

# 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**