

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort** ..... 9

**Konsum und Konsumgesellschaft**..... 13

Das Wechselverhältnis von Produktion und Konsumtion **13** – Konsum als menschengeschichtliches Phänomen **14** – Die Herausbildung der Kulturbedürfnisse **15** – Konservative und marxistische Konsumkritik **16** – Das Konsumverhalten aus wirtschaftspsychologischer Sicht **19** – Konsum als gesellschaftsprägende Kraft **20** – Anfänge und Entfaltung der Konsumgesellschaft **22** – Die revolutionäre Kraft des Konsums **27** – Die Konsumgesellschaft in der Wissenschaft **28** – Die Entstehung der Konsumgesellschaft in den USA **31** – Die Herausbildung der Konsumgesellschaft in Deutschland **37** – Wirtschaftswunder und soziale Marktwirtschaft **38**

**Voraussetzungen der Konsumgesellschaft** ..... 42

**Ohne Geld und Zeit kein Konsum** ..... 42

Die Entwicklung der Löhne im 19. und 20. Jahrhundert **42** – Das Konsumverhalten der Arbeiter **44** – Kredite und Ratenzahlungen **45** – Das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit **48**

**Rationalisierung und Massenproduktion im Industriebetrieb**..... 50  
Die ökonomische Vernunft in der Produktion 50 – Frederick W. Taylor und Henry Ford 54 – »Deutsche Wertarbeit« versus »amerikanische Massenproduktion«? 58 – Automatisierung: Realität und Vision 60 – Rationalisierungsprinzipien durchdringen die Produktion 62 – Entwicklung der automatisierten Massenproduktion 66 – Beispiel Bierbrauerei 67 – Beispiel Seifenherstellung 70 – Beispiel Autoproduktion 72 – Beispiel Elektrische Energie 76 – Beispiel Datenverarbeitung 79

**Handel und Vertrieb** .....81  
Handelsformen im Überblick 82 – Die Bedeutung der Markenartikel 84 – Glanz und Glamour der Kaufhäuser 85 – Versandhandel: Der Einkauf zu Hause 87 – Shopping-Center, Malls und Ladenketten 88 – Konsumgenossenschaften: Die sozialistische Alternative 91 – Selbstbedienungsläden: Autonomie des Kunden? 91 – Supermärkte und Discounter: Warenvielfalt und Billigangebote 93

**Konsumfelder: Wofür geben die Menschen Geld aus?**.....96

**Ernährung: Von der Mahlzeit zum Fast Food**.....96  
Vom Hunger zum Überfluss 96 – Das Problem der Haltbarkeit: Konservieren, Kühlen, Gefrieren 98 – Die Welt als Garten des Verbrauchers 102 – Markenartikel aus der Lebensmittelindustrie 105 – Tütensuppe und Brühwürfel 106 – Surrogate: Margarine und Ersatzkaffee 107 – Birchermüsli und Kellogg's Corn Flakes 109 – Hähnchen als Massenware 111 – Die Qualität industriell hergestellter Lebensmittel 112 – Die Ursprünge des Fast Food in den USA 113 – Essen unterwegs 116 – McDonald's & Co erobern die Welt 118 – Essen in der Moderne 120

**Bekleidung und Mode** ..... 121  
Die Baumwolle verdrängt die Wolle 121 – Soziale Verbreitung der Mode 122 – Die Priorität der Herrenkonfektion in den USA 124 – Die Priorität der Damenkonfektion in Deutschland 127 – Farben verändern die modische Welt 128 – Kunstseiden dringen in den Kleidungsmarkt ein 129 – Der Nylonstrumpf als Wegbereiter der Synthetika 132 – Vielfalt der Materialien – Vielfalt der Mode 134

**Wohnen: Die Entstehung der technisierten Komfortwohnung** ..... 135  
Wohnverhältnisse im deutschen Kaiserreich 135 – Die Segnungen des fließenden Wassers 138 – Beleuchtung: Petroleum – Gas – Strom 141 – Wohnungspolitik im Deutschland der Zwischenkriegszeit 143 – Wohnverhältnisse in den

USA **145** – Amerikanische Versorgungssysteme: Umweltbelastung und Verschwendung **149** – Die üppige Ausstattung der amerikanischen Haushalte **151** – Bundesrepublik: Größere Wohnungen – kleinere Haushalte **156** – Haushaltsausstattung: Zeitersparnis durch Technik? **160** – Wohnen in der Konsumgesellschaft: Privatisierung, Technisierung, Komforterrhöhung **162**

**Sexualität: Vom verdeckten zum offenen Konsum..... 164**

Sexualverhalten im Wandel **164** – Prostitution: Von Straßenmädchen und Sexarbeiterinnen **166** – Empfängnisverhütung: Kondome, Pillen und Pessare **168** – Die Angebote der Porno-Industrie **170**

**Mobilität und Massentourismus.....174**

Eine Mobilitätsrevolution: Dampfschiff und Eisenbahn **175** – An die See und in die Berge: Anfänge des Tourismus **179** – »Kraft durch Freude«: Anspruch und Wirklichkeit **182** – Mobilität und Tourismus in den USA **184** – Eine Nation auf Rädern: Das Automobil in den USA **186** – Vom Fahrrad und Motorrad zum Auto: Individualmotorisierung in Deutschland **193** – Schifffahrt: Von der Auswanderung zur Kreuzfahrt **202** – Flugreisen: Vom Zeppelin zum Großraumjet **204** – Mobilität und Tourismus heute **210**

**Unterhaltung und Vergnügen: Die Expansion der medialen Welt.....213**

Rummel, Vergnügungsparks, Weltausstellungen **214** – Kino: Vom kurzen Stummfilm zum langen Tonfilm **217** – Musik zu Hause: Vom Phonographen über das Radio zum CD-Player **220** – Musik unterwegs: Vom Koffer- und Autoradio zum MP3-Player **227** – Das Fernsehen als Leitmedium **229** – Filme im Kino – Filme zu Hause **234** – Walt Disney und der Vergnügungspark **237** – Von einarmigen Banditen und Computerspielen **238** – Von der kollektiven zur individualisierten Unterhaltung **241**

**Konsumverstärker fördern den Verkauf.....244**

Werbung in allen Medien **245** – Alles verpackt **249** – Substitute, Surrogate, Imitate **251** – Rhythmen der Mode **253** – Wegwerfprodukte: Von Tampons, Pampers und Papiertaschentüchern **254**

**Individualisierung und Globalisierung  
als säkulare Prozesse..... 259**

Das Individuum in der Warenwelt **260** – Die Welt als Markt und Ressource **263**

**Kritik und Grenzen der Konsumgesellschaft..... 270**

Dimensionen der Konsumkritik: Kultur, Herrschaft, Natur 271 – Konsumgesellschaft: Ein Modell am Scheideweg 275

**Literatur ..... 279**

**Abbildungsnachweis ..... 309**