



Verbraucherforschungsforum

Boosting

15. Dezember 2021 | Online-Konferenz

Keynote: „Kompetenzen mit Boosts stärken – Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse jenseits von Nudging“

Diskutieren Sie u. a. mit Prof. Dr. Hertwig und weiteren Akteur*innen aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft über die Potenziale und Grenzen von „Boosting“ als Instrument für die Verbraucherpolitik insbesondere für die Stärkung der Risikokompetenz von Bürger*innen.

Am 15. Dezember 2021 von 14:00 bis 18:00 Uhr laden das Max-Planck-Institut für Bildungsforschung und das Institut für Verbraucherwissenschaften zur Online-Konferenz „Verbraucherforschungsforum Boosting“ ein. Inwieweit Boosting – die Steigerung der individuellen Entscheidungskompetenz – ein Ansatz zur Verbesserung der Entscheidungs-kompetenz von Verbraucher*innen sein kann, ist die zentrale Frage der Veranstaltung.

Entscheidungsträger*innen berücksichtigen vermehrt Erkenntnisse aus den Verhaltenswissenschaften. Mit so genannten „Boosts“ als evidenzbasierte Informations- und Selbstkontrollkompetenzen gesteigert und dabei die individuelle Entscheidungsautonomie gestärkt werden.

Im Gegensatz zu Nudging wird also nicht direkt auf das Verhalten abgezielt, sondern es werden Wege identifiziert, um die fehlenden Kompetenzen zu fördern. Insofern stellen Boosts eine Form des lebenslangen außerschulischen Lernens dar.

Dieser Ansatz wird auf dem Verbraucherforschungsforum aus verschiedenen Perspektiven mit Vertreter*innen aus Wissenschaft, Politik und Gesellschaft vorgestellt sowie dessen Potenziale für die Verbraucherpolitik eingeordnet und reflektiert. Insbesondere vor dem Hintergrund der Covid-19-Pandemie und des steigenden Risikos von Naturgefahren jeglicher Art soll diskutiert werden, inwieweit der Boosting-Ansatz als unterstützendes Instrument bei der Kommunikation von Risiken und Gefahren hilfreich sein kann.

Programm

- // 14:00 – 14:15 Uhr
Begrüßung durch Prof. Dr. Peter Kenning
Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf | Vorsitzender des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen
- // Moderation: Vita Zimmermann-Janssen, M.Sc.
Geschäftsführerin | Institut für Verbraucherwissenschaften, Düsseldorf
- // 14:15 – 14:45 Uhr
Keynote Speech: Kompetenzen mit Boosts stärken – Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse jenseits von Nudging
Prof. Dr. Ralph Hertwig | Direktor Forschungsbereichs Adaptive Rationalität | Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, Berlin
- // 14:45 – 15:30 Uhr
Risikokompetenz mit Boosts stärken
Dr. Stefan Herzog | Head of Research Area „Boosting Decision Making“ | Senior Scientist Forschungsbereich Adaptive Rationalität | Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, Berlin
- // 14:45 – 15:30 Uhr
Boosting als Instrument für die Wissenschaftskommunikation in der Krise – Wie lassen sich Hochwasserrisiken und Pandemiegefahren transparent und verständlich darstellen?
Dr. Mirjam Jenny | Leiterin Wissenschaftskommunikation | Robert Koch-Institut, Berlin
- 16:15 – 16:45 Uhr Pause
- // 16:45 – 17:30 Uhr
Podiumsdiskussion „Potenziale von Boosting für die Verbraucherpolitik“
Moderation: Prof. Dr. Peter Kenning
- Teilnehmer*innen:
- Helga Springeneer
Leiterin Abteilung Verbraucherpolitik | Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, Berlin
- Dr. Felix Rebitschek
Wissenschaftlicher Leiter und Geschäftsführer | Harding-Zentrum für Risikokompetenz, Potsdam
- Dr. Vera Fricke
Leiterin Team Verbraucherbildung | Verbraucherzentrale Bundesverband
- Christoph Minhoff
Hauptgeschäftsführer | Lebensmittelverband Deutschland, Berlin | Dachverband der deutschen Lebensmittelindustrie, Berlin
- // 17:30 – 17:45 Uhr
Zusammenfassung und Verabschiedung durch Prof. Dr. Dr. h. c. Gert Wagner
Max Planck Fellow | MPI für Bildungsforschung, Berlin | Mitglied im Sachverständigenrat für Verbraucherfragen



Registrierung zum Event

Registrieren Sie sich online auf der Veranstaltungswebsite unter folgendem Link oder nutzen Sie den untenstehenden QR-Code:

<https://verbraucherwissenschaften.de/verbraucherforschungsforum-boosting-2021/>

Alternativ können Sie das nachfolgende Anmeldeformular ausfüllen und das PDF an uns zurücksenden (kontakt@verbraucherwissenschaften.de).



Anrede, Titel:

Nachname, Vorname:

Unternehmen, Position:

E-Mail-Adresse: