



Ludger Heidbrink, Imke Schmidt,
Björn Ahaus (Hg.)

Die Verantwortung des Konsumenten

Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum

2011 · 329 Seiten · 7 Abb. · 4 Tab. · Kartoniert

EUR 34,90/EUA 35,90/sFr 47,90

ISBN 978-3-593-39537-1

In der jüngsten Zeit hat sich das Verhalten von Konsumenten stark verändert: Immer mehr Verbraucher legen Wert auf nachhaltige Produkte, die Einhaltung von Sozialstandards und faire Handelsbeziehungen. »Verantwortung« ist zu einem wichtigen Faktor des Konsums geworden. Doch worin genau besteht die Verantwortung des Konsumenten, welche Bedeutung hat sie für die weitere Entwicklung der Marktwirtschaft? Der Band bietet eine Bestandsaufnahme der aktuellen Debatten um die Verantwortung der Verbraucher mit besonderem Blick auf die Zukunftsfähigkeit der Konsumgesellschaft.

Mit Beiträgen von Marian Adolf, Björn Ahaus, Michael S. Aßländer, Holger Backhaus-Maul, Michael Fischer, Peter Friedrich, Kornelia Hagen, Ludger Heidbrink, Kai-Uwe Hellmann, Silke Kleinhüchelkotten, Martin Kunze, Jörg Lamla, Niko Paech, Reinhard Pfriem, Birger P. Priddat, Lucia Reisch, Hartmut Rosa, Imke Schmidt, Ulf Schrader, Bernd Sommer und Nico Stehr.

Aus dem Inhalt:

- Der Konsument zwischen Markt und Moral
- Grundlagen der Konsumentenverantwortung
- Kontexte und Strategien verantwortlichen Konsums
- Chancen und Grenzen der Konsumentenverantwortung

Prof. Dr. Ludger Heidbrink ist Direktor des Center for Responsibility Research am Kulturwissenschaftlichen Institut Essen und Professor für Corporate Citizenship & Responsibility an der Universität Witten- Herdecke.

Imke Schmidt und Björn Ahaus sind wissenschaftliche Mitarbeiter des Center for Responsibility Research am Kulturwissenschaftlichen Institut Essen.

Campus Verlag GmbH
Vertrieb
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-10
Fax 069 976516-78
vertrieb@campus.de
www.campus.de