

Unvorhergesehenes

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **143 (2017)**

Heft 44: **Der Koloss von Kopenhagen**

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein kurzer Gedankenstups

Text: Paul Knüsel



Jedes Stehbuffet offeriert «Wahlarchitektur»: So nennen Gastronomen die Platzierung der leckeren Häppchen. Immer öfter rückt dabei das fleischlose Angebot ganz nach vorn – damit es ja nicht übersehen wird. Einen Lockvogel setzen auch Einkaufshäuser aus: Die Süßigkeiten an der Kasse sind kein Zufall. Und liefert der Energieversorger plötzlich ungefragt Ökostrom nach Hause, ist ebenfalls «Nudging» die dazugehörige Marketingstrategie. Im Ökonomenjargon ist das ein «Schubs» (engl. «nudge»), weil der Konsumententscheid dadurch niederschwellig gefördert wird. Der dezente Anreiz verführt zur (für den Anbieter) richtigen Wahl.

Der amerikanische Verhaltensökonom Richard Thaler ist Miterfinder der Stups-Formel und deshalb neuer Wirtschaftsnobelpreisträger. Nun aber streiten Wirtschaftswissenschaftler und liberale Denker darüber, ob das Geschubse als korrekt oder doch eher als Bevormundung zu werten ist. Mündige Bürger und Konsumenten, so ein Argument, müssten darauf vertrauen können, gut und transparent informiert statt manipuliert zu werden. Doch der Expertenstreit darf die objektive Sicht auf die ökonomischen Spielregeln etwa beim Energiekonsum nicht vernebeln. Denn Letzterer kostet noch immer zu wenig – auch das ein Schubs von schlaunen Füchsen? •