

INHALT

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

KONSUMDISKURSE	129
Konsumdiskurse der Planwirtschaft	130
Konsumkrise als Ergebnis von Glasnost – Versagen des Versorgungsstaates – Konsumprivilegien – Vergleich des Konsumniveaus mit dem der USA	
Konsumdiskurse der Marktwirtschaft	153
Kommerzialisierung – Idealisierung des Konsumstandards der Vergangenheit	
Sowjetische Symbole und Konsum	166
Normative Konsumdiskurse	171
Zusammenfassung	184
KONSUMINNOVATIONEN	187
Konsum zwischen Verwestlichung und Nationalisierung	187
Herkunft als Unterscheidungskriterium – Verwestlichung der Warenwelt – Eröffnung des ersten McDonald's in Moskau – Konsumnationalismus – Konsum und kulturelle Globalisierung	
Wandel von Waren zu Marken	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	
Zusammenfassung	252
ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	255
Konsum im Übergang vom Plan zum Markt – Russische Konsumrevolution – Konsum in Russland 2000 bis 2008	
QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS	269