

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Fünffache konsumentenethische Verantwortung	11
Strukturelle Gründe für den komplizierten Ausgang aus der gastrosophischen Unmündigkeit	19
1 Epigenetische und soziokulturelle (Geschmacks-)Prägungen	19
2 Unterstellung (ir)rationaler Konsumentscheidungen	21
3 Verantwortungsdiffusion	24
4 Weltbild und Wertemuster	27
Fazit	35
Literatur	37
Anmerkungen	45