

## **INHALT**

<b>Geleitwort</b>	7
<b>Danksagung</b>	9
<b>EINLEITUNG</b>	11
Konsum und Konsumrevolution – Konsum in Sozialismus und Postsozialismus – Perspektiven auf Konsum	
<b>KONSUMREALITÄTEN</b>	35
<b>Konsum am Ende der sowjetischen Zeit (1985-1988)</b>	38
Rahmenbedingungen des Konsums – Konsum und Ausstattung in der Sowjetunion im Jahr 1985 in Zahlen – Differenzierung der Konsumenten	
<b>Konsumkrise (1989-1991)</b>	64
Ursachen der Konsumkrise – Extremes Defizit als Alltagsphänomen – Direkte und indirekte Preissteigerung – Kriseninterventionen	
<b>Konsum im marktwirtschaftlichen Russland (1992-2000)</b>	89
Konsum vor dem Hintergrund neuer Rahmenbedingungen – Konsumkrise 1998 – Konsum und Ausstattung in Russland ab dem Jahr 1992 in Zahlen – Differenzierung der Konsumenten	
<b>Zusammenfassung</b>	126

<b>KONSUMDISKURSE</b>	129
<b>Konsumdiskurse der Planwirtschaft</b>	130
Konsumkrise als Ergebnis von Glasnost – Versagen des Versorgungsstaates – Konsumprivilegien – Vergleich des Konsumniveaus mit dem der USA	
<b>Konsumdiskurse der Marktwirtschaft</b>	153
Kommerzialisierung – Idealisierung des Konsumstandards der Vergangenheit	
<b>Sowjetische Symbole und Konsum</b>	166
<b>Normative Konsumdiskurse</b>	171
<b>Zusammenfassung</b>	184
<b>KONSUMINNOVATIONEN</b>	187
<b>Konsum zwischen Verwestlichung und Nationalisierung</b>	187
Herkunft als Unterscheidungskriterium – Verwestlichung der Warenwelt – Eröffnung des ersten McDonald's in Moskau – Konsumnationalismus – Konsum und kulturelle Globalisierung	
<b>Wandel von Waren zu Marken</b>	222
The World of <i>Socialist Goods</i> – Werbung als Phänomen des Alltags – Markenwahrnehmung und Markenbewusstsein nach 1992 – Marken als Ausdruck kultureller und politischer Selbstverortung	
<b>Zusammenfassung</b>	252
<b>ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK</b>	255
Konsum im Übergang vom Plan zum Markt – Russische Konsumrevolution – Konsum in Russland 2000 bis 2008	
<b>QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS</b>	269