

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



netzwerk
verbraucher
forschung



Kiel Center for Philosophy,
Politics and Economics



KIEL CENTRE FOR
GLOBALIZATION



Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche Fakultät



Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Philosophische Fakultät

Kontakt/ Impressum

Prof. Dr. Ludger Heidbrink

Lehrstuhl für Praktische Philosophie
Philosophisches Seminar
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Leibnizstraße 4, Zimmer 334, 24118 Kiel
Telefon +49 (0)431/880-2826
E-Mail: heidbrink@philsem.uni-kiel.de

Sebastian Müller

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Lehrstuhl für Praktische Philosophie
Philosophisches Seminar
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
Leibnizstraße 4, Zimmer 330, 24118 Kiel
Telefon +49 (0)431/880-2829
E-Mail: mueller@philsem.uni-kiel.de

Termin: Donnerstag, 23. Mai und
Freitag, 24. Mai 2019

Ort: Wissenschaftspark Kiel, Raum Einstein,
Fraunhoferstraße 13, 24118 Kiel
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Anmeldung: Frau Laura Bug
Lehrstuhl für Praktische Philosophie
E-Mail: bug@philsem.uni-kiel.de

Bildnachweis: Jürgen Haacks, Claudia Eulitz © Uni Kiel

Satz und Layout: Stabsstelle Presse, Kommunikation und Marketing
der CAU, Sachgebiet Öffentlichkeitsarbeit

C | A | U

Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Philosophische Fakultät



Workshop: Consumer Social Responsibility

Konsumentenverantwortung im Schnittfeld von Markt und Moral 23.5. und
24.5.2019

Workshop: Consumer Social Responsibility

Konsumentenverantwortung im Schnittfeld von Markt und Moral

Der Begriff der „Consumer Social Responsibility“ (ConSR) hat sich bislang nicht in vergleichbarer Weise in der Forschung und Öffentlichkeit etabliert wie sein Pendant, der Begriff der „Corporate Social Responsibility“ (CSR). Zu diesem Zweck sollen auf dem Workshop folgende Fragen behandelt werden: Welche Rolle zwischen Markt und Moral nehmen die Verbraucher*innen ein? Durch welche empirischen Eigenschaften ist der soziale Konsum gekennzeichnet? Worin besteht die besondere gesellschaftliche Verantwortung von Konsument*innen? Ein Fokus des Workshops liegt auf der verbraucherpolitischen Relevanz der Consumer Social Responsibility.



Programm:

Donnerstag, 23. Mai 2019

- 15:30 Uhr Ankunft und Kaffee
- 16:00 Uhr Begrüßung
Einführung: Ludger Heidbrink
(Universität Kiel)
**Consumer Social Responsibility zwischen
Markt und Moral**

Panel 1: Nachhaltiger Konsum und die Rolle der Konsument*innen

- 16:30 Uhr Keynote: Birgit Blättel-Mink
(Universität Frankfurt am Main)
**Nachhaltigkeit, Digitalisierung und
Entgrenzung: Herausforderungen für
Konsument*innen**
- 17:30 Uhr Sebastian Müller (Universität Kiel)
**Die Rollenverantwortung der
Konsument*innen am Beispiel des
Consumer-Citizen**
- 18:15 Uhr Sebastian Nessel (Universität Graz)
**Gesellschaftliche Voraussetzungen nach-
haltigen Konsums und nachhaltiger Märkte**
- 20:00 Uhr Abendessen

Freitag, 24. Mai 2019

Panel 2: Sozialer Konsum

- 09:15 Uhr Keynote: Ingo Balderjahn
(Universität Potsdam)
**Konsum im Widerstreit von Egoismus und
sozialer Verantwortung**

- 10:15 Uhr Melanie Trabandt (Universität Kiel)
**Identität als Teil(en) von Wert – Die
Relevanz verschiedener Identitätsformen
für soziales Konsumentenverhalten**
- 11:00 Uhr Nils Hoffmann (Universität Kiel)
**Moralischer Ablasshandel durch Steuern?
Wie Steuern und Abgaben es Konsu-
menten ermöglichen, sich moralisch zu
entlasten.**
- 12:00 Uhr Mittagsimbiss

Panel 3: Konsum und gesellschaftliche Verantwortung

- 13:00 Uhr Keynote: Johannes Brinkmann
(University of Tromsø, Norway)
**Consumer Social Responsibility –
Vorbildlich oder bedrohlich?**
- 14:00 Uhr Michael Schlaile (Universität Hohenheim)
**Konsumentenverantwortung – welche
Konsumentenverantwortung? Konzeptua-
lisierungsversuche vor dem Hintergrund
einer „bounded morality“**
- 14:45 Uhr Guli-Sanam Karimova (Universität Kiel)
**Governance von globalen Wert-
schöpfungsketten – Welche Verantwor-
tung haben Konsument*innen?**
- 15:30 Uhr Abschluss: Stefan Hoffmann
(Universität Kiel)
**Digitalisierung und verantwortungsvolles
Konsumverhalten. Empirische Befunde
zur Wirkung von Einkaufsapps**
- 16:00 Uhr Verabschiedung und Ende der Veranstaltung