

Einkaufen

Ethnographische Skizzen

Konsumentenkulturen in der Region Tübingen

Mit Beiträgen von

Sabine Ehrke, Bärbel Günther, Sabine Hess, Anette Hoffmann-Kuhnt,
Rolf Hug, Kathrin Kipp, Stefanie Kollmar, Heike Krüger,
Oliver Kummer, Andreas Linder, Eva Neuburger, Helga Pommerenke,
Marion Rosenkranz, Harald Schwarz, Bettina Vogel,
Holger Warthmann, Gisela Welz, Daniela Winkler

Projektleitung: Gisela Welz

Redaktionelle Mitarbeit: Ralph Winkle

1996

TÜBINGER VEREINIGUNG FÜR VOLKSKUNDE E.V.
SCHLOSS, TÜBINGEN

Inhalt

Gisela Welz Einkaufen: Ethnographische Skizzen	7
Bärbel Günther und Helga Pommerenke Blickfänge: Schaufensterbummeln nach Ladenschluß	16
Rolf Hug Consumer Culture & Compact Discs	32
Harald Schwarz Shopping for Identity – Zeitgeist als semiotisches Feld.	54
Marion Rosenkranz Die Apotheke	62
Eva Neuburger und Bettina Vogel Die Boutique als Bühne	75
Kathrin Kipp „Da mußt du cool sein ...“ CDs kaufen – eine kulturelle Handlung?	96
Stefanie Kollmar und Daniela Winkler Fabrikverkauf: Erlebnisqualitäten einer Vermarktungsform	108
Sabine Ehrke Auch Einkaufen will gelernt sein	121
Holger Warthmann „Da können sie dir weiß Gott was erzählen ...“ Zur Einkaufskompetenz von ErstkäuferInnen im Computerhandel .	132

Heike Krüger	
Zwischen Spätzle und Spaghetti	
Wenn Schwaben in Turin einkaufen gehen	146
Oliver Kummer	
Einkaufen als Möglichkeit kreativen Handelns	162
Andreas Linder	
Konsumverhalten und alternativer Lebensstil	173
Anette Hoffmann-Kuhnt	
Von der Privatökonomie zur Verbraucherinitiative	189
Sabine Hess	
„Man kann hier nicht mehr erwarten, als man zwischen seinen Fingern hat.“	
Flüchtlingsleben unter diskriminierenden Konsumbedingungen . . .	199