

**Self-Related and Society-Related Benefits in (Pseudo-) Sustainable Consumption.
A Multi-Perspective Approach**

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des akademischen Grades einer Doktorin
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

vorgelegt von
Master of Science, Melanie Trabandt
aus Frankfurt am Main

La Chapelle-sur-Erdre, 2023

*Das kostbarste Vermächtnis eines Menschen ist die Spur, die seine Liebe in unseren
Herzen zurückgelassen hat.*

Vinzenz Erath

Für Euch.

Erstbegutachtung:

Prof. Dr. Stefan Hoffmann

Zweitbegutachtung:

Prof. Dr. Carsten Schultz

Tag der mündlichen Prüfung:

24.05.2024

Danksagung

Das Glück, welches mir in meinem Leben zu Teil wurde, ist unerklärlich und mir mehr als bewusst. Der Weg, den ich in den letzten 31 Jahren beschreiten durfte, ist zum größten Teil Menschen zu verdanken, die mein Leben betraten, begleiteten und teilweise auch wieder verließen. Euch gebührt mein Dank, euch gebührt die Ehrung, euch gebührt die erste beschriebene Seite dieser Arbeit, die einen Abschnitt beendet und den Anfang eines neuen darstellt. Da die Danksagung allerdings nicht die Seiten des wissenschaftlichen Inhalts dieser Arbeit überschreiten soll, möchte ich mich hier auf einige wenige beschränken. Anfangen möchte ich mit dir, Stefan. Für die Chance, die du mir als mein Doktorvater gabst, für die allumfassende Unterstützung, die Ermöglichung von so Vielem, die wissenschaftlichen Ratschläge und die persönliche Entwicklung möchte ich mich bei dir von Herzen bedanken. Vielen Dank für die stets vertrauensvolle Zusammenarbeit. Danken möchte ich ebenfalls Professor Dr. Carsten Schulz für die Betreuung als Zweitgutachter meiner Arbeit und den stets kritischen Fragen und hilfreichen Ratschlägen während der Doktorandenseminare. Außerdem möchte ich mich bei meinen Co-Autoren bedanken, die meine wissenschaftliche Denke entwickelt, geprägt und herausfordert haben. Besonderer Dank geht an Professor Dr. Robert Mai, der mir nicht nur in der Wissenschaft zur Seite stand, sondern auch einen ersten Ausblick auf das französische Leben bot. Die Zeit an der Professur für Marketing wäre nicht dieselbe gewesen ohne meine Kollegen an der Uni Kiel – Amelie Griesoph, Tinka Krüger, Felix Reimers, Hanna Reimers und Anna-Lena Sager. Ich danke euch für die zahlreichen fachlichen und unterhaltsamen Gespräche sowie Konferenzreisen, die wir in den vergangenen Jahren gemeinsam erleben durften. Euch weiterhin alles erdenklich Gute bei dem, was da draußen auf euch wartet. Ein besonderer Dank geht an dich, Almut, für all deine Hilfsbereitschaft bei den großen und kleinen Dingen. Frau Almut Hahn-Mieth ist eine Meisterin darin, den verlorenen Doktoranden und Doktorandinnen im Labyrinth der universitären Strukturen ein Licht zu leuchten.

Nicht nur innerhalb der Universität haben mich Menschen begleitet, unterstützt und aufgebaut. Ohne euch liebe Freunde aus meiner alten und neuen Heimat, wäre das hier alles nicht möglich gewesen. Meine Familie ist eine weitere Stütze in meinem Leben. Auch wenn ihr physisch nicht immer bei mir sein könnt, erhellt ihr die dunklen Stunden in meinem Leben und macht das Lachen an freundlichen Tagen noch lauter. Ihr seid das, was immer bleibt. Zu meiner Familie gehört auch ein schwarz-weißer, vierbeiniger, großohriger, snacksliebender Begleiter, der für frische Luft im Gehirn und warmes, weiches Fell auf der Haut sorgt. Danke, Tommy und auch dir Danny.

Familie. Es gibt die, in die man reingeboren wird – Mensch, habe ich da Glück gehabt – und es gibt die, die man sich aussucht. Dich habe ich mir ausgesucht! Du bist der, zu dem ich immer kommen kann, der meine Euphorie teilt, mich auf die Spur zurückbringt, wenn ich Gefahr laufe sie zu verlieren, mit mir die großen Träume träumt und die kleinen Schritte auf dem langen Weg zu ihnen geht. Du lebst mit mir das Leben, so wie es ist, mal leuchtend und voller Versprechung, mal dunkel und voller Hindernisse. Du bist immer da, mit wissenschaftlicher Erleuchtung oder pragmatischen Lösungsansätzen für bürokratische Hürden, mit dem Plan zur Zielerreichung und dem Hunger nach Leben, mit deiner Liebe. Ohne dich wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Dafür danke ich dir von Herzen, Wasko.

Milo, ich weiß, noch ist es zu früh für dich, das hier zu lesen. Doch ich möchte, dass du irgendwann schwarz auf weiß sehen kannst, dass du mir auch schon mit deinen drei Jahren das größte Glück auf Erden geschenkt hast. Ich bedanke mich bei dir für all das, was du für mich warst, bist und sein wirst. Auch wenn du mir fachlich noch nicht zur Seite stehen konntest, gabst du mir mit deinem sonnengleichen Lächeln, deinen leuchtenden Augen und deinem viel zu großen Herzen alles, was ich mir je erträumt habe und noch viel mehr. Mama hat jetzt erstmal alle alle Arbeit, mein Schatz.

Die letzten Worte dieses Kapitels habe ich für die zwei Personen meines Lebens aufgehoben, die diese Zeilen niemals lesen werden. Ihr habt mir immer über die Schulter geschaut, auch beim Verfassen dieser Arbeit. Ihr habt die ersten Schritte auf meinem Weg begleitet. Ihr habt die ersten Worte in meinem Kopf geformt, die erste Liebe in mir zum Wachsen gebracht, mein erstes Lächeln ausgelöst. Ihr wart immer, zu jeder Sekunde für mich da, meine Stütze, meine Beschützer, die, die mich bedingungslos geliebt haben. Ihr habt mir alles beigebracht, was ich weiß, von Trick 17 hin zur sanftmütigen Stärke. Ihr seid die, denen ich alles, wirklich alles zu verdanken habe. Ihr seid die, die mich zu dem gemacht habt, was ich bin. Ihr seid meine Eltern, Margot und Karl-Heinz Trabandt. Ich liebe euch, für immer. Danke, Mama und Papa.

SMELLS LIKE GREEN SPIRIT: WHEN PROMOTING ACCESS-BASED CONSUMPTION PROVOKES OVERUSE

Essay 1

Melanie Trabandt¹, Wassili Lasarov², Robert Mai³, and Stefan Hoffmann¹

¹Kiel University, Germany

²Audencia Business School, Franc

³Grenoble Ecole de Management, France

ABSTRACT

This paper explores an upcoming ethical conflict that has become increasingly prevalent: The phenomenon that many “good” decisions can aggregate to “bad” outcomes. Access-based consumption provides individuals with eco-friendlier means of consumption that also offer notable self-related benefits. While this win-win situation helps foster sustainable consumption in the first place, it can bring new challenges regarding its ethical evaluation if consumers intensify their consumption to an unnecessarily harmful extent; we call this overuse. Regarding mobility, for example, consumers may use car sharing for routes normally covered by lower-emission alternatives like public transportation. Synthesizing two laboratory experiments and a field study in different mobility contexts (ride-hailing, car sharing), this research suggests that communication activating consumers' beliefs about self-related and society-related benefits is a double-edged sword. While a joint activation can be an effective approach for marketing managers to encourage consumers to engage in access-based consumption, this can likewise motivate them to overuse such services, resulting in higher emissions. This research identifies self-enhancement as the underlying mechanism, and environmental identity as a contingency variable. The paper discusses how to market access-based consumption such that overuse is prevented. By presenting different strategies, the findings help marketers, policy makers, and nonprofit organizations to promote access-based consumption while avoiding increased resource exploitation.

Keywords: overconsumption; self-society trade-off; access-based consumption

IT'S A PLEASURE TO STAY SUSTAINABLY: LEVERAGING HEDONIC APPEALS IN TOURISM AND HOSPITALITY

Essay 2

Melanie Trabandt¹, Wassili Lasarov², Giampaolo Vilglia³⁴

¹Kiel University, Germany

²Audencia Business School, Franc

³School of Strategy, Marketing and Innovation, University of Portsmouth, Portsmouth, UK

⁴Department of Economics and Political Science, University of Aosta, Aosta, Italy

ABSTRACT

The tourism sector has been actively seeking ways to minimize its negative environmental impact. Through a field experiment involving 426 stays conducted in a European hotel and an explanatory focus group, we examine how the presence of hedonic appeals, in conjunction with established approaches such as changing default options, increasing environmental awareness, and financial incentives, influences guests' room cleaning requests. Additionally, we introduce a profitability index that considers room cleaning requests, monetary investments, and side effects. Our findings reveal that the combination of hedonic and pro-environmental appeals surpasses previously identified effective approaches, notably financial incentives, due to their effectiveness and cost efficiency. Finally, we delve deeper - through a qualitative approach - into the guest motives behind accepting our tested interventions.

We offer hoteliers actionable levers that decrease room cleaning requests without affecting overall satisfaction.

Keywords: sustainable tourism, field experiment, room cleaning practices, hedonic appeals, financial incentives, pro-environmental information, guest behavior

BEING PART OF SOMETHING: THE INFLUENCE OF THE ACTIVITY-SELF LINK ON CONSUMERS' PURCHASES AND SALES INTENTIONS IN SECOND-HAND MARKETS

Essay 3

Melanie Trabandt¹

¹Kiel University, Germany

ABSTRACT

Although second-hand markets potentially play a crucial role in addressing environmental challenges, many consumers are still not involved in second-hand markets, neither as buyers, nor as sellers. Therefore, I introduce the circular-self link as a powerful lever. The circular-self link encompasses the aspects of the self that are expressed and constructed through buying and selling in second-hand markets. An experiment with 496 subjects demonstrates that incorporating second-hand activities into the self (circular-self link) increases participation in second-hand markets, that is purchases and sales, while it reduces participation in conventional consumption. The results also showcase the detrimental effects of the conventional-self link, where consumers attach their identity to the acquisition of first-hand products from conventional retailers. The conventional-self link decreases consumers' intention to buy second-hand and positively influences purchases from conventional retailers. By understanding how the incorporation of consumption activities in individuals' identities influences their consumption behavior, stakeholders can develop effective strategies to promote second-hand markets, decrease conventional consumption and encourage sustainable lifestyles.

Keywords: second-hand markets, circular-self link, conventional-self link, conventional consumption, sustainable consumption

AMBIVALENT CONSUMPTION: THE SILENT TRANSITION OF SUSTAINABLE DECISIONS INTO PSEUDO-SUSTAINABLE CONSUMPTION

Essay 4

Melanie Trabandt¹, Wassili Lazarov², Robert Mai³, and Stefan Hoffmann¹

¹Kiel University, Germany

²Audencia Business School, Franc

³Grenoble Ecole de Management, France

ABSTRACT

In recent years, there has been a transition away from the prevalent paradigm of sustainable consumption, in which consumers struggle to balance their personal interests (e.g., saving money) with those of society (e.g., saving emissions), toward new consumption forms where consumers consume sustainably without abandoning their personal interests. However, these novel win-win scenarios pave the way for detrimental consumption patterns, such as overconsumption. Based on the ambivalence of consequences brought about by the difference between sustainable consumption events and unsustainable consumption patterns, we propose a multi-perspective theory of ambivalent consumption. The theory combines a consumption event perspective with a consumption lifetime perspective to capture that single, seemingly sustainable consumption events may be pseudo-sustainable when considering the aggregated impact of consumption across numerous consumption events. The paper discusses the societal opportunities and crowding-out effects of ambivalent consumption in order to create a mindset of better, not more, consumption. We develop an agenda and implications to inspire scholars and practitioners to develop a marketing discipline that promotes long-term profitability for consumers, businesses, and society at large.

Keywords: crowding-out effects, pseudo-sustainable consumption, self-related benefits, society-related benefits, trade-off, consumption perspectives

ERKLÄRUNG ZUM SELBSTSTÄNDIGEN VERFASSEN DER ARBEIT

Ich erkläre hiermit, dass ich meine Doktorarbeit „Self-Related and Society-Related Benefits in (Pseudo-) Sustainable Consumption. A Multi-Perspective Approach“ selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe und dass ich als Koautor maßgeblich zu den weiteren Fachartikeln beigetragen habe. Alle von anderen Autoren wörtlich übernommenen Stellen, wie auch die sich an die Gedanken anderer Autoren eng anlehnden Ausführungen der aufgeführten Beiträge wurden besonders gekennzeichnet und die Quellen nach den mir angegebenen Richtlinien zitiert.

Datum

Melanie Trabandt