Schriftenreihe Ökomarkt

Band 4

Jenny Schmithals

Berliner Öko-Wochenmärkte

Orte nachhaltiger Kommunikation

Shaker Verlag
Aachen 2002

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Schmithals, Jenny:

Berliner Öko-Wochenmärkte: Orte nachhaltiger Kommunikation/
Jenny Schmithals.

Aachen: Shaker, 2002

(Schriftenreihe Ökomarkt; Bd. 4)

ISBN3-8322-0005-3

Copyright Shaker Verlag 2002

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-0005-3

ISSN 1617-2213

Shaker Verlag GmbH • Postfach 1290 • 52013 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Berliner Öko-Wochenmärkte – Orte nachhaltiger Kommunikation

Zusammenfassung

In der Agenda 21 wird die Forderung nach einer nachhaltigen Veränderung der Produktions- und Konsummuster formuliert. An die sozialwissenschaftliche Umweltforschung ergeht damit der Auftrag, Konsumverhalten und Umweltbewusstsein der VerbraucherInnen zu erforschen. Dieses Buch untersucht, welchen Beitrag ökologische Wochenmärkte zur Verbreitung nachhaltiger Ernährungsweisen leisten. Es richtet einen besonderen Fokus auf die soziale Bedeutung von Ökomärkten als Kommunikationsorte mit Freizeitwert.

Hintergrund der Studie ist eine vergleichende Untersuchung verschiedener Einkaufsformen für ökologisch erzeugte Nahrungsmittel. Auf vier Berliner Ökomärkten wurde eine quantitative KundInnenbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Interviews geben Auskunft über Konsumgewohnheiten, Kaufmotive und -barrieren sowie Einstellungen zur Einkaufsform der Konsumentinnen und Konsumenten. Das Buch beschreibt typische MarktbesucherInnen und zeigt Möglichkeiten auf, weitere Zielgruppen anzusprechen. Die empirische Untersuchung ist thematisch in den Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte, der Lebensstil- und der Umweltbewusstseinsforschung eingebettet.

Markthandel ist ein bislang wenig erforschtes Gebiet. Der vorliegende Band soll auch dazu beitragen, diese Lücke zu schließen. Er richtet sich an alle, die sich mit nachhaltigen Konsummustern beschäftigen, und insbesondere an MarktveranstalterInnen, die sich für die Chancen von ökologischen Wochenmärkten interessieren.