

Arbeitskreissitzungen

Neben den Leitthemen- und Fachsitzungen tragen die Arbeitskreissitzungen in besonderer Weise zur intensiven Kommunikation innerhalb der engeren Forschergemeinschaft in den einzelnen Themenschwerpunkten bei. Hier werden neue Forschungsfelder identifiziert und diskutiert sowie innovative Programme und Kooperationen angestoßen. Das Spektrum der Arbeitskreissitzungen reicht von informellen Zusammenkünften bis zu ausgearbeiteten wissenschaftlichen Kolloquien.

Der Status der Arbeitskreissitzungen ist formal anders als der der Fachsitzungen, was aber keine Abwertung bedeuten soll. Während für die Fachsitzungen die Deutsche Gesellschaft für Geographie (DGfG) auch die inhaltliche Verantwortung trägt, sind die Arbeitskreissitzungen organisatorisch und inhaltlich von der DGfG unabhängig. Sie werden zeitlich in vorgegebene Fenster platziert, die am Beginn und am Ende des Kongresses zu liegen kommen.

Wie schon in Wien erfolgreich umgesetzt, hat der Ortsausschuss auch in Passau eine Entzerrung der Programmpunkte Exkursionen und Arbeitskreissitzungen angestrebt und diese für Mittwoch, 02.10.2013 und Donnerstag, 03.10.2013 Vormittag angeboten.

In der folgenden Auflistung sind sowohl bereits von der DGfG anerkannte als auch sich in der Gründung befindliche Arbeitskreise angeführt sowie Arbeitsgruppen, die zunächst einen ersten Gedankenaustausch anstreben. Für die Ausgestaltung und den Inhalt der Sitzungen sind die jeweiligen Sitzungsleiter/innen verantwortlich.

AK	Thema	Sitzungsleitung
AK 01	Südasiens	Carsten Butsch
AK 02	Geographie und Geschlecht	Caroline Schurr
AK 04	Religionsgeographie	Reinhard Henkel
AK 05	Geographie und Gesellschaftstheorie	Roland Lippuner, Susanne Heeg
AK 06	Geowissenschaftliche Schülerwettbewerbe – „Jugend forscht“, „Schüler experimentieren“, „BundesUmweltWettbewerb“	Volker Huntemann
AK 07	Stadtzukünfte	Claus-C. Wiegandt
AK 08	Wohnungsmarktforschung	Jan Glatter, Susanne Knabe
AK 09	Ostasien	Thomas Feldhoff
AK 10	Freizeit und Tourismus	Monika Rulle
AK 12	Geographie und Naturschutz	Hans-Rudolf Bork, Karl-Heinz Erdmann
AK 13	Zentraleuropa	Peter Jordan
AK 14	Kritische Geographie	Christina West
AK 15	Medizinische Geographie	Jürgen Schweikart
AK 16	Ländlicher Raum	Ingo Mose
AK 17	Geographie der Meere und Küsten	Michael Link
AK 18	Dorfentwicklung	Karl Martin Born
AK 19	Hochschullehre Geographie	Ulrike Gerhard

Mittwoch, 02.10.2013	Donnerstag, 03.10.2013
	08:30–11:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 412a
	08:30–11:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 412b
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 201	
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) SR 026
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) SR 028
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 322	
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) SR 033
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 412a	
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) SR 034
09:30–18:15 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 211	
13:30–19:00 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 205	
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) HS 6
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 412b	
	08:30–11:30 Uhr, Wirtschaftswissenschaften (WIWI) SR 029
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 212	
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 401	
13:30–16:30 Uhr, Nikolakloster (NK) SR 403	



Franz Steiner Verlag

Heiko Schmid / Karsten Gäbler (Hg.)
**Perspektiven
sozialwissenschaftlicher
Konsumforschung**

2013.
236 Seiten mit 11 s/w-Fotos
und 11 Abbildungen.
Kart.
€ 44,-
ISBN 978-3-515-10223-0

Heiko Schmid / Karsten Gäbler (Hg.) **Perspektiven sozialwissenschaftlicher Konsumforschung**

Sozialgeographische Bibliothek – Band 16

Was genau ist Konsum, wo beginnt und wo endet er? Das alltägliche Konsumieren erschöpft sich nicht im Vollzug von Kaufakten. Ganz im Gegenteil, der Kauf scheint nur Zwischenetappe eines umfassenden Konsumprozesses zu sein, der mit der Erzeugung von Bedürfnissen, Wünschen und Vorfreuden seinen Anfang nimmt und in dessen Verlauf Güter benutzt, modifiziert und schließlich entsorgt werden. In diesem Prozess werden nicht nur Aufmerksamkeit und Erwartungen generiert, sondern auch gesellschaftliche Ordnungen und die verschiedensten Ortsbezüge (re-)produziert. Diese Multidimensionalität des Konsums spiegelt sich in einer enormen Vielgestaltigkeit der sozialwissenschaftlichen Konsumforschung wider. Der vorliegende Sammelband führt verschiedene sozialwissenschaftliche Zugänge entlang der Dimensionen *Konsumkultur*, *Konsumwelten* und *Konsumalltag* zusammen. Damit werden nicht nur Kontraste zwischen den Erkenntnisinteressen und Erklärungslogiken von z.B. Konsumsoziologie, Konsumgeographie oder ethnologischen Perspektiven sichtbar, sondern auch bislang wenig beachtete Konvergenzen.

Aus dem Inhalt

G. FRANCK: Über den Wandel des Verhältnisses von Kultur und Kommerz | D. SCHRAGE: Vergesellschaftung durch Konsum | K.-U. HELLMANN: Was ist an der Konsumforschung wirtschaftssoziologisch relevant? | J. RÖSCH: Slow Food als Beispiel für ethisch-verantwortlichen Konsum | H. P. HAHN: Konsum als „Erfindung des Alltags“. Arten des Sehens und die Ethnographie der Warenform | G. FELSER: Vernünftige und unvernünftige Konsumentscheidungen und ihre psychologischen Ursachen | C. MAGER: Zum Verhältnis musikalischer Konsumtion und Produktion | J. EVERTS: Konsumgesellschaft als Selbstbeschreibung | U. ERMANN: Geographien der Vermarktung und des Konsums | K. FLEISCHMANN: Konsumarchitekturen im städtischen Raum | R. KAZIG: Einkaufsatmosphären. Eine alltagsästhetische Konzeption

Franz Steiner Verlag
Birkenwaldstr. 44 · D – 70191 Stuttgart
Telefon: 0711 / 2582 – 0 · Fax: 0711 / 2582 – 390
E-Mail: service@steiner-verlag.de
Internet: www.steiner-verlag.de

