

Inhalt

Grüßwort <i>Dr. Angela Merkel</i>	5
Einführung <i>Gabriela Fleischer</i>	6
I. Beiträge der Referenten und ausgewählter Autoren/Innen	7
Wichtige Ereignisse, Berichte und Erklärungen im Überblick <i>Gabriela Fleischer, Volkmar Lübke</i>	8
Sustainable development - Konzept und gegenwärtiger Diskussionsstand <i>Dr. Karl Otto Henseling</i>	13
Nachhaltigkeit - konkret Der Aktionsplan der niederländischen Umweltorganisation 'Milieudefensie' <i>Thomas Kluge, Engelbert Schramm</i>	23
"Sustainable Netherlands" Ein Aktionsplan für eine nachhaltige Entwicklung der Niederlande <i>Manus van Brakel</i>	31
Lebensnähe, Kundennutzen und Verbraucherfreundlichkeit als Kennzeichen einer umweltverträglichen Wirtschaft Eine Vorstellung des Projektes "Zukunftsfähiges Deutschland" <i>Raimund Bleischwitz</i>	38
Die Bedeutung ökologischer Begrenzungen für die wirtschaftliche Entwicklung <i>Prof. Dr. Rudi Kurz</i>	43
Das Umweltverhalten der Verbraucher - Daten und Tendenzen Empirische Grundlagen zur Konzipierung von "sustainable consumption patterns" Elemente einer "Ökobilanz Haushalte" <i>Harald Neitzel, Ute Landmann, Marian Pohl</i>	49
Nachhaltiger Konsum - Probleme und Chancen <i>Prof. Dr. Gerhard Scherhorn</i>	93
Nachhaltiger Konsum als Aufgabe der Verbraucherverbände <i>Bodo Tegethoff</i>	104
Die Verbraucherberatung auf dem Weg zur Nachhaltigkeit - Ein pragmatischer Vorschlag für ein Beratungskonzept <i>Petra Kristandt</i>	109
II. Ergebnisse der Arbeitsgruppen	120
Offene Fragestellungen aus der Diskussion von Konzepten zur "Sustainable Development" <i>Petra Kristandt</i>	121
Nachhaltiger Konsum und die neuen Aufgaben für die Verbraucher- und Umweltberatung <i>Petra Kristandt</i>	130
III. Zusammenfassende Thesen	134
Abschließende Thesen zum Workshop "Nachhaltiger Konsum - aber wie?" <i>Gabriela Fleischer, Volkmar Lübke</i>	135