

PRESSEINFORMATION

11. Oktober 2021

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) verstärkt sein
Forschungsteam

Seit Mitte September 2021 verstärkt der Sozialpsychologe und Verhaltensökonom **Dr. Michael Zürn** das
Forschungsteam beim Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM).

Nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre und der Promotion in Würzburg war Michael Zürn zuletzt als
Post-Doc am Social Cognition Center Cologne und dem Center for Social and Economic Behavior an der
Universität zu Köln tätig, wo er sich unter anderem mit Vertrauensbildung, der Konzeption von
Entscheidungsarchitekturen und der Rolle von Vergleichen bei bewertenden Urteilen beschäftigt hat.

Am NIM wird Dr. Zürn zusammen mit dem interdisziplinär arbeitenden Research Team beispielsweise
untersuchen, welchen Einfluss ein von Unternehmen proklamierter „Purpose beyond Profit“ auf die
Wahrnehmung und das Entscheidungsverhalten von Konsumenten hat und wie eine solche Strategie den
Erfolg von Unternehmen beeinflussen kann. Außerdem widmet er sich der Frage, inwiefern sogenannte
kognitive „Biases“ Entscheidungen von Managern beeinflussen können und welchen Einfluss dies
beispielsweise bei der Produktentwicklung oder im Marketing haben kann.

Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit-Institut zur Erforschung von
Konsum- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis generiert das
NIM neue und relevante Erkenntnisse, mit denen Menschen in Märkten bessere Entscheidungen treffen
können. Das NIM untersucht, wie sich Entscheidungen von Konsumenten und Unternehmensentscheidern
angesichts neuer Trends und Technologien verändern - und welche Auswirkungen das auf die Qualität von
Marktentscheidungen hat.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE.

Weitere Informationen finden Sie auf www.nim.org.

[Web](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)