

Inhalt

Danksagung | 7

1 Einleitung | 9

2 Konsum und Moral: Zum Forschungsstand in der Soziologie | 19

2.1 Menschliche Bedürfnisse und der Nutzen von Konsumgütern | 20

2.2 Theoretische Perspektiven auf Konsum | 23

2.3 Perspektiven auf die Moralität des Konsums | 34

2.4 Fazit | 45

3 Die Forschungsperspektive | 49

3.1 Moral als habituell verankerte Sinnkonstruktion | 50

3.2 Moral im Geflecht von Alltagstätigkeiten | 78

3.3 Fazit: Implikationen und Lehren der Perspektive für Methodologie und Forschungsprogramm | 83

4 Methodischer Zugang und Forschungspraxis | 89

4.1 Rekonstruktive Methodologie und Dokumentarische Methode | 90

4.2 Sampling und Zugang zum Feld | 99

4.3 Interviewbedingungen und -durchführung | 103

4.4 Auswertungsschritte | 106

5 Moralische Orientierungen beim Konsum von Lebensmitteln | 111

5.1 Falldarstellungen | 114

5.2 Konzeptionen des ›guten‹ Konsums | 186

6 Konsummoral in der Alltagspraxis | 205

6.1 Die interaktive Verhandlung von Konsummoral im Kontext des Haushalts | 206

6.2 Reflexivität und Routine | 227

7 Die sinnbezogene Wechselwirkung zwischen Konsummoral und sozialer Distinktion | 241

7.1 Abgrenzungen nach ›unten‹ | 245

7.2 Abgrenzungen nach ›oben‹ | 260

7.3 Relativierung von vertikaler Ungleichheit | 270

7.4 Fazit | 273

8 Diskussion der Ergebnisse und theoretische Schlussfolgerungen | 281

8.1 Konsummoral als Alltagsmoral | 282

8.2 Das Verhältnis von Moral und Konsumpraxis | 286

8.3 Konsummoral im Kontext sozialer Ungleichheit | 293

Anhang | 299

A: Beispielinterpretation | 299

B: Liste der Interviewpartner | 303

Literaturverzeichnis | 307