

<b>Abstracts</b>	15
------------------	----

## 1. Konsum und Kultur

<i>Ortwin Renn</i> : Nachhaltiger Konsum: Was kann der einzelne tun? _____	33
<i>Lucia A. Reisch</i> : Kultivierung der Nachhaltigkeit _____	41
<i>Klaus Kraemer</i> : Konsum als Teilhabe an der materiellen Kultur _____	55
<i>Martina Schäfer</i> : Die täglichen Mühen der Ebene _____	63
<i>Hildegard Kurt</i> : Impulse aus der Kunst für eine nachhaltige Konsumkultur _____	73

## 2. Entwicklungslinien nachhaltigen Konsums

### Modelle – Neue Strukturen zur Einübung von Nachhaltigkeit

<i>Joachim Sucker</i> : Kurzübersicht über Vernetzungsstrukturen von Ökozentren _____	85
<i>Christa Müller</i> : Nachhaltiger Konsum braucht Eigenproduktion: Das Allgäuer Zentrum für Eigenversorgung _____	91
<i>Birgit Blättel-Mink &amp; Uta Umphenbach</i> : Der kleine und mittelständische Einzelhandel auf dem Weg zu einer nachhaltigen Sortimentspolitik? _____	99

### Sinngebungen – Probleme und Ansätze des Bewusstseinswandels

<i>Hermann Pfützger</i> : Das Ideal der Sorglosigkeit: Der Nachhaltigkeitsdiskurs zwischen Idealisierung und Desillusionisierung _____	109
<i>Dirk Fischer</i> : Das Wollsocken Image überwinden! Sozialpsychologische Funktionen von Bekleidung und das Marketing von Öko-Textilien _____	119
<i>Jörg Schneider</i> : Das kommt gar nicht in die Tüte! Nachhaltigkeitsmuster beim Kauf von Gütern des alltäglichen Bedarfs _____	131
<i>Jörn Lamla</i> : Politikstil und Konsumkultur – Über den Umgang mit Deutungskonflikten bei Gemeinwohlzumutungen in der Agrar- und Ernährungspolitik _____	147

### Informationen – Kommunikation als Agens der Veränderung

<i>Martin Kreeb &amp; Werner F. Schulz</i> : Unsichtbares sichtbar machen – Die Bedeutung der Umweltzeichen in der Nachhaltigkeitsdiskussion _____	159
<i>Herbert Klemisch</i> : Branchendialoge und ihre Funktion zur Verbreitung von nachhaltigen Konsummustern _____	171
<i>Andrea Mayer-Figge</i> : Nutzen einer Datenbank "Anbieter umwelt- und gesundheitsverträglicher Produkte" _____	183
<i>Ulrike Eberle</i> : Das Nachhaltigkeitszeichen als Prozesslabel _____	191

## Dienstleistungen – Nutzen statt Besitzen

<i>Bernd Hirschl, Wilfried Konrad &amp; Gerd Scholl: Nachhaltige Produktnutzung – Verbraucherakzeptanz und Entwicklungsdynamik dienstleistungsorientierter Formen des Konsums</i>	197
<i>Hansjörg Gaus &amp; Cornelia Zanger: Nachhaltige Mobilität fängt in den Köpfen an. Empirische Studie zur kognitiven Verankerung des Car-Sharing</i>	209
<i>Ulf Schrader: Konsumsymbolik als Determinante der Akzeptanz eigentumsersetzender Dienstleistungen</i>	219
<i>Kathrin Buchholz, Petra van Rühl &amp; Ines Weller: Ökologische Dienstleistungen und organisierte Gemeinschaftsnutzungen zwischen Anspruch und Alltagsrealität – Ausgangsüberlegungen zu einem Forschungsvorhaben zur Förderung von nachhaltigen Konsummustern durch Angebote und Maßnahmen im Wohnumfeld</i>	231

### 3. Bereiche nachhaltigen Konsums

#### Ernährung – Veränderung der Nachfrage / Veränderung des Angebots

<i>Christa Schwab &amp; Adelheid Stipproweit: Das Leitbild "Nachhaltige Ernährung" – Ernährungsökologie im Kontext der Diskussion um eine nachhaltige Ernährung aufgezeigt an Agenda 21-Arbeitskreisen – Erste deskriptive Ergebnisse</i>	245
<i>Karl-Michael Brunner: Menüs mit Zukunft: Wie Nachhaltigkeit auf den Teller kommt oder die schwierigen Wege zur gesellschaftlichen Verankerung einer nachhaltigen Ernährungskultur</i>	257
<i>Christine Rösch: Trends in der Ernährung – eine nachhaltige Entwicklung?</i>	269
<i>Regina Gaißich &amp; Angela Koch: Kommunikations- und Lernprozesse zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Wirtschaftsweisen: Regionalvermarktung von Nahrungsmitteln im Hunsrück</i>	279
<i>Wolfgang Greife: Der Lebensmitteleinzelhandel als Kommunikationsplattform</i>	291
<i>Achim Spiller: Zur (Hoch-)Preispolitik des Lebensmittel-einzelhandels bei ökologischen Lebensmitteln</i>	295

#### Bauen und Wohnen – Nachhaltigkeit beim Bauen / Nachhaltigkeit beim Wohnen

<i>Christoph Weber &amp; Katrin Hauffer: Verbreitung ökologischen Bauens – der Beitrag von Fachinformation und Produktangebot eines Ökozentrums</i>	309
<i>Sabine Deimling &amp; Reinhold Vetter: Nachhaltiger Konsum am Bau? Das Beispiel der nachwachsenden Rohstoffe</i>	323
<i>Uwe R. Fritsche: Nachhaltige Stadtteile – die Rolle des Warenkorbs der Konsumenten</i>	335
<i>Renate Dylla, Barbara Freytag-Leyer, Karin Rockel, Jeanett Seifert &amp; Ulrich Kurfürst: Die Tiefkühl-Service-Station (TSS) – ein Beispiel für eine nachhaltige und energieeffiziente Haushaltstechnologie</i>	343
<i>Andreas Hermelink &amp; Hartmut Hübner: Passivhäuser für Mieter – Eine Chance für die Diffusion nachhaltigen Bauens und Wohnens?</i>	353

## **Mobilität – Verantwortliche Beanspruchung von Verkehrsmitteln**

<i>Georg Karg &amp; Thomas Zängler</i> : Ansätze einer nachhaltigen Mobilitätskultur im Berufs-, Einkaufs-, Ausbildungs- und Freizeitverkehr _____	363
<i>Günter Warsawa</i> : Einkaufen ohne Parkplatz und Kofferraum – Erfolgsbedingungen für Stadtteillieferdienste des lokalen Einzelhandels _____	377
<i>Daniel Rölle, Christoph Weber &amp; Sebastian Bamberg</i> : Neue Mobilität am neuen Wohnort? Individuelle Informationen nach dem Umzug als Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilität _____	389

## **Freizeit und verantwortlicher Konsum**

<i>Andreas Reichert</i> : Ansätze zu einer nachhaltigen Freizeitgestaltung in einem Ökozentrum _____	403
<i>Simone Maier &amp; Jennifer Zimmermann</i> : Surprise Culinaire: Eine WWF-Kampagne zur Förderung nachhaltiger Angebote in der Gastronomie mit wissenschaftlichem Support _____	413
<i>Sven Eckardt, Christoph Weber &amp; Alfred Voß</i> : Ein Label für ökologische Dienstleistungen in Hotels und Gaststätten _____	425

## **Konsumentenverhalten – Zur Organisation von Nachhaltigkeit**

<i>Armin Grunwald</i> : Die Realisierung eines Nachhaltigen Konsums – Aufgabe der Konsumenten? _____	433
<i>Karl Heinz Goslar</i> : Was kann der einzelne praktisch tun? Eine computergestützte Entscheidungshilfe _____	443
<i>Claudia Empacher</i> : Zielgruppenspezifische Potentiale und Barrieren für nachhaltigen Konsum – Ergebnisse einer sozial-ökologischen Konsumentenuntersuchung _____	455
<i>Claus Krieger</i> : 100 Haushalte auf neuen Wegen – Ein Projekt der Umweltbehörde Hamburg im Rahmen der Lokalen Agenda 21 Hamburg _____	467
<i>Wolfgang Meyer</i> : Evaluationsstudien zu den Diffusionswirkungen von Umweltberatung. Gegenwärtige Praxis und Perspektiven zur Verbreitung nachhaltiger Konsummuster _____	473

## **Autorenregister**