

Inhaltsverzeichnis

1 Reason Why: Wie Lebensstile das Verhalten von Konsumenten beeinflussen	1
1.1 Konsumverhalten im Wandel	1
1.2 Lebensstile im Überblick	2
Literatur	6
2 Cocooning: Unser Zuhause als digitales Lifestyle-Drehkreuz	7
2.1 Zunehmender Rückzug ins Private	8
2.2 Cocooning Consumption: Konsum aus dem Kokon heraus	8
2.3 Konsequenzen des selbstbestimmten Konsums für Unternehmen	11
Literatur	15
3 Neo-Nomadismus: Digital – multilingual – global	17
3.1 Stetiges Reisen im digitalen Unternehmertum	18
3.2 Neue Nomaden: Überall und jederzeit konsumieren	19
3.3 Konsequenzen des multiplen Konsums für Unternehmen	22
Literatur	25
4 Minimalismus: Wenn weniger mehr wird	27
4.1 Freiwillige Konsumreduktion ohne Verzichtgedanke	28
4.2 Minimal und einfach: Nur Wesentliches konsumieren	29
4.3 Konsequenzen des bewussten Konsums für Unternehmen	31
Literatur	34

5	Slow Living: Schluss mit High-Speed	37
5.1	Mehr Langsamkeit im Alltag	38
5.2	Slow: Entschleunigt konsumieren und achtsam genießen	39
5.3	Konsequenzen des entschleunigten Konsums für Unternehmen	41
	Literatur	46
6	Freecycling: Geschenke unter Fremden	49
6.1	Fortwährende Weitergabe materieller Güter	50
6.2	Freecycling: Recycling auf freiwilliger Basis	50
6.3	Konsequenzen des kollaborativen Konsums für Unternehmen	53
	Literatur	56
7	Precycling: Bevor Müll entsteht	59
7.1	Konsequentes Vermeiden von Müll	60
7.2	Zero Waste: Unverpackt konsumieren	62
7.3	Konsequenzen des rückstandslosen Konsums für Unternehmen	64
	Literatur	67
8	Conclusio: Vom Lebensgefühl zum Lebensstil	69
8.1	Einordnung der Lebensstile	69
8.2	Lebensgefühl als Grundprinzip eines Lebensstils	73
8.3	Verbindende Elemente zwischen Lebensstilen	75
8.4	Auswirkung der Lebensstile auf Lebensbereiche	83
	Literatur	86
9	Additional: Lifestyle-Test	87
9.1	Lebensstile im Quick-Check	88
9.2	Auswertung: Decodierung des Quick-Checks	89