

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
I NACHHALTIGE KONSUMMUSTER ALS UMWELTPOLITISCHE AUFGABENSTELLUNG	
I.1 Ein Themenfeld im Aufwind? – Zur Entwicklung der neueren Diskussion	11
I.2 Chancen und Barrieren im Alltagsverhalten	23
1 Energieeinsparung in Privathaushalten	23
2 Umweltbewusste Mobilität im Alltag	35
3 Umweltbewusste Urlaubsgestaltung	47
4 Umweltbewusstsein beim Waschen	55
5 Abfallvermeidung und Ressourcenschonung	66
6 Regionale Produkte	77
II HAUSHALTSEXPLORATION DER BEDINGUNGEN; MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN NACHHALTIGEN KONSUMVERHALTENS	
II.1 Die Zielgruppenanalyse des Instituts für sozial-ökologische Forschung <i>(Claudia Empacher, Konrad Götz und Irmgard Schultz, unter Mitarbeit von Barbara Birzle-Harder)</i>	87
1 Zur allgemeinen Entwicklung von Konsumtrends	88
2 Analyse von Konsumstilen	92
3 Evaluation des Beratungsangebots einer Verbraucherzentrale auf Berücksichtigung der Zielgruppen	116
4 Zielgruppen und spezifische Ökologisierungsstrategien	134
5 Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen eines nachhaltigen Konsumverhaltens	174
II.2 Die Bedeutung des Geschlechtsrollenwandels <i>(Claudia Empacher, Doris Hayn, Stephanie Schubert und Irmgard Schultz)</i>	182
III NACHHALTIGER KONSUM UND ZUKUNFTSGESTALTUNG	
III.1 Kulturelle Modernisierung und die Bedeutung der ‚Lebensstile‘	215
III.2 Gesellschaftliche Zukunftstrends und nachhaltiger Konsum <i>(Karl-Werner Brand, unter Mitarbeit von Robert Gugutzer, Angelika Heimerl und Alexander Kupfahl)</i>	221

IV AUSBLICK: NACHHALTIGKEIT ALS KULTURELLES REFORMPROGRAMM

IV.1 Veränderungen der Umweltkommunikation und Umweltpolitik in den 90er Jahren	261
IV.2 Strategische Ansatzweisen: Integrierte Produktpolitik und Eco-Design	267
IV.3 Die Bedeutung von Kommunikationsinitiativen	274