



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Call for Submissions

Workshop für Nachwuchsforschende in der Verbraucherforschung:

“Aktuelle Beiträge aus der Verbraucherforschung - verbraucherrelevante Zukunftsfragen aus der Perspektive der Wissenschaft”

gefördert durch das

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)

Einreichungen ab sofort bis spätestens zum 30.06.2021 unter

<http://www.workshop-verbraucherforschung.de>.

Der Workshop für Nachwuchsforschende in der Verbraucherforschung bringt Nachwuchsforschende zu Themen der Verbraucherforschung zusammen und bietet ein Podium zum Austausch, zur besseren Vernetzung und zur Stärkung der Forschung im Interesse von Verbraucher*innen. Eingeladen sind Nachwuchsforschende (z.B. Doktorand*innen, Post docs und Juniorprofessor*innen) aus allen Fachbereichen, deren Forschungsthemen die Verbraucher*innen und verbraucherrelevante Zukunftsfragen in den Mittelpunkt stellen. Erlaubt es die Pandemie-Lage, findet die Tagung am 27. Oktober 2021, dem Vortag der Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung, in Berlin in den Räumen der Deutschen Hochschule für Gesundheit und Sport, Franklinstr. 28-29, 10587 Berlin-Charlottenburg statt. Falls eine Durchführung Vor-Ort nicht möglich ist, wird ein virtuelles Programm erstellt, das neben den Beiträgen auch Raum für Vernetzung und Austausch bietet. Die Entscheidung über das Durchführungsformat wird im Juli 2021 gefällt.

[DAS THEMA]

Die Verbraucherforschung hat in den letzten Jahren vermehrt Aufmerksamkeit von Politik, Verbraucherschutz und Medien erfahren: Während die Politik ihre Entscheidungen evidenzbasiert durch wissenschaftliche Erkenntnisse herzuleiten und zu begründen versucht, interessiert sich der Verbraucherschutz für Instrumente zur Stärkung der Verbraucher*innen, die möglichst direkt im Alltag umgesetzt werden können. Die Medien erkennen, dass Themen rund um den Konsumalltag für die Mehrheit der Menschen relevant und interessant sind.

Diese zunehmende Relevanz hat auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Themen des Verbraucherschutzes beflügelt. Ergebnisse zu entsprechenden Fragestellungen kommen mittlerweile aus einer Vielzahl an Disziplinen: Psychologie, Didaktik, Betriebswirtschaftslehre, Informatik, Soziologie, Rechtswissenschaften, Medizin und vielen anderen. Forschende aus diesen Bereichen stellen die Verbraucher*innen in den Mittelpunkt ihrer Arbeit und leiten aus den Ergebnissen ihrer Studien Erkenntnisse zum besseren Verständnis von Verbraucher*innen, deren Verhalten und Bedürfnissen sowie ihren Wünschen und Zielen ab. Sie folgern Implikationen für die Förderung von Verbraucher*innenkompetenzen, entwickeln Beratungsinhalte für Unternehmen im Sinne der Verbraucher*innen oder geben Hinweise für eine evidenzbasierte Verbraucher*innenpolitik und die entsprechende Gesetzgebung.

[DAS ZIEL DES WORKSHOPS]

Die interdisziplinäre Konferenz für Nachwuchsforschende in der Verbraucherforschung bringt Nachwuchsforschende zu Themen der Verbraucherforschung zusammen. Damit werden drei Ziele verfolgt:

- (1) die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses im Bereich Verbraucherforschung,
- (2) die Vernetzung der Nachwuchswissenschaftler*innen untereinander und
- (3) die Vernetzung der Nachwuchswissenschaftler*innen mit dem Bundesnetzwerk Verbraucherforschung.

Die Veranstaltung soll einen ersten Austausch zwischen Verbraucherpolitik und dem Nachwuchs der Verbraucherforschung ermöglichen.

[DIE BEITRAGSTHEMEN]

Das Workshopthema "Die Zukunft der Verbraucherforschung" bietet Raum für Arbeiten von Nachwuchsforschenden (z.B. Doktorand*innen, Post docs und Juniorprofessor*innen) aus allen

Fachbereichen, deren Forschungsthemen die Verbraucher*innen und verbraucherrelevante Zukunftsfragen in den Mittelpunkt stellen und die geeignet sind, die wissenschaftliche Diskussion zu bereichern. Eingeladen sind sowohl empirische Arbeiten als auch theoretisch-konzeptionelle Beiträge oder systematische Überblicksarbeiten.

Die Beiträge könnten zum Beispiel diese Bereiche ansprechen:

- Identifikation und Beschreibung verschiedener Gruppen von Verbraucher*innen
- Herausforderungen sowie ökologischer, ökonomischer und sozialer Rahmen des Handelns von Verbraucher*innen
- Entscheidungs-, Konsum- und Nachkaufprozesse von Verbraucher*innen
- Verletzliche Verbraucher*innen, Verbraucher*innenkompetenz sowie deren Gefährdung
- Ursachen und Bedingungen eingeschränkter Verbraucher*innenkompetenz sowie Entwicklung von Maßnahmen zu deren Überwindung
- Erfolgs- und Misserfolgskriterien des evidenzbasierten Verbraucher*innenschutzes, -rechts sowie -politik
- Grenzen, Nutzen und Gefahren verhaltenswissenschaftlicher Ansätze zur Stärkung der Verbraucher*innen (Empowerment)
- Rolle von Technik und Medien („resilience by design“, user-centered design, consumer enabling technologies) für Verbraucher*innen und deren Konsumkompetenz
- Rolle von Moderator*innen und Intermediär*innen (z. B. Verbraucher*innenorganisationen, Stiftung Warentest oder Initiativen zur Steigerung von Medienkompetenzen)
- Bildungsmaßnahmen für Verbrauchergruppen und deren empirische Evidenz
- alle anderen Themen, die Erkenntnisse oder Belange von Verbraucher*innen in den Mittelpunkt stellen.

[DIE BEITRAGSARTEN]

Alle Nachwuchsforschenden zu diesen Themen sind eingeladen, ihre Arbeiten für eine Präsentation (Podium oder Poster) einzureichen. Alle eingereichten Beiträge werden einem blind review Verfahren unterzogen. Beiträge können in zwei Kategorien eingereicht werden:

- Work in Progress-Arbeiten (Posterpräsentation):
Arbeiten, die noch am Anfang stehen, aber die bereits so weit fortgeschritten sind, dass die Fragestellung konkretisiert, das Themenfeld theoretisch/konzeptionell aufgearbeitet wurde und eventuell auch schon erste Ergebnisse vorliegen, können Work in Progress-Arbeit eingereicht werden. Bei erfolgreicher Annahme stellen die Forschenden ihre Arbeiten im Rahmen einer Posterpräsentation vor.

Einreichungen in dieser Kategorie sollen 1.000 Wörter nicht überschreiten.

- Competitive Paper (Podiumspräsentationen) sollen bereits weiter fortgeschrittene Arbeiten umfassen. Sie sollten das Themenfeld bereits weit durchdringen, ihren Beitrag zum Stand der Forschung deutlich machen und (erste) Forschungsergebnisse darlegen.

Einreichungen in dieser Kategorie sollen 3.500 Wörter nicht überschreiten.

Bei der Formatierung beider Beitragsarten sind folgende Regelungen zu beachten:
Schrift: Times New Roman, 12 Punkt; Zeilenabstand: 1,5-zeilig; Rand (oben, unten, links, rechts): 2 cm.
Die oben genannte Wortanzahl versteht sich exklusive Literaturverzeichnis und Anhängen. Die Formatierung und zitierweise soll sich ansonsten an den APA-Vorgaben orientieren.

[DIE KOSTEN]

Um das Ziel zu unterstützen, den Nachwuchs der Verbraucherforschung zu stärken und das Thema möglichst breit und interdisziplinär zu erforschen, fördert das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz den Workshop Verbraucherforschung 2021. Dadurch können die Kosten für die Anreise und eine Übernachtung vor Ort in Berlin übernommen werden: Für alle ausgewählten Forschenden mit einem Beitrag auf dem Workshop ist die Teilnahme dementsprechend kostenlos.

[DAS BUCH ZUR TAGUNG]

Auf Basis des Reviewprozesses werden ausgewählte Autor*innen eingeladen, die eingereichten Beiträge als Buchbeitrag für ein im Springer Verlag erscheinendes Buch vorzubereiten.