

Pressemitteilung

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW

Dr. Christian Bala

06.12.2017

<http://idw-online.de/de/news685974>

Kooperationen, Organisatorisches
fachunabhängig
überregional

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

Institut für Verbraucherwissenschaften: Fünf Partner im Gründungsverbund

Die gemeinsame Gründung des Virtuellen Instituts für Verbraucherwissenschaften (IfV) mit Sitz in Düsseldorf planen die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, die Universität zu Köln, die Westfälische Wilhelms Universität Münster, die Universität Siegen und die Verbraucherzentrale NRW. Die fünf Partner beabsichtigen, Verbraucherwissenschaft in dem neuen Institut bundesweit beispielgebend zu verankern und zu einem Zentrum für verbraucherorientierte Forschung auszubauen.

„Im Verbund will das neue Institut sowohl Grundlagenforschung betreiben als auch praktische Empfehlungen für eine empirisch gestützte, evidenzbasierte Verbraucherpolitik erarbeiten“, erklärte NRW-Verbraucherzentralenvorstand Wolfgang Schuldzinski bei der Bekanntgabe der Pläne im Rahmen des 11. Workshops Verbraucherforschung in Düsseldorf.

Bis auf wenige Ausnahmen fristete Verbraucherforschung lange ein Schattendasein in der deutschen Forschungslandschaft. Und wo sie institutionell vertreten war, standen zumeist Fragestellungen zur Angebotsseite des Marktes im Fokus. Inzwischen haben systematische Vernetzungsinitiativen, vor allem in Nordrhein-Westfalen mit dem Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW der Verbraucherzentrale NRW, aber auch auf Bundesebene mit dem Netzwerk Verbraucherforschung im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, den Blick auf die Nachfrageseite geweitet. „Wo das Augenmerk auf den Verbraucher als Akteur und Maßstab gelegt wird“, so Wolfgang Schuldzinski, „zeigt sich schnell, dass Verbraucherforschung über großes Potenzial verfügt.“ Dieses Potenzial wollen die Gründungspartner des IfV nun koordiniert über eine virtuelle Plattform nutzen und steigern.

So will das IfV inter- und transdisziplinär arbeiten und verschiedene Ansätze der Verbraucherforschung zusammenführen. Ziel des Forschungsinstituts ist, sich verbraucherwissenschaftlichen Fragestellungen auf vielfältige Weise zu nähern und den Austausch unterschiedlicher Disziplinen wie Wirtschaftswissenschaften, Psychologie, Sozialwissenschaften, Oecotrophologie, Rechts-, Umwelt-, Gesellschafts- und Kulturwissenschaft, Informationstechnik und Medizin zu fördern. Durch Kooperationen sollen zudem auch aufwendige Studien ermöglicht werden.