

Special Issue: Ökologische und soziale Nachhaltigkeit in Kundenentscheidungen

Ökologische und soziale Nachhaltigkeit in Kundenentscheidungen

Umweltzerstörung und Klimawandel sind zu zwei der größten Herausforderungen unserer Zeit geworden. Ein großer Teil davon ist vom Menschen verursacht. Digitale Technologien werden aufgrund ihres bemerkenswerten Einflusses und ihrer Allgegenwart in allen Bereichen unseres Lebens als eine wichtige Waffe zur Bewältigung dieser Herausforderungen angesehen.

- Zum einen können **digitale Technologien die Kaufentscheidungen beeinflussen**, indem Kunden bewusst oder unbewusst zur Wahl nachhaltigerer Produkte und Services hingeführt werden.
- Andererseits verursacht der **Einsatz von digitalen Technologien** selbst auch Schäden, weshalb nachhaltigere Alternativen entstehen und IS konzipiert werden, die Potenziale für nachhaltigeres Handeln aufzeigen.

Digitale Technologien als Enabler

Immer mehr Kaufentscheidungen finden online statt - der Online-Handel boomt. Konsumenten tun sich allerdings schwer, wenn es um die Einschätzung der Umweltauswirkungen von Produkten und Services geht und sind sich derer oft nicht bewusst.

Im Rahmen dieses Themengebiets gilt es die Nachhaltigkeits-Potenziale von digitalen Technologien im Kundenentscheidungsprozess zu analysieren sowie die Gestaltungsoptionen aufzuzeigen und zu bewerten.

Mögliche Methoden: Literaturrecherche, Umfrage, Experiment



Digitale Technologien als Kaufobjekt

Es entstehen vermehrt sogenannte Eco-Innovationen, die eine nachhaltigere Alternative für eine Technologie bieten, sowie Softwares, die darauf abzielen, das Verhalten zugunsten der Nachhaltigkeit zu beeinflussen. Doch um Erfolg zu erzielen, müssen diese Technologien genutzt werden.

Im Rahmen dieses Themengebiets gilt es die Kundenanforderungen dieser Technologien besser zu verstehen und Barrieren sowie Beweggründe für den Erwerb zu analysieren.

Mögliche Methoden: Literaturrecherche, Umfrage, Datenauswertung

