

---

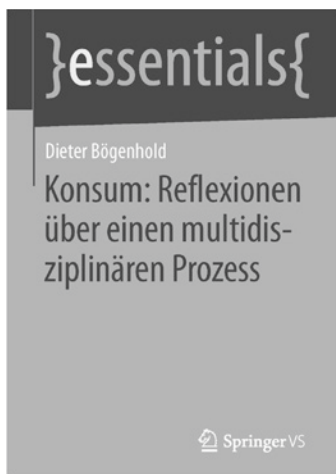
# Literatur

- Augé, M. (1994). *Nicht-Orte*. München: Beck.
- Baacke, D., Volkmer, I., Dollase, R., & Dresing, U. (1988). *Jugend und Mode*. Opladen: Leske + Budrich.
- Barry, D. (2014). *Die Einstellung zu Geld bei jungen Erwachsenen*. Wiesbaden: Springer.
- Baudrillard, J. (2015). Die Konsumgesellschaft. In K.-U. von Hellmann, D. Schrage (Hrsg.), *Ihre Mythen, ihre Strukturen*. Wiesbaden: Springer (Erstveröffentlichung 1970).
- Beck, K., Büser, T., & Schubert, C. (2016). *Mediengenerationen. Biografische und kollektivbiografische Muster des Medienhandelns*. Konstanz: UVK.
- Behrens, P., & Rathgeb, T. (Hrsg.) (2016). *JIM 2016 – Jugend, Information, (Multit-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12-19-Jähriger in Deutschland. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*. Stuttgart.
- Bertram, H., Rösler, W., & Deuffhard, C. (2015). *Die überforderte Generation*. Leverkusen: Budrich.
- Bögenhold, D. (2016). *Konsum: Reflexionen über einen multidisziplinären Prozess*. Wiesbaden: Springer VS.
- Braun, A., et al. (2012). „Big Mac im Mondschein“. Essen und die Bedeutung von Geld im Jugendalter. *Zeitschrift für Sozialpädagogik*, 14(3), 287–301.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2015). *Grünbuch Arbeiten 4.0*, Berlin.
- Der Paritätische Gesamtverband. (Hrsg.) (2016). *Zeit zu handeln. Bericht zur Armutsentwicklung in Deutschland*.
- Feil, Ch. (2003). *Kinder, Geld und Konsum*. Weinheim: Juventa.
- Foucault, M., & Miskowiec, J. (1986). Of other spaces. *diacritics*, 16(1), 22–27.
- Franke, M. K. (2014). *Der Konsument. Homo Emoticus statt Homo Oeconomicus?* Wiesbaden: Springer.
- Fridrich, C., Hübner, R., Karl Kollmann, K., Piorkowsky, M. B., & Tröger, N. (2017). *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher*. Wiesbaden: Springer.
- Gaschke, S. (2011). *Die verkaufte Kindheit: Wie Kinderwünsche vermarktet werden und was Eltern dagegen tun können*. München: Pantheon.
- Habermas, J. (1985). *Die neue Unübersichtlichkeit*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hahn, H. P. (2016). Aneignung und Domestikation. In D. Hohnsträter (Hrsg.), *Konsum und Kreativität* (S. 43–60). Bielefeld: Transcript.
- Hartwig, M. (2016). Freizeit und Geld. *Zeitschrift für Sozialpädagogik*, 14(3), 267–286.

- Haug, W. F. (2009). *Kritik der Warenästhetik: Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Henning, C. (2012). Hotelbuchungsportale: Provisionen von 10 % bis 50 %. Onlineartikel erschienen auf der Website „Hottelling“. <http://hottelling.net/2012/03/20/hotelbuchungsportale-provisionen-von-10-bis-50/>. Zugegriffen: 04. Jan. 2017.
- Hurrelmann, K., & Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre*. Weinheim: Beltz.
- Jäckel, M. (2011). *Einführung in die Konsumsoziologie: Fragestellungen – Kontroversen – Beispieltexte*. Wiesbaden: VS.
- JIM. (2016) – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. (Hrsg.), *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest*. Stuttgart.
- Kinder- und Jugendbericht. (2013). Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. (Hrsg.), *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Referat Öffentlichkeitsarbeit*. Berlin.
- Maschke, S., Stecher, L., Coelen, T., Ecarius, J., & Gusinde, F. (2013). *Appsolutly smart. Ergebnisse der Jugendstudie*. Bielefeld: Leben.
- Morgenstern, I., Fieber-Martin, K., Rosenstengel, L. (2014). Jenaer Kinder- und Jugendstudie 2014. Abschlussbericht. (Hrsg) *Organisationsberatungsinstitut Thüringen – ORBIT e. V.*, Jena.
- Muster, V. (2014). Wenn Mitarbeiter als Konsumenten produktiv sind. *Soziale Welt*, 65(3), 227–291.
- Ofcom. (2015). Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. <https://www.ofcom.org.uk>.
- Projektgruppe Wa(h)re Identität. (2016). *Hol ich mir. Geld, Konsum und Geltung*. Berlin: Archiv der Jugendkulturen Verlag.
- Reisch, L., Büchel, D., Joost, G., & Zander-Hayat, H. (2016). Digitale Welt und Handel. Verbraucher im personalisierten Online-Handel. *Veröffentlichungen des Sachverständigenrates für Verbraucherfragen*, 1(49), 18.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of society: An investigation into the changing character of contemporary social life*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Rosenmayer, L. (1976). Jugend. In R. König (Hrsg.), *Handbuch der empirischen Sozialforschung* (Bd. 6). Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag.
- Schirmacher, F. (2013). *Ego: Das Spiel des Lebens*. München: Blessing.
- Simmel, G. (2014). Philosophie der Mode. Georg Simmel: Philosophie der Mode/Zur Psychologie der Mode. Zwei Essays Edition Holzinger Berlin (Erstveröffentlichung 1905).
- Tully, C. (2004). Arbeitsweltkontakte von Schülerinnen und Schülern an allgemeinbildenden Schulen. Empirische Befunde zur Verbindung von Schule und Job. *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*, 24(4), 408–430.
- Tully, C. (2011). Mobilisierung des Mobilien. *Nahverkehr*, 2011(7–8), 12–15.
- Tully, C. (2012). Jugendliche auf dem Weg zu nachhaltigerem Konsum. In M. Freytag (Hrsg.), *Verbraucherintelligenz: Kunden in der Welt von morgen* (S. 211–224). Frankfurt a. M.: FAZ-Verlag.
- Tully, C. (2013). Konsum im Jugendalltag zwischen Moden und Nachhaltigkeit. In E. Spieß (Hrsg.), *Konsumentenpsychologie* (S. 137–150). München: Oldenbourg.
- Tully, C. (2014a). Generationen: Von ‚unter Druck‘ bis gestalterisch aktiv. (Rezension zu Jugend). *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, 2014(4), 477–484.

- Tully, C. (2014b). *Schattenspiele – Technik formt Alltag*. Weinheim: Beltz.
- Tully, C. (2016). Konsum und informelles Lernen. In M. Harring, M. D. Witte, & T. Burger (Hrsg.), *Handbuch informelles Lernen* (S. 475–492). Weinheim: Juventa.
- Tully, C., & Baier, D. (2017). Mobilitätssozialisation. In O. Schwedes (Hrsg.), *Verkehrspolitik. Eine interdisziplinäre Einführung*. Wiesbaden: Springer.
- Tully, C., & Gadow, T. (2013). Veränderungen des Alltags junger Erwachsener und deren Gesundheitsverhalten. *Impulse für die Gesundheitsförderung*, 2013(78), 3–4.
- Tully, C., & Krug, W. (2011). *Konsum im Jugendalter – Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung*. Schwalbach: Wochenschauverlag.
- Tully, C., & Krug, W. (2013). Junge Menschen und nachhaltiger Konsum: Empirische Befunde zum Konsumhandeln Jugendlicher und junger Erwachsener. In G. Michelsen & D. Fischer (Hrsg.), *Nachhaltig konsumieren lernen. Ergebnisse aus dem Projekt BINK („Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum“)* (Innovation in den Hochschulen - Nachhaltige Entwicklung,) (Bd. 11, S. 73–104). Homburg: Verlag für Akademische Schriften.
- Tully, C., Krug, W., & Wienefoet, V. (2011). Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen. *ZEP – Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, 34(4), 13–19.
- Tully, C., van Santen, E. (2012). Das verfügbare Geld im Jugendalltag von 13- bis 17-jährigen Schülern und Schülerinnen: Empirische Ergebnisse. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, 2012(2), 197–211.
- Tully, C., & van Santen, E. (2015). Nebenjobs von SchülerInnen. Empirische Befunde aus Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern. *Unser Jugend*, 3(67), 125–136.
- Tully, C., van Santen, E., & Fillisch, B. (2015). Combining school with part-time work: Empirical findings from Germany. *Papers*, 100(2), 237–258.
- Urry, J. (1995). *Consuming places. psychology*. Routledge: London.
- Winter, C. (2015). Kommerzialisierung. In A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg, & J. Wimmer (Hrsg.), *Handbuch cultural studies und medienanalyse* (S. 427–438). Wiesbaden: Springer.
- Zdnet. (2014). <http://www.zdnet.de/88206571/herstellung-des-iphone-6-kostet-200-dollar/>.

# Lesen Sie hier weiter



Dieter Bögenhold

**Konsum: Reflexionen über einen multidisziplinären Prozess**

2016, IX, 48 S.

Softcover: € 9,99

ISBN: 978-3-658-11141-0

Änderungen vorbehalten.  
Erhältlich im Buchhandel oder beim Verlag.

Einfach portofrei bestellen:  
leserservice@springer.com  
tel +49 (0)6221 345-4301  
springer.com

 **Springer VS**