

Caspar Dohmen

Otto Moralverbraucher

Vom Sinn und Unsinn engagierten Konsumierens

orell füssli Verlag

Inhalt

Einleitung	7
Prolog	11
Von der Entdeckung der Verbrauchermacht	19
Busse boykottieren: Bürgerrechte erlaufen	30
Steile Karriere: Der Käuferstreik	36
Die Marke: Achillesferse mächtiger Konzerne	51
FCKWs-Verbot: Ozonloch stopfen – eine Gemeinschaftsaufgabe	63
Immun gegen den Boykott: Firmen unter sich	68
Kult macht blind: Apple	73
Krötenwanderung: Geldanlagen boykottieren	79
Boykott: Eine Bilanz	92
Vom Instrument zum Politikersatz	97
Der Ausbau der Konsumentenmacht	107
Buykott: Korrektes Einkaufen im Wilden Westen	107
Nicaragua: Der faire Handel lernt laufen	118
Weltläden: Lernen beim Einkauf in Europa	122
Schizophren: Europas Verbraucher	131

Fairer Handel: Stachel im Wirtschaftsgefüge	145
Grenzen der Einkaufsmacht: Fehlende Angebote	165
Neue Aufgaben und Hindernisse für Verbraucher	173
Kauf-Nix-Tag: In den Fußspuren der Hippies	195
Die Rückkehr in die politische Arena	207