

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Von *Michael Neuner* und *Lucia A. Reisch*..... 9

Umweltbewußtsein und Verbraucherverhalten: Über die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels

Von *Suzanne C. Beckmann*, Kopenhagen 15

Erster Teil

Verhaltensaspekte und Individuum

Zum Zusammenhang von Selbst, Identität und Konsum

Von *Susanne Friese*, Stuttgart-Hohenheim 35

Die Bedeutung der Konsumsymbolik für das Konsumverhalten

Von *Ariane Stihler*, Stuttgart 55

Illusion der Ausgabenkontrolle: Grenzen selbstkontrollierten Konsumverhaltens und verbraucherpolitische Implikationen

Von *Gerhard Raab*, Ludwigshafen..... 73

Zum Zeitbedarf von Gebrauchsgütern in der Wahrnehmung ihrer Nutzer

Von *Heiner Imkamp*, Stuttgart-Hohenheim 87

Qualitätserwartung und Qualitätserlebnis bei Lebensmitteln

Von *Klaus G. Grunert*, Aarhus 101

Zur Repräsentation vager Konzepte in Multi-Attribut-Modellen der Konsumententscheidung

Von *Reiner Opperskalski*, Stuttgart-Hohenheim 113

Zweiter Teil
Infrastrukturelle Bedingungen

Verbraucherorientierte Optimierung der Ressourcenallokation im Dienstleistungsunternehmen Von <i>Hendrik Haas</i> , Stuttgart-Hohenheim	135
Ein positiver Ansatz kollektiven Verbraucherverhaltens: Die Prototypingstrategie Von <i>Michael Neuner</i> , Stuttgart-Hohenheim	153
Die Öko-Audit-Verordnung: Ein Instrument zur Erhöhung der ökologischen Markttransparenz für Verbraucher? Von <i>Frank Hellenthal</i> , Stuttgart-Hohenheim	173
„Triple A“ für die Moral? Ethisch-ökologische Bonität von Unternehmen auf dem Prüfstand Von <i>Lucia A. Reisch</i> , Stuttgart-Hohenheim	187
Kulturfinanzierung zwischen Markt und Staat: Der neue Ansatz der Kulturkarte Von <i>Ingrid Gottschalk</i> , Stuttgart-Hohenheim	207
Der organisierte Ringtausch in Form von Barter-Clubs und Kooperationsringen: Analyse einer neuartigen Form des Güteraustausches Von <i>Christian Schneider</i> , Hamburg	227
Werdegang von Gerhard Scherhorn	245
Schriftenverzeichnis von Gerhard Scherhorn	246
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	258