

Diffusion nachhaltiger Konsummuster

Am Beispiel des lokalen Agenda-Prozesses in München

„Nachhaltiger Konsum“ wird seit Rio 1992 als politisches Ziel propagiert. Doch wie können unsere Konsumgewohnheiten in eine sozial- und umweltverträgliche Richtung gelenkt werden? In München wurde es im Rahmen der „Haushaltskampagne 2000“ erprobt: In Kooperation mit lokalen Agenda-Akteuren und unter Nutzung zielgruppenspezifischer Konzepte wurden verschiedene Möglichkeiten untersucht, Veränderungen im Konsumverhalten anzustoßen. Drei unterschiedliche Diffusionspfade wurden getestet: die Verbreitung über persönliche Netzwerke (Schneeballsystem), über stadtteilbezogene Mobilisierung und über das Internet. Das Buch liefert detaillierte Aufschlüsse über die Potenziale und Grenzen dieser Diffusionsstrategien. Damit bietet es allen, die an der Förderung nachhaltigen Konsums interessiert sind, eine wertvolle Hilfe: Sie können aus den Erfahrungen des Münchner Projekts lernen.



21,00 €

19,63 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783936581102

Medium: Buch

ISBN: 978-3-936581-10-2

Verlag: oekom

Erscheinungstermin: 15.09.2003

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2003

Produktform: Kartoniert

Seiten: 240

Format (B x H): 160 x 210 mm

