

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	9
1.1	Problembeschreibung	10
1.2	Vorgehen	11
2	Theoretische Grundlagen	13
2.1	Begriffsabgrenzungen	14
2.2	Psychologische Kaufentscheidung	15
2.3	Sharing Economy	17
2.4	Gemeinwohlorientierte Sharing Economy	30
2.5	Wertewandel	35
2.6	Medienpsychologie	40
3	Hypothese	45
4	Methodisches Vorgehen	46
5	Ergebnisse	58
5.1	Quantitative Ergebnisse	59
5.2	Qualitative Ergebnisse	69
6	Handlungsempfehlungen	74
7	Kritische Würdigung	76
8	Fazit	78
9	Ausblick und Forschungsbedarf	81
I.	Handbuch	83
	Glossar	107
	Literatur- und Quellenverzeichnis	110