**Entscheidungen „anstupsen“: Hochschule Hamm-Lippstadt lädt am 26. Juni 2018 zur 1. Nudge Night**

**Postanschrift**Hochschule Hamm-Lippstadt  
University of Applied Science  
Marker Allee 76 – 78  
59063 Hamm

**Besucheradresse**  
Gebäude H 2.1  
Marker Allee 76 – 78  
59063 Hamm

**Web**  
hshl.de

**Presseinformation**

Hamm/Lippstadt, 14. Juni 2018

**Prof. Dr. Klaus Zeppenfeld**  
*Präsident*

**Kerstin Heinemann**  
*Leiterin Kommunikation und Marketing*

Fon +49 2381 8789 - 104

kerstin.heinemann@hshl.de

**Hamm, 14.06.2018**

„Nudge“ – Englisch für „Stups“ oder „Schubs“ – nennt sich ein Prinzip aus Psychologie und Verhaltensökonomie, mit dem man jemanden dazu bewegt, die richtigen Entscheidungen zu treffen ohne zu bevormunden. International tätige Unternehmen und Regierungen weltweit nutzen bereits die viel diskutierte Methodik, doch wie können kleine und mittelständische Unternehmen oder andere Akteure „Nudging“ einsetzen und was ist das genau? Die Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) lädt am Dienstag, 26. Juni 2018 von 16-18 Uhr alle Interessierten zur 1. Nudge Night in das Foyer des Hörsaalgebäudes H1.1 auf den Campus Hamm, Marker Allee 76–78. Organisiert durch Studierende der „Interkulturellen Wirtschaftspsychologie“ und fachlich begleitet durch Prof. Dr. Christoph Harff, Lehrgebiet „Internationale Wirtschaftsbeziehungen“, werden innovative Nudges und deren praktische Umsetzung vorgestellt. Die Teilnahme ist kostenlos, eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

Die beim Amazon-Online-Einkauf voreingestellte Option des Standardversands, der Obstkorb Zuhause zentral in der Küche positioniert oder ein Hinweis in der Stromrechnung, dass der eigene Verbrauch höher ist als der Durchschnitt der Nachbarschaft: All dies sind Beispiele für Nudges, also „Anstupser“, die dazu führen sollen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Kostengünstigerer Versand der bestellten Onlineware, gesündere Ernährung oder umweltschonenderer Energieverbrauch – anstoßen statt anordnen lautet die Grundidee des „Nudging“. Popularität erfuhr das Prinzip unter anderem durch die Vergabe des Wirtschafts-Nobelpreises an den US-amerikanischen Ökonom Richard Thaler, der sich mit dem Einfluss kleiner Anstöße auf Entscheidungen beschäftigt. Doch wie können Unternehmen, öffentliche Akteure oder auch Individuen das erst einmal abstrakt klingende Prinzip nutzen und praktisch anwenden? Bei der Nudge Night der Hochschule Hamm-Lippstadt können sich Besucherinnen und Besucher zum Thema Entscheidungsfindung informieren und an studentischen Messeständen Nudges aus den Bereichen Energie- und Versorgungswirtschaft, Bildung, Gesundheitswesen, Verbraucherpolitik, Arbeitsmarkt, Umweltökonomik sowie nachhaltiger Konsum kennenlernen. „Durch die Nudge Night möchten wir ein wissenschaftlich diskutiertes und untersuchtes Prinzip anschaulich erklären und Anknüpfungspunkte für Unternehmen und andere Interessierte bieten“, erklärt Prof. Dr. Christoph Harff die Veranstaltungspremiere. Im Hörsaal HAM4 widmet sich Dr. Christopher McLachlan, European Category Management & Marketing Transformation, innogy SE, zu Beginn der Veranstaltung in einem Impulsvortrag zudem dem Thema „Debiasing“ als Methodik zur Reduktion von Irrationalität bei Entscheidungsfindungen.

Für Nachfragen zur Veranstaltungen steht Prof. Christoph Harff zur Verfügung unter [christoph.harff@hshl.de](mailto:christoph.harff@hshl.de)

Über die Hochschule Hamm-Lippstadt:

Seit 2009 bietet die staatliche Hochschule Hamm-Lippstadt ein innovatives Studienangebot mit Fokus auf Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Informatik und Wirtschaft. Aktuell sind ca. 5800 Studierende in 14 Bachelor- sowie sechs Masterstudiengängen eingeschrieben. An Standorten in Hamm und Lippstadt verfügt die Hochschule über modernste Gebäude mit rund 15.000 Quadratmetern Laborflächen. Gemeinsam legt das Team mit Präsident Prof. Dr. Klaus Zeppenfeld und Kanzler Karl-Heinz Sandknop den Fokus auf interdisziplinäre Ausrichtung, Marktorientierung, hohen Praxisbezug und zukunftsorientierte Forschung.

www.hshl.de