

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
Walzseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:

Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Walzseestraße 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

Andrea Gröppel-Klein und Ludger Heidbrink

7

Begrüßung

Jörn Lamla

23

Grußwort

Jan-Niclas Gesenhues

27

Luxury, Consumer Culture and the Problem of Sustainability

Mike Featherstone

31

Ist das Grün oder kann das weg?

Peter Seele

51

Von Askese zu Aspiration: Deutschlands zwiespältiges Verhältnis

zum Luxus

Fernando Fastoso

63

Wahrnehmung, Bewertung und Innovationskraft von Luxusgütern

aus Konsumentensicht

Klaus-Peter Wiedmann

83

Smarte, statusorientierte und rebellierende Konsumentinnen und

Konsumenten: die Vielfalt der Motivationen zum Kauf von gefälschten

Luxusprodukten

Anja Spilski

109

Plädoyer für konsumfreien Luxus

Tanja Busse

133

Ambivalenzen des Luxuskonsums

Ludger Heidbrink

141

Autorenverzeichnis

147

