinz-Gerhard Haupt</i>	145

Frauen und die Öffentlichkeit des Konsums <i>Erica Carter</i>	154
Ethnizität und Konsum <i>Maren Möhring</i>	172
Generation und Konsumgesellschaft <i>Rainer Gries</i>	190
Konsum auf dem Land vom Kaiserreich bis in die Bundesrepublik <i>Daniela Münkler</i>	205
 III. Politik	
Die Entdeckung der Konsumenten im Kaiserreich <i>Christoph Nonn</i>	221
Konsumgesellschaft und Politik im Ersten Weltkrieg <i>Belinda Davis</i>	232
Das Janusgesicht der Weimarer Konsumpolitik <i>Claudius Torp</i>	250
Träume und Alpträume: Konsumpolitik im nationalsozialistischen Deutschland <i>Hartmut Berghoff</i>	268
Im Widerspruch zum Ideal: Konsumpolitik in der DDR <i>Ina Merkel</i>	289
»Wohlstand für alle«: Das Spannungsfeld von Konsum und Politik in der Bundesrepublik <i>Michael Wildt</i>	305
 IV. Kultur und Wissenschaft	
Der Konsum in der deutschen Soziologie <i>Dominik Schrage</i>	319
Konsumtheorien in der Wirtschaftswissenschaft <i>Jakob Tanner</i>	335
Werbung und die Kultur des Kapitalismus <i>Alexander Schug</i>	355

Sexualität als Ware und Wahrheit: Körpergeschichte als Konsumgeschichte <i>Pascal Eitler</i>	370
Transatlantische Konsumleitbilder und ihre Übersetzung 1900–1945 <i>Adelheid von Saldern</i>	389
»Mut zur Armut«: Zur Historisierung konsumgesellschaftlicher Leitbilder für den westdeutschen Wiederaufbau <i>Michael Prinz</i>	403
Amerikanische Einflüsse auf die westdeutsche Konsumententwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg <i>Axel Schildt</i>	435
Literatur	448
Autorinnen und Autoren	496
Register	499