

| | |
|--|-----|
| <i>Werner Brandl</i> Editorial..... | 2 |
| <i>Burkhard Bierhoff</i> Die Konsumgesellschaft und der postmoderne Konsument..... | 3 |
| <i>Barbara Fegebank</i> Der Wunschverbraucher heißt Homo oecologicus..... | 19 |
| <i>Nadine Heiduk</i> Standortbestimmungen: Reflektierter Konsum zwischen kollektiven Konsumkrisen und individueller Gestaltungsmacht..... | 35 |
| <i>Birgit Peuker</i> Das eklektische Verbraucherverhalten – einen Verbrauchertypus neu denken?..... | 47 |
| <i>Gabriela Leitner</i> Postmoderne Bildung für postmoderne Konsument/inn/en..... | 59 |
| <i>Georg Raacke</i> Einzukaufen ist nicht schwer – Konsument zu sein dagegen sehr..... | 69 |
| <i>Irene Antoni-Komar</i> Urban Gardening, Food Coops, Community Supported Agriculture: Transformative Wirtschaftsformen – Konsumpraktiken – Marktbeziehungen..... | 82 |
| <i>Christine Brombach</i> Convenienceprodukte und Essen: Zeitgewinn oder Kosten für den Bereich der Beköstigung im Privathaushalt?..... | 97 |
| <i>Werner Brandl</i> Der Konsum/ent – Anfragen und Anmerkungen zu Phänomen, Funktion und Option..... | 111 |
| <i>Thomas Schröder</i> Ernährungstrends im Kontext von Individualisierung und Identität..... | 127 |