

# INHALTSVERZEICHNIS

Seite

1. Einleitung	1
2. Zum Problemfeld	2
2.1. Die Umweltkrise aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht	2
2.2. Wissenschaftstheoretische Aspekte	4
3. Eine systemische Sichtweise als Alternative	6
3.1. Grundlagen	7
3.2. Steuerung über Regeln	10
4. Die Umweltkrise aus systemischer Sicht	13
4.1. Der Einfluß des Wirtschaftssystems	15
4.2. Die Rolle des Marketing	19
4.3. Die Rolle der Konsumenten	22
4.3.1. Die Bedeutung individueller Konsumregeln	22
4.3.2. Der Einfluß subjektiver Ängste	23
4.3.3. Der Einfluß der weiteren Umwelt	25
4.3.4. Fazit	26
5. Implikationen	27
5.1. Implikationen für das Wirtschaftssystem	27
5.2. Implikationen für das Marketing	28
5.3. Implikationen zur Förderung umweltbewußten Konsumverhaltens	30
5.3.1. Zur Relevanz der Hemisphärenforschung	30
5.3.2. Konsequenzen für die Kommunikationspolitik	33
6. Schlußbetrachtung	37
Literaturverzeichnis	39