

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz



Bundesanstalt für
Landwirtschaft und Ernährung



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Förderung Nachhaltigen Konsums – Möglichkeiten und Grenzen

Das Fachgebiet Wirtschaftspsychologie an der Universität Duisburg-Essen veranstaltet ein interdisziplinäres Symposium zum Thema „Förderung Nachhaltigen Konsums - Möglichkeiten und Grenzen“. Die Veranstaltung findet im Rahmen des BMUV-geförderten Forschungsprojektes „Fast Fashion, Fast Decisions: Konsumpsychologische Interventionen zur Förderung nachhaltiger und bewusster Kaufentscheidungen im Textilhandel“ statt und richtet sich an Personen aus Wissenschaft und Praxis.

WANN? 23.10.23, 13-18 Uhr
WO? Gerhard-Mercator-Haus, Lotharstraße 57, 47057 Duisburg

Die Teilnahme ist kostenlos. Die Plätze sind begrenzt.

Für Anmeldungen wenden Sie sich bis zum 09.10.2023 mit dem Betreff “Symposium 2023” an Saskia Flachs unter saskia.flachs@uni-due.de

Weiter Informationen zum Forschungsprojekt und zum Symposium finden Sie unter <https://www.uni-due.de/wirtschaftspsychologie/fast-fashion-decisions/symposium.php>

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

PROGRAMM:

13:00-13:30	Start: Austausch und Begrüßung (Prof. Dr. Oliver Büttner, Universität Duisburg- Essen)
13:30-14:00	<i>Konsum neu denken: Die Rolle von sozialen Überzeugungen bei der Bekämpfung des Klimawandels</i> (Prof. Dr. Arnd Florack, Universität Wien)
14:00-14:30	<i>Förderung des Nachhaltigen Konsums mit Carbon Footprint Tracking Apps</i> (Prof. Dr. Stefan Hoffmann, Universität Kiel)
14:30-15:00	<i>Fast Fashion, Fast Decisions – Konsumpsychologische Interventionen zur Förderung nachhaltiger und bewusster Kaufentscheidungen im Textilhandel</i> (Saskia Flachs, Universität Duisburg- Essen)
15:00-15:30	Kaffeepause
15.30-16:00	<i>Die Organisation von Warenketten als Grenze für nachhaltigen Konsum. Das Beispiel von Lebensmittelmärkten</i> (Prof. Dr. Nina Baur, Technische Universität Berlin)
16:00-16:30	<i>Nachhaltigen Konsum anstoßen – Erfahrungen der Verbraucherzentrale NRW</i> (Philip Heldt, Verbraucherzentrale NRW)
16:30-18:00	Diskussion & Ausklang

Über die Vortragenden:

Prof. Dr. Nina Baur ist Leiterin des Fachgebiets Methoden der empirischen Sozialforschung am Institut für Soziologie der TU Berlin und Mitglied im Sachverständigenrat für Verbraucherfragen des BMUV. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Methodologie der Sozialwissenschaften und prozessorientierter Methodologie. Fachlich beschäftigt sie sich u.a. mit Themen der Wirtschaftssoziologie, insbesondere Konsumgütermärkte und Arbeitsmärkte.

Prof. Dr. Oliver Büttner ist Professor für Wirtschaftspsychologie an der Universität Duisburg-Essen und Mitglied im Sachverständigenrat für Verbraucherfragen des BMUV. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Konsumpsychologie, Einkaufsverhalten, visuelle Aufmerksamkeit und Nachhaltiger Konsum.

Saskia Flachs ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Promovierende am Fachbereich Wirtschaftspsychologie der Universität Duisburg-Essen. Ihr Forschungsinteresse richtet sich auf die Themen Konsumpsychologie, Nachhaltiger Konsum, Konsumreduktion und Fast Fashion.

Prof. Dr. Arnd Florack ist Professor für Angewandte Sozialpsychologie und Konsumforschung an der Universität Wien, wo er seit 2010 eine Arbeitsgruppe leitet, die sich intensiv mit dem Erleben und Verhalten von Konsument*innen auseinandersetzt. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte sind u.a. Konsum und digitaler Wandel sowie nachhaltiger Konsum und gesunde Ernährung.

Philip Heldt ist Referent für Ressourcenschutz bei der Verbraucherzentrale NRW. Seine Themenschwerpunkte sind Kreislaufwirtschaft, Rohstoffe, Verpackungen, Wasser und Umweltgifte. Er ist außerdem freier Dozent und Gutachter für die Themen Umwelt, Schadstoffe und Nachhaltiger Konsum, und hält Seminare und Vorträge für u.a. BUND, Grüne Jugend, und Greenpeacejugend.

Prof. Dr. Stefan Hoffman ist Professor für Marketing an der Christian-Albrechts-Universität Kiel. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Konsumpsychologie, ethischer und nachhaltiger Konsum, internationales Marketing und digitales Marketing.