



KVF | NRW

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung Nordrhein-Westfalen

Beiträge zur Verbraucherforschung

herausgegeben von

Dr. Christian Bala

für das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) und

Wolfgang Schuldzinski

für die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

ISSN 2197-943X

Band 6

Das 2011 gegründete KVF NRW hat die Aufgabe, die Verbraucherforschung zu unterstützen, um so eine Wissensbasis als Grundlage für effizientes verbraucher- und wirtschaftspolitisches Handeln zu schaffen. Mit den „Beiträgen zur Verbraucherforschung“ dokumentiert das KVF NRW seine Workshops, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen die Gelegenheit bieten, sich interdisziplinär über verbraucherrelevante Fragen auszutauschen. Diese halbjährlichen Tagungen sollen die Diskussion zwischen Wissenschaft, Politik und Verbraucherorganisationen anregen. Die Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“ präsentiert sowohl die Vielfalt der Fragestellungen und Disziplinen als auch die Pluralität von Theorien und Methoden. Dies wird durch die Farbgebung der Umschläge unterstrichen: So wie sich das Licht aus verschiedenen Komponenten, den Spektralfarben, zusammensetzt, verstehen wir die Verbraucherforschung als ein gemeinsames Anliegen, das ein breites Spektrum an Zugängen und Themen vereint.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW e. V. mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Die in diesem Band versammelten Beiträge geben die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorinnen und Autoren wieder und müssen nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MKULNV und des MIWF übereinstimmen.

Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.)



Pack ein, schmeiß' weg?

Wegwerfkultur und Wertschätzung
von Konsumgütern

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage, 2017

© Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt. Einzelne Beiträge dieses Werkes stehen unter Creative-Commons-Lizenzen. Die Lizenzen gelten ausschließlich für die Texte des Werkes, nicht für die verwendeten Logos und Bilder. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz oder durch die Creative-Commons-Lizenzen zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung der Autorinnen und Autoren sowie der Verbraucherzentrale NRW. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

ISSN 2197-943X

ISBN Print 978-3-86336-913-2

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86336-914-9

DOI 10.15501/978-3-86336-914-9

Printed in Germany

Inhalt

- 7 **Einleitung: Pack ein, schmeiß' weg?**
Wegwerfkultur und Wertschätzung von Konsumgütern
Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski

- 15 **Foodsharing**
Unschärfe Grenzen einer Lebensstilbewegung
Stefan Wahlen

- 35 **Kaufen, konsumieren, wegwerfen?**
Zum Wandel der Bedeutung von Dingen in der Konsumgesellschaft
Thomas Heun

- 51 **„Ich habe ja was gegen die Wegwerfkultur, aber ...“**
Eine empirische Analyse der Einflussfaktoren auf die Diskrepanz
zwischen Einstellung und Verhalten am Beispiel von Konsumgütern
Helena M. Lischka

- 79 **Smartphones werden häufiger ersetzt als T-Shirts**
Die Nutzungsmuster und Ersatzgründe
von KonsumentInnen bei Gebrauchsgütern
Nina Träger, Harald Wieser und Renate Hübner

- 103 **Die Weiternutzung gebrauchter Produkte**
Potenziale und Risiken für Verbraucher und Gestaltungsmöglichkeiten
für die organisierte Verbraucherarbeit
Martin Klug, Miriam Rusch-Rodosthenous und Philip Heldt

- 127 **Zusammenfassende Thesen**
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW

- 137 **Autorinnen und Autoren**

- 139 **Impressum**

