

Aktuelle Konferenzbeiträge von Prof. Dr. Balderjahn

- Mai, Robert, Stefan Hoffmann & Ingo Balderjahn (2019). (In)consistent shopping behaviors: The different hurdles of sustainable consumption patterns. EMAC Conference Hamburg, 2019.
- Hüttel, A., Balderjahn, I., & Hoffmann, S. (2018). Beyond National Boundaries: The Impact of Anti-consumption and Personal Values on Subjective Well-being, paper presented at the 7th ICAR symposium, November, 9th-10th 2018, University of Almería, Spain.
- Klemm, A., Ziesemer, F., Peyer, M., & Balderjahn, I. (2017). Sharing in the private sphere: People's means-end chains behind their motivation to borrow (not) from others. In J.-C. Andreani & U. Collese (Eds.), Proceedings of the 10th International Marketing Trends Conference, Madrid, 2017.
- Ziesemer, F.; Klemm, A.; Peyer, M.; Balderjahn, I. (2017): "I tried sustaining myself by reducing my needs": The role of responsibly handling financial resources in sustainable consumption. SustEcon Conference, Berlin, 2017.
- Peyer, M.; Seegebarth, B.; Balderjahn, I.; Lee, M. (2016): The role of consumer empowerment in the relationship between Anti-consumption and Consumer Well-Being, ICAR Symposium, Melbourne, 2016.
- Ziesemer, Florence; Klemm, Alexandra; Peyer, Mathias; Balderjahn, Ingo (2016): Pioneers confidential: Tools for policy intervention in selected anti-consumption pattern, ICAR Symposium, Melbourne, 2016.
- Klemm, Alexandra; Ziesemer, Florence; Peyer, Mathias; Balderjahn, Ingo (2016): Why do they care? Consumer's means-ends chains behind (non-)sustainable consumption patterns, International Sustainability Transitions Conference, Wuppertal, 2016
- Ziesemer, Florence; Klemm, Alexandra; Peyer, Mathias; Balderjahn, Ingo (2016): The role of responsibly handling financial resources in sustainable consumption: an explorative approach, EMAC Conference, Oslo, 2016.
- Klemm, Alexandra; Ziesemer, Florence; Peyer, Mathias; Balderjahn, Ingo (2016): Buying less, sharing more? Comparative analysis of downshifting & collaborative consumption practices, EMAC Conference, Oslo, 2016.
- Seegebarth, B./Balderjahn, I./Peyer, M./Wiedmann, K.-P. (2016): Who are Sustainable Conscious Consumers? A Segmentation Approach to Identify and Profile Patterns of Un-/Sustainable Conscious Consumers, in: Marketing Theory and Applications: Proceedings of the Annual AMA Winter Marketing Educators' Conference 2016, February 26-28, Las Vegas, USA
- Peyer, M./Balderjahn, I./ Seegebarth, B. (2015): Is the voluntary simplicity consumption style truly voluntary? Identification and specification of a downshifted consumption style from a sustainable perspective, Paper accepted for presentation at the EMAC Conference 2015, May 26-29, Leuven, Belgium.
- Peyer, M.; Seegebarth, B.; Balderjahn, I.; Wiedmann, K. (2014): The sustainable roots of anti-consumption lifestyles and their impacts on consumers' financial well-being. ICAR Symposium, Kiel, 2014.
- Seegebarth, B.; Peyer, M.; Balderjahn, I.; Wiedmann, K. (2014): Are consumption opponents the happier people? Insights into the relationship between sustainable-rooted anti-consumption practices and personal well-being. EMAC Conference, Valencia, 2014.

- Peyer, M.; Seegebarth, B.; Buerke, A.; Balderjahn, I.; Kirchgeorg M.; Wiedmann, K. (2014): Consciousness for sustainable consumption: Scale development and new insights in the economic dimension of Consumers' Sustainability. AMA Winter Marketing Educators' Conference, Orlando, 2014
- Peyer, M.; Buerke, A.; Seegebarth, B.; Balderjahn, I.; Kirchgeorg M.; Wiedmann, K. (2013): Development of a measurement model for consciousness for sustainable consumption. CRR Conference, Graz, 2013.
- Seegebarth, B.; Peyer, M.; Buerke, A.; Balderjahn, I.; Kirchgeorg M.; Wiedmann, K. (2013): What does sustainable consumption really mean? A three-dimensional measurement approach. AMS World Marketing Conference, Melbourne, 2013.
- Buerke, A.; Seegebarth, B.; Peyer, M.; Balderjahn, I.; Kirchgeorg M.; Wiedmann, K. (2013): Consciousness for sustainable consumption: conceptualization, measurement and empirical validation. AMA Winter Marketing Educators' Conference, Las Vegas, 2013.
- Peyer, M.; Balderjahn, I.; Paulssen, M. (2012): Towards the development of a scale for consciousness for fair consumption. International Conference on Contemporary Marketing Issues 2012, Thessaloniki, Greece.
- Peyer, M.; Balderjahn, I. (2011): The social consciousness of consumers: theory, scale development and validation. NeuroPsychoEconomics Conference, Technical University of Munich, Mai 2011.
- Peyer, M.; Balderjahn, I.; Scholderer, J. (2006): Willingness to pay for fair trade products: results from a discrete choice experiment. IFSAM VIII. World Congress Berlin, September 2006.

Vorträge von Prof. Dr. Balderjahn

- Bewusste Einfachheit als Konsumstil. Vortrag zum 25. Jubiläum von imug zum Thema „Genügsamkeit statt Konsumismus“, Hannover, 1. Dez. 2017.
- Vortrag im Rahmen der „Mainzer Universitätsgespräche“ zum Thema „Genügsamkeit im Fokus nachhaltiger Konsumstile: Identifikation, Hintergründe und Strukturen“, Universität Mainz, 14. Dezember 2016
- „Nachhaltiger Konsum: Eine Frage der persönlichen Verantwortung?“ Heinz Nixdorf MuseumsForum (HNF), September 2016
- „be Brandenburg – Preußen – Hauptstadtregion“: Worauf soll sich das Landesmarketing für Brandenburg beziehen? Staatskanzlei Brandenburg, 17. März 2016
- „Herausforderungen der nächsten 10 Jahre. Welchen Beitrag kann das Standortmarketing leisten?“ Vortrag zur Jubiläumskonferenz: 10 Jahre Regionaler Wachstumskern Schwedt/Oder, 1.12.2015
- Nachhaltiger Konsum – Was ist das eigentlich?, imug after-work, 8. Oktober 2015, Hannover
- Konsum: Zwischen Egoismus und Verantwortung, Bamberger Hochschultage, 24. Juni 2015, Universität Bamberg
- „Nachhaltiges Verhalten ist aktueller denn je!“, Vortrag auf dem BGI-Verbandstag (In Zukunft Handeln) 2015, Berlin
- „Erfolgreiches Kommunales Marketing“, Vortrag Saarbrücken (saar.is) 2015
- „Erfolgreiches Regionalmarketing im internationalen Kontext“ auf der „Ersten Standortmarketing-Konferenz Sachsen-Anhalt“, am 4. September 2015

- Erfolgreiches Standortmarketing von Land und Regionen - Ziele, Instrumente, Messgrößen -, Vortrag auf der 18. Sitzung des bw-i Arbeitskreises für regionale und kommunale Wirtschaftsförderinnen und Wirtschaftsförderer am 28. April 2015 in Stuttgart
- Konsum: Zwischen Egoismus und Verantwortung. Vortrag zur Seniorenuniversität am 19. Nov. 2014, Charité Berlin
- „Formen nachhaltiger Konsumstile: Identifikation, Hintergründe und Strukturen“, soeb-Werkstattgespräch Göttingen im Juni 2014
- „Identifikation und Entwicklung nachhaltiger Konsumstile“, Fachforum Verbraucherforschung, Bonn im Januar 2014
- „Der Luxus im Konsum“, Predigt im Rahmen der Hochschulgottesdienste, Friedenskirche Potsdam
- Grundlagen des Regional- und Standortmarketing: Wie kann die Attraktivität einer Stadt (auch für Fachkräfte) verbessert werden?
- Konsum: Zwischen Egoismus und Verantwortung, Vortrag im Rahmen der Hochschultage für Nachhaltigkeit, Universität Potsdam am 6. November 2013
- Luxusbekleidung und Nachhaltigkeit. Freunde oder Feinde?, vorgetragen auf dem Workshop Luxus & Lifestyle an der Uni Potsdam, 28. Juni 2013
- Nachhaltigkeit aus Konsumentensicht. Rechnet sich nachhaltiger Konsum“, vorgetragen auf der Schmalenbach-Tagung 2013 in Köln zum Thema „Rechnet sich nachhaltiges Wirtschaften
- Das soziale Bewusstsein von Konsumenten: Skalenentwicklung und – validierung, Vortrag auf der 73. Wissenschaftliche Jahrestagung des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. 17. Juni 2011, TU Kaiserslautern
- Verbraucherschutz und Verbraucherverhalten aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften, Potsdam 2010
- Vertrauen schaffende Marken-Kommunikation 14.GEM Markendialog, Berlin 2010
- Place Branding, Berlin 2007
- Die verschiedenen Betrachtungsweisen der Standortfaktoren, Zürich 2006
- Nachhaltiges Konsumentenverhalten, FU Berlin 2005
- Standortmarketing – Ein Konzept zur erfolgreichen Vermarktung von Städten und Regionen, Zürich 2004
- Standortmarketing - Grundsätze und Instrumente für eine erfolgreiche Umsetzung, 2004
- Nachhaltige Konsumstile - Möglichkeiten der Beeinflussung, Baden - Württemberg 2003
- Städtemarketing
- Kommunikation - der Schlüssel zum Unternehmererfolg, Teltow 2002
- Strukturen nachhaltiger Konsumstile u. Beeinflussungsmöglichk. am Bsp. von Stromprodukten, Grenzach - Whylen 2002

Vorträge externer Referenten am Lehrstuhl

- Herr Thomas Unger, Bereichsleiter Rechnungswesen und Finanzen Berliner Verkehrsbetriebe (BVG), Thema: „Managementanforderungen bei der BVG“, 13. Dez. 2016
- Dr. Rometsch: Implementierung nachhaltiger Unternehmensstrategien am Beispiel Deutsche Bahn.
- Stefan Oelrich: Wie funktioniert die pharmazeutische Industrie und welche Berufsbilder ergeben sich am Beispiel Sanofi? Universität Potsdam, 24.11.2015.
- Vortrag von Prof. Dr. Marcel Paulssen, Universität Genf: "Structural Equation Modeling in Research and Practice"
- Vortrag von Dr. Ulrich Lachmann: "Wahrnehmung von Werbung und Konsequenzen für die Gestaltung"
- Vortrag von Prof. Dr. med. W. Dieter Paar: "Entwicklung innovativer Arzneimittel: From Bench to Bedside"
- Vortrag von Dr. Otti: "Die Herausforderung für Verlage im internationalen Marketing"
- Vortrag von Prof. Köhler: "Integrierte Kommunikation"
- Vortrag von Prof. Weinberg: "Sozialtechniken erfolgreicher Kommunikation"
- Dr. Werner Süß: "Krisenkommunikation in Industrieunternehmen"
- Dr. Peter Saling: "Bewertung von Nachhaltigkeit mit der Ökoeffizienz-Analyse und SEEBALANCE©"
- Vortrag von Dr. Klaus Mittelbach (econsense): "Nachhaltige Unternehmensführung - eine Netzwerkperspektive"
- Frau Binsack: "E-Branding"
- Vortrag von Herrn Körting: "Aspekte der Führung eines Medienunternehmens am Beispiel eines Verlages"
- Vortrag von Prof. Weinberg: "Sozialtechniken erfolgreicher Kommunikation"
- Vortrag von Prof. Kuss: "Positionierung"
- Vortrag von Dr. Minte: "Umweltstrategie und Umweltmanagement bei der Volkswagen AG"
- Vortrag von Frau Gerth: "Zukunftssicherung durch Nachhaltigkeitsmanagement bei Otto"
- Vortrag von Dr. Bernd Schnurrenberger: "E-Commerce"
- Vortrag von Dr. Jesko Perrey: "Strategische Markenpolitik"
- Vortrag von Dipl.-Ing. Charles S. Hofer: "Das Umweltmanagementsystem der Lufthansa CityLine GmbH"
- Vortrag von Dr. Frank Strelow (Schering AG) zum Thema "Kundenwertorientierte Segmentierung im Pharmamarketing"
- Vortrag von Prof. Dr. Marcel Paulssen (Humboldt Universität zu Berlin) zum Thema "Einsatz der Kausalanalyse im Marketing"