

Verbraucher und Markt.

Vom homo oeconomicus zum homo oecologius.

Vorwort	3
Verbrauch, Konsum, Nachfrage im Spiegel der Wissenschaften <i>(B. Fegebank)</i>	5
Der homo oeconomicus und die Konsumentenentscheidung <i>(B. Fegebank)</i>	19
Homo oecologicus oder: Umweltverträgliches Verbraucherverhalten <i>(B. Fegebank)</i>	31
Lebensmittelkennzeichnung -Information oder Verunsicherung? <i>(U. Müller)</i>	43
Gebrauchsgüter im Haushalt <i>(B. Schramm)</i>	63
Gesundheit kaufen mit Bio-, Light- und Clearprodukten? <i>(U. Müller)</i>	79
Verbraucherakzeptanz mit Blick auf den Einsatz von Gentechnik bei Lebensmitteln <i>(F. Wilhelm)</i>	99
Prestige und Mode in ihrer Bedeutung für den Konsum <i>(B. Fegebank)</i>	125
Kauflust und Warenhauskultur <i>(B. Schramm)</i>	139
Verbraucherinformation, -aufklärung, -beratung und Werbung <i>(U. Müller)</i>	155
Verbraucherrecht und Verbraucherschutz <i>(U. Müller)</i>	173