

Ist Nudging ethisch vertretbar?



Andrew Schotter ist Inhaber der Forschungsprofessur Advice and Decision Making am WZB. Der Ökonom von der New York University untersucht, wie Ratschläge das Entscheidungsverhalten von Menschen und somit deren weiteren Lebensverlauf beeinflussen können. *(Foto: Martina Sander)*

andrew.schotter@nyu.edu

Andrew Schotter: Ja!

Manche behaupten, Nudges schränken unsere persönliche Freiheit ein. Für mich ist dieser Einwand schwer nachvollziehbar. Eine Person wird in ihren Freiheiten eingeschränkt, wenn die Optionen, die sie hat, beschnitten werden. Aber so funktionieren Nudges nicht. Die Wahlmöglichkeiten, die jemand hat, werden durch Nudging nicht weniger – sie werden nur neu arrangiert. Die Entscheidungsarchitektur wird verändert. Verschiedene Möglichkeiten sind immer irgendwie gewichtet – aufgrund von Zufällen, historischen Umständen oder bürokratischen Vorgaben. Nudges präsentieren die Wahlmöglichkeiten lediglich auf eine Weise, die manche gegenüber anderen hervorhebt. Man bezeichnet Nudges auch als „leichten Paternalismus“, da das Set der Möglichkeiten, die der Entscheider vor sich hat, nicht angetastet, sondern nur neu angeordnet wird. Spielt es eine Rolle, ob Sie eine betriebliche Altersvorsorge aktiv an- oder aber abwählen müssen? Hier geht es nicht um einen Verlust von Freiheit, denn Ihre Wahlmöglichkeiten sind nicht eingeschränkt.

Andere wenden ein, ein Mensch brauche nicht die Hilfe anderer, wenn er entscheidet, was das Beste für ihn ist. Jeder Mensch sei sein eigener bester Ratgeber. In einer Welt voller gänzlich rational Handelnder würde tatsächlich jeder für sich entscheiden. Die Art, wie eine Alternative präsentiert wird, hätte nämlich keinerlei Einfluss auf die rationale Entscheidung eines Einzelnen. Wenn das zuträfe, wären Nudges schlicht ungefährlich. Wenn man Nudges aber für gefährlich hält, dann muss man voraussetzen, dass Menschen irrational sind. Damit teilt man ironischerweise genau die Grundannahme jener, die sich für Nudges einsetzen. Menschen bewegen sich immer zwischen Wünschen und Notwendigkeiten.

Nehmen wir an, ich liebe Schokolade. In der Cafeteria stehen zuerst die Desserts, dann die Vorspeisen und schließlich Salate und Obst. Wenn mir das so präsentiert wird, tendiere ich dazu, das zu wählen, was ich mag: Dessert, und nicht, was ich vielleicht brauche: Salat. Menschen gehen also eher kurzfristig ihren Lüsten nach und essen Süßes, auch wenn sie langfristig betrachtet Vitamine bräuchten. Ein Nudge könnte helfen, das umgekehrt zu gewichten. Wenn nun jemand argumentiert, es komme einem Außenstehenden nicht zu, zwischen meinen Wünschen und meinen Bedürfnissen abzuwägen, dann hat er jedenfalls schon zugestanden, dass Menschen nicht völlig rational handeln. Darüber sollten wir diskutieren.

Die sanfte Methode der Verhaltensökonomien, das Verhalten von Menschen ohne Verbote und ohne starke ökonomische Anreize zu beeinflussen, bietet Raum für Missbrauch, für Manipulation. Sind Nudges ethisch zulässig? Ja, meint Andrew Schotter, denn sie entsprechen nun einmal der menschlichen Natur. Robert Lepenies hält dagegen, dass Nudging politischer wird, aber demokratische Debatten nicht ersetzen sollte.

Robert Lepenies: Nicht so schnell!

Einsichten der Verhaltenswissenschaften werden im öffentlichen wie im privaten Sektor immer häufiger angewandt. Die Verheißung, das Verhalten von Menschen könne effektiv beeinflusst werden, hat nicht nur bei Regierungen rund um die Welt zur Einrichtung verhaltenswissenschaftlicher Beratergremien geführt. Auch viele andere Akteure wollen Entscheidungsarchitekten werden: Banken, Versicherungsgesellschaften, Marketingfirmen. Nun sind einzelne Nudges nicht zwangsläufig problematisch – einige institutionelle Konsequenzen hingegen schon. Immer mehr Forscher, Behörden und Organisationen versuchen inzwischen, Einsichten und Methoden der Verhaltenswissenschaften (tatsächlich ist es meist nur die Verhaltensökonomie) in der Politik zum Tragen zu bringen. „Fragen Sie uns, wenn Sie Politik günstig, effektiv und streng nach wissenschaftlichen Erkenntnissen gestalten wollen!“, heißt es da. Oder: „Wenn doch überall Entscheidungsarchitekturen zu finden sind, ist es dann nicht unverantwortlich, Einsichten der Verhaltenswissenschaften nicht zu nutzen?“ Der verhaltenswissenschaftliche Zugang hat viele unbestreitbar positive Auswirkungen auf die Gesellschaft. Aber die schnellen Erfolge dieser Politik können die Frage nicht auf Dauer verdecken, in welcher Form spezialisierte verhaltenswissenschaftliche Teams zu demokratischen Prozessen passen.

Zum einen ist Verhaltenspolitik in der Praxis individualistisch: Nudging hat bislang das Individuum – sei es als Bürger, Verbraucher oder Angestellter – zum Adressaten. Nudges zur Verbesserung des Verhaltens größerer Gruppen oder politisch mächtiger Organisationen gibt es hingegen nur selten. Zum anderen stellen sich bei verhaltenswissenschaftlich informierter Politik immer stärker grundsätzliche Fragen zur Rolle von Experten in der Demokratie. Wie funktionieren Nudging-Teams? Wer entscheidet, welche Entscheidungsarchitektur den Vorzug bekommt? Auch wenn Nudge Units sehr interdisziplinär aufgestellt sind, gibt es doch innerhalb der Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie (und nicht nur zwischen ihnen!) Streit darüber, welches Verständnis von menschlichem Verhalten überhaupt zugrunde liegen soll. Wer garantiert aber die Vielfalt wissenschaftlicher Expertise in den Teams? Aussagen zu den großen politischen Fragen werden schon jetzt erwartet: Wie können britische Firmen mithilfe von Einsichten der Verhaltenswissenschaften dazu gebracht werden, angesichts des Brexit doch verstärkt im eigenen Land zu investieren? Sollten sich Nudging-Teams in Deutschland prioritär mit der Integration von Flüchtlingen befassen? Diese Fragen sind politischer Natur und sollten offen diskutiert werden. Denn selbst der beste Nudge kann undemokratisch sein.



Robert Lepenies ist Postdoktorand am Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung (UFZ) und war am WZB A.SK Award Postdoctoral Fellow. Er forscht zur Politik des Nudging. [Foto: Martina Sander]

robert.lepenies@EUI.eu