



Socioeconomics, Markets and Space

Geographies of Consumption

„Konsum“ ist im Gegensatz zur „Produktion“ eine von allen und alltäglich erlebte Praxis. Konsumententscheidungen scheinen manchmal ausschließlich der symbolischen Qualität und dem Image von Produkten zu folgen, dann wieder erweisen sie sich als das Ergebnis ethisch fundierter Abwägungsprozesse. Sie werden gelenkt und geleitet von den Marketingbemühungen der Produzenten und befreien sich doch immer wieder unversehens davon, beispielsweise wenn Konsumenten die in Produkten materialisierten Produktionsverhältnisse, globalen Verknüpfungen, politischen Zusammenhänge oder ökologischen Implikationen zu Qualitätskriterien machen. Konsumenten werden umworben und sind gefürchtet, sie werden immer enger in Entwicklungs- und Produktionsprozesse integriert und bleiben doch ein unkalkulierbares Risiko für Unternehmen. Die Macht der Konsumenten hat – so ließe sich bilanzieren – mit der schrittweisen Abkehr von der standardisierten Massenproduktion zugenommen und mit der gewachsenen Tragweite von Kaufentscheidungen scheinen die Rollen des „Bürgers“ und des „Konsumenten“ immer stärker zu verschwimmen.

Diesen Entwicklungen Rechnung tragend haben wir für den fünften Zyklus der Ringvorlesung „Socioeconomics, Markets and Space“ am Institut für Humangeographie Referentinnen und Referenten eingeladen, deren Arbeiten in den letzten Jahren international Beachtung gefunden haben und die jüngsten Entwicklungen im Feld der geographischen Konsumforschung widerspiegeln.

ORT
Hörsaal H3 (Jügelhaus)
Campus Bockenheim
Mertonstr. 17-21

BEGINN
16 Uhr c.t.

Mittwoch, 16. November 2011

Philip Crang (*Royal Holloway University of London*)

Displacement and Consumption

Mittwoch, 30. November 2011

Mike Goodman (*King's College London*)

iSustainability, 'Post-Greenwash' and the State of Sustainable Consumption in the UK

Mittwoch, 14. Dezember 2011, gemeinsamer Vortrag

Alexandra Hughes (*Newcastle University*)

Corporate Ethical Trading in an Economic Downturn: Recessionary Pressures and Refracted Responsibilities

Nicky Gregson (*Durham University*)

Political Markets: Recycling, Economisation and Marketisation

Mittwoch, 11. Januar 2012

Franck Cochoy

(*Centre National de la Recherche Scientifique, Toulouse*)

Exploring the Commercial Space with a Smartphone: Curiosity, Geotraceability and Self-Marketing

Mittwoch, 25. Januar 2012

Stefano Ponte

(*Danish Institute for International Studies, Copenhagen*)

Doing Good by Shopping Well