



AARHUS SCHOOL OF BUSINESS
AARHUS UNIVERSITY



Technische Universität München



WAGENINGEN UR



Trends in Consumer Science – Aktuelle Ergebnisse der Verbrauchsforschung

Supported by the European Commission



Directorate-General for
Health & Consumers



Vortrag auf der Jahrestagung 2009 des VDOE in Weihenstephan

Inhalt

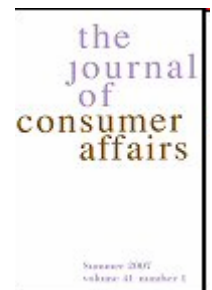
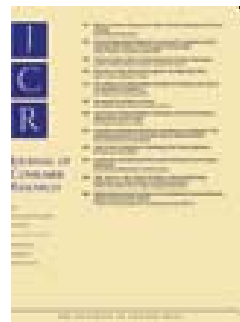
Trends und Entwicklungen
in Consumer Science
in

- Forschung
- Lehre



Consumer Science: Trends in der Forschung

- Evaluierung der Inhalte der Zeitschriften (Jahrgänge 2003-2008)
- International Journal of Consumer Studies (6 Ausgaben pro Jahr)
- Journal of Consumer Affairs (3 Ausgaben pro Jahr)
- Journal of Consumer Behaviour (6 Ausgaben pro Jahr)
- Journal of Consumer Policy (4 Ausgaben pro Jahr)
- Journal of Consumer Research (6 Ausgaben pro Jahr)



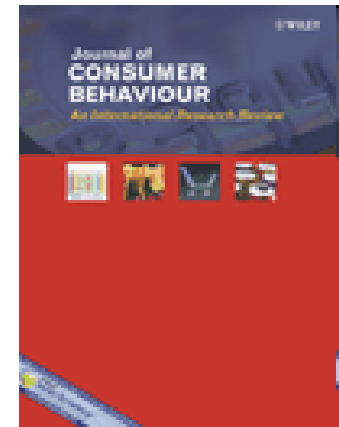
International Journal of Consumer Science – Special Issues

- Ethnic Minorities - Diversity in Consumers and Business (2007)



Journal of Consumer Behaviour – Special Issues

- The Rising Chinese Consumer (2008)
- Neuromarketing (2008)
- Studying the ethical consumer: A review of research (2007)
- Contemporary families and consumption (2007)
- Towards a theory of shopping (2005)



Journal of Consumer Policy – Special Issues

- The iConsumer and the Role of Consumer Law (2008)
- The Consumer, the European Union and Media Law (2008)
- Effects of the Euro Changeover on Consumer Behaviour (2007)
- Shopping for Human Rights (2007)
- The Politics of Necessity (2006)
- The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract (2004)



Forschung - Themen



- Bedarfsfelder
- Einkommensdistribution, Verbraucherbildung und Partizipation
- Consumer Finance
- Einkaufsverhalten und Distribution
- Kommunikation und Produktkennzeichnung
- Governance und Verbraucherrecht
- Verbraucherverhalten & Kultur

Forschung - Bedarfswelder



- Lebensmittel und Ernährung
- Kleidung
- Haushaltsgeräte
- Technologieakzeptanz
(immer noch Gentechnik, Risikoakzeptanz,
aber auch Neues wie z. B. Nanotechnologie)
- Gesundheit
(Mitglieder im Gesundheitssystem als Konsumenten,
Gesundheitsverhalten)
- Mobilität

Forschung – Consumer Finance



- Konsumentenkreditverhalten
- Altersvorsorge
- Umgang mit Zahlungsmitteln:
Geldillusion bei der Euroeinführung, Umgang und Einkaufsverhalten mit Kreditkarten und Kundenkarten
- Zeitpräferenz

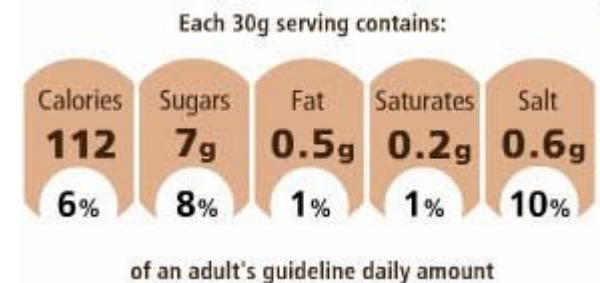
Forschung – Einkaufsverhalten und Distribution

- Einkaufsverhalten im Einzelhandel
- Customer Relationship Management
- Veränderte Geschäftsbeziehungen durch e-Commerce
- Einfluss der e-Commerce und Respektierung von intellektuellen Eigentumsrechten, z. B. Musikdownloads



Forschung – Kommunikation und Produktkennzeichnung

- Wahrnehmung und Nutzung von Produktkennzeichnung
- Einfluss durch Werbung und andere Kommunikationsmittel
- Informationsnutzung und Informationsüberlastung
- Vielfalt, Handlungsfähigkeit und Selbstverständnis des Konsumenten

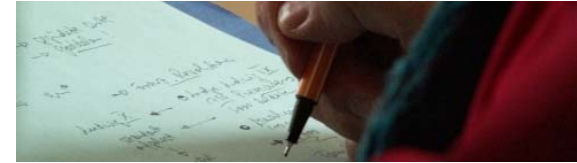


Forschung – Governance und Verbraucherrecht

- Organisation der Verbraucherpolitik
- Aktivierende Verbraucherpolitik neben Verbraucherschutzthemen
- Rolle des Staates – Rolle des Konsumenten
- Konsumenten und Nachhaltigkeit
- Ethisches Konsumverhalten
- Vertragsrecht, Haftungsrecht, Wettbewerbsrecht, Gemeinschaftsklage



Forschung – Wissenschaftsansätze

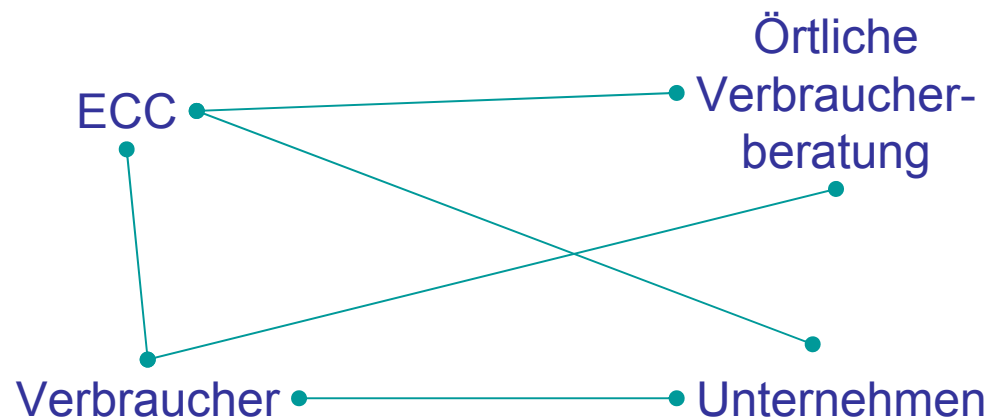


- Methodenbreite: Quantitative und qualitative Forschung
- Basiswissenschaften
 - Wissenschaftsphilosophie
 - Geschichte
 - Anthropologie
 - Politische Wissenschaft, insbesondere Governance-Ansätze
 - Rechtswissenschaft
 - Ökonomie, Nachfrageanalyse, Vertragsökonomie
 - Experimentelle Ökonomie
 - Verbraucherverhaltensforschung
 - Verhaltensökonomie

Die Consumer-Citizen Agenda

- Wohlfahrtsstaat und Hierarchie als Organisationsform für die Bereitstellung öffentlicher Güter und notwendiger Güter
- Neoliberale Reformen der 80er Jahre ausgehend vom Vereinigten Königreich, heute weitreichend in Europa
- Zuwendung zur Marktlösung
- Endergebnis: Selbstorganisierte Netzwerke

Beispiel: Connet
EU Binnenmarkt B2C



Die Consumer-Citizen Agenda

Citizen	Consumer
Staat	Markt
Öffentlich	Privat
Politisch	Ökonomisch
Kollektiv	Individuell
Entkommodifikation	Kommifikation
Rechte	Austausch



www.utopia.de

Ansätze der Verhaltensökonomie



- Rationaler Verbraucher in Frage gestellt
- Exogene versus endogene Präferenzen
- Präferenzumkehr
- Dynamische Inkonsistenz und Selbstdisziplin → Gesundheitsverhalten
- Framing-Effekte
- Prospect Theorie: Wahrscheinlichkeitsgewichtung in Konsumentenentscheidungen
- Heuristiken
- Aversion gegenüber Ambiguität
- Überzogener Optimismus

Nutzen- und
Risikowahrnehmung
& -kommunikation

Inhalt

Trends und Entwicklungen
in Consumer Science
in

- **Forschung**
- **Lehre**



Höhere Bildung im Bereich Consumer Affairs – Bedarfsstudie der Europäischen Union

Study „The Need for Postgraduate Education in Consumer Affairs in the European Union“ (Quici et al., 2005)

- Berufstätige im Bereich Consumer Affairs kommen bisher schwerpunktmäßig aus den Wirtschafts-, Rechts- und Politikwissenschaften
- Deren Wissen basiert auf der Teilnahme an relevanten Veranstaltungen und Seminaren und “Training on the Job”
- Akademiker, deren Studium sich intensiv mit Consumer Affairs beschäftigt werden in Unternehmen und Verbraucherorganisationen gebraucht (teilweise mit einer europäischen Ausrichtung).
- Budget-Restriktionen der Verbraucherorganisationen werden das Arbeitsplatzangebot in ihrem Bereich jedoch beschränken.

CALL FOR PROPOSALS – DG Health and Consumers for the development of integrated Master Degree courses in consumer issues

- Verbraucherbildung auf Universitätsniveau mit europäischen Fokus
- Zusammenarbeit europäischer Universitäten
- Förderung der Mobilität von Studenten und Dozenten
- Fächerkanon entsprechend der Studie Quici et al. (2005)
- 3 Konsortien werden gefördert

Die drei geförderten Konsortien (13 Universitäten)

- 1. European Master Programme in Consumer Affairs (EURECA)**
Partner: TU München (DE, Koordinator), Aarhus University (DK), Wageningen University (NL) and Warsaw University of Life Sciences (PL).
- 2. Master Européen en Management des Relations Consommateurs**
Partner: University of Haute Alsace (FR, Koordinator), Insitut Catholique des Hautes Etudes Commerciales ICHEC (BE), Academy of Economic Studies of Bucarest (RO), Karol Adamiecki University of Economics in Katowice (PL).
- 3. European Master in Consumer Affairs (EMCA)**
Partner: IL3-University of Barcelona (ES, Koordinator), University of Bologna (IT), Université de Montpellier (FR), Brunel University (UK), West University of Timișoara (RO).



Programmstruktur

University	Country	Specialisation	Perspective	Position
Aarhus University AU	DK	1. Marketing Management 2. Consumer Affairs Management	1. B2C 2. B2C, A2C	co-beneficiary
Technische Universität München TUM	DE	1. Consumer, Technology and Innovation 2. Sustainable Consumption	1. B2C 2. A2C	co-ordinator
Wageningen University WUR	NL	1. Marketing Management 2. Consumer Studies	1. B2C 2. C	co-beneficiary
Warsaw University of Life Sciences WULS	PL	1. Food Policy and Management	1. A2B2C	co-beneficiary

Verbraucherthemen und die deutsche Studienlandschaft

1. Klassische Standorte der Ökotrophologie, Verbraucherthemen als Spezialisierung im Master
2. International Food Business and Consumer Studies (als Kooperationsprojekt der Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften, und der Hochschule Fulda, Fachbereich Oecotrophologie).
3. Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft (FH Münster Oecotrophologie & in Kooperation mit der FH Osnabrück)
4. [European Master Programme in Consumer Affairs \(EURECA\)/](#)
[Master of Science Programme in Consumer Affairs an der TU München.](#)
5. Wirtschaftswissenschaften - Marketing und Konsumforschung
6. Rechtswissenschaften – Privatrecht/Verbraucherrecht

Der Arbeitsmarkt für Verbraucherexperten

1. Konsumgüterindustrie Food/Non-Food
(Marketing, Produktentwicklung und -management)
2. Marktforschungsunternehmen
3. Öffentliche Verwaltung
4. Wissenschaft und Forschung
5. Beratung / Politikberatung / Entwicklungspolitik
6. (...)

Danke für Ihre Aufmerksamkeit



Contact Imprint Login

EURECA

European Master's Programme in Consumer Affairs

Home

- Home
- EURECA-News
- About EURECA
- Downloads
- Applicants
- FAQ
- Links
- Forum
- Contact

The European Master's Programme in Consumer Affairs



The European Master's Programme in Consumer Affairs (EURECA) is offered by Aarhus University, the Technische Universität München, Wageningen University and the Warsaw University of Life Sciences. EURECA is a two-year, world-class integrated programme focused on consumers in their economic, social and ecological environments. Within EURECA you can choose two out of seven specialisations. You are also encouraged to spend a semester at a partner university as an exchange student with a generous grant and the possibility to graduate with a double degree. With EURECA you choose a European programme with a strong research focus and great career opportunities!

EURECA-Applicants



The European Master's Programme in Consumer Affairs (EURECA) starts every year in September/ October and runs over four semesters (120 ECTS).

[Read more](#)

About EURECA



Consumer Affairs is a world-wide rising field in research and higher education. It analyzes consumers in their economic, social and ecological environment.

[Read more](#)

News

11. May 2009
EURECA: Information Evening at Technische Universität München
The Technische Universität will offer an information evening for prospecting students for the European Master's Programme in Consumer Affairs.
[more >>](#)

24. April 2009
Article about EURECA in "Gazeta Wyborcza", Poland
One of the most popular newspapers in Poland "Gazeta Wyborcza" has published an article about the European Master's Programme in Consumer Affairs.
[more >>](#)

« May »

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Supported by
the European Commission



Directorate-General for Health & Consumers

European Master's Programme in Consumer Affairs (EURECA) - c/o TUM - Alte Akademie 16 - 85350 Freising - GERMANY
Tel: +49(0)8161-71-5309 - e-Mail: info@eureca-online.eu

Cosaint Tomhaltíri | Consumer Protection | Marsien tal-Konsumaturi | Consumatori | Tutela dei consumatori | potrošnikov | Konsumentur | Forbruker | Ochrona konsumentów | Protecção dos

Lokales Intranet 100%

Bitte
besuchen Sie
unsere
Website:
www.eureca-online.eu

Studienstruktur TUM



1. Semester	2. Semester	3. Semester
Consumer Economics and Policy	Technology and Innovation Management I	Technology and Innovation Management II
Consumer Behaviour	Consumer Sociology and History	Consumer Psychology and Gender Studies
Research Methods	Service Marketing and Open Innovation	Sustainability Marketing/ Sustainable Innovation
Introduction to Academic Work	Strategic Management of Technology and Innovation	European Consumer Policy
Consumer Law (German)	Trade Policy and International Markets	Management of Human-Nature-Technology Systems
Foreign Languages	Advanced Environmental and Natural Resource Economics	Environmental and Natural Resource Economics
	International and European Environmental Law and Policy	Health Behaviour and Promotion
		Human Dimensions in Resource Management

