

Andrea Gröppel-Klein | Ludger Heidbrink [Hrsg.]

Ambivalenzen des Luxuskonsums

Zwischen Faszination, Dekadenz und Nachhaltigkeit



Nomos

Verbraucherforschung

herausgegeben vom

Koordinierungsgremium des Bundesnetzwerks

Verbraucherforschung, gefördert vom

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

Band 10

Andrea Gröppel-Klein | Ludger Heidbrink [Hrsg.]

Ambivalenzen des Luxuskonsums

Zwischen Faszination, Dekadenz und Nachhaltigkeit



Nomos

© Titelbild: Luecken-Design.de

Die Veröffentlichung der Druckausgabe sowie die Open Access-Veröffentlichung der elektronischen Fassung wurde ermöglicht mit Unterstützung durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

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

1. Auflage 2025

© Die Autor:innen

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-7560-3042-2

ISBN (ePDF): 978-3-7489-5352-4

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748953524>



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Ambivalenzen des Luxuskonsums – zwischen Faszination, Dekadenz und Nachhaltigkeit <i>Andrea Gröppel-Klein und Ludger Heidbrink</i>	7
Begrüßung <i>Jörn Lamla</i>	23
Grußwort <i>Jan-Niclas Gesenhues</i>	27
Luxury, Consumer Culture and the Problem of Sustainability <i>Mike Featherstone</i>	31
Ist das Grün oder kann das weg? <i>Peter Seele</i>	51
Von Askese zu Aspiration: Deutschlands zwiespältiges Verhältnis zum Luxus <i>Fernando Fastoso</i>	63
Wahrnehmung, Bewertung und Innovationskraft von Luxusgütern aus Konsumentensicht <i>Klaus-Peter Wiedmann</i>	83
Smarte, statusorientierte und rebellierende Konsumentinnen und Konsumenten: die Vielfalt der Motivationen zum Kauf von gefälschten Luxusprodukten <i>Anja Spilski</i>	109
Plädoyer für konsumfreien Luxus <i>Tanja Busse</i>	133
Ambivalenzen des Luxuskonsums <i>Ludger Heidbrink</i>	141
Autorenverzeichnis	147

