

Prof. Dr. Carsten Wippermann

- ▶ Gründer und Leiter des DELTA-Instituts für Sozial- und Ökologieforschung GmbH in Penzberg
- ▶ Professor für Soziologie an der Katholischen Stiftungshochschule München, Benediktbeuern

Studium der Soziologie, Philosophie und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Bamberg (1988-1993) sowie der Theologie an der Philosophisch-theologischen Hochschule der Jesuiten in Frankfurt/Main (1985-1987). Projektleiter in der PULS Markt- und Medienforschung GmbH in Schwaig bei Nürnberg (1989-1993). Gründer und Leiter der ConSens Forschung und Beratung GmbH in Nürnberg (1993-2000). Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Sozialwissenschaftlichen Forschungsstelle der Universität Bamberg in verschiedenen jugend-, familien- und internationalen kultursoziologischen Projekten, z.B. in Südkorea (1995-2000). Von 2000 bis 2010 Direktor im sozialwissenschaftlichen Institut Sinus Sociovision GmbH in Heidelberg. Aufbau und Leitung der Abteilung Sozialforschung mit den Referaten Migration, Gleichstellung, Umwelt, Ernährung, Gesundheit, Erziehung, Bildung, Religion & Kirche.

Dr. Carsten Wippermann ist seit 2010 Professor für Soziologie an der Katholischen Stiftungshochschule München, Abteilung Benediktbeuern (KSFH) mit den Schwerpunkten Methoden der empirischen Sozialforschung, Lebensweltheorien / soziale Milieus, soziale Ungleichheit, Organisationslehre, Gender & soziale Disparitäten, Theorien der Professionalisierung.

Im Jahr 2010 Gründer und seitdem Leiter der „DELTA-Instituts für Sozial- und Ökologieforschung GmbH“ mit Sitz in Penzberg. Forschungsschwerpunkt des sozialwissenschaftlichen Instituts sind der soziale Wandel sowie die Lebenswelten der Menschen. Prominent ist das Gesellschafts- und Zielgruppenmodell der DELTA-Milieus®. Prof. Wippermann hat eine Vielzahl von Untersuchungen veröffentlicht zu den Themen Wertewandel und Lebensstile, Rollenwandel und Gleichstellung von Frauen und Männern, Generationenwandel, Bildung, Erziehungsziele und Erziehungsstile in sozialen Milieus, Gesundheitsverhalten und Gesundheitsbewusstsein, Umwelteinstellungen, Ernährung – Bio-Nahrungsmittel, Alltagsästhetik, politische Orientierung und Parteipräferenzen in sozialen Milieus, religiöse und kirchliche Orientierungen u.a.