

# Inhalt

Vorwort .....	7
Einleitung – Der Konsument zwischen Markt und Moral .....	9
<b>I. Grundlagen der Konsumentenverantwortung</b>	
Das Prinzip der Konsumentenverantwortung – Grundlagen, Bedingungen und Umsetzungen verantwortlichen Konsums <i>Ludger Heidbrink und Imke Schmidt</i> .....	25
Unternehmerische Verantwortung und die Rolle der Konsumenten <i>Michael S. Afländer</i> .....	57
Verbraucherrechte und Verbraucherverantwortung für nachhaltigen Konsum <i>Ulf Schrader</i> .....	75
Verbraucherdemokratie: Ein Zwischenbericht zur Politik der Konsumgesellschaft <i>Jörn Lamla</i> .....	93
<b>II. Kontexte und Strategien verantwortlichen Konsums</b>	
Über die Verwechslung von Kauf und Konsum: Paradoxien der spätmodernen Konsumkultur <i>Hartmut Rosa</i> .....	115
Konsumverhalten im Spannungsfeld konkurrierender Interessen und Ansprüche: Lebensstile als Moderatoren des Konsums <i>Silke Kleinbückelkotten</i> .....	133

Konsumentenverantwortung durch Produkttransparenz? Über Geschmacksbildung und Konsumstiländerungen <i>Birger P. Priddat</i> .....	157
Mentale und soziale Infrastrukturen – Voraussetzungen verantwortungsvollen Konsums im Kontext der Nachhaltigkeit <i>Michael Fischer und Bernd Sommer</i> .....	183
Kooperative Unternehmen und verantwortungsvoller Konsum – Herausforderungen der modernen Organisations- und Wissensgesellschaft <i>Holger Backhaus-Maul, Peter Friedrich und Martin Kunze</i> .....	203
<b>III. Chancen und Grenzen der Konsumentenverantwortung</b>	
Kann der Konsumwandel gelingen? Chancen und Grenzen einer verhaltensökonomisch basierten sozialen Regulierung <i>Lucia A. Reisch und Kornelia Hagen</i> .....	221
Soziale Milieus und Konsum: Die Moralisierung der Märkte und ihre Kritik <i>Marian Adolf und Nico Stehr</i> .....	245
Der Eigensinn der Konsumenten – Zur Frage der Verantwortung bei der Zurechnung von Konsumentenverantwortung <i>Kai-Uwe Hellmann</i> .....	269
Adiós Konsumwohlstand: Vom Desaster der Nachhaltigkeitskommunikation und den Möglichkeiten der Suffizienz <i>Niko Paech</i> .....	285
Jenseits des Konsums – Die Tätigkeitsgesellschaft als nachhaltige Perspektive <i>Reinhard Pfriem</i> .....	305
Autorinnen und Autoren .....	325