

# INHALT

<b>Danksagung</b>	7
<b>1. Einleitung</b>	9
<b>2. Zur Entstehung der Konsumgesellschaft</b>	13
<b>3. Modernisierung um die Jahrhundertwende</b>	21
3.1 Die Wurzeln der Modernisierung	21
3.2 Dimensionen der Modernisierung um 1900	28
3.2.1 Individualisierung	30
3.2.2 Domestizierung	36
3.2.3 Rationalisierung	41
3.2.4 Differenzierung	46
3.3 Modernisierung zwischen Befreiung und Disziplinierung	49
<b>4. Modernisierung und Konsum</b>	53
4.1 Rationalisierung und Konsum: Max Weber	55
4.1.1 Webers „protestantische Ethik“ und der Konsum	55
4.1.2 Die Rolle der „romantischen Ethik“	60
4.1.3 Schlussfolgerungen	66
4.2 Domestizierung und Konsum: Thorstein Veblen	67
4.2.1 Die „Theorie der feinen Leute“ und der Konsum	67
4.2.2 Zur Rezeption von Veblens Arbeiten	75
4.2.3 Veblens Theorie der Moderne	81
4.2.4 Schlussfolgerungen	86
4.3 Differenzierung, Individualisierung, Konsum: Georg Simmel	88

4.3.1 Simmels Theorie der Moderne	89
4.3.2 Konsum als Individualisierungs- und Integrationskraft	94
4.3.3 Konsum der Mode: Nachahmung und Individualisierung	101
4.3.4 Schlussfolgerungen	104
4.4 Domestizierung, Rationalisierung, Konsum: Werner Sombart	105
4.4.1 Sombarts Theorie der Moderne	105
4.4.2 Konsum, Moderne und Judentum	106
4.4.3 Konsum, Moderne und Weiblichkeit	111
4.4.4 Schlussfolgerungen	118
4.5 Paradoxien der Modernisierung	120
<b>5. Die Debatte um das Warenhaus als Diskurs um die Moderne</b>	127
5.1 Der Diskurs um Weiblichkeit und Warenhaus	138
5.1.1 Agoraphobie	139
5.1.2 Kleptomanie	144
5.1.3 Prostitution	152
5.1.4 Zwischenfazit	158
5.2 Der Diskurs um Judentum und Warenhaus	159
5.2.1 Täuschung	162
5.2.2 Fremdheit	165
5.2.3 Zwischenfazit	174
5.3 Der Diskurs um Ökonomie und Warenhaus	175
5.3.1 Konkurrenz zum Mittelstand	176
5.3.2 Technik, Architektur und Rationalität	187
5.3.3 Zwischenfazit	195
<b>6. Paradoxien der Modernisierung und der Warenhausdiskurs</b>	197
<b>Literaturverzeichnis</b>	207