



**Professor Dr. Stefan Trautmann** leitet an der Universität Heidelberg am Alfred-Weber-Institut für Wirtschaftswissenschaften den Lehrstuhl für Behavioral Finance. Seit 2014 ist er Mitglied der BfR-Kommission für Risikoforschung und Risikowahrnehmung.

## „Nicht jeder wünscht sich einen Staat, der stupst“

**Nudging: Professor Dr. Stefan Trautmann ist Verhaltensökonom und beschäftigt sich mit den finanziellen Entscheidungen von Menschen. Mit seinem Fachwissen trägt er zur Weiterentwicklung der Risikokommunikationsstrategien des BfR bei. Im Interview spricht er über die Methode des Nudging und mögliche Anwendungsbereiche.**

**Herr Professor Trautmann, das BfR hat den Auftrag, Risiken zu bewerten und an die Öffentlichkeit zu tragen. Doch selbst gut informierte Bürgerinnen und Bürger gehen gesundheitliche Risiken ein und greifen zum Beispiel zur Zigarette. Hilft Information allein also nicht weiter?**

Informationen über mögliche Konsequenzen helfen stets bei der Entscheidungsfindung. Doch oft vernachlässigen oder ignorieren Menschen Risiken. Was treibt diese Menschen um? In ihrem Buch „Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt“ beschreiben Richard Thaler und Cass Sunstein psychologische Hindernisse, die uns davon abhalten, unseren Präferenzen nachzugehen. Für sie ist klar: Wir entscheiden uns häufig für etwas, das wir eigentlich nicht wollen. Das sogenannte Nudging soll dies verhindern.

**Nudging soll uns also dabei helfen, die eigenen Präferenzen umzusetzen?**

Ja. Nudging, zu Deutsch anstupsen, soll Menschen zu

klugem Verhalten anstiften, ohne ihre Wahlfreiheit zu beschränken. Anstatt Verbote auszusprechen, sollen die angesprochenen psychologischen Hindernisse abgebaut werden. Die Architektur einer Entscheidung – die sogenannte Choice Architecture – wird dabei verändert. Ein bekanntes Beispiel dafür ist die Praxis der Organspende. Während sich Spenderinnen und Spender in Deutschland aktiv für den Ausweis entscheiden müssen, können sich Österreicher nur aktiv dagegen entscheiden. Dieser Unterschied trägt zu der viel höheren Spende-Bereitschaft in Österreich gegenüber Deutschland bei.

**Welche Formen von Nudging gibt es noch?**

Die Ausgestaltung hängt stark von der Anwendung ab. Zunächst gibt es den bereits beschriebenen Fall der Standardoption wie bei der Organspende. Dies wird als default bezeichnet und kann meist mit geringem Aufwand angewandt werden. Eine andere Variante wäre, die bevorzugte Wahl zu vereinfachen. Ist Obst in der Kantine zum Beispiel besser zu erreichen als Süßspeisen, kann

dies dazu führen, dass Hungerige eher zum Obst greifen. Auch reine Information, die sehr anschaulich vermittelt wird, kann als Nudging gelten.

### **Funktionieren beim Nudging auch soziale Vergleiche?**

Das ist der sogenannte social peer effect. Dies kann zum Beispiel bei der Stromrechnung zum Einsatz kommen: Wird der durchschnittliche Stromverbrauch einer vierköpfigen Familie in der Nachbarschaft angegeben und der Verbrauch der eigenen Familie liegt erheblich über diesem Durchschnitt, regt das vielleicht zu einer Verhaltensveränderung an. Nudging kann also viele verschiedene Formen annehmen.

### **Wie können diese Anwendungen beurteilt werden?**

Um die Anwendungen beurteilen zu können, müssen vor allem zwei Fragen geklärt sein. Erstens: Hat die Anwendung einen Effekt? Es fließen zwar allgemeine verhaltenswissenschaftliche Ergebnisse in das Design von Nudges ein, auf dieser Basis können aber nur vage Vorhersagen getroffen werden. Zu vielen der gewünschten Effekte liegt keine gute theoretische Basis vor. Um den Effekt zu ermitteln, müssen Anwendungen also meist einzeln getestet werden. Wie reagieren Verbraucherinnen und Verbraucher zum Beispiel auf Produkt-Ampeln, die den Zuckeranteil signalisieren? Zweitens muss geklärt werden, ob der Nutzen die Kosten rechtfertigt. Das ist die Frage nach der Effizienz. Der Vorteil des Nudging ist, dass es viele Anwendungen mit geringen Kosten gibt. Es kostet Institutionen nicht viel, einen Brief anzupassen und bestimmte Formulierungen zu ändern. Schon bei einem moderaten Effekt kann sich diese Intervention dann lohnen.

### **Wenn sich Anwendungen als effektiv und effizient erweisen, könnten doch auch Akteure im Bereich gesundheitlicher Verbraucherschutz Nudging anwenden?**

Ja, Anwendungen im gesundheitlichen Verbraucherschutz sind denkbar. Geeignete Bereiche sind unter anderem der Konsum von potenziell gesundheitsschädlichen Produkten und Aspekte der gesunden Lebensführung. Hierbei sind sowohl die effektive Vermittlung relevanter Informationen als auch die Gestaltung des Entscheidungsumfeldes wichtig. Klar ist aber auch: Die Aufgaben der Akteure unterscheiden sich stark. So hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft beispielsweise einen anderen Auftrag als das BfR. Während das Ministerium Verbote aussprechen oder eine Kennzeichnungspflicht einführen kann, liegt die Rolle des BfR darin, Risiken zu bewerten und die Ergebnisse transparent zu kommunizieren. Dahinter steht die Unterscheidung zwischen Risikobewertung und Risikomanagement.

### **Akteure des Risikomanagements könnten Nudging also einsetzen?**

Denkbar ist dies schon. Thaler und Sunstein plädieren in ihrem Buch dafür, dass der Staat Nudges einsetzt, weil sie davon ausgehen, dass so die Wahlfreiheit der Bürge-

## **BfR- Kommission für Risikoforschung und Risikowahrnehmung**

Die Kommission für Risikoforschung und Risikowahrnehmung berät das BfR bei der Methodenauswahl zur Ermittlung des Informationsstandes und der subjektiven Risikowahrnehmung im Themengebiet gesundheitlicher Verbraucherschutz bei Lebens- und Futtermitteln, Bedarfsgegenständen und Kosmetika. Des Weiteren unterstützt die Kommission die Durchführung und Evaluierung von zielgruppenspezifischen Kommunikationsmaßnahmen. Sie hat zudem die Aufgabe, das BfR im Rahmen der Risikofrüherkennung zu beraten.

### *Nudging: Englisch für anstupsen*

rinnen und Bürger nicht eingeschränkt wird. In vielen Ländern, so auch in Deutschland, gibt es mittlerweile Teams, die die Regierung zu Nudging beraten. Hierzulande gab es allerdings Kritik von vielen Seiten. Nicht jeder wünscht sich einen Staat, der stupst.

### **Was ist daran problematisch?**

Zunächst befürchten viele die subtile Beeinflussung durch den Staat. Oft wird Nudging dann als staatliche Manipulation angesehen, der die notwendige Transparenz fehlt. Dieses Argument ist aber wenig überzeugend. Die Nudge-freie Situation beeinflusst durch ihre Struktur ja ebenfalls in intransparenter Weise die Entscheidungen der Konsumenten. Ein weiteres Argument gegen einen staatlichen Einsatz des Nudging ist, dass nicht nur die Entscheidung beeinflusst wird, sondern auch die anfängliche Präferenz der Bürgerinnen und Bürger.

### **Haben Sie ein Beispiel?**

Ändert sich beispielsweise die Standardabfrage bei einem Menü von der Option „vegetarisch“ auf die Option „fleischhaltiges Hauptgericht“, wird damit auch eine Norm verändert. Bei der ersten Option ist der Standard ein fleischhaltiges Gericht, bei der zweiten Option ein vegetarisches Gericht. Wer sonst Fleisch isst, würde im zweiten Fall vielleicht auch seine Präferenz hinterfragen.

### **Gibt es noch weitere Kritikpunkte?**

Angeführt wird noch das sogenannte Crowding-Out anderer Maßnahmen. Wird ein Produkt als gesundheitsschädlich angesehen, müsste eine Besteuerung oder ein mögliches Verbot in einem oftmals mühsamen politischen Prozess durchgesetzt werden. Nudging könnte da als konfliktarme Lösung gewählt werden. Wenn Nudging aber einen geringeren Effekt auf den Konsum des schädlichen Produkts hat als eine mögliche Regulierung durch Steuern oder Verbote, dann würde man den vermiedenen politischen Diskurs durch einen abgeschwächten Gesundheitsschutz erkaufen. Dies ist meiner Meinung nach das stärkste Argument innerhalb der Kritik.

**Vielen Dank für das Gespräch, Herr Trautmann. ■**