



This paper was originally published by Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. as:
Herzog, S. M., & Hertwig, R. (2022). **Kompetenzen mit “Boosts” stärken: Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse jenseits von “Nudging”**. *Report Psychologie*, 47(4), 18–21.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, nontransferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Provided by:

Max Planck Institute for Human Development
Library and Research Information
library@mpib-berlin.mpg.de



G 3777
FACHZEITSCHRIFT DES BDP
ZEITSCHRIFT DES BERUFSVERBANDES DEUTSCHER
PSYCHOLOGINNEN UND PSYCHOLOGEN E.V.
47. JAHRGANG
APRIL 2022


04|2022

report**psychologie**

Wissenschafts- kommunikation

**Kategorisierung ist eine
Ursache von Fremd-
gruppenabwertung** S. 26

**Psychopharmaka und
Gender** S. 34



Kompetenzen durch »Boosts« stärken

Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse jenseits von »Nudging«¹

Foto: yns – unsplash.com

Heutzutage treffen wir in fast allen Lebensbereichen auf hochtechnisierte Entscheidungsumgebungen – in Supermärkten und Einkaufszentren, in den sozialen Medien, auf Investment-Websites und sogar an der Wahlurne. Es wäre sicher zu optimistisch anzunehmen, dass die Designer*innen dieser Umgebungen – die »Entscheidungsarchitekt*innen« – in der Regel wohlwollend und im Dienste des Gemeinwohls handeln. Vielmehr verfolgen sie häufig gewinnmaximierende Interessen. Diese Kluft zwischen öffentlichem Wohl und kommerziellen Interessen kann zu »toxischen« Entscheidungsumgebungen führen, z. B. zu Lebensmittelumgebungen, die Adipositas und Diabetes fördern, und zu Online-Umgebungen, die darauf ausgelegt sind, unsere Aufmerksamkeit durch Ablenkung und Manipulation zu stehlen.²

Es gibt kein Patentrezept gegen die Bedrohung, die solche oft sorgfältig gestalteten, nicht gemeinwohldienlichen Entscheidungsumgebungen für das Wohl des Individuums bedeuten können. Wir vertreten den Standpunkt, dass es einen »Policy-Mix« braucht, der nebst wirksamen regulatorischen Eingriffen u. a. die Stärkung der Entscheidungskompetenzen der Bürger*innen als ein Schlüsselement sieht. Hier müssen die Verhaltenswissenschaften – insbesondere die Psychologie – eine zentrale Rolle spielen. Nur wenn auch individuelle Kompetenzen gefördert werden, kann es gelingen, das Gleichgewicht zwischen toxischen Entscheidungsumgebungen und individueller Autonomie wiederherzustellen, insbesondere auch weil die Erfahrung zeigt, dass Definition und Umsetzung von geeigneten Vorschriften und Regelungen Zeit brauchen. Kompetente und infor-

mierte Bürger*innen sind damit selbst die erste Verteidigungslinie in problematischen Umwelten.

Kompetenzen durch »Boosts« stärken

In diesem Beitrag stellen wir einen verhaltenswissenschaftlich gestützten Ansatz vor, der sogenannte »Boosts« (»boosting« = »stärken«) bereitstellt: evidenzbasierte, nicht monetäre und nicht regulatorische Interventionen, die das Ziel haben, die Entscheidungs- und Selbstkontrollkompetenzen von Menschen zu stärken. Solche Kompetenzen sind in vielen Bereichen relevant, nicht nur in toxischen Entscheidungsumgebungen. Ein Beispiel aus dem Bereich Medizin und Gesundheitsversorgung: In einer Feldstudie aus den Niederlanden wurde u. a. untersucht, inwiefern eine Boosting-Intervention die Handhygiene des Pflegepersonals in Krankenhäusern verbessern kann.³ In Krankenhäusern ist die Einhaltung der Handhygiene entscheidend für die Vermeidung von Infektionen. Es gibt standardisierte Protokolle dazu, wann und wie Handhygiene-Maßnahmen durchzuführen sind. Viele Studien berichten jedoch, dass die Rate, mit der diese Regeln befolgt werden, niedrig ist (unter 50 %) und dass daher leider vermeidbare Infektionen zwischen Patient*innen und dem Pflegepersonal stattfinden. Die Boosting-Intervention in dieser Feldstudie erfolgte in Form von Postern und Flyern, die dem Pflegepersonal die Häufigkeit von Krankenhausinfektionen und die Rolle ihrer Handhygiene bei deren Entstehung unmittelbar vor Augen führten. Das Ausmaß des Infektionsrisikos wurde in relativen Häufigkeiten – statt als schwerer verständliche Wahrscheinlichkeit – dargestellt, um dem Pflegepersonal zu helfen, die Risiken einer mangelhaften Handhygiene besser zu verstehen: »Eine*r von zwanzig Patient*innen erleidet eine krankenhausbedingte Infektion«, und »Untersuchungen zeigen, dass in zwei amerikanischen Krankenhäusern die Zahl der Fälle von MRSA-Infektionen (Methicillin-resis-

¹ Dieser Beitrag stützt sich auf ein schon zuvor erschienenes Kapitel (Herzog & Hertwig, 2019, frei zugänglich via https://doi.org/10.15501/978-3-86336-924-8_2 oder via <https://scienceofboosting.org/de>). Mehr Hintergrund und Literaturangaben finden sich in diesem Kapitel sowie auf <https://scienceofboosting.org>.

² Auf Wunsch der Autoren wird im Artikel als gendergerechte Schreibweise der Gender-Stern verwendet.

³ <https://behavioralscientist.org/building-the-behavior-change-toolkit-designing-and-testing-a-nudge-and-a-boost/>

Tabelle 1

Ausgewählte Beispiele für gesellschaftliche Herausforderungen, notwendige Kompetenzen, um diesen zu begegnen, und Boosting-Interventionen zur Stärkung dieser Kompetenzen (mehr Beispiele und Literatur: www.scienceofboosting.org)

Herausforderung	Kompetenz(en)	Boost
Falschinformationen im Netz, auf Social Media und in Messenger-Diensten	Valide Strategien, um die Zuverlässigkeit von Informationen und deren Quellen einzuschätzen	»Laterales Lesen«, wie es Faktenchecker praktizieren (cor.stanford.edu): nicht die Quelle selbst beurteilen (z. B. Webseite, Nachricht = »vertikales Lesen«), sondern mit Hilfe einer Suchmaschine überprüfen, was anderswo über die Quelle gesagt wird (= »laterales Lesen«; z. B. Wineburg & MacGraw, 2019, Teach Coll Rec)
Fehlende Einhaltung von Hygienestandards im Gesundheitssystem	Verstehen der Konsequenzen bei Nichteinhaltung von Hygienestandards	Einfache, kurze und transparente Kommunikation der Effektivität der Hygienevorschriften (siehe Haupttext für ein ausführliches Beispiel zu Handhygiene in Krankenhäusern; van Roekel et al., 2021, Behav Public Policy)
Selbstkontrollprobleme in Online-Umgebungen (z. B. unproduktives Surfen)	Selbstmanagement der eigenen Aufmerksamkeit und der Zugänglichkeit von Störfaktoren	»Selbst-Nudging« in Online-Umgebungen (Kozyreva et al., 2020, Psychol Sci Public Interest; siehe auch humanetech.com): z. B. Gestaltung der eigenen Online-Umgebung durch die präventive Veränderung von Benachrichtigungsvoreinstellungen (z. B. »Nicht stören«-Modus auf Mobiltelefonen)
Ungesunde Ernährung	Selbstmanagement der eigenen Selbstkontrollressourcen in Bezug auf Ernährung	»Selbst-Nudging« (Reijula & Hertwig, 2022, Behav Public Policy): Zugänglichkeit von problematischen Reizen reduzieren (z. B. verlockende Speisen schwer zugänglich aufbewahren, ganz hinten im Schrank), um die eigene Selbstkontrolle weniger herauszufordern
Sportliche Betätigung aufrechterhalten	Selbstmanagement der eigenen Selbstkontrollressourcen in Bezug auf sportliche Betätigung	Training in »Belohnungsbündeln« (»temptation bundling«): Kopplung eines angenehmen Genusses mit einem Verhalten, das eine verzögerte Belohnung bietet (z. B. während der sportlichen Betätigung Audiobücher hören; Kirgios et al., 2020, Organ Behav Hum Decis Process)
Probleme beim Verstehen von statistischen Informationen (z. B. Aussage von positiven medizinischen Testresultaten)	Datenkompetenz (»statistical literacy«), z. B. korrekte Interpretation von positiven medizinischen Testresultaten anhand des Bayes' Theorems	Training in der selbstständigen Umwandlung der statistischen Information (Prävalenz, Sensitivität und Spezifität eines Tests) in »natürliche Häufigkeiten«, was die korrekte Interpretation offensichtlich macht (Sedlmeier & Gigerenzer, 2001, J Exp Psychol Gen)
Geringerer Mathematik-Erfolg bei Kindern von Eltern mit Mathematik-Ängstlichkeit	Spielerisches, ungezwungenes Umgehen mit Mathematik mit den eigenen Kindern (trotz eigener Mathematik-Ängstlichkeit)	»Bedtime Learning Together«: iPad-App, die Eltern und Kindern mathematische Geschichten und passende, spielerische Mathematikaufgaben zur Verfügung stellt (Berkowitz et al., 2015, Science)

tenter Staphylococcus aureus) um die Hälfte zurückging, nachdem die Mitarbeitenden des Gesundheitswesens ihre Handhygiene verbessert hatten«. Ein vierwöchiges, nicht randomisiertes Quasi-Experiment ergab, dass allein diese sehr einfache Boosting-Intervention zu einer besseren Handhygiene führte, sowohl im Vergleich zur Zeit vor der Intervention als auch im Vergleich zu einer Kontrollgruppe (»business as usual«).

Im Handhygiene-Beispiel besteht der Boost vor allem aus Informationen, die zur Einhaltung von Hygieneregeln motivieren können. Das angemessene Verhalten ist sehr wohl bekannt, die Hürden sind hier primär Motivation oder Ausdauer. Es gibt aber auch Situationen, in denen man nicht weiß, wie man sich besser verhalten kann. An dieser Stelle helfen Boosts, die fehlende Verhaltenskompetenzen vermitteln. Tabelle 1 stellt ausgewählte Beispiele für Boosting-Intervention vor (z. B. um Falschinformationen zu erkennen oder Selbstkontrollfähigkeiten in Online-Umgebungen zu verbessern). Diese machen deutlich, dass der Boosting-Ansatz in ganz unterschiedlichen Bereichen angewendet werden kann (z. B. medizinische Versorgung, persönliche Ernährung

oder Online-Umgebungen) und ganz unterschiedliche Arten von Kompetenzen stärken kann (z. B. Risikokompetenz, Selbstkontrolle oder Urteile/Entscheidungen unter Unsicherheit).

Nachdem wir die Vielfältigkeit von Boosts gesehen haben, stellt sich eine Reihe von Fragen: Welche Rolle spielen Verhaltenswissenschaften derzeit in der Politikgestaltung? Welche verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnisse und Ansätze werden zurzeit genutzt?

Die Verhaltenswissenschaften bieten der Politikgestaltung eine breite Palette an Werkzeugen

Zahlreiche Regierungen und internationale Organisationen haben begonnen, das Potenzial verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse für eine wirksame und effiziente Politikgestaltung zu berücksichtigen. So hat auch die deutsche Bundesregierung 2015 ihr Politiklabor »Wirksam regieren – mit Bürgern für Bürger« ins Leben gerufen. Dass die Bedeutung der Verhaltenswissenschaften für die Politikgestaltung in den vergangenen Jahren eine solche Aufmerksamkeit gewonnen hat, ist zweifellos dem »Nudging«-Ansatz zu verdanken,



Dr. Stefan M.

Herzog ist Forschungsleiter des Forschungsschwerpunktes »Boosting« im Forschungsbereich »Adaptive Rationalität« (ARC) am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung in Berlin.

www.stefanherzog.org

der durch das Buch »Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt« bekannt wurde. »Nudges« sind nicht monetäre und nicht regulatorische Interventionen, die Menschen in eine bestimmte Richtung lenken (»nudging« = »stupsen«), aber dabei die Wahlfreiheit bewahren sollen. Zu den bekanntesten Beispielen für Nudges gehören wohl die Effekte von Voreinstellungen, so z. B. auf die Registrierung als Organspender*in oder die Cookies-Datenschutzeinstellungen in Web-Browsern. Solange man nichts aktiv an einer Voreinstellung ändert, verbleibt man bei dieser (z. B. Organspender*in oder minimaler Datenschutz im Netz). Und weil Menschen dazu tendieren, bei einer Voreinstellung zu bleiben, können öffentliche, aber auch kommerzielle »Entscheidungsarchitekt*innen« durch das gezielte Setzen von Voreinstellungen das gewünschte Verhalten herstellen (z. B. hohe nominelle Bereitschaft zur Organspende oder minimaler Datenschutz im Netz).

Auf der einen Seite begrüßen wir das derzeitige Interesse an den Verhaltenswissenschaften für die Politikgestaltung. Auf der anderen Seite wäre es jedoch falsch und eine verpasste Gelegenheit, die Gesamtheit verhaltenswissenschaftlicher Einsichten mit Nudging gleichzusetzen. Wie dieser Beitrag aufzeigt, liefern die Verhaltenswissenschaften und insbesondere die Psychologie ein viel breiteres, differenzierteres – und auch optimistischeres – Bild über menschliche Entscheidungskompetenzen, als es der Nudging-Ansatz tut. Letzterer sieht Defizite in der Entscheidungskompetenz als allgegenwärtig und nur schwer veränderbar an. Der Nudging-Ansatz hat in der Forschung auch eine Reihe von kritischen, informativen Debatten ausgelöst, so z. B. über seine zugrunde liegende politische Philosophie des libertären Paternalismus, über die tatsächliche Wirksamkeit von Nudging-Interventionen und deren Robustheit, Stabilität und tatsächliche Wohlfahrtseffekte.

In diesem Beitrag schlagen wir vor, dass die Stärkung der Entscheidungskompetenzen von Bürger*innen ein zentrales Ziel der Politikgestaltung sein sollte. Für dieses Ziel ist der Nudging-Ansatz vom Prinzip her ungeeignet, weil Nudging-Interventionen kaum in der Lage sind, Kompetenzen zu stärken. Nudges steuern primär das Verhalten und sind z. T. gerade deshalb wirksam, weil sie eine bewusste Auseinandersetzung mit dem Nudge vermeiden. In Frankreich sind z. B. alle Bürger*innen per Voreinstellung potenzielle Organspender*innen. Nur wer zu Lebzeiten aktiv widerspricht, ist dies nicht. Es wird also darauf gesetzt, dass Menschen nichts tun werden, um etwas an der Voreinstellung zu ändern.

Boosting-Interventionen können im Gegensatz dazu nur erfolgreich sein, wenn Personen den Boost aktiv umsetzen wollen und können. Das ist gleichzeitig ein Vor- und Nachteil: Boosts können vom Prinzip her kaum etwas bei Bürger*innen erreichen, die sich nicht mit dem Boost auseinandersetzen wollen oder können. Gleichzeitig sind Boosts daher notwendigerweise transparent und nicht manipulativ, gerade weil sie nur funktionieren können, wenn man sie aufnimmt und anwendet.

Neben der Frage der Transparenz und der Bewahrung der Entscheidungsautonomie ist die Langlebigkeit einer Intervention ein anderer wichtiger Aspekt bei der Stärkung von Kompetenzen. Um hier die Unterschiede zwischen Boosting und Nudging zu verdeutlichen, kehren wir zum Beispiel der niederländischen Handhygiene-Feldstudie zurück. Neben der Boosting-Intervention hatten die Studienautor*innen nämlich auch eine Nudging-Intervention untersucht. Diese hatte das Ziel, das Thema »Handhygiene« ansprechender darzustellen (»framing«), und verwendete die Slogans »In guten Händen« und »Gute Pflege für Ihre Patient*innen beginnt mit sauberen Händen«. Auch diese Intervention führte zu einer höheren Einhaltung der Handhygiene im Vergleich zur Zeit vor der Intervention und im Vergleich zur Kontrollgruppe und war sogar noch etwas effektiver als die Boosting-Intervention. Allerdings zeigte die Studie auch, dass eine Woche nach dem Auslaufen der Nudging-Intervention die Befolgung der Handhygiene-Standards schon wieder deutlich abnahm. Das ist im Grunde nicht überraschend, denn eine Nudging-Intervention zieht ihre Wirkung aus der Umgestaltung der Entscheidungsumgebung und sollte daher nur so lange wirken, wie diese vorliegt. Oder anders gesagt: Weil Nudges primär auf das Verhalten einwirken und keine langlebigen Kompetenzen ausbilden können, ist zu erwarten, dass das Verhalten auf den Stand vor der Nudging-Intervention zurückkehren wird, nachdem der Nudge wieder entfernt wurde. Im Gegensatz dazu blieb die Handhygiene in der Boosting-Bedingung in der Feldstudie auch eine Woche nach dem Auslaufen der Boosting-Intervention stabil auf einem ähnlichen Niveau. Dies verdeutlicht, dass Boosting-Interventionen und die Stärkung von individuellen Kompetenzen und Motivationen länger wirken können.

Die Mischung macht's

Unser Beitrag macht deutlich, dass die Verhaltenswissenschaften der Politik eine breite Palette an »Werkzeugen« an die Hand geben können und dass nicht alle verhaltenswissenschaftlichen Ansätze vom Bild der grundsätzlich trägen und irrationalen Bürger*innen ausgehen. Nun kann man sich aber die Frage stellen: Sollte man denn jetzt Boosts oder Nudges verwenden?

Boosts und Nudges sind natürlich nicht völlig austauschbar. So gibt es z. B., soweit uns bekannt ist, keinen Nudge, der Kindern und Eltern die Angst vor Mathematik nimmt und mathematische Fertigkeiten steigert, und auch keinen, der die transparente Kommunikation und das Verstehen von Gesundheitsrisiken fördert (siehe entsprechende Boosting-Beispiele in Tabelle 1). In diesen Fällen hat die Politik nur eine Wahl: Boosts. Es gibt jedoch Lebensbereiche, in denen sowohl Nudges als auch Boosts verwendet werden könnten, so z. B. bei Essens- und finanziellen Entscheidungen und Selbstkontrollproblemen. In jedem dieser Bereiche könnten die Kompetenzen der Bürger*innen durch Boosts gesteigert oder das Verhalten durch Nudges gesteuert werden oder beides. Die Frage, welcher der beiden Ansätze effizienter sein würde, ist letztlich eine empirische.



Prof. Dr. Ralph

Hertwig ist Direktor des Forschungsbereichs »Adaptive Rationalität« (ARC) am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung in Berlin.

www.mpib-berlin.mpg.de/de/mitarbeiter/ralph-hertwig

Unser Ziel ist es nicht, generell Boosts oder Nudges zu empfehlen. Vielmehr wollen wir aufzeigen, dass es immer notwendig sein wird, die jeweiligen Umstände und Ziele zu analysieren, damit die Politik die geeignetere Intervention auswählen kann.

Eine faszinierende Möglichkeit, Boosting und Nudging miteinander zu kombinieren, sind sogenannte »Self-Nudges« (»Selbst-Anstupser«): Bürger*innen verwenden Nudges als Selbstkontrollstrategien, um ihre eigenen Entscheidungsumgebungen umzustrukturieren. So werden sie selbst zu Entscheidungsarchitekt*innen. Eine Kategorie solcher Self-Nudges sind sogenannte »Selbstverpflichtungsstrategien« (»pre-commitment devices«). So könnten wir z. B. den Wecker am Abend so weit weg vom Bett aufstellen, dass wir ihn am Morgen erst ausschalten können, wenn wir aus dem Bett gestiegen sind. Da viele Nudges in Self-Nudges umfunktioniert werden können, ist die Palette an möglichen Self-Nudges beachtlich.

Zur Förderung von Self-Nudging müssen öffentliche Entscheidungsarchitekt*innen ihr Wissen über Nudges, insbesondere über deren Funktionsweise, mit den Bürger*innen teilen. Dadurch werden letztere in die Lage versetzt, selbstständig ihre Entscheidungsumgebungen so zu gestalten, dass sie ihre Ziele besser erreichen können. Self-Nudging ermöglicht eine pragmatische und kostengünstige Anwendung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse und umgeht dabei viele der Bedenken, die hinsichtlich Nudging-Interventionen geäußert wurden (z. B. Bevormundung, Manipulation oder fehlende Informationen über Ziele).

Wie unser Beitrag aufgezeigt hat, haben sowohl Boosts als auch Nudges ihre Stärken und Schwächen. Und weil sich glücklicherweise diese Stärken und – insbesondere – Schwächen nicht völlig überlappen, sollten unserer Ansicht nach die Fragen lauten: Wann sollte man Boosts verwenden, wann Nudges und wann eine Kombination von beidem? Und wann ist weder das eine noch das andere angebracht? Basierend auf den Erkenntnissen zu den Stärken und Schwächen von Boosts und Nudges, fassen wir in der Info-Box sechs Kriterien zusammen, die bei der Beurteilung helfen können, wann Boosts und wann Nudges eine sinnvolle und erfolgversprechende Form einer nicht monetären und nicht regulierenden Intervention darstellen.

Für die großen Probleme und Herausforderungen unserer Zeit gibt es keine einfachen Patentrezepte, und eine erfolgreiche Politikgestaltung muss daher einen geschickten »Policy-Mix« aus verschiedenen Ansätzen verwenden. Unsere These ist es, dass die Verhaltenswissenschaften hier eine zentrale Rolle spielen sollten. Wenn man anstrebt, Bürger*innen mit gezielten Kompetenzen auszustatten (Boosting) oder durch geschickte Entscheidungsumgebungen zu steuern (Nudging), darf dies aber nicht heißen, dass man damit die Herausforderungen unserer Zeit zu alleinigen Problemen der Bürger*innen macht und damit andere Akteur*innen

Sechs Kriterien zur Beurteilung, wann Boosts und wann Nudges eine sinnvolle und erfolgversprechende Form einer nicht monetären und nicht regulierenden Intervention darstellen

1. Wenn den Bürger*innen die kognitiven Fähigkeiten oder die Motivation zum Erwerb neuer Fähigkeiten oder Kompetenzen fehlen, ist Nudging wahrscheinlich der effizientere Ansatz, weil im Gegensatz zu Boosts Nudges typischerweise keine Fähigkeiten oder Motivation voraussetzen.
2. Wenn sich die Politik über die Ziele der Bürger*innen unsicher ist, wenn unterschiedliche Bürger*innen verschiedene Ziele verfolgen oder wenn einzelne Bürger*innen selbst widersprüchliche Ziele verfolgen, ist Boosting der weniger fehleranfällige Ansatz. Um Menschen erfolgreich nudgen zu können, muss man wissen, in welche Richtung man nudgen sollte. Weiterhin können die allermeisten Nudges alle Bürger*innen nur in eine einzige Richtung »stupsen«, was dann zu Problemen führt, wenn die Präferenzen zwischen oder innerhalb von Personen uneinheitlich sind.
3. Wenn ein Nudge, damit er funktioniert, intransparent oder sogar unsichtbar sein muss, dann ist er nicht leicht zu umgehen und damit paternalistisch. In solchen Fällen sind Boosts im Allgemeinen zu bevorzugen.
4. Wenn die Politik nicht (immer) wohlwollend handelt oder wenn sie dem privaten Sektor erlaubt, »toxische« Entscheidungsumgebungen zu schaffen, dann bietet Boosting einen besseren Schutz.
5. Wenn die Politik dauerhaftes Verhalten oder über die konkrete Situation hinaus generalisierbares Verhalten fördern will, dann scheint Boosting sinnvoller als Nudging.
6. Wenn die Gefahr besteht, dass unerwartete (unvorhersehbare) und unerwünschte Folgen eines Nudges oder eines Boosts auftreten, sollte die entsprechende Alternative in Betracht gezogen werden.

Die ersten vier Kriterien stellen notwendige Voraussetzungen für die Effektivität von Boosts bzw. von Nudges dar. Wenn eines dieser Kriterien klar verfehlt wird, kann dies durch keine anderen Vorteile aufgewogen werden. Die verbleibenden zwei Kriterien stellen zwar keine notwendigen Voraussetzungen dar, sollten aber in der Kosten-Nutzen-Rechnung berücksichtigt werden.

(Firmen etc.) aus ihrer Verantwortung entlässt. Ganz im Gegenteil: Es ist wichtig, dass eine breite Palette an passenden Werkzeugen aus dem Werkzeugkasten der Politikgestaltung zur Anwendung kommt, die neben verhaltenswissenschaftlichen Ansätzen auch andere Ansätze, wie etwa robuste Regulierung, in den Blick nimmt. Die Mischung macht's!

Dr. Stefan Herzog, Prof. Dr. Ralph Hertwig

Weiterführende Literatur

- Hertwig, R. (2017). When to consider boosting: Some rules for policy-makers. *Behavioural Public Policy*, 1(2), 143–161. <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.14>
- Hertwig, R. & Grüne-Yanoff, T. (2017). Nudging and boosting: Steering or empowering good decisions. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 973–986. <https://doi.org/10.1177/1745691617702496>
- Herzog, S. M. & Hertwig, R. (2019). Kompetenzen mit »Boosts« stärken. In C. Bala, M. Buddensiek, P. Maier & W. Schuldzinski (Hrsg.), *Verbraucherbildung: Ein weiter Weg zum mündigen Verbraucher* (S. 19–40). Verbraucherzentrale. https://doi.org/10.15501/978-3-86336-924-8_2 (frei zugänglich)
- Reijula, S. & Hertwig, R. (2020). Self-nudging and the citizen choice architect. *Behavioural Public Policy*, 6(1), 1–31. <https://doi.org/10.1017/bpp.2020.5>

Für mehr Beispiele, Literatur und häufig gestellte Fragen zu Boosting: <https://scienceofboosting.org>

reportpsychologie

[Bestellen Sie hier Ihr Probeabonnement](#)



Deutscher
Psychologen
Verlag GmbH

Am Kölnischen Park 2 • 10179 Berlin

verlag@psychologenverlag.de

www.psychologenverlag.de