

Nudging

In der neoklassischen Ökonomie wird grundsätzlich von einem rational handelnden Menschen – dem sogenannten „Homo oeconomicus“ ausgegangen, der seinen Nutzen, bzw. sein Glück maximiert. Dieser „homo oeconomicus“ kennt seine Präferenzen und leitet seine Entscheidungen rational daraus ab.

Obwohl dieses Modell das menschliche Verhalten in vielen Situationen zutreffend abzubilden vermag, gibt es auch wesentliche Abweichungen. In Experimenten wurde beispielsweise beobachtet, dass Entscheidungsträger beim Vergleich zweier Lotterien Präferenzen bezüglich der einen Lotterie aufwiesen, jedoch der anderen Lotterie einen höheren subjektiven monetären Wert beimessen. Das Forschungsfeld der Verhaltensökonomik beschäftigt sich seit über 30 Jahren mit solchen Unregelmässigkeiten. In Experimenten zeigt es sich beispielsweise immer wieder, dass Menschen bei Entscheidungsprozessen systematisch Denkfehler unterlaufen und somit irrational entschieden wird. Neuere Erkenntnisse aus dem Feld der Verhaltensökonomik zeigen, dass bereits sanftes „Anstossen“ – aus dem Englischen abgeleitet von dem Begriff „Nudging“ – ausreicht, so dass Menschen in der grundlegend gleichen Entscheidungssituation anders entscheiden, wenn der subjektive Kontext geringfügig geändert wird. Bereits mit geringen Mitteln kann Menschen so zu besseren Entscheidungen verholfen werden.

Ein neuer Policy-Ansatz

Nudging ermöglicht einen neuen Policy-Ansatz, welcher sich zunehmender Popularität erfreut. Geprägt wurde das Konzept durch den Ökonomen Richard Thaler und den Juristen Cass Sunstein, welche 2008 ihr Buch mit dem Titel „Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happi-

ness“ veröffentlichten. Da der Entscheidungskontext Einfluss auf unser Verhalten hat, kann beispielsweise eine unterschiedliche Formulierung der gleichen Situation (Framing) zu verschiedenen Entscheidungen führen. Durch die Beeinflussung des Entscheidungskontextes soll Nudging helfen, kognitive Fehler in Beurteilungs- und Entscheidungsprozessen zu bewältigen, ohne jedoch die grundlegenden Entscheidungsoptionen oder die Anreizstruktur zu verändern. Nudging kann selbstredend auch für unlautere Motive eingesetzt werden. So sehen Kritiker Nudging als eine neue Form subtiler Manipulation.

Anwendung in der Praxis

Das Anwendungsgebiet von Nudging ist breit. Prominente Beispiele finden sich im Bereich des Gesundheitswesens, des Umweltschutzes und der Altersvorsorge. Vor allem die Möglichkeit einer kostengünstigen Umsetzung verstärkt die Attraktivität von Nudging in der Anwendung.

Eine wichtige Anwendung von Nudging ist der Einfluss von nicht-bindenden Standardeinstellungen (Defaults). Defaults gelten, sofern die betroffene Person sich nicht aktiv für eine andere Alternative entscheidet. Dies ist beispielsweise bei Softwareanwendungen oft anzutreffen, wenn dem Nutzer eine vorgefertigte Konfiguration vom Hersteller empfohlen wird, er jedoch immer noch die Möglichkeit hat, manuell eigene Einstellungen vorzunehmen.

Der sogenannte Default-Effekt kann am Beispiel der Organspenderraten verschiedener Länder aufgezeigt werden. Es stellte sich heraus, dass in Ländern, in denen ein Bürger automatisch zum Organspender wird und sich aktiv dagegen entscheiden muss (Opt-out), viel höhere Organspenderraten aufweisen, als Länder, in denen eine

ausdrückliche Zustimmung nötig ist, um Spender zu werden (Opt-in). Grosse Erfolge mit dem Wechsel von einem Opt-in zu einem Opt-out System konnten auch in der USA bei der privaten Altersvorsorge verzeichnet werden. Seit Arbeitnehmer automatisch eine Rentenversicherung abschliessen und diese dann abwählen können, steigerte sich die Beteiligung an der Altersvorsorge erheblich. Ein anderes Beispiel einer erfolgreichen Nudging Strategie verhalf der Rutgers Universität sieben Millionen Papierseiten zu sparen, indem die Standardeinstellung der Drucker auf doppelseitigen Druck gewechselt wurde.

Ein weiteres Nudging Instrument, welches vielfach verwendet wird, ist das Aktivieren von sozialen Normen, indem man den Menschen bewusst macht, wie sich ihre Mitmenschen verhalten. In einem sehr umfangreichen Feldexperiment in Zusammenarbeit mit Stromanbietern in den USA wurden den Stromrechnungen Informationen bezüglich des Energieverbrauchs der Nachbarschaft beigelegt. So erfuhr ein Konsument einerseits, ob sein Stromverbrauch über oder unter dem nachbarschaftlichen Durchschnitt lag und andererseits, ob sein Energieverbrauch als hervorragend, gut oder eher durchschnittlich eingestuft wurde. Auswertungen zeigen, dass diese nichtpreisbezogene Massnahme positive Auswirkungen auf den Stromverbrauch hatte.

Weiteres Potenzial

Obwohl die Disziplin der Verhaltensökonomik noch relativ jung ist, wird sie in Politik und Wirtschaft bereits angewendet. Während Sunstein im Weissen Haus das Office of Information and Regulatory Affairs leitete, fungierte Thaler als Berater des

britischen „Behavioral Insights Team“. Auch die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel will Erkenntnisse der Verhaltensökonomik für alternative Designs von politischen Vorhaben nutzen. Dabei sollen klassische Regulierungstools, wie beispielsweise Steuern und Subventionen, mit neuen Instrumenten, die auf psychologischen Methoden beruhen, ergänzt werden.

Die Anwendung des Nudging auf höchster politischer Ebene weckt den Eindruck, dass diese Erkenntnisse neben der Politik auch durchaus für weitere Felder ökonomischer Beratung nützlich sein könnten. Anwendungsbereiche lassen sich sowohl unternehmensintern als auch -extern finden. Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie bieten einer Unternehmung die Möglichkeit, das Verhalten ihrer Anspruchsgruppen besser zu verstehen und adäquat zu agieren. Die Integration von Nudging Anwendungen in die eigene Unternehmensstrategie kann daher in vielerlei Hinsicht sinnvoll sein. So kann Nudging helfen, Kosten zu sparen, die Mitarbeitermotivation zu fördern, Verhandlungen effizienter zu führen oder den Bedürfnissen der Kunden besser zu entsprechen. Nudging kann so zum Aufbau kompetitiver Vorteile einer Unternehmung beisteuern.

Trotz des Potentials dieses neuen Konzeptes, muss der gezielte Einsatz von Nudging Tools für unternehmerische und regulatorische Zwecke gut durchdacht sein. Ebenso wie klassische Interventionsmassnahmen kann Nudging zu unerwünschten Ergebnissen führen. Zudem ist es essenziell, dass die Entscheidungsfreiheit der beeinflussten Personen gewährleistet bleibt.

Literatur

Thaler, Richard H. und Cass R. Sunstein (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Yale University Press.

Ihre Ansprechpartner bei Swiss Economics

Swiss Economics SE AG
Stampfenbachstrasse 142
CH-8006 Zürich
+41 44 500 56 20
www.swiss-economics.ch

Dr. Christian Jaag
christian.jaag@swisseconomics.ch

Dr. Urs Trinkner
urs.trinkner@swiss-economics.ch