

Inhalt

1. Die Untersuchung kleiner migrantengeführter Lebensmittelgeschäfte	7
1.1 Einleitung	7
1.2 Theoretische und konzeptionelle Vorüberlegungen	14
Multikulturalität	14
Theorie der Praktiken	16
Die <i>immigrant-business</i> -Forschung	18
Konsumgeographie	24
Synthese von <i>immigrant-business</i> -Forschung und Konsumgeographie	28
Abgrenzung des Untersuchungsgebietes	29
1.3 Methodologie	31
Das Untersuchungsgebiet Stuttgart-Süd	31
Ethnographie und die Erschließung „praktischen Wissens“	38
Methodisches Vorgehen im Einzelnen	40
Aufbereitung des Datenmaterials und Auswertung	47
Qualität des Datenmaterials	48
Darstellungsform	49
Kapitelübersicht	50
2. Kontexte und Alltag kleiner Lebensmittelgeschäfte im Quartier	51
2.1 Strukturelle Ausrichtung und Bedeutung kleiner Lebensmittelgeschäfte	51
2.2 Kleine Geschäfte im stadtökonomischen Kontext	59
Nachfragemacht	60
Sortimentsgestaltung	61
Lokalpolitik	62
Standort	63
2.3 Überlebensstrategien und Alltag im Händlerberuf	66
Arbeiten für den sozialen Aufstieg	70
Minimierung der Betriebskosten	76
Fähigkeiten	79
Authentizität	84
2.4 Fazit	91

3. Die Bedeutung der kleinen Lebensmittelgeschäfte für ihre Stammkundschaft	93
3.1 Einkaufsgeographien	93
3.2 Haushaltskontexte	96
3.3 „Praktisches“ Einkaufen	103
3.4 Lebensmitteleinkauf als multisensorisches Erlebnis	116
3.5 „Richtiges“ Einkaufen	125
Nachbarschaftliche Solidarität und persönliche Betroffenheit	131
Qualität und Preis	138
3.6 Fazit	144
4. Die Sozialität ökonomischer Austauschbeziehungen	147
4.1 Der Supermarkt als „Nicht-Ort“	147
4.2 Vertrauen	158
4.3 Rollenaushandlung: Kunde-Sein, Händler-Sein	169
Ladengestaltung	170
Erwartungshaltungen	173
Rollenkonflikte	181
Selbsterkenntnis	189
4.4 Fazit	198
5. Alltägliche Integration	201
5.1 Wahrnehmung kultureller Differenz im Alltag	201
5.2 Kultureller Wandel im „Dritten Raum“	203
5.3 Fazit	214
6. Schlussfolgerungen	215
Literaturverzeichnis	221