

Inhalt

Einleitung: Die vielen Wege der deutschen Konsumgesellschaft

Claudius Torp, Heinz-Gerhard Haupt..... 9

I. Wirtschaft

Ernährung im Wandel: Lebensmittelproduktion und -konsum zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur

Roman Rosfeld..... 27

Massenproduktion und Konsumgesellschaft: Ein historischer und systematischer Abriss

Wolfgang König..... 46

Massenmedien und Konsumgesellschaft

Kaspar Maase..... 62

Agenten des Konsums: Werbung und Marketing

Peter Borscheid..... 79

Körper, Kultur, Konsum: Die Konsumgeschichte der alltäglichen Hygiene

Ulrike Thoms..... 97

Der Aufstieg des Massentourismus im 20. Jahrhundert

Hasso Spode 114

II. Soziale Lagen und Identitäten

Bürgertum und Konsum: Von der repräsentativen Bescheidenheit zu den »feinen Unterschieden«

Gunilla Budde 131

Der Konsum von Arbeitern und Angestellten

Heinz-Gerhard Haupt 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 Münkel</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 Konsumentwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg <i>Axel Schildt</i>	435
 Literatur.....	448
Autorinnen und Autoren	496
Register.....	499