

Der Brave-Bürger-Bastelbogen

Autor(en): **Richardt, Johannes**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **95 (2015)**

Heft 1023

PDF erstellt am: **27.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-736071>

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 Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

4 Der Brave-Bürger-Bastelbogen

Lustige Müllpappschilder in der Fussgängerpassage, wohlweislich platzierte Fliegen in Männerpissoirs, strategisch drapiertes Obst in der Uni-Mensa: Klein und fein sind die Schubser, die uns in Richtung eines Normalverhaltens drängen. Die subtilen Psychotricks degradieren den mündigen Bürger zum verführbaren Konsumtrottel.

von Johannes Richardt

Während der letzten Weihnachtsverkäufe bevölkerte eine Schar lebensgrosser Kunststofffiguren in der Dienstkleidung der hiesigen Strassenreinigung die Thuner Fussgängerzone. Mit erhobenem Zeigefinger oder freundlich lächelnd forderten die sogenannten «stillen Mitarbeiter» die Passanten dazu auf, ihren Müll ordnungsgemäss zu entsorgen. «Blib suber!», «Läck, dä Dräck!» oder «Ab i ds Chörbli!», liest man in den weissen Sprechblasen.¹

Das Thuner Tiefbauamt möchte mit dieser Aktion die Bevölkerung für seine Anti-Littering-Botschaft sensibilisieren. Dass es sich bei den sympathischen Pappkameraden auch um die Vorhut eines neuen paternalistischen Politikansatzes handelt, dürfte hingegen nur den wenigsten der vorweihnachtlichen Shoppinginteressierten klar gewesen sein.

Es geht um einen Paternalismus, der von seinen Befürwortern mit den irreführenden Adjektiven «libertär» oder «liberal» versehen wurde. Sein Mittel der Wahl: verhaltensökonomisch fundierte Methoden zur Beeinflussung der Psyche.

Wie die Beeinflussung mit Hilfe der «stillen Mitarbeiter» des Thuner Tiefbauamts funktioniert, kann man in der Studie «Littering in der Schweiz»² der auf «Behavioral Economics» spezialisierten Zürcher Wirtschaftsberatung FehrAdvice nachlesen. Dort werden die Anti-Littering-Pappkameraden als Beispiel für einen «visuellen Nudge» aufgeführt, der «im Moment der Entsorgungsentscheidung die Aufmerksamkeit auf das sozial erwünschte Verhalten lenken soll».

Die Formulierung ist symptomatisch und verdient eine genaue Lektüre. Es wird gerade nicht bezweckt, die Adressaten sachlich über eine wie auch immer geartete Müllproblematik zu informieren und so zu einer bewussten Reflexion ihres Verhaltens anzuregen. Vielmehr sollen mittels visueller Symbole, subtiler Botschaften oder geschickter Darstellungsweisen die «psychologischen Kosten» für das sozial nicht erwünschte Verhalten erhöht werden. Im Klartext: es geht nicht darum, erwachsene Menschen mit Vernunftargumenten zu überzeugen, wie man es von staatlichen Institutionen in einem modernen Gemeinwesen doch eigentlich erwarten könnte. Die gewünschte Verhaltensweise soll erzielt werden, indem man den Leuten unterschwellig ein

Johannes Richardt

ist Redaktionsleiter des Politikmagazins «NovoArgumente» (www.novo-argumente.com) und Mitgründer des Think Tanks Freiblickinstitut (www.freiblickinstitut.de).

schlechtes Gewissen einzureden versucht. Anstatt auf Aufklärung wird auf Manipulation gesetzt.

Solche und andere schon lange aus Werbung und Marketing bekannte Psychotricks werden heute von Regierungen rund um den Globus mit der Hoffnung eingesetzt, die störrischen Bürger zu besseren Menschen zu formen. Was über Einsicht und rationalen Diskurs bei Umwelt-, Gesundheits- oder Verbraucherschutzfragen nicht erreicht werden kann, sollen Verhaltensforscher richten.

Zur Ikone dieses sanften Paternalismus avancierte ausgerechnet eine Fliege im Männerpissoir, die 1999 plötzlich in den Toiletten des Amsterdamer Flughafens Schiphol klebte. Ein Manager vermutete, dass es die Trefferquote der Männer erhöht, wenn man ihnen ein Ziel gibt. Und heureka: die Verschmutzung auf dem Boden sei angeblich daraufhin stark gesunken – die Reinigungskosten auch. So zeigen heute Urinale überall auf der Welt alle möglichen Zielobjekte von Bildern über bewegliche Bälle bis zu Fussballtoren.

Man mag zu solcherlei freundlichen Hilfestellungen im Alltag stehen, wie man will. Der eine findet sie vielleicht ganz bequem, ein anderer amüsant und ein dritter vielleicht einfach nur überflüssig. Zweifelsohne gehören sie zum Leben in einer modernen Konsumgesellschaft ebenso wie viele andere Formen interessen geleiteter Beeinflussung auch – sei es die Warenpräsentation im Supermarkt, emotionalisierte PR von NGOs (Robbenbabies, traurige Kinderaugen) oder die zunehmend auf Marketingpsychologie statt Inhalte setzende Wahlwerbung der Parteien. Alltagskompetente Bürger wissen um solcherlei Fallstricke und können in der Regel ganz gut damit umgehen.

Aber sollte aus dieser Tatsache folgen, dass sich auch der demokratische Staat solcher Mittel bedienen darf? Wollen wir es seinen Institutionen wirklich gestatten, angeblich zu unserem Besten Psychotricks – und mögen sie auch noch so harmlos daher kommen – gegen die eigenen Bürger einzusetzen? Die Antwort

muss Nein lauten, ohne Wenn und Aber. Denn hier geht es um grundlegende Erwägungen, auf welchem Menschenbild wir die Gesellschaft konstituieren wollen. Und zumindest über die Sicht der Nudger auf den Menschen kann getrost gesagt werden, dass diese zynisch daherkommt – für die Freiheit autonom handelnder Individuen ist dort wenig Platz.

Mängelwesen Mensch

Mit Bergen von Evidenz aus zahllosen Studien und Experimenten will die Verhaltensökonomie zeigen, was ohnehin jeder weiss: Menschen sind fehlbar und handeln nicht immer rational. Gerade seit Ausbruch der Wirtschafts- und Finanzkrise treffen sie mit dieser ebenso einseitigen wie trivialen Einsicht in die *Conditio humana* einen offenen Nerv in westlichen Gesellschaften. Die ohnehin verbreitete Skepsis gegenüber der Fähigkeit des Menschen, sein Leben und seine Umwelt konstruktiv zu gestalten, hat durch die Krise einen neuen Schub bekommen. Viele Entscheidungsträger in Politik, Wissenschaft und Medien betonen nimmermüde: Nicht falsche politische Rahmensetzungen sind für den wirtschaftlichen Niedergang verantwortlich, vielmehr gehört der Mensch per se – seine individuellen Schwächen, seine Destruktivität und Gier – auf die Anklagebank. Und praktischerweise liefert die Verhaltensökonomie die theoretische Fundierung für diesen Befund plus den Methodenbaukasten für eine daraus abgeleitete, kosteneffektive Regulierungspolitik.

Die meisten Leute seien schlichtweg unfähig, ihre langfristigen Interessen zu erkennen oder rationale Lebensentscheidungen zu treffen, weil ihnen dabei unzählige Verhaltensanomalien im Weg stünden. Wir neigen zu Willensschwäche, setzen im Alltag auf unzulängliche Daumenregeln, überschätzen uns, halten an dem fest, was wir kennen – und so weiter und so fort. Da mag ja tatsächlich hie und da was dran sein, nobody is perfect. Doch während in klassisch-humanistischer Denktradition gerade aus dieser Tatsache die Einsicht erwächst, dass der Mensch ständig an seiner Verbesserung arbeiten muss, wird genau dieses Streben durch die Nudger konterkariert. Deren wenig erbauliche Botschaft lautet: Weil es um das Mängelwesen Mensch in Sachen Rationalität und Selbstkontrolle nun mal so schlecht bestellt ist, bedarf es der Unterstützung durch angeblich aufgeklärte Experten, die erst einmal unser Interesse wissenschaftlich exakt definieren, um uns dann den Weg zu einem besseren Leben zu weisen.

Entscheidungssituationen sollen demnach im Vorfeld von diesen wohlwollenden Eliten so gestaltet werden, dass Individuen mit grösserer Wahrscheinlichkeit «richtige» Entscheidungen treffen – indem etwa in einer Uni-Mensa Obst besser sichtbar präsentiert wird als Süssigkeiten, damit die Studenten zum erstrebenswerten Ziel einer «gesunden Ernährung» angeleitet werden, oder wenn die «stillen Mitarbeiter» des Tiefbauamtes in der Thuner Fussgängerzone über das «Entsorgungsverhalten» der Bürger wachen. Die Autonomie werde gewahrt, weil die Menschen ja nach wie vor die Wahl hätten, sich bewusst gegen die präferierten

Handlungsoptionen zu entscheiden, lautet die Beschwichtigung gegenüber freiheitlichen Skeptikern. Aber man sollte sich von solcher Rhetorik nicht täuschen lassen: Hinter der harmlosen Fassade vieler Nudges verbirgt sich ein autoritärer Anspruch, den Politiker in aller Welt für verschiedene Zwecke geltend machen.

Nudge Unit in Grossbritannien

Als Vorreiter der Umsetzung der Nudge-Ideologeme in konkrete Politik gilt Grossbritannien. 2010 rief der konservative britische Premierminister David Cameron das «Behavioural Insight Team» (Spitzname: *Nudge Unit*) ins Leben, das seitdem diverse Projekte umgesetzt hat, in denen die Bürger dazu angeschubst werden sollen, ihre Häuser zu dämmen, Organe zu spenden oder (mehr) Steuern zu zahlen. Beispielsweise verschickten Behörden Mahnbriefe mit der Bemerkung «Zahl Deine Steuer oder verliere Dein Auto» (einigen Briefen wurde gar ein Foto des Autos beigelegt) an säumige KFZ-Steuerzahler, um durch diesen Schockeffekt die Zahlungsbereitschaft der Steuersünder zu erhöhen. In den USA war der Nudging-Vordenker Cass Sunstein von 2009 bis 2012 Leiter einer Regulierungsbehörde der Obama-Regierung. Dort verantwortete er mitunter eine Steuerreform, brachte grössere Warnhinweise auf Zigarettenschachteln auf den Weg und sorgte dafür, dass Werbung auf Autos untersagt wurde, um Unfälle zu verhindern.

Wirksam regieren in Deutschland

In deutschen Regierungskreisen ist Nudging aktuell ein heisses Thema. Im christdemokratisch geführten Kanzleramt wird eine Projektgruppe unter dem Namen «wirksam regieren» aufgebaut, die auf Grundlage «verhaltenswissenschaftlicher Evidenz» «neue politische Lösungsansätze» entwickeln soll.³ Auch Bundeskanzlerin Angela Merkels sozialdemokratischer Koalitionspartner zeigt sich offen für das Weltbild der Nudger. So hat sich die SPD-Bundestagsfraktion in ihren aktuellen Verbraucherpolitik-Leitlinien von der Idee des mündigen Konsumenten verabschiedet. Stattdessen müsse Verbraucherschutzpolitik vom «realen Verbraucher» ausgehen. Dieser wird in 14 Stichworten im bekannten Jargon der Verhaltensökonomie (von «Verbraucher/innen irren häufig» bis «Verbraucher/innen handeln eher kurz- als langfristig») zum Konsumtrottel abgestempelt, bei dem Nudges in die «richtige Richtung hilfreich sein können».⁴

Und die Schweiz?

Das Beispiel aus der Thuner Fussgängerzone zeigt, dass Nudging auch in der Schweiz längst zum Alltag gehört. Die Expertendebatte über das Thema läuft hier seit Jahren, wobei die meisten Stimmen dem sanften Paternalismus eher wohlwollend gegenüberstehen. Befürworter sind der bereits erwähnte, in Zürich lehrende Ökonom Ernst Fehr oder Gebhard Kirchgässner von der Uni St. Gallen, beide bewährte Autoren bzw. Interviewpartner dieser Zeitschrift. Auf politischer Ebene hat sich der Zürcher Nationalrat für die Grünen Bastien Girod vor einiger Zeit in einem Gastbeitrag für die *NZZ*⁵ für

den Einsatz von Nudges stark gemacht. Um die Energiewende voranzubringen, empfiehlt er, schweizweit einen Nudge einzusetzen, den die Zürcher Elektrizitätswerke (EWZ) seit 2006 anwenden. Statt sich bewusst für Ökostrom zu entscheiden (Opt-in-Option), müssen sich EWZ-Kunden beim individuellen Verbrauch bewusst gegen Ökostrom aussprechen (Opt-out-Option).

Evidenzbasierte Politik

Von Obama und den britischen Tories über die deutsche Sozialdemokratie bis hin zu einem Zürcher Grünen: Nudging ist in. Dabei scheint die Verortung im ohnehin kaum sinnstiftenden politischen Spektrum keine Rolle zu spielen. Politiker aller Couleur sind bereit, die Methoden der Verhaltensökonomien für ihre politischen Ziele einzusetzen.

So zeigt sich am allmählichen Siegeszug des Nudging auch, wie Politik in den erstarrten Top-Down-Demokratien der westlichen Welt heute funktioniert. Immer mehr Beobachter beklagen in verschiedenen Ländern eine zunehmende Durchregulierung des Alltags. Paternalismus, nicht nur in seiner vordergründig sanften Variante, ist eines der grossen politischen Themen des jungen 21. Jahrhunderts.

Staatliche, halbstaatliche oder staatsnahe Akteure, wie aus Steuermitteln finanzierte NGOs, oder poststaatliche Akteure, wie die Europäische Union, mischen sich mit immer mehr Regeln, Vorschriften, Richtlinien und Verboten in immer mehr Lebensbereiche ein. Dabei erscheinen Nudges lediglich als ein weiteres nützliches Instrument im Werkzeugkasten der Regulierungsfreunde.

Politik bedient sich heute nicht zwangsläufig verhaltensökonomischer «Evidenz», aber es kommt selten vor, dass sie nicht auf die eine oder andere Weise den Anspruch erhebt, «evidenzbasiert» zu sein. Anstatt Entscheidungen mit Interessen, Parteiprogrammen oder Werten zu rechtfertigen, ersetzen die zunehmend von der Gesellschaft entkoppelten politischen Eliten öffentliche Debatten durch die «Alternativlosigkeit» wissenschaftlicher Expertenurteile – und sichern so nicht zuletzt einer wachsenden Beratungsindustrie gute Geschäfte und wachsenden Einfluss.

Weil sich die Regierenden von den grossen politischen Fragen abgewandt haben, agieren sie nicht mehr als souveräne Verantwortungsträger, sondern mehr und mehr als technokratische Funktionsträger, die managerhaft «Sachzwänge» durchdeklinieren. Anstatt über Konzepte zu streiten, wie etwa der allgemeine Wohlstand vermehrt werden kann, und die Bürger von den eigenen Ideen überzeugen zu wollen, setzt heutige Politik auf das wissenschaftlich verbrämte «Mikromanagement» der Gesellschaft: Wie kriegen wir die Bürger dazu, weniger zu littern, Häuser zu dämmen oder mehr Obst zu essen?

Aus dieser Perspektive erscheinen die Menschen den Regierenden nicht mehr als mündige Bürger, deren Alltagskompetenz und Freiheitsbefähigung es zu achten und deren Interessen zu repräsentieren gilt, sondern werden als Objekte administrativer Zwangsbeglückung adressiert, deren empirisch-exakt ermittel-

ten «Nutzen» es im Rahmen eines enggefassten Status quo zu mehren gilt.

Bedauerlicherweise haben sich viele Bürger mit diesem Umstand arrangiert oder sich gar das pessimistische Menschenbild der angeblichen Eliten zu eigen gemacht. Die Erwartungen an die Politik sind auf einem Tiefpunkt. Viele Menschen ziehen sich desillusioniert aus dem öffentlichen Leben zurück. Nicht wenige scheinen ganz zufrieden damit, sich von einem wohlmeinenden Staat in immer mehr Lebensbereichen erziehen, therapieren oder schubsen zu lassen. Freiheit und Autonomie, die Kernideen des Humanismus, klingen in paternalistischen Zeiten wie den unsrigen fast schon wie Begriffe aus einer vergangenen Epoche – dabei sind sie aktuell wie eh und je.

Autonomie, Freiheit und Demokratie

Der sanfte Paternalismus ist nicht das kleinere Übel oder gar das freiheitliche Gegengift zum Bevormundungsstaat, wie einige meinen. Es ist prinzipiell höchst problematisch, wenn staatliche Akteure Psychotricks gegen die Bürger einsetzen, um sie in Richtung eines gewünschten Verhaltens zu lenken. Ein trübes Verständnis von Politik kommt hier zum Vorschein und wohl auch ein gehörigeres Mass an Verunsicherung des politischen Führungspersonals darüber, dass sie mit ihren Vorstellungen über ein richtiges Leben bei den Menschen immer weniger Anklang finden. Zu Recht – denn demokratische Politik hat sich der öffentlichen Debatte zu stellen. Sie muss uns Bürger argumentativ überzeugen wollen, statt mit subtilen Beeinflussungsmethoden unsere Schwächen auszunützen. Gerade deshalb sollten wir gegenüber der Politik auf der Eigenverantwortung für unser Leben beharren. Wir sollten uns den Freiraum nehmen, Risiken einzugehen, Dummheiten zu begehen und Entscheidungen zu treffen, die wir später vielleicht bereuen. Menschen lernen aus Fehlern. Die Nudger verkaufen einen schalen Begriff von Freiheit, der letztere auf das Treffen einer wissenschaftlich ermittelbaren «richtigen» Entscheidung reduziert. Doch Freiheit ist nicht objektivierbar. Sie bedeutet zuvorderst Mündigkeit. Und die kann einem nicht von aussen mit Psychotricks eingetrichtert werden. Sie bedarf des subjektiven Wollens und der Anstrengung der Individuen, aber eben auch einer Gesellschaft, die für dieses Mündigkeitstraining genug Freiräume bereithält. ◀

¹ Stadtverwaltung Thun: Aktionen «Fertig gruusig»: Stille Mitarbeiter am Sonntagsverkauf, 14.12.2014 (<http://www.thun.ch/stadtverwaltung/abteilungenaemter/tiefbauamt/technische-betriebe/abfallentsorgung/littering/aktionen-fertig-gruusig.html>)

² FehrAdvice & Partners: Littering in der Schweiz – Studie zur Wirksamkeit von Massnahmen unter Berücksichtigung verhaltensökonomischer Erkenntnisse, 31.3.2014 (http://littering-schweiz.ch/wp-content/uploads/2014/04/Studie_Littering_in_der_Schweiz.pdf)

³ Alexander Neubacher: Alchemie im Kanzleramt. In: Der Spiegel Nr. 36 (2014).

⁴ SPD-Bundestagsfraktion: Für gute Verbraucherpolitik sorgen. Leitlinien für eine sozialdemokratische Verbraucherpolitik (http://www.spdfraktion.de/sites/default/files/web_a5_verbraucher_leitlinien_201203.pdf)

⁵ Bastien Girod: «Nudge» – besser entscheiden. In: Neue Zürcher Zeitung, 12. August 2013.