

Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der
Gerhard-Mercator-Universität - Gesamthochschule - Duisburg

Nr. 246

**Umweltschützer als Zielgruppe des
ökologischen Innovationsmarketing
- Ergebnisse einer Befragung von BUND-Mitgliedern -**

Gerhard Bodenstein/Helmut Elbers/
Achim Spiller/Anke Zühlsdorf

Gerhard-Mercator-Universität -GH- Duisburg
Fachbereich Wirtschaftswissenschaft
Fachgebiet Marketing & Konsum

Duisburg
Februar 1998

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis.....	3
Abkürzungsverzeichnis.....	4
1 Untersuchungsziele	5
2 Zum Stand der ökologischen Konsumforschung.....	7
2.1 Umweltpolitische Forschungsprämissen	7
2.2 Sozialwissenschaftliche Methodik.....	10
3 Umweltschützer: Einstellung und Verhalten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ...	12
3.1 Zusammenfassung der Ergebnisse der allgemeinen Bevölkerungsbefragung	12
3.2 Befragung von BUND-Mitgliedern	15
3.2.1 Zum Untersuchungsdesign	15
3.2.2 Umweltbewußtsein	18
3.2.3 Umweltverhalten.....	23
3.2.3.1 Handlungsfelder nachhaltigen Konsums	23
3.2.3.2 Zusammenfassende Bewertung	28
3.2.4 Bestimmungsgründe des Umweltverhaltens.....	30
3.2.5 Eine Schwierigkeitshierarchie ökologischen Verhaltens.....	33
4 Umweltschützer als Innovatoren: Eine diffusionstheoretische Betrachtung	35
5 Exkurs: Zur strategischen Ausrichtung des BUND	44
6 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	48
Literaturverzeichnis	50
Anhang.....	54