

Seminarausschreibung

Nachhaltiges Konsumentenverhalten im Dienstleistungsbereich

Der in den letzten Jahren stark zugenommene Konsum, insbesondere der westlichen Industrieländer, gilt als eine Ursache für die sich verschärfenden Umweltprobleme. Als Reaktion darauf gewinnt nachhaltiger Konsum für die Wirtschaft und Gesellschaft an Bedeutung. Auch im Dienstleistungsbereich spielt Nachhaltigkeit für Konsument*innen eine Rolle, etwa im Tourismus, der Gastronomie, bei der Wahl von Banken oder Versicherungen. Der Begriff Nachhaltigkeit umfasst dabei in der Regel drei Säulen: eine ökonomische, eine ökologische und eine soziale. In ökologischer Hinsicht geht es um Konsum, der Ressourcen schont, den CO₂-Abdruck des Einzelnen minimiert und Umweltverschmutzung verhindert. Nachhaltiger Konsum, bei dem soziale Aspekte im Vordergrund stehen, beachtet die Behandlung der Mitarbeitenden und vermeidet den Konsum solcher Leistungen, bei denen Mitarbeitende ausgebeutet oder auch bestimmte ethnische Gruppen sozial benachteiligt werden, z.B. illegale Beschäftigung, unterschiedliche Bezahlung von Männern und Frauen, Arbeit unter gesundheitsschädigenden Bedingungen etc. Der ökonomische Aspekt betrifft aus Konsumsicht das Verhältnis von Leistung und Kosten, aber auch auf das zur Verfügung stehende Budget.

Im Rahmen dieses Seminars sollen verschiedene Formen und Aspekte des nachhaltigen Konsums kritisch betrachtet werden. Das Ziel ist es, die theoretischen Grundlagen nachhaltigen Konsumentenverhaltens zu erarbeiten und, anhand praktischer Beispiele aus dem Dienstleistungsbereich, zu diskutieren, wie der Konsum beeinflusst werden kann, um nachhaltiger zu werden, welche Probleme dabei entstehen und wie diese gelöst werden können.

Dazu werden vier Themen vergeben. Zu einem der vier Themen ist eine Hausarbeit von ca. 4.200 Wörtern (ca. 15 Seiten) anzufertigen. Alle Themen werden 4-fach vergeben. Die Bearbeiter*innen eines Themas verfassen, nach der individuell verfassten Seminararbeit, in der Gruppe eine Zusammenfassung eines weiteren Themas des Seminars, im Umfang von ca. 1.500 Wörtern. Schriftliche Hausarbeit und Gruppenzusammenfassungen bilden die Basis für darauf aufbauende Plenumsdiskussionen, Gruppenarbeiten sowie Fallstudienbearbeitungen während der Präsenzphase des Seminars.

Themen der Seminararbeiten

Thema 1: Practice Theory – ein Ansatz zur Förderung nachhaltigen Konsums?

Practice Theory ist ein Sammelbegriff für verschiedene Theorien, die sich mit Praktiken beschäftigen. Der Begriff der Praktik bezieht sich auf wiederkehrende und häufig alltägliche Prozeduren innerhalb einer Gesellschaft, denen gesellschaftliche Bedeutung zukommt und die ein spezifisches Wissen erfordern. Beispiele hierfür sind Essen kochen, Fahrradfahren, Urlaub machen. In letzter Zeit wird die Practice Theory auch herangezogen, um nachhaltigen Konsum, aber auch nicht-nachhaltigen Konsum zu erklären. Im Rahmen der Seminararbeit soll der Ansatz der Practice Theory allgemein und bezogen auf nachhaltigen Konsum vorgestellt werden. Es ist kritisch zu diskutieren, ob durch die Betrachtung von Praktiken nachhaltiger Konsum gefördert werden kann und welche Ansatzpunkte sich ergeben.

Thema 2: Konsumverzicht und Konsumwiderstand – relevante Verhaltensweisen für Unternehmen?

Nachhaltig handelnde Konsument*innen können sich entscheiden, ihren Konsum zu reduzieren (anti-consumption), z.B. indem sie auf den Kauf neuer Kleidung verzichten, oder Konsumwiderstand zu leisten (consumer resistance), z.B. indem sie versuchen Unternehmen, die sich nicht ethisch oder nicht umweltbewusst verhalten, zu boykottieren. Die verschiedenen Formen von anti-consumption und consumer resistance sind darzustellen und im Hinblick darauf kritisch zu betrachten, ob und ggf. wie Unternehmen darauf reagieren müssen oder sollten.

Thema 3: Das „attitude-behavior gap“ – eine kritische Analyse von Ursachen und Einflussfaktoren

Als „attitude-behavior-gap“ wird bezeichnet, dass Konsument*innen eine positive Einstellung zu nachhaltigem Konsum haben, diese positive Einstellung sich aber nicht in ihrem Verhalten niederschlägt. Im Rahmen der Seminararbeit sollen auf der Basis sowohl von Theorien als auch von empirischen Studien Ursachen und Einflussfaktoren des „attitude-behavior gaps“ offengelegt werden sowie Lösungsansätze zu seiner Überwindung diskutiert werden.

Thema 4: Das „home-and-away gap“ – eine kritische Untersuchung von Ursachen und Lösungsansätzen

Das „home-and-away gap“ beschreibt das widersprüchliche Verhalten von Touristen, die im Alltag nachhaltige Konsumententscheidungen treffen, wie z.B. mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren oder weniger Fleisch essen, bei Reisen oder am Urlaubsort jedoch kein oder nur eingeschränkt nachhaltiges Verhalten zeigen, z.B. häufig Flugreisen unternehmen. Im Rahmen der Seminararbeit sollen die in der Literatur betrachteten Ursachen für das home-and-away gap kritisch untersucht werden und Lösungsansätze zu dessen Überwindung diskutiert werden.

Einstiegsliteratur

Lim, Weng M. (2017): Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing; in: Journal of Business Research. Vol. 78 (2017), S. 69-80.

Teilnahmevoraussetzungen

- Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Einschreibung in einem der folgenden Studiengänge: Wirtschaftswissenschaft (B.Sc. oder M.Sc.), Wirtschaftsinformatik (B.Sc. oder M.Sc.), Wirtschaftswissenschaft für Ingenieur/-innen und Naturwissenschaftler/-innen (M.Sc.)
- Bestandene Klausur in einem der DLM-Module (31561, 32691, 32791)
- Technisches Equipment (Computer und Headset mit Mikrofon) für die virtuelle Seminarvorbereitung

Leistungen

- Teilnahme an der virtuellen Seminarvorbereitung
- Schriftliche Seminararbeit von ca. 4.200 Wörtern (ca. 15 Seiten), Gruppensammenfassung eines weiteren Seminarthemas (ca. 1.500 Wörter) und Stellungnahmen zu anderen Zusammenfassungen (ca. 200 Wörter), Mitarbeit und Präsentation von Gruppenarbeiten während der Präsenzphase des Seminars
- Vorbereitung von ein oder zwei voraussichtlich englischsprachigen Fallstudien oder Artikeln

Termine

29.11.2021-07.01.2022	Bewerbungs- und Anmeldezeitraum (WebRegIS)
bis 01.03.2022	Versand der Themenverteilung, Betreuerzuordnung und Aufgaben für die virtuelle Seminarvorbereitung (E-Mail)
bis 23.03.2022	Einstiegsaufgabe zur virtuellen Vorbereitung in Moodle bearbeiten
bis 29.03.2022	Andere Lösungsvorschläge in Moodle kommentieren
30.03.2022, 15:00 - 17:00 Uhr	Virtuelle Seminarvorbereitung via Adobe Connect (Pflichtveranstaltung)
06.04.2022, 18 - 20 Uhr	Online-Schulung zur Literaturrecherche Achim Baecker, Universitätsbibliothek der FernUni Adobe Connect
11.04. - 14.04.2022	Individuelle Besprechung der Forschungsfragen, Gliederung und eines vorläufigen Literaturverzeichnisses mit Betreuer*in (Telefon, E-Mail)
12.06.2022, 23:59 Uhr	Abgabe der Seminararbeiten (PDF + Word) bei Betreuer*in (E-Mail)
bis 27.06.2022	Versand des Benachrichtigungsschreibens, des Seminarprogramms und der Fallstudien
bis 20.07.2022, 23:59 Uhr	Abgabe der Gruppenzusammenfassungen in Moodle
bis 28.07.2022, 23:59 Uhr	Stellungnahmen zu Gruppenzusammenfassungen der anderen in Moodle
01.08.-02.08.2022	Präsenzveranstaltung in der FernUniversität in Hagen, Gebäude 3, Raum F 009 (Pflichtveranstaltung) *
01.08.2022	Freiwilliges Get-together bei einem gemeinsamen Abendessen mit dem Lehrstuhl-Team (Uhrzeit und Location folgen noch)

*Das Seminar ist als Präsenzseminar, unter Einhaltung der zu diesem Zeitpunkt geltenden Maßnahmen zur Bekämpfung des Coronavirus, geplant. Diese können u.a. eine Nachweispflicht über eine Impfung, Genesung (2G) oder einen negativen Test (3G) sowie Abstandsregeln und Maskenpflicht umfassen. Sollte die pandemische Lage im August 2022 keine Präsenzveranstaltung erlauben, findet die Präsenzphase virtuell statt. Eine Teilnahme an der Präsenzphase ist in jedem Fall verpflichtend.

Ansprechpartner für Rückfragen

Organisatorisch



Stefanie Vogt
Tel. +49 2331 987 - 2533
d1m@fernuni-hagen.de

Inhaltlich



Dr. Eva Lexutt
Tel. +49 2331 987 - 4938
eva.lexutt@fernuni-hagen.de

Werbung in eigener Sache

www.dienstleistungsmanagement.com

Sie finden uns auch bei

[xing.to/d1m](https://www.xing.com/profile/dlm)

twitter.com/DLM_FUHagen

www.facebook.com/bwld1m