

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	7
INHALTSVERZEICHNIS	9
EINLEITUNG	11
Inca Kola – Medium nationaler Identität in Peru	11
Nationalisierter Konsum & Moderne(n) im kulturgeschichtlichen Forschungskontext	17
Theoretischer Ansatz: Hybride Kulturen – Perus Modernisierungs- prozess & The social life of things	28
Quellenzugang und Gang der Untersuchung	34
1. PERUS TRANSFORMATIONSPROZESSE IM 20. JAHRHUNDERT	40
1.1 Perus wirtschaftlicher Wandel und politische Renovation	42
1.2 Reformen und Modernisierer? Das Militär 1968–1980	50
1.3 Guerillakampf und Demokratisierung der 1980er Jahre	59
1.4 Zwischenfazit	73
2. IDENTITÄT, NATIONALER KONSUM & MODERNE(N)	75
2.1 Perus Identitätsdiskurs und Konsumkultur	77
2.2 Peruanische Esskultur und Nationalküche(n)	93
2.3 Moderne(n) & Globalisierung: Fallstudie der Getränkeindustrie	103
2.4 Zwischenfazit	114
3. MASSEN MEDIEN, MARKENARTIKEL & MARKETINGGESCHICHTE 117	
3.1 Massenmedien als Werbeträger	118
3.2 Konsumgüter als globale Markenartikel	126
3.3 Peruanische Marketinggeschichte	131
3.4 Zwischenfazit	137
4. UNTERNEHMENS- & FAMILIENGESCHICHTE BIS 1999	139
4.1 José R. Lindley – Vom Auswanderer zum Firmengründer	140
4.2 Die Genese von <i>Peruanidad</i> seit 1945	144

4.3	Werte und Visionen – David gegen Goliath bis 1999	150
4.4	Zwischenfazit	155
5.	DAS SOZIALE LEBEN VON INCA KOLA IN HYBRIDEN KULTUREN	157
5.1	Vom öffentlichen Raum zur Telepartizipation: Marketing- maßnahmen von Inca Kola	158
5.2	Inca Kola im Dekollektivierungs- und Deterritorialisierungs- prozess Perus: Diversifikation & neue Absatzmärkte	170
5.3	Der Einfluss indirekter Machtverhältnisse auf Inca Kola im Globalisierungskontext	178
5.4	Zwischenfazit	185
	RESÜMEE: INCA KOLA ALS PERUANISCHE KULTURGESCHICHTE .	187
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	194
	TABELLENVERZEICHNIS	195
	LITERATURVERZEICHNIS	196