

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	v
Verzeichnis der Abbildungen.....	ix
Verzeichnis der Übersichten	ix
Abkürzungsverzeichnis.....	x
Geleitwort.....	xi
Vorwort	xiii
1. Einleitung.....	1
2. Konsum - Theoretische Perspektive.....	7
2.1. Konsum. Verortung im Forschungsfeld	8
2.2. Konsum und Rationalisierung	15
2.2.1. <i>Konsum auf dem Weg zur Rationalisierung</i>	15
2.2.2. <i>Rationalisierter Konsum aus der Theorieperspektive</i>	22
2.2.3. <i>Rationalisierter Konsum: Gegen- und Folgeentwicklungen</i>	32
2.3. Konsum und Individuum.....	41
2.4. Fragestellung	48
3. Soziale (Konsum-) Praktiken.....	53
3.1. Soziale Praktiken: Begriff	54
3.2. Soziale Praktiken: Theorie(n).....	56
3.3. Soziale Praktiken und Konsum.....	77
3.4. Implikationen für das weitere Vorgehen	82
4. Methode und Vorgehen	87
4.1. Ethnographie als Methode.....	89

4.2. Soziologische Ethnographie	96
4.2.1. Grundverständnis soziologischer Ethnographie	96
4.2.2. Varianten der (soziologischen) Ethnographie	100
4.2.3. Ethnographie und Konsum	108
4.2.4. Zusammenfassung: Ethnographie in dieser Studie	109
4.3. Ethnographische Erhebungsinstrumente	110
4.3.1. Beobachtung	111
4.3.2. Interviews	113
4.3.3. Visuelle Ethnographie	116
4.3.4. Dokumentenanalyse	117
4.3.5. Netnographie	118
4.3.6. Weiteres Material	119
4.4. Protokollierung	119
4.5. Ethnographische Analyse	126
4.6. Ethnographische Typologie	129
4.7. Vorgehen im Forschungsfeld	132
4.7.1. Feldzugang	133
4.7.2. Sampling	136
4.7.3. Verhalten im Feld	138
4.7.4. Dauer der Feldphase	140
5. Praxisfeld Einzelhandel	143
5.1. Bedingungen an das Praxisfeld	144
5.2. Auswahl des Praxisfeldes Frankfurt	146
5.3. Vorstellung des Praxisfeldes Frankfurt	150
5.3.1. Praxisfeld Frankfurter Einzelhandel im Bezug zur Stadt	150
5.3.2. Praxisfeld Frankfurter Einzelhandel im Detail	152
6. Ethnographien der Einkaufsstraßen	159
6.1. Ethnographie der Schweizer Straße	160
6.2. Ethnographie der Leipziger Straße	169
6.3. Ethnographie der Berger Straße	178
6.4. Ethnographie der Zeil	185

7. Typologie der Einkaufspraktiken.....	193
7.1. Einkaufspraktiken in der Einzelbetrachtung.....	194
7.1.1. <i>Sequenz: Betreten</i>	195
7.1.2. <i>Sequenz: Auswahl und Bestellung</i>	204
7.1.3. <i>Sequenz: Bezahlen</i>	212
7.1.4. <i>Brüche in Praktiken</i>	215
7.1.5. <i>Brüche in Sequenzen</i>	217
7.2. Einkaufspraktiken und ihre Variationen.....	218
7.2.1. <i>Varianten der Basispraktiken - Einflussfaktoren</i>	219
7.2.2. <i>Varianten der Basispraktiken - Differenzierungsfaktoren</i>	223
7.2.3. <i>Filialisierung - der mittelbare Einfluss</i>	228
7.2.4. <i>Filialisierung - der unmittelbare Einfluss</i>	233
7.3. Zentrale Erkenntnisse aus den Kurzethnographien	237
7.4. Gesamtbetrachtung als Zusammenführung der Teilergebnisse.....	241
7.5. Rückbezug zum theoretischen Orientierungsrahmen	245
8. Resümee	249
Literaturverzeichnis	257