

<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