

Autorinnen und Autoren

Dr. Christian Bala ist Projektleiter des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) bei der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. und Lehrbeauftragter an der Fakultät für Sozialwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum.

Philip Heldt ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. im Bereich „Ernährung und Umwelt“.

Prof. Dr. Thomas Heun lehrt an der Fakultät Kommunikation und Umwelt der Hochschule Rhein-Waal Konsumentenverhalten und Marktforschung.

Mag. Dr. Renate Hübner ist Assistenzprofessorin an der Alpen-Adria Universität Klagenfurt, Abteilung Produktions-, Logistik- und Umweltmanagement.

Martin Klug ist Leiter des Teams Wissensmanagement im Projekt MehrWert NRW bei der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Dipl.-Region.-Wiss. Helena M. Lischka ist als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Marketing an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf beschäftigt

Miriam Rusch-Rodosthenous ist Mitarbeiterin der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. im Bereich „Markt und Recht“.

Wolfgang Schuldzinski ist Vorstand der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mag. Nina Tröger ist Soziologin und Konsumforscherin in der Abteilung KonsumentInnenpolitik der Arbeiterkammer Wien.



Dr. Stefan Wahlen ist Assistant Professor an der Arbeitsgruppe für Haushalts- und Konsumsoziologie an der Wageningen University and Research.

Harald Wieser ist Doktorand am Sustainable Consumption Institute und am Manchester Institute of Innovation Research, University Manchester.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.
 Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf
 Telefon: (02 11) 38 09-0, Telefax: (02 11) 38 09-235
 www.verbraucherzentrale.nrw

Die „Beiträge zur Verbraucherforschung“ werden von Dr. Christian Bala (für das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW) und Wolfgang Schuldzinski (für die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.) herausgegeben.

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.



Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
 Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz
 des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für Innovation,
 Wissenschaft und Forschung
 des Landes Nordrhein-Westfalen



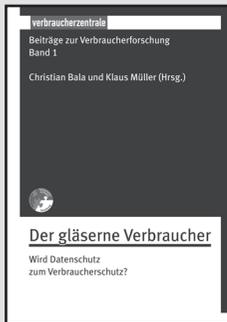
Kontakt:

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW)
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf
Telefon: (02 11) 38 09-0
E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw
www.verbraucherforschung-nrw.de

Lektorat: Heike Plank
Redaktion: Kathrin Velewald und Tim Schwermer
Gestaltung: eScriptum GmbH & Co KG, Berlin, www.escriptum.de
Gestaltungskonzept: punkt8, Braunwald+Walter GbR, www.punkt8-berlin.de
E-Book-Produktion: eScriptum GmbH & Co KG, Berlin, www.escriptum.de

Redaktionsschluss: Januar 2017

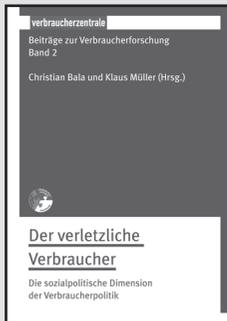
Die Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“



Band 1: Der gläserne Verbraucher

Konsum und Überwachung | Die Privatsphäre des Verbrauchers – ein Luxusgut? | Datenschutz und Cloud Computing aus Verbrauchersicht | Smart Meter: Strom sparen – Daten verschwenden? | Der gläserne Patient – Chance oder Risiko? | Bitcoin – Anonym Einkaufen im Internet?

1. Auflage 2014, 128 Seiten



Band 2: Der verletzte Verbraucher

Verletzliche Verbraucher oder Haushalte | Formen der Patientenbeteiligung | Young Professionals in der Finanzberatung | Energiearmut: Wer sind die verletzlichen Verbraucher? | Suffizienz als Anknüpfungspunkt für ein nachhaltiges Handeln des verletzlichen Verbrauchers | Der verletzte Verbraucher im E-Commerce

1. Auflage 2014, 160 Seiten

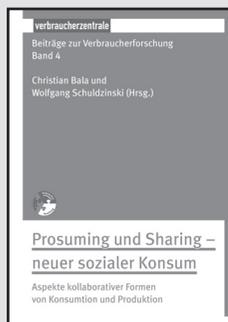


Band 3: Der verantwortungsvolle Verbraucher

Vom Verbraucher zum Change Agent | Konsumentenbefragungen zum Thema „Fair Trade“ und „Bio“ an Hochschulen in Nordrhein-Westfalen | „KlimaHaushalte“ erproben CO₂-arme Routinen im Alltag | Neues Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel | Energielabel – Fluch oder Segen für Verbraucher?

1. Auflage 2015, 136 Seiten

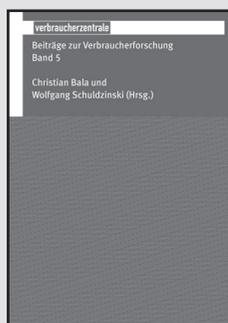
Die Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“



Band 4: Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum

Neue Formen kooperativen Wirtschaftens | Alternative Konsumformen als Herausforderungen für die Verbraucherpolitik | Carsharing – ein Beitrag zu nachhaltiger Mobilität | Sharing Information – Warum wir Informationen über Online-Medien teilen | Share Economy jenseits des WWW | Genossenschaftliche Prosumermodelle

1. Auflage 2016, 184 Seiten



Band 5: Schöne neue Verbraucherwelt?

Ferngesteuert oder selbstgesteuert: Perspektiven der digitalen Gesellschaft | Der Verbraucher als Datenlieferant: Rechtliche Aspekte von „smarten“ Produkten | Sicherheit der Verbraucher in vernetzten Fahrzeugen | Smart Grid: Chancen und Risiken für Verbraucher | Der digital verführte, ahnungslose Verbraucher

1. Auflage 2016, 144 Seiten