

## 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 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 CO<sub>2</sub>-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 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.

Das Seminar ist als 2-tägiges Präsenzseminar konzipiert. Zu den vier Themen ist jeweils eine Hausarbeit im Umfang von ca. 4.200 Wörtern anzufertigen. Alle Themen werden 4-fach vergeben. Zur Vorbereitung des Seminars werden Gruppen gebildet, wobei jede Gruppe die Seminararbeiten einer anderen Gruppe zusammenfasst. Jede/r muss darüber hinaus die Zusammenfassungen der Seminararbeiten lesen und die Themen zueinander in Bezug setzen. Darüber hinaus ist voraussichtlich eine englischsprachige Fallstudie und/oder ein englischsprachiger Fachartikel für das Seminar vorzubereiten.

Auf dem Seminar selbst werden wir die Seminarthemen auf der Basis der Seminararbeiten in Kleingruppen und im Plenum anhand von Diskussion erarbeiten. Leitfragen für die Diskussionen bilden Anschauungsbeispiele aus der Praxis, z.B. Websites von Unternehmen oder Videos, sowie theoretische Fragestellungen.

## Seminararbeitsthemen

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

Als „attitude-behavior-gap“ wird bezeichnet, dass Konsumenten 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 3: Konsumverzicht und Konsumwiderstand – relevante Verhaltensweisen für Unternehmen?**

Nachhaltig handelnde Konsumenten 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 4: Gender-Unterschiede bei nachhaltigem Konsumentenverhalten**

Untersuchungen zu nachhaltigem Konsumentenverhalten zeigen oft, dass sich Frauen im Schnitt nachhaltiger verhalten als Männer, so fahren Frauen bspw. öfter Bus, Bahn oder Fahrrad und weniger Auto. Im Rahmen der Seminararbeit soll herausgearbeitet werden, welche Unterschiede im nachhaltigen Konsumverhalten in der Forschung identifiziert werden und welche Gründe für diese Unterschiede bestehen. Dazu sind sowohl empirische Studien als auch Theorien heranzuziehen.

## Einführungsliteratur

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

- Einschreibung in einem der folgenden wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge: Bachelor o. Master Wirtschaftswissenschaft oder Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschafts-wissenschaft für Ingenieur\*innen und Naturwissenschaftler\*innen
- Allgemeine Teilnahmevoraussetzungen gemäß Prüfungsordnung
- Bestandene Klausur eines unserer DLM-Module (31561, 32691, 32791)
- Funktionsfähiges, technisches Equipment für die Online-Meetings: stabile Internetverbindung, Computer mit aktuellem Webbrowser, Headset mit Mikrofon oder Kopfhörer und externes Mikrofon (keine integrierten Mikrofone in mobilen Endgeräten)

## Leistungen

- Vorbereitung der Einstiegsliteratur zur Seminarvorbesprechung
- Teilnahme an der virtuellen Seminarvorbesprechung
- Teilnahme an der Online-Schulung zur Literaturrecherche
- Schriftliche Seminararbeit im Umfang von 4.200 Wörtern
- Lesen von vier Seminararbeiten und Zusammenfassung der Inhalte (Gruppenarbeit, Moodle)
- Lesen von vier Zusammenfassungen und Einordnen in das Seminarthema (Einzelarbeit, Moodle)
- Vorbereitung einer voraussichtlich englischsprachigen Fallstudie
- Aktive Beteiligung an Diskussionen & Gruppenarbeiten

## Bewertung

- 70% Seminararbeit
- 30% sonstige Mitarbeit (Aufgabenbearbeitung in Moodle, mündliche Mitarbeit auf der Präsenzveranstaltung)

## Ansprechpartner\*innen für Fragen

organisatorisch

**Stefanie Vogt**

Tel. + 49 2331 987-2533  
[d1m@feu.de](mailto:d1m@feu.de)

inhaltlich

**Natalia Rogova**

Tel.: +49 2331 987-2532  
[natalia.rogova@feu.de](mailto:natalia.rogova@feu.de)

**Maarten Volkers**

Tel.: +49 2331 987-4395  
[maarten.volkers@feu.de](mailto:maarten.volkers@feu.de)

## Terminüberblick

bis 01.09.2024	Versand der Themenverteilung und Betreuerzuordnung	E-Mail
bis 23.09.2024	Vorstellungsrunde	Moodle
26.09.2024 16.00 - 18.00 Uhr	Virtuelle Seminarvorbesprechung: Einführung in das Seminar und das wissenschaftliche Arbeiten; Diskussion der Einführungsliteratur	Zoom
01.10.2024, 18.00 - 20.00 Uhr	Online-Schulung: Literaturrecherche (mit Achim Baecker, Fachreferent Wiwi der UB)	Zoom
07.10. - 11.10.2024	Individuelle Besprechung des Exposés mit Betreuer*in (individuelle Terminvereinbarung)	Teams/Zoom /Telefon
bis 02.12.2024, 23:59 Uhr	Digitale Abgabe der Seminararbeit (PDF + Word)	Moodle
bis 20.12.2024	Versand des Benachrichtigungsschreibens, des Seminarprogramms und der Fallstudie	E-Mail
bis 19.01.2025, 23:59 Uhr	Abgabe der Gruppenzusammenfassungen	Moodle
bis 24.01.2025, 23:59 Uhr	Einordnung der Gruppenzusammenfassungen in das Seminarthema (individuell)	Moodle
27.-28.01.2025	Präsenzveranstaltung in der FernUniversität in Hagen (genaue Raumangabe folgt)	Präsenz
27.01.2025	Freiwilliges Get-together bei einem gemeinsamen Abendessen mit dem Lehrstuhl-Team (Uhrzeit und Location folgen noch)	Präsenz

Alle genannten Termine sind, sofern nicht anders herausgestellt, verpflichtend!