

## Vielfalt in der ökonomischen Wissenschaft: Verhaltensökonomische Ansätze in der Diskussion

3

In der Regel wird in der etablierten wirtschaftswissenschaftlichen Lehre angenommen, dass der Mensch ein *Homo oeconomicus* ist: rational handelnd und auf materielle Gewinne ausgerichtet. Aber wird das Verhalten der Menschen durch dieses Bild richtig abgebildet? Handeln sie rational, oder wird das Verhalten vor allem durch Emotionen und Erfahrungen gesteuert? Welche Lösungen für diese Fragen bietet die Verhaltensökonomie?

### 0,1% Terror oder: Wie ich lernte, den *Homo oeconomicus* zu lieben

Die sympathischste Figur der alten Fernsehserie *Star Trek: The Next Generation* ist ein Android namens *Data*, der als Offizier der Sternenflotte auf der *MSS Enterprise* dient. Seine Schöpfer haben *Data* das Aussehen und die Kleidung eines Menschen gegeben, aber er ist sehr unmenschlich. *Data* ist eine Maschine mit enzyklopädischem Wissen, die enorme Informationsmengen in Sekundenschnelle verarbeiten kann. Er gibt seinem Kapitän komplexe und zugleich vernünftige strategische Ratschläge. Er ist unbestechlich und zuverlässig. All das macht ihn nicht liebenswert, aber enorm nützlich. Sein Charme basiert, ironischerweise, auf seiner Gefühlsarmut. Insbesondere fällt *Data* dadurch auf, dass er sich selbst nicht liebt. Er stellt sich uneingeschränkt in den Dienst der Menschen und macht sich ihre Ziele zu eigen. Er erforscht die Menschen neugierig, um selbst noch nützlicher zu werden. Er stellt all die naiven Fragen, die es manchmal braucht. Er weiß, dass er selbst sehr einfach gestrickt ist. Wie ein Kind beobachtet er die aus seiner Sicht rätselhaften Menschen um sich herum. Er zieht dabei stets die richtigen Schlussfolgerungen, mit stoischer Ruhe. In jeder denkbaren Situation, auch im Eifer des Gefechts, kann er für seinen Kapitän einspringen und kompetente Entscheidungen fällen. Die Besatzung der *MSS Enterprise* stellt sich, unausgesprochen, immer wieder dieselbe Frage: *What would Data do?*

\* Prof. Georg Weizsäcker, Ph.D., lehrt an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, insb. Mikroökonomische Theorie und ihre Anwendungen, an der Humboldt-Universität zu Berlin und ist Forschungsdirektor am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin.

*Data* ist Fiktion und wird es bleiben; kein Roboter wird jemals so gut mit Menschen kooperieren wie er. Aber als Idealbild der menschlichen Entscheidungsfindung ist er sehr gut vorstellbar. Uns Ökonomen ist diese Vorstellung eines Idealbildes natürlich vollkommen vertraut, und sie ist auch sehr nützlich. Wir beschäftigen uns täglich mit dem sogenannten *Homo oeconomicus*, der ein solches Idealbild für die Entscheidungen in unseren Modellen ist. Auch er ist vollkommen friktionslos in seiner Informationsverarbeitung. Auch er ist unbestechlich und hat wohldefinierte Ziele, deren Erfüllung seine Entscheidungen perfekt dienen. Auch er ist sehr einfach gestrickt. Anders als *Data* hat der *Homo oeconomicus* allerdings keinerlei Charme. Ganz im Gegenteil: Diejenigen Menschen, die am meisten an den *Homo oeconomicus* erinnern, sind oft am unsympathischsten.

Gerade unter uns Verhaltensökonomern hat der *Homo oeconomicus* einen besonders schlechten Ruf, wofür es allerdings wissenschaftliche Gründe gibt. Wir nutzen ihn als Referenzpunkt und fokussieren unsere Forschung darauf, diesen Referenzpunkt als unrealistisch darzustellen. Der Mensch ist anders als der *Homo oeconomicus*, verkündet unsere Forschung immer und immer wieder. An seiner Statt lassen wir ständig neue Verhaltensmodelle entstehen und analysieren allerlei Daten mit dem Ziel nachzuweisen, dass sie den neuen Modellen besser entsprechen. Die eher neoklassischen Ökonomen erwidern dann, dass diese Daten unter anderen Annahmen auch vom *Homo oeconomicus* hervorgebracht werden könnten. Und los geht der Streit: Spätestens an diesem Punkt der Diskussion fangen wir an, den *Homo oeconomicus* schlechtzureden. Würden wir eine eigene Fernsehserie schreiben, der *Homo oeconomicus* hätte es in ihr sehr schwer.



Georg Weizsäcker\*

© Paul Schäfer

Diese Auseinandersetzung mit dem Idealbild ist aber sinnvoll. Erst wenn wir umfassend nachweisen können, dass der Homo oeconomicus ein Phänomen nicht hervorbringen kann, wissen wir, dass die ihm zugrunde liegenden Annahmen verworfen sind. Dadurch lernen wir viel über die echten menschlichen Entscheidungen, und wir lernen auch viel über die Rolle der verschiedenen Rationalitätsannahmen. Wir stellen uns daher ebenfalls immer wieder ein- und dieselbe Frage: What would Homo oeconomicus do?

Auch die neoklassischen Forscher stellen übrigens immer wieder genau diese Frage. Die Neoklassiker sind zwar, im Gegensatz zu den Verhaltensökonomern, viel zu leichtgläubig in ihrer Akzeptanz der Hypothese, dass der Mensch sich wie der Homo oeconomicus verhält. Aber gerade deshalb ist der Homo oeconomicus für die neoklassischen Analysen ja das wesentliche Instrument. Aus seinem fiktiven Verhalten leiten die Forscher theoretische Vorhersagen sowie empirisch testbare Hypothesen und zu schätzende Modelle ab. Sie beraten dann auch gern die Politik; wenn möglich, auf diesen wissenschaftlichen Grundlagen – manchmal angereichert mit etwas gesundem Menschenverstand. Und das ist gut so. Als Verhaltensökonom kann ich zwar die Verhaltenshypothese dieses Vorgehens nicht oder jedenfalls nicht immer teilen – aber der Methodik des Vorgehens neoklassischer Analysen kann man nur zustimmen; das Vorgehen ist zielführend und, im Rahmen der Möglichkeiten, rigoros.

Auf Grundlage einer derartigen methodischen Einigkeit wird inzwischen auch vermehrt die Zusammenarbeit zwischen Verhaltensökonomik und Neoklassik möglich. Der Streit über den Homo oeconomicus trennt uns nicht, sondern er vereint. Verhaltensökonomern und Neoklassikern sind sich vollkommen einig, dass die Frage nach dem Verhalten des Homo oeconomicus ein zentraler Baustein der Analyse ist, und sie sind sich ebenfalls vollkommen einig, was die Beantwortung dieser Frage für den weiteren wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn bedeutet.

Aber einen wichtigen Aspekt vergessen wir oft, wenn wir über den Homo oeconomicus streiten: All die oben genannten Aspekte dienen nur dem positiven Erkenntnisgewinn – aber der Homo oeconomicus dient auch als normatives Idealbild. Er macht keine Rechenfehler, auch wir Menschen sollten keine Rechenfehler machen. Er lässt sich nicht austricksen, auch wir sollten uns nicht austricksen lassen. Er sorgt in ausreichendem Maße für die Zukunft vor, auch wir sollten es tun. Hierin zeigt sich, jenseits der wissenschaftlichen Methodik, die ganze Kraft der Frage nach dem Verhalten des Homo oeconomicus: Wenn wir uns so verhalten wie er, geht es uns besser.

Nun muss man gleich hinzufügen, dass dies keine allgemeingültige Aussage ist. Der Mensch ist kein Homo oeconomicus und auch kein *Data*, und in vielen Kontexten

braucht der Mensch auch keineswegs ihren Ratschlag oder ihre Hilfe. Kein erwachsener Mensch würde *Data* zu Beziehungsproblemen befragen. Kein Kind würde *Data* um ein Schlaflied bitten, wenn es Angst hat. Und noch weniger den Homo oeconomicus.

Oder doch? Ist die Maxime der vernünftigen Handlung nicht gerade in schwierigen Zeiten wichtig? Macht der Mensch nicht gerade dann die schwerwiegendsten Fehler? Braucht er nicht, wie der Kapitän der MSS Enterprise, gerade im Eifer des Gefechts einen kühlen Mitstreiter?

Dies bringt uns zum aktuellen politischen Problem des Umgangs mit dem Terrorismus in Europa. In Paris wurden am 13. November 130 Menschen getötet, weitere Hunderte wurden verletzt, und sicherlich wurden viele weitere Augenzeugen und Angehörige schwer traumatisiert. Seither sucht die Politik, sucht die europäische Gesellschaft nach einer Antwort. Die gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Implikationen dieser zu findenden Antwort sind enorm. What would Homo oeconomicus do?

Die Antwort hängt sehr davon ab, in welcher Rolle der Homo oeconomicus auftritt – in der des Normalbürgers, in der eines Politikers, in der eines Journalisten etc. Aber alle diese Personen können sich am Homo oeconomicus orientieren, d.h. sich vorstellen, dass er ihre Rolle einnimmt. Und sie sollten es tun, denn er hat eine Fähigkeit, die zumindest dem Normalbürger und dem Journalisten in der momentanen Situation fast ausnahmslos fehlt: Er kann groß von klein unterscheiden; er quantifiziert Gefahren und Chancen. Er fragt, wie viele Ressourcen sollte man auf ein gegebenes Problem verwenden? Er würde die Antwort an Daten und Zahlen festmachen.

Bleiben wir hierzu bei der Sicht des europäischen Normalbürgers. Für ihn lautet die in diesem Kontext wichtigste quantitative Frage ganz banal: Werde ich sterben? Oder, etwas genauer gefragt, wie groß ist die Gefahr, dass meine Gesundheit oder mein Leben von einem terroristischen Anschlag betroffen sein werden? Findet der Normalbürger die Antwort darauf, so kann er seine Handlungen danach richten, sich also z.B. für oder gegen bestimmte Reisen oder Konzertbesuche entscheiden. Und auch wenn er nicht selbstbezogen denkt, ist die Antwort wichtig; durch sie kann er analog auch die Gefährdung der Gesundheit von Familienmitgliedern, Freunden und anderen Mitmenschen einschätzen und kann sich dadurch über die gesellschaftliche und politische Bedeutung des Phänomens Terrorismus eine quantitative Meinung bilden.

Die Frage zu beantworten ist allerdings nicht leicht; eine genaue Prognose über zukünftige Anschläge kann es nicht geben, und selbst eine ungenaue Prognose verlangt nach einer guten Datenlage und etwas mehr als nur gesunden

Menschenverstand. Aber: Das ändert nichts daran, dass der Normalbürger eine Antwort braucht, denn er wird in ihrer Abwesenheit falsche Entscheidungen fällen. What would Homo oeconomicus do? Weder die Politiker noch die Terrorismusexperten scheinen sich zuzutrauen, öffentlich eine quantitative Einschätzung der Gefahr zu geben. Also würde der Homo oeconomicus es selbst einschätzen. Um das Ergebnis vorwegzunehmen, die Antwort ist ganz einfach: Die Gefahr ist sehr, sehr gering.

Woher will der Homo oeconomicus das wissen? Nun, er kann es nicht wissen, denn er ist ja kein Terrorismusexperte. Aber er kann einfache Szenarien nutzen und aus ihnen lernen. Nehmen wir also ein sehr pessimistisches Szenario: Wäre der Normalbürger am 13. November 2015 in Paris gewesen, wie groß wäre die Chance einer direkten Betroffenheit? Anders ausgedrückt, welcher Anteil der Pariser Bevölkerung war an diesem Tag direkt betroffen, als Opfer oder Augenzeuge der Anschläge oder als direkter Familienangehöriger der Opfer? Die Antwort liegt bei ungefähr 0,1% – einer von Tausend.

Mit dieser Zahl kann der Homo oeconomicus nun vergleichen: An einem anderen Tag in Paris, wie gefährlich ist es dann? In einer anderen Stadt, wie gefährlich ist es dort? Die Antworten hierauf sind ebenfalls nicht trivial, aber der Homo oeconomicus wird wiederum leicht zu dem einfachen Schluss kommen, dass die Gefahr im Erwartungswert an anderen Orten und an anderen Tagen sehr viel geringer ist als am 13. November 2015 in Paris. Wie viel geringer? Nun, um auch dies zu beantworten, muss sich der Homo oeconomicus Annahmen und Daten über die relevanten Entwicklung des Terrorismus in Europa bedienen. Letztere Daten hat er nicht, dadurch wird die Vorhersage ungenau. Aber er kann quantitative Annahmen treffen: Es scheint z.B. vernünftig, davon auszugehen, dass eine zufällig gezogene europäische Ortschaft pro Kopf eine mindestens um den Faktor 10 geringere Gefährdung aufweist als Paris, und dass in Paris ein Tag mit ähnlich vielen Opfern wie am 13. November 2015 nicht häufiger als alle fünf Jahre auftritt – bzw. dass die Verteilung anderer Pariser Anschläge Opferzahlen verursacht, die im Erwartungswert analog sind.

Damit hat der Homo oeconomicus die Gefahr eingegrenzt: Die Chance, in den nächsten 50 Jahren direkt von Terrorismus betroffen zu sein, liegt unter den gemachten Annahmen für den europäischen Durchschnittsbürger bei höchstens 0,1%. Sie mag in Wahrheit darunter oder darüber liegen, je nach Annahme an die weiteren Entwicklungen. Sollte die Entwicklung aber nur halbwegs stabil sein, steht fest: Die Terroristen in Europa sind sehr wenige, und sie können daher auch nur sehr wenige Menschen gesundheitlich gefährden.

Die Zahl 0,1% erinnert übrigens an eine analoge Rechnung bezüglich der Anschläge am 11. September 2001 in den

USA: 0,1% war in etwa der Anteil der entführten Flugzeuge unter allen Flugzeugen, die sich zum Zeitpunkt der Anschläge im US-amerikanischen Luftraum befanden. (Die entführten Flugzeuge waren aber überdurchschnittlich große Flugzeuge, und viele Menschen am Boden waren auch betroffen, was die Parallelen zur obigen Rechnung ins Wanken bringt.)

Wie verwendet der Homo oeconomicus nun die Zahl 0,1%? Wie gesagt, er wird sie in Relation zu anderen Gefahren und Chance setzen und sich fragen, worauf er seine Ressourcen verwenden soll. Lohnt es sich, wegen dieser Gefahr sein Leben zu ändern? Die Antwort ist eindeutig nein. Das Privatleben des europäischen Normalbürgers ist nur sehr gering von Terrorismus betroffen. Andere denkbare Lebensänderungen wären zumindest für die Gesundheit weit wichtiger, wie z.B. eine bessere Ernährung.

Der Normalbürger ist aber auch ein politischer Mensch, zumindest gelegentlich. Wie intensiv sollte er sich als politischer Mensch mit dem Terrorismus in Europa befassen? Die Antwort hängt davon ab, welchen Ertrag ein solcher Ressourceneinsatz bringt, d.h., wie effektiv die Politik die Folgen des Terrorismus bekämpfen kann. Der Homo oeconomicus würde also die Opportunitätskosten der Politik betrachten. Welche anderen Möglichkeiten hat die Gesellschaft, menschliches Leid zu verringern und die Lebenszufriedenheit zu vergrößern? Auch hier ist die Zahl 0,1% informativ, denn sie grenzt das Potenzial für eine Verbesserung der Gesundheit ein und gibt auch hierdurch wieder eine einfache Antwort: Sofern es das Ziel der Politik ist, das Leben und die Gesundheit der Menschen in Europa zu sichern, ist die Beschäftigung mit anderen Themen als Terrorismus sehr viel ergiebiger.

Nicht zu vergessen: Das Ziel des Terrors ist ja gerade, dass Menschen sich mit ihm beschäftigen. Die Terroristen wollen nicht die Gesundheit von wenigen Menschen beeinträchtigen, sondern die Seelenruhe von vielen Menschen. Ein einfaches Gegenmittel gegen Terrorismus, vielleicht das einzige Gegenmittel, ist Ignoranz. Diese zu zeigen, gelingt inzwischen vielen Menschen in Europa nicht mehr, aus sehr menschlichen Gründen. Aber *Data* würde hierzu einige Fragen stellen. Der Normalbürger sollte zumindest ein gesundes Maß an Ignoranz zeigen.

Bei all diesen Betrachtungen ist aber die Einschränkung »in Europa« sehr wichtig. Die Politik der europäischen Länder muss selbstverständlich auch auf andere Kontinente schauen. Dort sind ganz andere Rechnungen aufzumachen. Die Gefahren des Terrorismus sind in Afrika und Asien teilweise um ein vielfaches größer als in Europa. Dort existieren natürlich auch andere, größere Chancen für Wohlfahrtsgewinne; durch die Terrorismusbekämpfung und durch andere Eingriffe. Wie sich die europäische Außenpolitik verhalten soll, ist durch die obigen Überlegungen vollkommen unge-

klärt. Aber die Überlegungen zeigen: Der in Europa entstehende Schaden ist zwar schlimm, aber quantitativ gering. Nur wenn wir die Wohlfahrt der Menschen auf anderen Kontinenten im Auge haben, ist es sinnvoll, hohe Kosten für die Terrorismusbekämpfung aufzubringen.

Um mit einem positiven Beispiel für diese Form der abwägenden Vernunft zu enden: Bill Gates. Er hat in den 1990er Jahren, damals schon als reicher und vielbeschäftigter Mann, eine Liste mit denjenigen Krankheiten gelesen, die auf der Erde die meisten Todesfälle verursachen. Die mitgelieferten Zahlen hierzu waren und sind erschreckend: Die zehn *biggest killers* verursachen jährlich jeweils Hunderttausende Todesfälle. Was Gates als Chance erkannte, war die Tatsache, dass ein Großteil dieser Todesfälle vermeidbar war. Er verwendet seither seine Energie und seinen Reichtum dafür, sie zu verringern. Der Homo oeconomicus hätte sich ebenso entschieden.



Martin G. Kocher\*

## Verhaltensökonomik und Wirtschaftspolitik

Die Verhaltensökonomik, und mit ihr ihre wichtigste Methode – das ökonomische Experiment –, gehörte in den letzten beiden Jahrzehnten zu den aktivsten und erfolgreichsten Teildisziplinen der Wirtschaftswissenschaft. Artikel und Zitationen in den renommiertesten internationalen Fachzeitschriften malen ein Bild des Aufstiegs innerhalb der Wirtschaftswissenschaft. Kurz gesagt, beschäftigt sich die Verhaltensökonomik mit den psychologischen Grundlagen der Entscheidungsfindung. Ewas technischer formuliert, geht es der Verhaltensökonomik um die Analyse der Abweichungen von den Grundannahmen des *Homo oeconomicus* in Bezug auf Rationalität und Eigennutz. Ziel ist die Präzisierung, Modellierung und empirische Überprüfung systematischer Abweichungen von diesen Standardannahmen beim menschlichen Entscheiden.

Es ist ein Irrtum, dass mit der Berücksichtigung von psychologischen Elementen in der Wirtschaftswissenschaft Neuland betreten wird. Wer die Klassiker der Nationalökonomik wie Adam Smith oder John Stuart Mill liest, wird häufig Referenzen zu Altruismus, Emotionen oder anderen Abweichungen von den Standardannahmen finden. Meine Lesart der Geschichte der Wirtschaftswissenschaft ist, dass die zunehmende Formalisierung der Volkswirtschaftslehre, insbesondere infolge des raschen Erkenntnisfortschritts in der Spieltheorie in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts, zu einer Vernachlässigung der »menschlichen« Komponente der Entscheidungsfindung geführt hat, auch weil die notwendigen technischen Voraussetzungen für eine spieltheoretische Analyse begrenzt rationalen Verhaltens oder nicht-eigennützigen Verhaltens nur teilweise gegeben waren. Wie immer, wenn sich eine Wissenschaftsdisziplin auf ein spezifisches Set an Fragen konzentriert, gibt es kurz danach eine Gegenbewegung. Diese trat in der Wirtschafts-

\* Prof. Dr. Martin G. Kocher ist Inhaber des Lehrstuhls für Verhaltensökonomik und experimentelle Wirtschaftsforschung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

wissenschaft vor allem in Form der Verhaltensökonomik und der experimentellen Wirtschaftsforschung auf.

Angesichts des, nennen wir es, Siegeszugs der Verhaltensökonomik mag es ein wenig überraschen, dass die Erkenntnisse der letzten 20 Jahre nur sehr begrenzt Einzug in die wirtschaftspolitische Beratung und die Wirtschaftspolitik gehalten haben. Auch in den Standardlehrbüchern der Volkswirtschaftslehre kommt die Verhaltensökonomik nur sehr langsam und vorsichtig zum Zug. Im Folgenden möchte ich die Gründe dafür und die aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit der »praktischen Anwendung« der Erkenntnisse der Verhaltensökonomik diskutieren.

### Verhaltensökonomik im Kanon der Lehre im Fach Volkswirtschaft

In den Pflichtvorlesungen der Bachelor- und Masterprogramme in Volkswirtschaftslehre finden sich überraschenderweise sehr wenige der neueren Modelle und Resultate aus der Verhaltensökonomik. Das liegt wohl an der Ansicht vieler Lehrender, dass die Studierenden zuerst das Standardmodell verstehen müssen, um danach Abweichungen von diesem und Grenzen desselben zu analysieren; genauso wie man in der Regel zuerst vollständige Märkte und dann erst Monopole oder Externalitäten als Abweichungen davon unterrichtet. Langfristig ist das allerdings ein Modell des VWL-Unterrichts, das zum Scheitern verurteilt ist. Immer mehr Nebenfach-Studierenden – darunter subsumiere ich hier auch die Betriebswirte – erleben aufgrund der Studienplanstraffung durch das Bologna-System mit Bachelor und Master nur mehr die Grundlagen der Mikro- und Makroökonomik als einzige Veranstaltungen aus der Volkswirtschaftslehre und internalisieren dadurch ein verzerrtes Bild der modernen Volkswirtschaftslehre. Man kann sogar so weit gehen zu behaupten, dass sie manchmal ein gefährlich falsches Bild der Volkswirtschaftslehre vorgesetzt bekommen. Da es meines Erachtens niemals ein neues, kohärentes, verhaltenswissenschaftliches »Gegenmodell« zum Standardmodell der Entscheidungstheorie geben wird, das letzteres ersetzen könnte, werden sich die Volkswirte Gedanken machen müssen, wie sie das Standardmodell als Referenzmodell in der Mikroökonomik und Aspekte verhaltensökonomischer Erkenntnisse parallel und mehr oder weniger vom ersten Tag an gemeinsam unterrichten. Es sei hinzugefügt, dass es nicht klar ist, ob es überhaupt erstrebenswert wäre, irgendwann ein kanonisches verhaltensökonomisches Modell zu haben, das als Ersatz des Standardmodells gelehrt würde. Persönlich finde ich es ehrlicher, darauf hinzuweisen, dass es je nach Anwendung und konkreter Fragestellung unterschiedliche Sichtweise gibt, die jeweils mehr oder weniger hilfreich sein können, so wie z.B. die Newtonsche Mechanik parallel zur Relativitätstheorie existiert. Dabei geht es

nicht um richtig oder falsch, sondern um die Passgenauigkeit zum Problem, das analysiert werden soll.

### Verhaltensökonomik in privaten Unternehmen

Es ist verblüffend, wie schnell sich verhaltensökonomische Erkenntnisse und Aspekte in Unternehmen verbreitet haben. Von der wissenschaftlichen Erkenntnis in Fachzeitschriften bis zur Produktgestaltung und zum »Beratungsprodukt« dauert es mittlerweile nur mehr ein paar Jahre. Beratungsunternehmen, die sich auf verhaltensökonomische Aspekte konzentrieren, haben Konjunktur, und ihr Beratungshorizont geht mittlerweile weit über traditionelle Marketinginstrumente hinaus. Unternehmen wenden aktuelle verhaltensökonomische Resultate an, wenn es um institutionelles Design, Informationsgestaltung, Kontraktgestaltung, Pricing und vieles andere mehr geht. Hier zeigt sich, dass viele der empirischen, aber auch der theoretischen Ansätze aus der Verhaltensökonomik direkter, wenn man so sagen darf, anwendbar sind als komplexe theoretische Modelle, die auf der Standardtheorie beruhen. Aus wissenschaftlicher Sicht ist dabei interessant, dass man mit komplexen dynamischen Modellen (und manchmal einem kleinen Glaubenssprung) basierend auf den Standardannahmen zu ähnlichen Vorhersagen kommt wie mit sehr einfachen verhaltensökonomischen Modellen. Manchmal kann man daher ein verhaltensökonomisches Modell als »Reduced-form«-Modell eines komplexen dynamischen Modells begreifen. Welche der beiden Modellvarianten dann deskriptiv »besser« ist, kann allgemein nicht beantwortet werden.

### Verhaltensökonomik in der Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik

Es überrascht, dass die Verhaltensökonomik – im Gegensatz zu den Anwendungen in der Privatwirtschaft – im öffentlichen Bereich nur sehr begrenzt angekommen ist. Ähnliches gilt für die Wirtschaftsforschungsinstitute im deutschsprachigen Raum. Natürlich gibt es mittlerweile in vielen Staaten sogenannte »Nudging« Units – also Abteilungen in Ministerien oder ausgelagerte Büros, die sich um die Anwendung von verhaltensökonomischen Erkenntnissen in der öffentlichen Verwaltung und in der Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern bemühen. Dabei wird ein breites Feld von Interventionen abgedeckt, das von der Gestaltung von Formularen und Informationen bis hin zu wichtigen gesetzlichen Vorhaben, wie zum Beispiel Organspenden oder die Altersvorsorge, reicht. Ein Problem ist sicher, dass sich das, was als »Nudging«-Konzept verkauft wird, sehr wohl davon unterscheidet, was die Verhaltenswissenschaften zur Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik beitragen können. Das Nudging-Konzept hat einige verhaltensökonomische Erkenntnisse popularisiert, aber gleichzeitig die öffentliche

Wahrnehmung der Disziplin, was ihre Anwendung in der Politik betrifft, gefährlich eingeschränkt. Das Repertoire an verhaltensökonomischen Instrumenten reicht von Nudging, über die optimale Gestaltung von Entscheidungen (z.B. die Bereitstellung von Selbstverpflichtungsstrategien) bis hin zur optimalen Anreizgestaltung unter verhaltenswissenschaftlicher Perspektive. Das Instrumentarium ist also viel breiter, als es das Konzept des Nudging vermittelt. Viele Beispiele könnte man hier anführen: der optimale Mix aus Belohnung und Bestrafung von Steuerpflichtigen auf Basis ihrer Steuererklärung, die Offenlegung von Identitäten und sozialen Normen in unser Entscheidungsfindung, die Gestaltung von Entscheidungen im Bereich Gesundheit, Ressourcenverbrauch oder Sport, die optimale Gestaltung von langfristigen Entscheidungen wie Altersvorsorge, Versicherungswahl, Geldanlage oder Berufswahl, Bildung und Familienplanung, aber auch die optimale Gestaltung von ganzen Bildungs- und Gesundheitssystemen.

Ein Grund für die schleppende Berücksichtigung der Verhaltensökonomik in der Politikberatung ist sicher auch die unklare Situation hinsichtlich theoretischer Schlussfolgerungen in der Wohlfahrtsökonomik. Sein praktisches Pendant erfährt dieses Problem in der Diskussion über den Grad des Paternalismus des Nudging-Konzepts. Kurz gesagt, geht es darum, inwieweit die öffentliche Hand, Menschen in ihren Entscheidungen unterstützen soll, wenn wir wissen, dass diese Entscheidungen manchmal falsch, d.h. nicht im besten eigenen Interesse, sind. Eine Wissenschaft, wie die Wirtschaftswissenschaft, die sehr stark auf dem Axiom der offenbaren Präferenzen beruht, ist dann natürlich quasi hilflos. Es gibt noch keine überzeugende Wohlfahrtsökonomik in der Verhaltensökonomik. Das heißt, wir haben keine normative Theorie, die uns allgemein in der Ausgestaltung von Eingriffen in die souveräne Entscheidungsfindung von Menschen Leitlinien gäbe. Dadurch erscheinen manche dieser Eingriffe ad hoc. Provokant ausgedrückt, ergibt das eine Wahl zwischen Pest und Cholera: die traditionelle Wohlfahrtsökonomik ist deskriptiv obsolet und hat wenig Aussagekraft für empirische Fragen hinsichtlich menschlicher Entscheidungen. Aber eine Alternative, die allgemein akzeptiert wäre, gibt es nicht, und es ist unklar, ob es sie jemals in überzeugender Form geben wird.

### Die Verhaltensökonomik als imperialistische Teildisziplin?

Die Verhaltensökonomik und insbesondere die experimentelle Wirtschaftsforschung haben den Fokus der Ökonomen und Ökonomen auf die Notwendigkeit kausaler Aussagen gelegt. Das ist vielleicht der wichtigste Beitrag der Verhaltensökonomik für die Wirtschaftswissenschaft als Ganzes. Niemand vermochte vorherzusagen, welche hervorragenden Möglichkeiten in den Sozialwissenschaften

existieren, auf Basis von experimentellen und quasi-experimentellen Variationen kausale Schlussfolgerungen aus Felddaten zu ziehen. Traditionelle ökonometrische Modelle erforderten immer einen gewissen Glaubenssprung bezüglich der Kausalität ihrer Kernaussagen. Durch die Idee der Randomisierung bzw. der Quasi-Randomisierung entstanden sowohl neue ökonometrische Methoden als auch neue Resultate in Bereichen, in denen man nie für möglich gehalten hätte, dass es so etwas wie Feldexperimente (randomized controlled trials; kurz RCTs) und natürliche Experimente (die Randomisierung ist der Natur der Frage inhärent) geben könnte. Mittlerweile sind die Begriffe Experiment und Randomisierung gängiges Vokabular in der Entwicklungsökonomik, in der Bildungsökonomik, in der Arbeitsmarktökonomik, in der Wirtschaftsgeschichte, der Industrieökonomik oder in der Finanzwissenschaft, um nur einige Beispiele zu nennen. Die moderne Entwicklungsökonomik zum Beispiel kann man sich ohne randomisierte Studien gar nicht mehr vorstellen. Da besteht natürlich eine gewisse Gefahr, dass relevante Probleme nicht wissenschaftlich aufgearbeitet werden, weil sich gerade keine Randomisierung zur Identifikation anbietet (das sogenannte »searching under the lamp post«). Andererseits gibt es dann vielleicht quasi-randomisierte Variationen, die zumindest eine bessere Identifikation zulassen als frühere Herangehensweisen. Interessant ist, dass es aber immer noch wichtige Bereiche in der Wirtschaftswissenschaft gibt, in denen Randomisierung und Experimente noch nicht zum methodischen Rüstzeug gehören. Dazu zählen z.B. die International Ökonomik und die Makroökonomik. Gerade letzterer stünde eine stärkere verhaltensökonomische Fundierung gut zu Gesicht. Es ist problematisch, dass es hier leider vergleichsweise wenig Forschungsaktivität gibt, weil die Betrachtungsweisen, Modellwelten und Methoden so unterschiedlich sind, dass eine Integration schwieriger ist, als man sich das vorgestellt hatte. Hier liegt ein riesiges Feld brach.

### Der Verhaltensökonomik als Vehikel zur Interdisziplinarität

Ein wichtiger letzter Punkt bezieht sich auf die Rolle der Verhaltensökonomik als Türöffner zu einer neuen ökonomischen Interdisziplinarität. War früher die Rechtswissenschaft einer der natürlichen Kooperationspartner, hat der Fokus der modernen Mikroökonomik auf die theoretischen und empirischen Grundlagen der Entscheidungsfindung neue Möglichkeiten der wissenschaftlichen Interaktion aufgetan. Der Fokus auf Entscheidungen begründete das neue Feld der »Decision Sciences«, die auf Erkenntnisse und Methoden der Volkswirtschaftslehre, der Psychologie, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Betriebswirtschaftslehre, aber auch der Biologie und der Neurologie zurückgreifen. Die Verhaltensökonomik und die experimentelle Wirtschaftsforschung waren instrumentell in der Etablierung dieser inter-

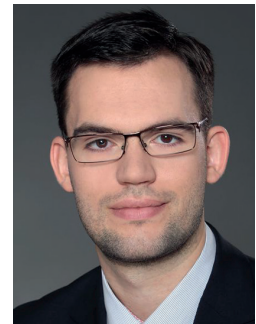
disziplinären Schienen, die zumindest potenziell in beide Richtungen befruchtend wirken: in die Ökonomik hinein und aus der Ökonomik hinaus in die anderen Disziplinen. Allerdings ist es natürlich bedenklich, wenn sich ein sehr guter Mikroökonom heute wissenschaftlich besser mit einem, sagen wir, evolutionären Biologen unterhalten kann als mit einem Makroökonom. Ein Auseinanderdriften der beiden großen Bereiche der Ökonomik ist sicher nicht wünschenswert. Dass die Öffentlichkeit die Ökonomik vor allem als Makroökonomik – und dort vor allem auch als Geld- und Fiskalpolitik sowie als Zukunftsorakel für die wirtschaftliche Entwicklung – betrachtet, macht das Problem umso größer.

### Gekommen, um zu bleiben

Nach einer gewissen Zeit der Unsicherheit darüber, ob die Verhaltensökonomik ein wichtiger Teilbereich der Wirtschaftswissenschaft werden würde, in den 1980er und 1990er Jahren, ist mittlerweile klar, dass sie immer mehr in den Grundlagenkanon vorrückt. Sie ist als Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre nicht mehr wegzudenken. Dies überrascht nicht, wenn man kurz über den paradoxen Namen der Teildisziplin nachdenkt. Da sich alle Ökonominen und Ökonomen per Definition mit dem Verhalten von Wirtschaftsobjekten beschäftigen, erscheint es fast absurd, eine eigene Teildisziplin zu haben, die den Begriff »Verhalten« im Namen führt. Für mich ist der Großteil der Ökonomik »Verhaltensökonomik« – wichtiger ist aber die unvoreingenommene und ergebnisoffene Diskussion in der Wirtschaftswissenschaft über die empirische Relevanz zentraler Annahmen über menschliches Entscheiden und deren kontinuierliche Weiterentwicklung; sowohl aus der Ökonomik heraus als auch mit Blick auf die Nachbardisziplinen. Auf jeden Fall hat die Verhaltensökonomik – neben der leichteren Verfügbarkeit von Felddaten und Statistikprogrammen – dazu beigetragen, die Wirtschaftswissenschaft von einer stark theoretisch geprägten Wissenschaft zu einer stark empirisch bestimmten Wissenschaft umzubauen.



Felix Gelhaar\*



Simon Bartke\*\*

### Wie effektiv sind Nudges in der langen Frist?

Wir alle treffen hin und wieder Entscheidungen, die verbesserungsfähig sind. Viele von uns essen zu schlecht, machen nicht regelmäßig genug Sport und investieren zu wenig in unsere finanzielle Altersvorsorge. »Verbesserungsfähige Entscheidungen« sollen hier verstanden werden als Entscheidungen, deren letztendlicher Nutzen von dem abweicht, was wir uns zu dem Zeitpunkt über ihren Nutzen ausgemalt haben, als wir die Entscheidungen getroffen haben (vgl. Weimann 2015). Kurzgefasst ist also die Differenz zwischen individuellem Erwartungsnutzen zum Zeitpunkt der Entscheidung und individuellem Erfahrungsnutzen, wenn sich die Konsequenzen aus dieser Entscheidung realisieren, gemeint, ohne dass sich in der Zwischenzeit die tatsächlichen Präferenzen geändert haben.

Es sind diese verzerrten Vorstellungen von den Konsequenzen einer Entscheidung, die es attraktiv erscheinen lassen, den Entscheider sanft in die Entscheidung hinein zu stupsen. Nudges (vgl. Thaler und Sunstein 2008) heißen diese Stupsen, die in den vergangenen Jahren an Popularität gewonnen und mehr Interesse erfahren haben. Ein Nudge ist ein Eingriff, der menschliche Entscheidungen auf vorhersagbare Weise beeinflussen soll. Gleichzeitig soll die Präsenz eines Nudges den Entscheider jedoch nicht davon abhalten, sich auch weiterhin für alle anderen Entscheidungsmöglichkeiten ohne signifikante Erschwernisse zu entscheiden, falls er dies möchte. Zusätzlich sollten Nudges wirtschaftliche Anreize nicht verändern. Wenn man davon ausgehen möchte, dass Nudges in den Werkzeugkasten der Regierenden aufgenommen werden, wie bereits in vielen Staaten geschehen, stellen sich daher einige Fragen. Einige dieser Fragen lauten: Was sind die Effekte von Nudges in der langen Frist? Bleiben zunächst erfolgreiche Nudges auch in der langen Frist ef-

\* Felix Gelhaar ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Volkswirtschaftslehre, Professur für Theoretische Volkswirtschaftslehre, an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

\*\* Simon Bartke ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Weltwirtschaft, Kiel.

ektiv? Welche Art von Nudges haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, langfristig effektiv zu sein? Dieser Artikel nimmt zu diesen Fragen Stellung, kann dies an dieser Stelle jedoch nicht erschöpfend tun und ist somit als ein Einstieg in die oben aufgeworfenen Fragen gedacht. Dazu werden wir zunächst kurz empirisch häufig beobachtete Verhaltensmuster einführen, die in der Literatur häufig als »Verzerrungen« (Biases) beschrieben werden und dazu kontrastierend die Annahmen des rationalen Entscheidungsmodells rekapitulieren. Im Anschluss präsentieren wir Studien, die die langfristigen Effekte von Nudges untersucht haben, und geben abschließend ein kurzes Fazit zu den oben aufgeworfenen Fragen.

Um die aufgeworfenen Fragen strukturiert bearbeiten zu können, teilen wir Entscheidungen und Entscheidungssituationen in drei verschiedene Kontexte ein. Entscheidungen können entweder (1) sehr regelmäßig getroffen werden, wie die Entscheidung, welche Lebensmittel man einkauft, oder sie können (2) extrem selten getroffen werden, wie z.B. welche Altvorsorgestrategie man wählt. Den dritten Kontext (3) stellen Entscheidungen dar, welche in einem sozialen Vergleichskontext getroffen werden, wie z.B. die Höhe des Trinkgeldes, das man dem Kellner gibt, wenn jeder Gast einzeln seine Rechnung begleicht. Diese Dreiteilung erhebt keinesfalls den Anspruch, alle für dieses Thema relevanten Entscheidungskontexte komplett zu erfassen, dient jedoch als eine übersichtliche Illustration für den weiteren Verlauf.

Das Paradigma der rationalen Entscheidungen basiert auf lediglich wenigen notwendigen Kernannahmen: Präferenzen sind vollständig, reflexiv und transitiv. Über den rationalen Agenten, den Homo oeconomicus, der innerhalb dieses Paradigmas seinen Nutzen maximiert existieren häufig zusätzlich implizit folgende Annahmen: Der rationale Agent trifft strikt eigennützige Entscheidungen, und er hat unbegrenzte kognitive Fähigkeiten, mit denen er fehlerfrei die komplett vorliegenden Informationen zu einer Entscheidungssituation verarbeitet. Dies beinhaltet, dass er den erwarteten zukünftigen Nutzen einer Entscheidung, die er in einer anderen Zeitperiode trifft, korrekt diskontiert und dies auf konsistente Art und Weise in verschiedenen intertemporalen Entscheidungssituationen macht. Außerdem ist er in der Lage, seine Optimierung auf Veränderungen im Entscheidungsumfeld bayesianisch anzupassen.

Empirisch werden jedoch Entscheidungen beobachtet (vgl. DellaVigna 2009), die entweder dem rationalen Entscheidungsparadigma oder den Annahmen über den Homo oeconomicus widersprechen. Im Hinblick auf Entscheidungen, die wir mit hoher Regelmäßigkeit treffen, sind besonders die folgenden Biases relevant. Mangelnde Selbstkontrolle kann durch Emotionen sowie durch deutlich wahrgenommene, kurzfristige Bedürfnisse begünstigt werden. Dies kann dann

zu impulsivem Verhalten wie z.B. Impulskäufen führen. Auch die Neigung dazu, geplante Tätigkeiten aufzuschieben, kann mit mangelnder Selbstkontrolle assoziiert werden. Bekräftigt wird dieses impulsive Verhalten außerdem dadurch, dass Menschen dazu neigen, Nutzen, den sie im »Jetzt« mit ihren Entscheidungen erfahren können, einen überproportional großen Wert gegenüber gleich- oder mehrwertigem Nutzen, der sich erst in der Zukunft realisiert, beizumessen. In der Konsequenz führt das dazu, dass sich der Entscheider zu sehr um sein heutiges Ich und zu wenig um sein zukünftiges Ich kümmert. Ein Beispiel, bei dem diese hyperbolische Diskontierung problematisch sein kann, ist die Bereitschaft zum Sparen.

Bei Entscheidungen, die sehr selten getroffen werden, haben besonders die folgenden Biases Relevanz. Menschen verfügen nur über limitierte kognitive Fähigkeiten, und so ist es auch nicht verwunderlich, dass bei manchen Entscheidungen Rechenfehler auftreten, nicht alle relevanten Informationen in die Entscheidung mit einbezogen werden oder man sich auf eine Heuristik bei der Entscheidungsfindung verlässt. Häufig steckt hinter diesen Limitationen ein Mangel an Zeit oder an Müße, die optimale Entscheidung zu ermitteln. Wer liest sich schon zig Seiten von Online-AGB's bei jedem Online-Shop durch? Wir neigen weiterhin dazu, an unserem bisherigen Verhalten festzuhalten oder eine voreingestellte Entscheidung (den Default) in vielen Entscheidungskontexten zu übernehmen.

Bei Entscheidungen in einem sozialen Vergleichskontext orientieren sich Menschen oft am Verhalten anderer Personen oder an vorherrschenden sozialen Normen und dies besonders in Entscheidungssituationen, in denen sie unsicher sind. Ferner passen wir unser Verhalten auch an von uns geachtete Rollenvorbilder an. Ein weiterer Aspekt ist hier, dass wir dazu neigen, unsere Entscheidungen, an »Anker« anzupassen. Dies bedeutet, dass wir uns an Ankerwerten wie z.B. 10% bei der Höhe des Trinkgeldes orientieren, wenn wir eine Entscheidung treffen. Menschliches Verhalten ist auch von einem Fairnessbedürfnis und Reziprozität motiviert. Dies bedeutet, dass wir versuchen, andere Menschen fair zu behandeln und uns entgegen gebrachtes Verhalten anhand von Fairness-Kriterien zu beurteilen. Wenn wir von einer Person fair behandelt worden sind, ist die Neigung hoch, diese Person auch fair zu behandeln.

Es soll kurz darauf hingewiesen werden, dass es zwei Biases gibt, die Entscheidungen in allen Entscheidungskontexten beeinflussen. Das Entscheidungsverhalten ist einerseits davon abhängig, wie die Informationen im Entscheidungskontext gestaltet sind. Wird beispielsweise im Rahmen der Entscheidung von Verlusten oder von Gewinnen gesprochen? Andererseits beeinflussen Reize im Umfeld, wie eine Entscheidung getroffen wird. Wird die Entscheidung in einem eher angenehmen oder unangenehmen Ambiente



getroffen? Es erübrigt sich fast, darauf hinzuweisen, dass die Zuordnung von relevanten Biases zur hier eingeteilten Dreiteilung in Entscheidungskontexte subjektiv und unvollständig ist. Die hier vorgestellten Biases beeinflussen teilweise auch Entscheidungen in Kontexten, zu denen wir sie hier nicht als primär relevant zugewiesen haben.

### Evidenz für die Wirksamkeit ausgewählter Nudges in der langen Frist

Viele Raucher stehen regelmäßig vor der Entscheidung, ob sie sich die nächste Zigarette anzünden sollen, wobei einige von ihnen sicherlich lieber nicht von Zigaretten abhängig sein möchten. Freiwillige Verpflichtungsprogramme können Menschen im Kontext von solchen regelmäßigen Entscheidungen »anstupsen«, um dieses Ziel langfristig zu erreichen. Als Beispiel dient eine Studie, bei der Teilnehmer ein halbes Jahr einen monatlichen Beitrag in ein Sparkonto einzahlen (vgl. Giné et al. 2010). Der gesparte Betrag wird nach sechs Monaten zurückerstattet, sollten die Teilnehmer mit einem Urin-test nachweisen können, dass sie nikotinfrei sind. Andernfalls kommt der gesparte Betrag einem guten Zweck zugute. Rund 11% der Raucher, denen das Programm angeboten wurde, meldeten sich für dieses an, wobei die Wahrscheinlichkeit, ein Jahr nach Aufnahme rauchfrei zu sein, für die Teilnehmer um etwa 5% stieg.

Diese Verpflichtungsprogramme sind jedoch nicht grundsätzlich effektiv darin, das Rauchen zu verringern. Eine Meta-Studie, die verschiedene Rauchentwöhnungsprogramme untersucht hat, kommt hier zu enttäuschenden Ergebnissen (vgl. Cahill und Perera 2011). Langfristig haben Verpflichtungsprogramme kaum Auswirkung auf die Raucherentwöhnung, unabhängig von der Größe der monetären Einzahlung oder dem Zeitpunkt der Geldzurückerstattung. Stattdessen ist die Aufnahmequote von Raucherentwöhnungsprogrammen höher, wenn der gezahlte Betrag, um rauchfrei zu bleiben, nicht von den Teilnehmern selbst gezahlt werden muss.

Sicherlich hängt der Erfolg oder Misserfolg von freiwilligen Verpflichtungsprogrammen von mehreren Faktoren, wie etwa der Bezugsgruppe oder der genauen Ausgestaltung des Programms, ab. Weiterhin sollten die Risiken von gesundheitsschädlichem Verhalten transparent und verständlich vermittelt werden (siehe dazu auch Georg Weizsäckers Artikel in dieser Ausgabe). Außerdem können regelmäßiges Feedback oder Belohnungen die langfristige Wirkung verstärken sowie verhindern, dass Menschen nach kurzfristigen Verhaltensänderungen wieder in ihre alten Gewohnheiten verfallen.

Wie viel wir für unsere private Altersvorsorge sparen sollten, gehört zu den Entscheidungen, die zwar wichtig sind, aber

nur sehr selten von uns Handlungen verlangen. Vor allem in den USA existieren in einigen Unternehmen Pensionspläne, die vorsehen, dass die Arbeitnehmer einen gewissen Prozentsatz ihres Einkommens für die private Altersvorsorge sparen. Dabei können die Arbeitnehmer selbst über die Sparquote entscheiden. Arbeitnehmer zahlen jedoch häufig zu wenig in diese Sparverträge für ihre Altersvorsorge ein. Ein Nudge, der dem entgegenwirkt, ermöglicht es Arbeitnehmern, sich zu verpflichten, einen Teil ihrer zukünftigen Gehaltserhöhung in ihre Altersvorsorge zu investieren. Dabei ist der Default ein positiver Sparbetrag, d.h. bei einer Gehaltserhöhung erhöht sich automatisch der Betrag, der regelmäßig in den Sparvertrag fließt, während Arbeitnehmer jedoch gleichzeitig auch noch etwas von ihrer Gehaltserhöhung haben (vgl. Thaler und Benartzi 2004). Etwa drei Viertel der Befragten schlossen solch einen Vertrag ab und blieben auch langfristig eingeschrieben. Die durchschnittliche Sparquote stieg dadurch langfristig an. 40 Monate nach Beginn der Intervention hat sich die durchschnittliche Sparquote von etwa 3% auf über 13% erhöht.

Eine andere Studie kommt jedoch zu einem differenzierteren Ergebnis. Ein großer amerikanischer Arbeitgeber wollte das Modell der im Unternehmen angebotenen Altersvorsorgepläne umstellen. Dabei wurden Arbeitnehmer vor die Wahl gestellt, ob sie im alten Modell verbleiben oder ins neue Modell wechseln wollen. Forscher (vgl. Goda und Manchester 2013) untersuchten hierbei den Effekt von altersabhängigen Defaults bei dieser Entscheidung. Für Arbeitnehmer unter 45 Jahren war automatisch ein Wechsel in das neue Modell voreingestellt, während für Arbeitnehmer über 45 Jahren automatisch das alte Modell voreingestellt war. Die Studie fand, dass ein Default, der altersabhängig ist, die Akzeptanz des Defaults relativ zu einer einheitlichen Default-Einstellung verbessert.

Die Evidenz nicht nur bei Altersvorsorgeentscheidungen, sondern auch in anderen Bereichen wie z.B. der Organspendebereitschaft zeigt, dass Defaults großen Einfluss auf Entscheidungen haben, die selten getroffen werden. Dies macht Defaults zu einem relativ effektiven Nudge. Bei der Auswahl der Bereiche und Entscheidungen, in denen ein Default verändert wird, sollte daher große Achtsamkeit herrschen. Defaults sollten in Entscheidungen eingesetzt werden, bei denen es Evidenz gibt, dass die wahren Präferenzen der Entscheider, die diesem Default unterliegen, homogen sind. Sollte nämlich eine Heterogenität vorliegen, besteht die Gefahr, dass die Entscheider sich irgendwann aktiv gegen den Default entscheiden. Durch die Heterogenität der wahren Präferenzen besteht außerdem die Gefahr, dass Entscheider einen Verlust ihres Nutzens erfahren, da sie schließlich auch den Biases unterliegen, welche den Default-Nudge funktionieren lassen und somit unnötig lange in dem für sie »schlechten« Default verbleiben.

Privater Energiekonsum eignet sich als Kontext für Entscheidungen, bei denen soziale Vergleiche eine Rolle spielen. Ein Nudge, der hier ansetzt, informiert Haushalte über einen durchschnittlichen (Energie-)Verbrauch einer Referenzgruppe, und zwar den ihrer Nachbarn (vgl. Allcott und Rogers 2014). Selbst zwei Jahre nach Beginn der Studie lag der Energieverbrauch der so informierten Haushalte im Durchschnitt 10% unter dem anfänglichen Verbrauch, wobei der Effekt größer ist, wenn diese über einen längeren Zeitraum regelmäßig an den durchschnittlichen Verbrauch ihrer Nachbarschaft erinnert werden. Nudges in sozialen Vergleichskontexten zeigen, dass der positive Effekt des Nudges u.a. von der politischen Einstellung der »genudgten« Entscheider abhängt (vgl. Costa und Kahn 2013). Bestimmte Gruppen erhöhen sogar ihren Energieverbrauch, wenn ihnen mitgeteilt wird, dass sie im Vergleich mit ihren Nachbarn unterdurchschnittlich viel verbrauchen.

Klare Vorstellungen darüber, wie die Zielgruppe auf einen bestimmten Referenzwert reagiert, sind daher unabdingbar. Hierbei sollte besonders auf die sozio-demographischen Charakteristika der Gruppen geachtet werden. Generell sind soziale Vergleichssituationen zu vermeiden, die bereits aussagen, dass man »besser« als die gesetzte Referenzgruppe abschneidet. Wichtig ist, dass sich die »angestupsten« Teilnehmer mit den zur Verfügung gestellten sozialen Vergleichssituationen identifizieren können. Dies kann u.a. durch geschätzte Persönlichkeiten und Vorbilder zur Informationsübermittlung an die adressierten Referenzgruppen geschehen.

## Fazit

Nudges bieten zwar einen scheinbar einfachen Weg, Menschen in eine wünschenswerte Richtung zu »stupsen«, allerdings haben bisher zu wenige Studien die langfristigen Effekte von Nudges untersucht. Generell ist zu erwarten, dass die Wirkung eines Nudges, besonders in Entscheidungskontexten von häufig getroffenen Entscheidungen und Entscheidungen, die eine soziale Vergleichskomponente beinhalten, im Zeitverlauf nachlässt. Unter diesen Umständen wären selbst bei regelmäßigen Wiederholungen Nudges nicht zuverlässig langfristig erfolgreich, sondern nur eine langfristige Änderung der Präferenzen. Präferenzen sind zu einem nicht unwesentlichen Teil von Kultur und gesellschaftlichen Normen geprägt. Um Präferenzen zu ändern, ist es daher vermutlich erforderlich, Einfluss auf die Kultur und gesellschaftlichen Normen zu nehmen. Dies kann auf mehreren Ebenen geschehen wie z.B. langfristig orientierter Verbraucherinformationsarbeit, einer Anpassung des Unterrichtsstoffes in Schulen oder einer Veränderung der Organisations- und Anreizstrukturen innerhalb von Unternehmen. Wir empfehlen außerdem, dass die Debatte darüber, welche Bürger in welchen Entscheidungssituationen wie genudged

werden, öffentlich geführt wird. Ein transparenter Umgang der Entscheidungsträger mit dem Thema Nudging und generell allen Politikinstrumenten, die auf verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen, ist hilfreich, um die Bürger über diese neuen Instrumente der Wirtschaftspolitik aufzuklären und ihnen eine informierte Debatte zu ermöglichen.

## Literatur

Allcott, H. und T. Rogers (2014), »The Short-Run and Long-Run Effects of Behavioral Interventions: Experimental Evidence from Energy Conservation«, *American Economic Review* 104(10), 3003–3037.

Cahill, K. und R. Perera (2011), *Competitions and Incentives for Smoking Cessation*, Cochrane Database Syst Rev., 4. Jg.

Costa, D.L. und M.E. Kahn (2013), »Energy conservation »nudges« and environmentalist ideology: evidence from a randomized residential electricity field experiment«, *Journal of the European Economic Association* 11(3), 680–702.

DellaVigna, S. (2009), »Psychology and Economics: Evidence from the Field«, *Journal of Economic Literature* 47(2), 315–372.

Giné, X., D. Karlan und J. Zinman (2010), »Put Your Money Where Your Butt Is: A Commitment Contract for Smoking Cessation«, *American Economic Journal: Applied Economics*, 213–235.

Goda, G.S. und C.F. Manchester (2013), »Incorporating employee heterogeneity into default rules for retirement plan selection«, *Journal of Human Resources* 48(1), 198–235.

Thaler, R.H. und S. Benartzi (2004), »Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving«, *Journal of Political Economy* 112(S1), 164–187.

Thaler, R.H. und C.R. Sunstein (2008), *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven, CT.

Weimann, J. (2015), »Die Rolle von Verhaltensökonomik und experimenteller Forschung in Wirtschaftswissenschaft und Politikberatung«, *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 16(3), 231–252.