

# Inhalt

Vorbemerkung .....	7
<i>Michael Jäckel</i> Ambivalenzen des Konsums und der werblichen Kommunikation .....	9
<i>Dieter Bögenhold und Uwe Fachinger</i> Konsum im Kontext: Sozial- und wirtschaftshistorische Perspektiven .....	19
<i>Thomas Lenz</i> Konsum und Großstadt. Anmerkungen zu den antimodernen Wurzeln der Konsumkritik .....	41
<i>Kai-Uwe Hellmann</i> Zur Historie und Soziologie des Markenwesens.....	53
<i>Hubert Knoblauch</i> Märkte der populären Religion .....	73
<i>Jan D. Reinhardt und Felix Gradinger</i> Behinderung in der Werbung – zwischen Unsichtbarkeit und Provokation .....	91
<i>Gabriele Siegert</i> Werbung und Konsum: Marken als zweiseitiger, zweidimensionaler Kommunikationsprozess.....	109
<i>York Kautt und Herbert Willems</i> Ambivalenzen werblicher Kommunikation – Formen und Funktionen.....	125

*Elmar Lange*

Zur Verschuldung von Kindern und Jugendlichen zwischen 10 und 24 Jahren – Ambivalenzen in der Sozialisation zum marktkonformen Verbraucher ..... 141

*Michael Jäckel*

The Paradox of Choice. Konsumententscheidungen auf ambivalenten Märkten .. 161

*Stefan Dahlem (unter Mitarbeit von Stefanie Buchert)*

Der Konsument im Zwiespalt der Gefühle. Anwendung des Konzeptes der emotionalen Polarisierung auf die Konsumstimmung – eine induktiv-deduktive Forschungsgeschichte ..... 187

*Ingo Schoenheit*

Politischer Konsum. Ein Beitrag zum faustischen Konsumentenverhalten ..... 211

*Georgios Papastefanou*

Variatio delectat? – Verbreitung und sozialstrukturelle Differenzierung der Konsumvariabilität ..... 235

*Sebastian Langguth und Heinz Kolz*

Der ältere Konsument – Marktchancen im demographischen Wandel ..... 261

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren ..... 275

