
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Einführung	IX
Teil 1 Keynote	1
Kaufen, um die Welt zu retten: Wie Verbraucherinnen und Verbraucher globale Probleme lösen wollen	3
Dietlind Stolle	
Teil 2 Entgrenzungen von Konsumpraktiken: Prosuming, Crowdfunding und Sharing	15
Varieties of Prosuming – konzeptionelle Überlegungen und empirische Befunde zur veränderten Rolle von Konsument_innen	17
Birgit Blättel-Mink	
Die Rolle des Konsumenten im Kontext der Open Innovation	33
Ellen Enkel	
Teil 3 Transnationale Wertschöpfung und entgrenzte Konsumverantwortung	51
Globale Konsumentenverantwortung – Überlegungen zu ihrer Konzeptualisierung und Begründung	53
Valentin Beck	
Verändert der Faire Handel die Gesellschaft? – Erkenntnisse aus einer Trend- und Wirkungsstudie	67
Sandra Bähge	
Teil 4 Entgrenzungen des Verbrauchersubjekts	85
C2B statt B2C? – Auswirkungen von Blockchain, Smart Contracts & Co. auf die Rolle des Verbrauchers	87
Walter Blocher	