

Markt- und Werbepsychologie: „Achtung, Sie werden gestupst!“

Wie Sie unbewusst gesteuert werden ohne es zu merken

Jörg Rüesch

Barack Obama tut es, Angela Merkel tut es auch und selbst die Britin Theresa May hält sich nicht zurück, die Menschen zu stupsen

Sie alle haben in ihren Regierungen Berater angestellt, die sich die Frage stellen, wie Bürger gestupst werden können.

Stupsen (engl. to nudge) bedeutet in diesem Fall nicht, Menschen physisch zu stossen, sondern ihre Entscheidungen so zu lenken, dass sie hinterher besser dastehen - gemessen an ihren eigenen Massstäben. Libertärer Paternalismus nennen das die Autoren Richard H. Thaler und Cass R. Sunstein in ihrem Buch „Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstösst“.

Wieso dieser Eingriff? Wieso sollen die Menschen bei ihren Entscheidungen in die „richtige“ Richtung geleitet werden?

Die Antwort auf diese Frage ist einfach: weil sie in vielen Situationen unbewusst schlechte Entscheidungen treffen - Entscheidungen welche sie nicht treffen würden, hätten sie richtig aufgepasst oder wären sie richtig informiert gewesen.

Der Homo oeconomicus und die zwei Systeme

Im 20. Jahrhundert kamen immer mehr Zweifel am „Homo oeconomicus“ auf. Einem Modell, welches den Menschen als Nutzenmaximierer sieht. Jemanden, der ausschliesslich rationale Entscheidungen trifft um damit den höchsten ökonomischen oder den höchsten subjektiven Nutzen zu erzielen.

Schliesslich führte 1956 Herbert A. Simon, ein US-amerikanischer Sozialwissenschaftler den Begriff der begrenzten Rationalität (bounded rationality) ein, wonach die

menschliche Informationsverarbeitungskapazität limitiert ist. Zudem fehlt es oft an Zeit, Motivation oder Möglichkeiten, überhaupt genügend Informationen zu beschaffen. In Entscheidungssituationen treten dann anstelle von Analysen, dem Abwägen von Vor- und Nachteilen oder purer Logik, Entscheidungsregeln, sogenannte Urteilsheuristiken. Daraus ergeben sich aber oft Resultate, die nur zufriedenstellend oder gut genug sind.

Auf diesem Gedanken aufbauend beschrieb Daniel Kahnemann in seinem Buch „Schnelles Denken, langsames Denken“ zwei Systeme. Das System 1, welches automatisch, schnell und mühelos arbeitet. Wenn Entscheidungen mit dem System 1 getroffen werden, handelt es sich um Bauchentscheidungen, die von kognitiven Verzerrungen beeinflusst sind. Bauchentscheidungen müssen nicht zwingend zu schlechten Ergebnissen führen. Es ist jedoch wissenschaftlich belegt, dass sich Menschen systematisch irren, insbesondere dann, wenn Entscheidungen und Konsequenzen zeitlich voneinander getrennt sind.

Das System 2 ist ein analytisches System, welches langsamer arbeitet, viele Informationen benötigt und aufgrund von Logik und Beweisen entscheidet. Auch hier ergeben sich nicht unbedingt bessere Lösungen. In vielen Situationen lassen sich aber durch Nachdenken und Informationsverarbeitung wesentliche Fehler vermeiden.

Entscheidungen zu fällen heisst immer, eine Wahl zwischen zwei oder mehreren Optionen zu treffen. Um die beste Option zu wählen, setzt Nudging beim System 1 an. Durch einen kleinen Schubs in die richtige

Richtung soll dieses System automatisch die beste Entscheidung treffen. Dabei werden einfach die Rahmenbedingungen in denen die Entscheidung getroffen wird so verändert, dass der Mensch zwar immer noch die freie Wahl hat, aber unbewusst zum "richtigen" Verhalten gelenkt wird.

Mit Nudges Leben retten

Um als Organspender Leben retten zu können, gibt es zwei unterschiedliche Vorgehensweisen: In Ländern wie Deutschland, Dänemark oder Grossbritannien ist die Zustimmung (opt-in) nötig, damit nach dem Ableben die Organe gespendet werden können. Das führt dazu, dass weniger als 20% der Bevölkerung dieser Länder auch Organspender sind. In Staaten wie Österreich, Belgien oder Portugal aber wird ein Nudge verwendet, welcher auf den Status Quo-Bias abzielt. Es gilt jeder als Spender, solange er sich nicht dagegen entschieden hat (opt-out). Als Folge davon sind über 99% der Bewohner dieser Länder Organspender und retten Leben.

In England wurde säumigen Steuerzahlern mit der Mahnung das Foto ihres Autos zugestellt und gleichzeitig gewarnt, dass das Gefährt eingezogen werden würde, sollte das Steuergeld weiterhin ausbleiben. Dank dieser kombinierten Ansprache von Salienz und Personalisierung, verdreifachten sich die Tilgungsraten.

In Dänemark wiesen Schilder im Rahmen eines Experiments neben den Lichtschaltern einer Universität darauf hin, dass 85% der Studenten das Licht beim Verlassen des Raumes abdrehen würden. Das führte dazu, dass das Licht weniger oft eingeschaltet blieb und sparte effektiv

ca. 25% Energie. Mit diesem Vorgehen wird auf die Tendenz der Menschen abgezielt, soziale Normen zu befolgen.

Das bekannteste Beispiel der Nudges dürften die Fliegen in den Urinalen sein, welche im Amsterdamer Flughafen Schiphol im Jahr 1999 eingeführt wurden. Mittlerweile sind sie in der ganzen Welt in verschiedenen, zum Teil völlig veränderten Versionen zu finden. Durch diese Ansteuerung des männlichen Spieltriebes, ging die Verschmutzung auf den Toilettenböden um 80% zurück!

Wie es scheint, eine ganze tolle und vor allem wirkungsvolle Sache. Ein paar Biases angesprochen oder Heuristiken angewandt und schon sind ein mehr oder weniger grosse Gesellschaftsprobleme behoben.

Darf man das - soll man das

So einfach ist es nicht, denn wo es Pros gibt, sind meist auch Kontras zu finden. Manipulation und Entmündigung der Bürger sind die Hauptkritikpunkte. Und natürlich Intransparenz. Es ist legitim zu erwarten, dass Aktivitäten des Staates offengelegt werden, auch wenn sie im Interesse der Allgemeinheit sind. Würden Nudges überhaupt noch funktionieren, wenn sie ankündigt resp. transparent gemacht werden? Oder funktioniert libertärer Paternalismus nur, wenn die Begleitumstände unklar sind? Und wie sieht es grundsätzlich aus mit dieser Einmischung der Politik? Steht das nicht quer zur individuellen Freiheit und ist demzufolge eine Anmassung des Staates?

Weitere Überlegungen gehen in Richtung systematischer Wegnahme der Eigenverantwortung, welche nachhaltig die Werte unserer westlichen Gesellschaft untergräbt. Von aussen gesteuerte Menschen, die ihre Kompetenzen nicht erhöhen. Das kann auf verschie-

dene Bereiche des Zusammenlebens negativen Einfluss haben, in welchen eigentlich Verantwortungs-Übernahme benötigt würde.

Thaler selber hat drei Grundsätze für die Verwendung von Nudges formuliert:

- Nudges müssen transparent und dürfen nicht irreführend sein;
- Es sollte so einfach wie möglich sein, sich gegen einen Nudge zu entscheiden, wenn immer möglich nur mit einem Mausklick;
- Es sollte gute Gründe geben anzunehmen, dass das Verhalten, welches durch einen Nudge ermutigt wird, dem Wohlergehen der Gesellschaft dient.

Fazit

Nudges könnten helfen, dass Individuen bessere Entscheidungen treffen und/oder die Gesellschaft von Entscheidungen profitiert – ohne dass jemand dabei verliert.

Aber wer soll denn schlussendlich festlegen, was eine bessere Entscheidung für ein Individuum ist? Rechtfertigt eine erfolgreiche Organtransplantation die opt-out-Variante mit dem Risiko, dass jemand eigentlich gar kein Organspender sein wollte, aufgrund seines Status Quo-Biases aber keine Veränderung herbeigeführt hat?

Die Diskussion um den Einsatz von Nudges in der Gesellschaft dürfte erst am Anfang sein, ohne klare Tendenz in welche Richtung sie sich entwickeln wird.

Dass Nudges einen Effekt haben können ist mehrheitlich unbestritten. Ob sie auch eingesetzt werden sollen ist eine Grundsatzfrage und bei solchen wird erfahrungsgemäss vehement und hartnäckig gestritten. Man kann also auf die zukünftige Entwicklung dieses Thema gespannt sein.

Vertiefungsliteratur

Ariely, D. (2008). Denken hilft zwar, nützt aber nichts. München: Droemer Verlag

Kahnemann, D. (2012). Schnelles Denken, langsames Denken. München: Siedler Verlag

Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie. Göttingen: Hogrefe

Thaler, R.H. und Sunstein, C.R. (2011). Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstösst. Berlin: Ullstein Verlag