

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

Nr. 234

**Strategische Konsumententscheidungen:
Langfristige Weichenstellungen für das Umwelthandeln
- Ergebnisse einer empirischen Studie -**

Gerhard Bodenstein/Achim Spiller/Helmut Elbers

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

Duisburg
Februar 1997

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abbildungsverzeichnis.....	3
Abkürzungsverzeichnis.....	4
1 Vorüberlegungen.....	5
2 Nachhaltigkeitsdebatte und Konsumhandeln	7
2.1 Traditionelle Handlungsfelder ökologischen Konsums.....	7
2.2 Grundzüge der Sustainability-Diskussion	11
2.3 Nachhaltiger Konsum	18
3 Entwicklungsstränge der ökologischen Konsumforschung	22
4 Zur Verbreitung nachhaltiger Konsummuster in Deutschland: Ergebnisse einer Sondierungsstudie	33
4.1 Untersuchungsdesign.....	33
4.2 Umweltbewußtsein und Umweltverhalten als normative Größen	34
4.3 Umweltbewußtsein als Einstellungskonstrukt.....	42
4.3.1 Ökologisches Wissen	42
4.3.2 Emotionale Bewertung des Umweltschutzes	46
4.3.3 Handlungsbereitschaft.....	53
4.3.4 Umweltbezogene Konsumententypologie.....	57
4.4 Umweltverhalten zwischen Altpapier und Flugverkehr	62
4.4.1 Handlungstendenzen und Bestimmungsgründe in einzelnen Lebensbereichen.....	62
4.4.2 Berechnung eines Verhaltensindex	74
4.5 Zusammenhänge zwischen Einstellung und Verhalten	76
5 Einkommen und Verhalten	83
6 Formen umweltbezogener Konsumententscheidungen	91
6.1 Strategische Konsumententscheidungen: Wahl von Wohnort und Hobby	91
6.2 Konsumententscheidungen mittlerer Reichweite: Kauf langlebiger Gebrauchsgüter.....	93
6.3 Operative Konsumententscheidungen: Kauf von Gütern des täglichen oder periodischen Bedarfs	93
6.4 Fazit.....	94
Anhang	96
Literaturverzeichnis.....	117