



**Gesellschaft zur Förderung
der Verbraucherforschung**

an der Technischen Universität München e.V.
Association Friends of Consumer Research at TUM

GFV e.V.
c/o Technische Universität München
Marketing und Konsumforschung
Alte Akademie 16
85350 Freising-Weihenstephan

E: info@GFV-TUM.de



**Gesellschaft zur Förderung
der Verbraucherforschung**

an der Technischen Universität München e.V.
Association Friends of Consumer Research at TUM



An To be sent to

GFV e.V.

c/o Technische Universität München
Marketing und Konsumforschung
Alte Akademie 16

85350 Freising-Weihenstephan
Deutschland *Germany*



Weitere Informationen finden Sie
auf unseren Internetseiten
You will find further information on our
websites

www.GFV-TUM.de
www.tum.de/alumni/plattform

Bankverbindung Bank details:
GFV e.V.
Kontonummer Account number:
6940352051
Bank Bank: Hypovereinsbank Freising
BLZ Bank code: 700 211 80
IBAN: DE68700211806940352051
BIC: HYVEDEMM418
Spenden sind steuerbegünstigt.
Donations are tax deductible.

Fotonachweis: © alle @ pixelio.de: Gunter Hellmann, Stefan
Kawik, Karl-Heinz Liebisch, beata-wr-bel, Carsten Grunwald,
Jerzy Sawluk, Rainer Sturm, Atze Baumann, Ramona Kitzmüller,
Antje Merzweil, Otto Bernhardt, Alexander Hauk, Susanne Beck



Der Konsum ist ein prägendes Merkmal jeder Gesellschaft. Die Verbraucherforschung untersucht die Entwicklung des Konsums und des Konsumverhaltens im Großen wie im Kleinen.

Im Großen sind die Produktions- und Absatzmöglichkeiten von Unternehmen, das Funktionieren von Märkten nur dann verständlich, wenn die Antriebskräfte des Konsums Gegenstand von Forschung sind. Welche Bedürfnisse haben die Konsumenten, welches Einkommen steht ihnen zur Verfügung, wie wirken Innovationen in der Produktion und im Marketing von Konsumgütern und wie beeinflussen Konsumenten mit ihren Konsumentscheidungen die Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft?

Im Kleinen ist der Konsum für den Einzelnen Teil der Lebenshaltung und individuelle Ausdrucksform im gesellschaftlichen Verbund. Aber auch Fragen der Erhaltung der Gesundheit, der Vorsorge für das Alter und des Umweltschutzes stehen in engem Zusammenhang zum alltäglichen Konsum.



Consumption is a distinctive feature of every society. Consumer Research analyses the development of consumption and consumer behaviour both on the large and small scale.

On the large scale, the production and sales potential of enterprises as well as the functioning of markets can only be understood when the drivers of consumption become objects of research. What are consumers' needs and wants? What is their available income? How do product and marketing innovations work? How do consumers and their purchasing decisions affect the development of economy and society?

On a small scale, consumption is part of human well-being and a means of individual expression in the social context. In addition, health issues, retirement provision and protection of the environment are strongly related to everyday consumption.

Um den Konsum auf einen nachhaltigeren Pfad zu bringen, müssen Ansätze in folgenden Bereichen gefunden werden:

- Stärkung der Konsumenten als aktive Marktteilnehmer
- Schaffung innovativer und intelligenter Konsumalternativen
- Information und Beratung (von Individuen und Institutionen)
- Verbraucherschutz.

Die Gesellschaft zur Förderung der Verbraucherforschung an der Technischen Universität München wurde mit dem Ziel gegründet, das junge Forschungsgebiet Verbraucherforschung ideell und materiell zu unterstützen. Sie arbeitet eng mit dem Masterstudiengang Consumer Affairs zusammen und fördert die Vernetzung und den Ideenaustausch zwischen Angehörigen der Universität und ihrer Alumni, Unternehmen sowie Verbraucherorganisationen. Mittlerweile ist es unverzichtbar, Teil eines starken Netzwerkes zu sein. Die GFV bietet den fachlichen Bezug für Consumer Experts und auf Wunsch die unentgeltliche Mitgliedschaft im TUM-Alumni-Netzwerk.

Aiming at sustainable consumption requires strategies in the following areas:

- Empowering consumers as active participants of the markets,
- Offering innovative and intelligent alternatives to traditional consumption patterns,
- Information and advice for individuals and institutions,
- Consumer protection.

The Association Friends of Consumer Research at TUM (GFV) has been founded with the objective to give ideal and financial support to Consumer Research as a young field of research. GFV is strongly related with the TUM Master's Programme in Consumer Affairs. It fosters the networking and exchange of ideas between University teachers, students and alumni as well as the corporate sector and consumer institutions. Nowadays it is necessary to be part of strong networks. GFV offers a content oriented relationship for Consumer Experts. If desired, a membership in the TUM-Alumni-Netzwerk can be included free-of-charge.

Zur Erreichung ihrer Ziele setzt die GFV insbesondere folgende Maßnahmen ein:

- a) Bildung eines Consumer Experts Network
- b) Förderung herausragender Studierender durch Preise
- c) Förderung von Forschungsvorhaben
- d) Unterstützung wissenschaftlicher Veranstaltungen
- e) Bereitstellung von Informationen zu Praktika/Arbeitsmöglichkeiten.

Die Mitglieder werden über die Aktivitäten der GFV auf Veranstaltungen und durch das Consumer Experts Network informiert.

Mitglieder der GFV können natürliche Personen, Unternehmen, Verbände, Behörden und Institutionen werden, die an der Arbeit des Vereins interessiert sind und seine Ziele unterstützen. Durch Ihre Mitgliedschaft unterstreichen Sie Ihre Verbundenheit mit der Verbraucherforschung und den einschlägigen Studiengängen an der TU München.

Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Freising-Weihenstephan und ist als gemeinnützig anerkannt.

To achieve its objectives GFV applies the following measures:

- a) Creation and support of the Consumer Experts Network
- b) Awards to outstanding students
- c) Support of research projects
- d) Co-funding of scientific conferences
- e) Provision of information regarding internships and jobs.

Members are informed about the activities during regular meetings and via the Consumer Experts Network.

Membership of GFV is possible for individuals as well as companies, associations, public authorities and other institutions which are interested in its activities and supporting its aims. Becoming a GFV member, you will emphasize your affinity to Consumer Research and the respective study programmes at TUM.

GFV is located at Freising-Weihenstephan. The association is an accredited non-profit-organisation.

Beitrittserklärung Declaration of Entry

(*Pflichtfelder Mandatory items*)

Name Name *Titel Title(s)*

Vorname(n) First/Middle Name

Straße/Nr. oder Postfach Street/No. or P.O. Box

PLZ Zip Code *Ort City*

Land Country

Telefon Phone Telefax Fax

eMail e-mail

Art der gewünschten Mitgliedschaft Type of membership requested

- Persönliches Mitglied (Jahresbeitrag: 15 €) Natural member (annual fee: 15 €)
- Persönliches studentisches Mitglied (reduzierter Jahresbeitrag: 10 €) Natural student member (reduced annual fee: 10 €)
- Institutionelles Mitglied/Fördermitglied (Jahresbeitrag: _____ €) Legal member/sustaining member (annual fee: _____ €)
- Ich beantrage gleichzeitig die unentgeltliche Mitgliedschaft im TUM-Alumni-Netzwerk. Daher stimme ich zu, dass die GFV meine Daten zu diesem Zweck weitergibt. Herewith I also declare my entry to the TUM-Alumni-Netzwerk. Thus, I agree that GFV e.V. will forward the corresponding personal data.

Ort/Datum Place/Date *Unterschrift Signature*

Einzugsermächtigung (optional) Direct debiting authorisation (facultative)

- Ich erteile der GFV e.V. die jederzeit widerrufliche Ermächtigung, den o.g. festgesetzten jährlichen Mitgliedsbeitrag von meinem/unserem nachstehenden Konto mittels Lastschrift einziehen zu lassen. Herewith I authorise Friends of Consumer Research (GFV e.V.) to collect the above mentioned yearly membership fee from my/our bank account directly. I may cancel this warrant at any time.

Bankverbindung Bank details

Kontoinhaber Account holder(s)

Bank Bank Kontonummer Account number Bankleitzahl Bank code

Ort/Datum Place/Date *Unterschrift Signature*