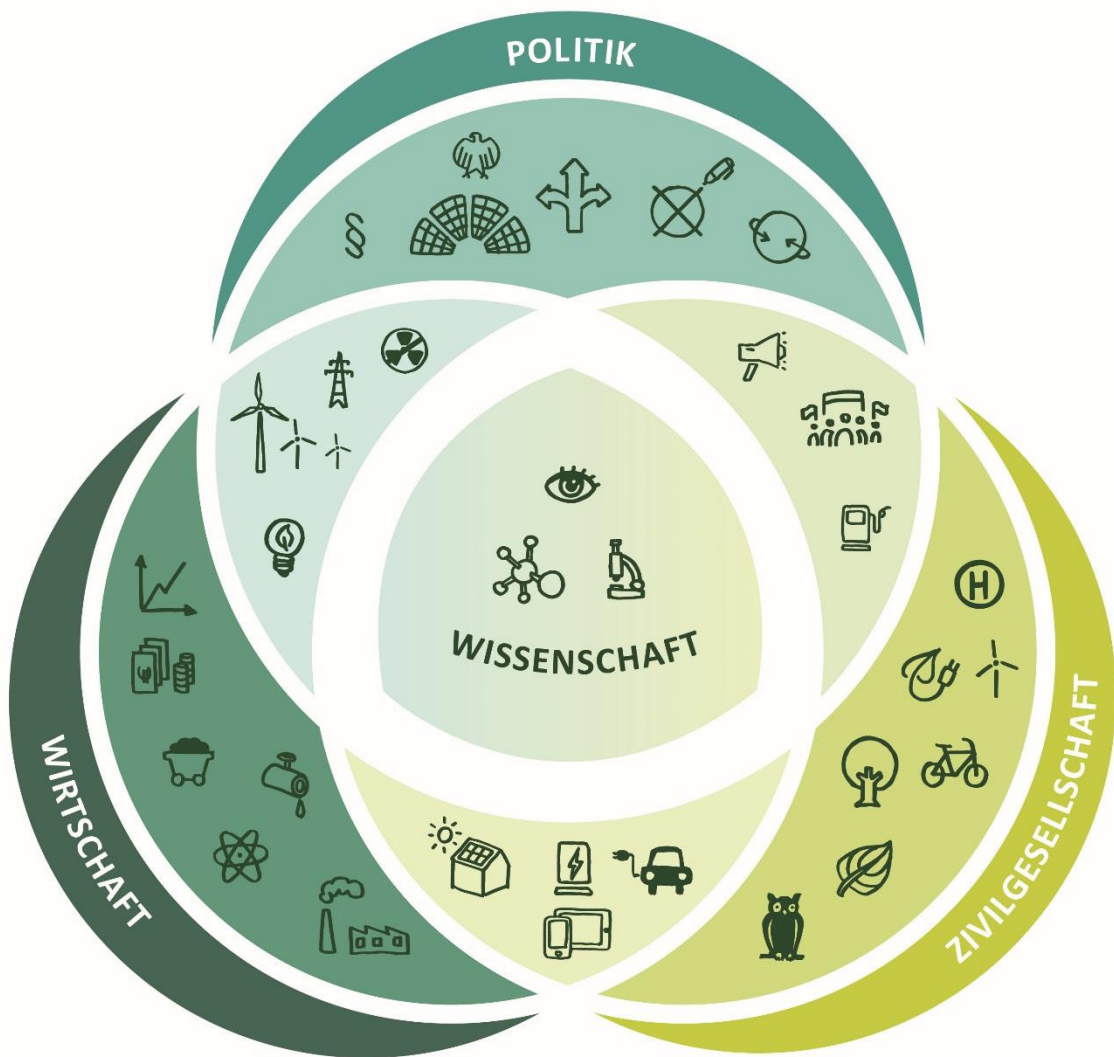




Nudging im Energiebereich – die Energiewende „voranstupsen“

Prof. Dr. Gesine Schwan und Katja Treichel



Bericht zum Sounding-Board-Trialog am 05.Mai 2015

Nudging im Energiebereich – die Energiewende „voranstupsen“

Prof. Dr. Gesine Schwan und Katja Treichel

Die HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform gGmbH

Die HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform gGmbH ist eine gemeinnützige Gesellschaft, die sich für die Förderung von demokratischen Prozessen und durchdachten Governance-Strategien in Deutschland, Europa und der Welt einsetzt. Unser Beitrag zu Good Governance konzentriert sich insbesondere auf die Grundprinzipien Transparenz und Partizipation. Mit unseren Multi-Stakeholder-Initiativen und Trialogen entwickeln wir Verfahren, mit dem Anspruch möglichst viele Perspektiven zu integrieren und sie transparent zu machen. Denn nur über Transparenz und Partizipation sind die Berücksichtigung aller Stakeholdergruppen und die daraus resultierende Stärkung von Vertrauen in politische Entscheidungsprozesse möglich.

Über das Projekt

Das Projekt „Einrichtung von Trialogen als Sounding-Boards für die Arbeitsgruppen (AG) des Akademienprojekts“ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert. Im Zeitraum Januar-Dezember 2015 finden insgesamt drei Trialoge statt mit dem Ziel, die interdisziplinären Arbeitsgruppen des Akademienprojekts „Energiesystem der Zukunft“ (ESYS) zu unterstützen. Das Akademienprojekt ESYS wird von acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina sowie der Union der deutschen Akademien der Wissenschaften seit 2013 durchgeführt und vom Bundesministerium für Bildung und Entwicklung und der Robert Bosch Stiftung gefördert. Mehr als 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler begleiten die Energiewende in acht thematischen sowie weiteren ad-hoc Arbeitsgruppen (AG), die Handlungsoptionen für die Umsetzung der Energiewende erarbeiten. Parallel dazu wurde die Dialogplattform „Forschungsforum Energiewende“ aufgesetzt, die die Aufgabe hat, die wissenschaftsbasierten Ergebnisse der Arbeitsgruppen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft zu diskutieren.

Empfohlene Zitierweise: Schwan, Gesine; Treichel, Katja: „Nudging im Energiebereich – die Energiewende „voranstupsen“.“ Bericht ETR/02-2015 zum Sounding-Board-Trialog am 05.05.2015.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

INHALTSVERZEICHNIS

<i>Executive Summary</i>	4
1 Beschreibung des Konzepts	8
1.1 Das Trialog-Verfahren.....	8
1.2 Trialoge als Sounding-Boards	8
2 Beschreibung der Ziele und des Ablaufs	10
2.1 Hintergrund und Ziele.....	10
2.2 Auswahl der Inputgebenden	10
2.3 Agenda	11
3 Analyse des Sounding-Board-Trialogs	13
3.1 Überblicksauswertung	13
3.2 Definition von Nudging.....	13
3.3 Legitimation von Nudging.....	16
3.4 Prozessfrage: Integration von Nudging ins politische Instrumentarium.....	18
3.5 Praktische Anwendung und Generalisierbarkeit von Nudging-Erfahrungen	22
3.6 Kritikpunkte und offene Fragen.....	25
3.7 Zusammenfassung der Ergebnisse	27
4 Stakeholderauswertung	30
4.1 Einladungsmanagement	30
4.2 Zusammensetzung der Teilnehmenden gemäß Stakeholder-Gruppen	30
4.3 Übersicht der vertretenen Institutionen	31

Executive Summary

Trialoge als Sounding-Boards

Die Trialoge der HUMBOLDT-VIADRINA Governance Platform sind ganztägige Veranstaltungen. Sie organisieren eine gemeinwohlorientierte Verständigung von Stakeholdern aus Politik, Unternehmen und organisierter Zivilgesellschaft begleitet von Wissenschaft und Medien zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen. Die Trialoge bringen ein möglichst breites Spektrum an kontroversen gesellschaftlichen Positionen und Ideen zusammen. Mit der Chatham House Rule und einer fairen Moderation schaffen sie eine vertrauliche und zugleich offene Atmosphäre zwischen den Teilnehmenden. So können eine Vielzahl von Standpunkten und Ideen Eingang in die Diskussion finden – unabhängig von divergierenden Machtpositionen. Diese Perspektivenvielfalt bietet die Chance, breit getragene Grundkonsense zu ermitteln.

In den Sounding-Board-Trialogen rückt die Wissenschaft stärker in den Mittelpunkt, als in den klassischen Trialog-Veranstaltungen, da ihre Forschungsarbeit und jeweilige Implikationen den Fokus der Diskussion bilden. Die Wissenschaft erhält durch den Austausch mit gesellschaftlichen Akteuren eine Rückkopplung zu ihrer Arbeit. So wird durch das Zusammenbringen von wissenschaftlich-analytischer Forschung, gesellschaftlichem Erfahrungswissen und gesellschaftspolitischen Entscheidungs- und Problemlösungsanforderungen eine breite Basis der Erkenntnisse hergestellt, die Verständigungsprozesse und Perspektivenwechsel ermöglicht. Dieses transdisziplinäre Dialogformat trägt langfristig zu einer gesteigerten Anschlussfähigkeit der Forschungsergebnisse, robustem Gesellschaftswissen sowie informierten politischen Entscheidungen bei.

Thema und Hintergrund

Der Trialog *Nudging im Energiebereich – die Energiewende „vorantupsen“* knüpfte an die Arbeit der AG Gesellschaft des Akademienprojekts Energiesysteme der Zukunft (ESYS) an. Ziel des Trialogs war die Klärung von Vorteilen, Potentialen, Einwänden und Rahmenbedingungen zur Frage, wie „Nudging“ für die Energiewende unterstützend eingesetzt werden kann. Das sogenannte Nudging wurde durch den Rechtswissenschaftler Cass Sunstein und den Wirtschaftswissenschaftler Richard Thaler geprägt und beschreibt einen Ansatz der Verhaltensökonomik, der durch die Gestaltung der Entscheidungssituation das Verhalten von Menschen beeinflussen kann, ohne Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern. Beispiele für Nudging-Ansätze sind bezogen auf den Bereich Energie

Vereinfachungen von Informationen auf Produkten wie Energielabels, Standardeinstellungen an Geräten wie der Energiesparmodus bei Laptops und Smartphones, oder die Nutzung sozialer Normen bei nachbarschaftlichen Wettbewerben zum Energiesparen in Haushalten, um nur einige wenige zu nennen.

Durch den Dialog sollten der AG Gesellschaft Meinungsbilder der Stakeholder aufgezeigt werden, die für die Formulierung politischer Handlungsoptionen wichtig sind. Ebenfalls sollten durch den Dialog gegebenenfalls Wissenslücken geschlossen und gesellschaftliche Diskussionshemmnisse benannt werden sowie Ideen und weitere Forschung für den wissenschaftlichen Prozess angeregt werden.

Konkret sollten drei Fragen beantwortet werden, die im Vorfeld mit der AG Gesellschaft abgestimmt wurden:

1. Welche Rahmenbedingungen müssen gesetzt werden, wenn Nudges als staatliches Regulierungsinstrument eingesetzt werden soll?
2. Welche Kriterien müssen eingehalten werden, um eine „gute Architektur der Wahl“ zu realisieren?
3. In welchen Bereichen könnten Nudges eingesetzt werden, um die Ziele der Energiewende zu unterstützen?

Teilnehmende

An der am 05. Mai 2015 durchgeführten Dialog-Veranstaltung im Allianzforum in Berlin nahmen insgesamt 58 Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Unternehmenssektor, organisierter Zivilgesellschaft sowie Wissenschaft und Medien teil. Bei diesem Dialog stellte die Wissenschaft mit 20 Anwesenden einen relativ großen Anteil der Teilnehmenden, was auf die Einbettung des Dialogs im Rahmen des wissenschaftlichen Projekts ESYS zurückzuführen ist. Vertretene Institutionen waren z.B. die Stiftung Wissenschaft und Politik, Copenhagen Business School, TU Berlin und Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie. Auch aus dem Unternehmenssektor kam eine vergleichsweise große Anzahl an Teilnehmenden. Hier war die Konsumgüterindustrie, wie OSRAM vertreten, aber auch Energieversorger wie E.ON sowie Wirtschaftsverbände. Die Stakeholder-Gruppe Politik war mit 10 Teilnehmenden leicht unterrepräsentiert, aber durch verschiedene Ministerien (BMBF, BMUB, BMWi) sowie Vertreterinnen und Vertreter aus dem Bundestag divers besetzt. Das gleiche gilt für die 9 Teilnehmenden aus der organisierten Zivilgesellschaft. Sie kamen aus ganz unterschiedlichen Bereichen wie der studentischen Nachhaltigkeitsinitiative HU und der

Verbraucherzentrale. Die Medien waren durch einen Blogger und eine Mitarbeiterin eines europäischen Online-Nachrichtenportals vertreten.

Ergebnisse

Der Dialog trug zur Klärung einer Reihe von Begrifflichkeiten bei und konkretisierte Aspekte der Definition und Legitimation. Damit wurden auch Missverständnisse minimiert, die teilweise in der öffentlichen Debatte und in den Medien vorherrschten. Chancen, Herausforderungen und Umsetzungsfragen zu Nudging im Energiebereich wurden mitunter an konkreten Beispielen thematisiert. Das Vorhaben der besseren Verständigung von Wissenschaft und Gesellschaft wurde gedeihlich unterstützt, insbesondere durch die Anwesenheit der wissenschaftlichen Vertreterin der AG Gesellschaft, Frau Prof. Dr. Lucia Reisch, die viele Verständnisfragen eingehend beantwortete.

Die drei Fragen konnten bereits im Vorlauf von den Teilnehmenden per Mail mit Anregungen und Ideen kommentiert werden. Sie wurden selbstverständlich im Dialog intensiver diskutiert.

1. Hinsichtlich der Rahmenbedingung für den Einsatz von Nudges als staatliches Regulierungsinstrument betonte die Mehrzahl der Teilnehmenden, dass Transparenz für die Legitimation von Zielen und den daraus zu entwickelnden Instrumentenmix bedeutend ist. Für eine Entscheidung über den Einsatz von Nudging sollten neben bekannten Kriterien zur Abwägung politischer Instrumente wie Kosten, Nutzen und Wirksamkeit auch ethische Fragen in die Betrachtung einbezogen werden. Ebenso bestand Einigkeit darüber, dass Nudging neben Bildung, Informationen, gesellschaftlichen Debatten, Ver- und Geboten sowie finanziellen Anreizen nur als unterstützendes Instrument zur Umsetzung der Energiewende angewendet werden sollte. Nudging hat allerdings durch eine andere Sichtweise auf den Bürger das Potenzial, neue Lösungen für festgefahrene politische Herausforderungen anzustoßen.
2. Zur Anwendung von Nudges sollte eine „gute Architektur der Wahl“ entwickelt werden. Hierzu sind Kenntnisse des im Einzelnen operationalisierten Ziels, der Entscheidungssituation, der Zielgruppen, der Effektivität, der abgeschätzten Dauer der Wirksamkeit, sowie der Nebeneffekte wichtig. Durch die begrenzte Generalisierbarkeit ist es in den Augen der Teilnehmenden notwendig, sich durch Erfahrungsaustausch, Datenbanken, Erkenntnisse von Reallaboren über die Wirkung und die Wirksamkeit einzelner Nudges einen Überblick zu

verschaffen. Darüber hinaus sollte ein Monitoring-Mechanismus eingeplant werden, der die Wirksamkeit eines Nudges prüft und die Möglichkeit bietet, Anpassungen vorzunehmen. Schließlich sollten Sichtbarkeit und Transparenz gegeben sein.

3. Zur Frage nach dem konkreten Einsatz von Nudging im Energiebereich gab es eine Vielzahl von Ideen, die der Analyse zu entnehmen sind. Zum besseren gesellschaftlich-politischen Verständnis sollten diese Ideen systematisiert werden. Zum einen anhand der Nudging-Ansätze, zum anderen in Verbindung mit und in Ergänzung zu anderen Politikinstrumenten. Ebenso sollte diese praxisnahe Darstellung die einzubindenden Akteure benennen, Erfahrungen über Wirksamkeit und Nebeneffekte aufzeigen, sowie Transparenzkriterien und Monitoring spezifizieren. Daraus könnte möglicherweise eine Tool-Box entwickelt werden, die auch bereits laufende politische Programme zur Energiewende unterstützt.

Offene Fragen und Anregungen

Der offene Diskurs im Trialog zeigte einen erheblichen Bedarf zu weiteren Diskussionen, wie verhaltensökonomische Regulierungen für die Energiewende eingesetzt werden kann. Zur Gestaltung einer neuen und guten Architektur der Wahl sollte ggf. der Austausch mit Bürger- und Zielgruppen erfolgen, denn sie wissen am besten, warum politische Programme in der Umsetzung nicht reibungslos funktionieren oder was notwendig ist, um ein Verhalten anzuregen.

Ein großes Möglichkeitsfeld der verhaltensbasierten Regulierung sind Vereinfachungen und Default-Einstellungen. Es sollte in diesem Rahmen verstärkt analysiert werden, wie beide Ansätze für die Energiewende eingesetzt werden könnten – von der Vereinfachung von Antragsformularen für die Förderung von Anlagen bis hin zum Öko-Strom als Standard-Grundversorgungstarif. Beide Ansätze sind hinsichtlich der Kosten allgemein günstig.

Im Bereich der Energiewende sollten insbesondere auch ländliche Kommunen in den Forschungsprozess mit einbezogen werden, da sie zum einen andere Anforderungen als große Ballungszentren haben, zum anderen oft finanziell eingeschränkt sind. Nudging bietet hier die Chance, mit geringen Mitteln zur Umsetzung politischer Ziele beizutragen.

1 Beschreibung des Konzepts

1.1 Das Trialog-Verfahren

Die Trialoge der HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform sind ein erprobtes Verfahren, um **gesellschaftspolitische Diskussionen fair und vertrauensbildend** zu gestalten und politische Entscheidungsprozesse fundiert vorzubereiten. Hauptpunkte des Verfahrens sind eine ganztägige Trialog-Veranstaltung mit relevanten Stakeholdern im Rahmen des zu diskutierenden Themas sowie die anschließende Analyse der Diskussion.

Als Stakeholder fungieren in den Trialogen Vertreterinnen und Vertreter von Politik, Wirtschaft und organisierter Zivilgesellschaft, begleitet von Wissenschaft und Medien. Sie treten in einen argumentativen Austausch miteinander, einer sog. **Deliberation**. Ziel unserer Trialog-Veranstaltungen ist es, **Verständigungsprozesse durch Perspektivenvielfalt und die Begründung von Argumenten zu initiieren und Grundkonsense aufzudecken**.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer decken aufgrund ihrer unterschiedlichen Funktionen, Erfahrungen und Machtpotenziale und dank der Deliberation untereinander ein breites Spektrum wesentlicher gesellschaftlicher Perspektiven ab. Durch ihre argumentative, durchaus konflikthafte Auseinandersetzung schaffen sie Transparenz, eröffnen Win-Win-Situationen und bereiten so einen überparteilichen Korridor vor, innerhalb dessen **gemeinwohlorientierte Lösungen** gefunden und nachhaltige Entscheidungen getroffen werden können.

Dazu ist es unabdinglich, dass die Offenheit des vertraulichen Austausches gewahrt wird und Positionen nicht von vornherein ausgeschlossen werden. Ebenso sollen die Positionen nicht einfach nebeneinander oder einander gegenüber gestellt werden, sondern aneinander anknüpfen. Nur so kann ein Verständigungsprozess angeregt werden, der breit akzeptierte Lösungen vorbereitet.

Wichtig ist zu diesem Zweck, die Teilnehmenden so auszuwählen, dass sie in ihrem Bereich kompetent und ebenso argumentationsfähig wie verständigungswillig sind. Über die **Chatham House Rule**¹ wird Vertraulichkeit hergestellt, die durch eine kompetente und faire Moderation weiter unterstützt wird.

1.2 Trialoge als Sounding-Boards

Das Projekt „**Einrichtung von Trialogen als Sounding-Boards für die interdisziplinären Arbeitsgruppen (AG) des Akademienprojekts**“ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. Für den Zeitraum Januar – Dezember 2015 wurden insgesamt

¹ „Bei Veranstaltungen (oder Teilen von Veranstaltungen), die unter die Chatham-House-Regel fallen, ist den Teilnehmern die freie Verwendung der erhaltenen Informationen unter der Bedingung gestattet, dass weder die Identität noch die Zugehörigkeit von Rednern oder anderen Teilnehmern preisgegeben werden dürfen.“ Royal Institute of International Affairs, London.

drei Trialoge geplant mit dem Ziel, die Arbeitsgruppen des Akademienprojekts „**Energiesysteme der Zukunft**“ (ESYS) zu unterstützen.

Das Akademienprojekt „Energiesysteme der Zukunft“ (ESYS) wird von **acatech-Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina** sowie der **Union der deutschen Akademien der Wissenschaften** seit 2013 durchgeführt und vom Bundesministerium für Bildung und Entwicklung und der Robert Bosch Stiftung gefördert. Mehr als 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler begleiten die Energiewende in acht disziplinären sowie weiteren ad-hoc interdisziplinären Arbeitsgruppen, die Handlungsoptionen für die Umsetzung der Energiewende erarbeiten. Parallel dazu wurde die Dialogplattform „Forschungsforum Energiewende“ aufgesetzt, die die Aufgabe hat, die wissenschaftsbasierten Ergebnisse der Arbeitsgruppen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft zu diskutieren.

Die **Sounding-Board-Trialoge** ergänzen die Dialogplattform mit einem bedeutenderen Fokus auf die **Transdisziplinarität**. Die Wissenschaft rückt in den Sounding-Board-Trialogen stärker in den Mittelpunkt als in den klassischen Trialog-Formaten. Ihre Forschungsarbeit und Implikationen sowie gesellschaftliche Anliegen in diesem Rahmen bilden den Fokus der Diskussion. Damit soll wissenschaftlich-analytische Forschung stärker mit gesellschaftlichem Erfahrungswissen und gesellschaftlich-politischen Entscheidungs- und Problemlösungsprozessen zusammengebracht werden. Diese bieten den wissenschaftlichen Arbeitsgruppen die Möglichkeit, in einem vergleichsweise kleinen und vertraulichen Rahmen ihre (Zwischen-)Ergebnisse methodisch reflektiert mit Vertreterinnen und Vertretern der Gesellschaft - also aus Wirtschaft, Politik und organisierter Zivilgesellschaft - ganztägig zu diskutieren. Sie erhalten so eine Rückkoppelung zu ihrer Forschungsarbeit durch die Gesellschaft, deren Interessenvertreterinnen und -vertreter zugleich Wissensträger sind. Durch die transdisziplinären Sounding-Board-Trialoge können neue Herangehensweisen an wissenschaftliche Themen eröffnet werden, weitere Forschungsbedarfe aufgedeckt und neues Wissen durch Verständigung generiert werden. Gleichzeitig wird die verfügbare Wissensbasis vertieft und damit das gesellschaftliche Handlungsvermögen gesteigert. Langfristig trägt ein gesellschaftlich robustes Wissen, insbesondere in der Energiewende dazu bei, dass wichtige anstehende Entscheidungen informiert unterstützt werden und Politik nachhaltig gestaltet werden kann. Entsprechend sind die Sounding-Board-Trialoge kein konfrontatives Abprüfen wissenschaftlicher Arbeit, sondern eine Möglichkeit zum partnerschaftlichen Austausch mit dem besten Nutzen für alle Beteiligten. Eine Win-Win-Situation.

2 Beschreibung der Ziele und des Ablaufs

2.1 Hintergrund und Ziele

Die AG Gesellschaft von ESYS befasst sich derzeit mit der Frage, wie „Nudging“ eingesetzt werden kann, um die Ziele der Energiewende zu erreichen. Der von Cass Sunstein und Richard Thaler geprägte Begriff tauchte zuletzt häufig in Medien und Fachjournals auf und ist nicht unumstritten. Er beschreibt einen Ansatz der **Verhaltensökonomik**, der durch die Gestaltung der Entscheidungssituation das Verhalten von Menschen beeinflussen kann, ohne Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern.

Bisher setzte die Politik zur Umsetzung politischer Entscheidungen eher auf Instrumente wie Ver- und Gebote, finanzielle Anreize und Sanktionen. Doch auch „Nudging“-Ansätze werden bereits genutzt, bspw. in Form von Energielabels oder der Vereinfachung von administrativen Vorgängen. Durch eine **bessere Strukturierung** der verhaltensökonomischen Erkenntnisse im **politischen Instrumentenmix** soll jedoch die **Wirksamkeit** des Regierens erhöht werden bei gleichzeitiger **Reduzierung der Kosten**. Welche Rolle „Nudging“ in der Energiewende spielen kann, stand im Mittelpunkt des Souding-Boards und sollte anhand folgender Fragen ergründet werden:

- In **welchen Bereichen** könnten Nudges eingesetzt werden, um die Ziele der Energiewende zu unterstützen?
- Welche **Kriterien** müssen eingehalten werden, um eine „**gute Architektur der Wahl**“ zu realisieren?
- Welche **Rahmenbedingungen** müssen gesetzt werden, wenn Nudges als staatliches Regulierungsinstrument eingesetzt werden soll?

2.2 Auswahl der Inputgebenden

Dem Trialog-Format entsprechend wurden die Inputgebenden entlang der Stakeholder-Zuordnung eingeladen. Dabei wurde nicht der Anspruch erhoben, dass die Inputgebenden alle vermeintlichen Gemeinwohlinteressen vertreten, sondern im Gegenteil, dass sie durchaus ihre Teilperspektiven präsentieren, die gegebenenfalls auch im Gegensatz zu einander oder zu den Positionen einzelner oder mehrerer Teilnehmenden stehen. Dass es sehr wohl auch Überschneidungen zwischen den Sektorenvertretern gibt, ist klar und nötig, um zu einem *Grundkonsenskorridor* zu gelangen. Dieser ist wiederum essentiell, um das überparteiliche Ziel der Energiewende gemeinwohlorientiert und effektiv umzusetzen.

Als wissenschaftliche Vertreterin AG Gesellschaft des ESYS-Projekts gab Frau Prof. Dr. Lucia Reich von der Copenhagen Business School den ersten inhaltlichen Input zu „Nudging“, der die faktische Grundlage für den Diskussionsverlauf bildete. Danach folgten Impulsvorträge aus Sicht der einzelnen Stakeholdergruppen: für die Politik gab der Parlamentarische Staatssekretär aus dem Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz Herr Ulrich

Kelber einen Input; aus Sicht der Wirtschaft sprach Frau Claudia Voss vom Bundesverband der Deutschen Industrie e.V., und Herr Ingmar Streese von der Verbraucherzentrale Bundesverband vertrat die Perspektive der organisierten Zivilgesellschaft. Die Moderation des Trialogs erfolgte durch Prof. Dr. Gesine Schwan, Präsidentin der HUMBOLDT-VIADRINA Governance Platform.

2.3 Agenda

Der Trialog fand am 05.05.2015 in Berlin von 09:30 – 17:00 Uhr statt.

<p>09:30 Uhr Begrüßung und Einführung:</p> <p>Prof. Dr. Gesine Schwan, Präsidentin der HUMBOLDT VIADRINA Governance Platform</p> <p>Dr. Ulrich Glotzbach, Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, Leiter der Koordinierungsstelle Energiesysteme der Zukunft</p>
<p>10:00 Uhr inhaltliche Einführung:</p> <p>Prof. Dr. Lucia Reisch, Copenhagen Business School, Professorin für interkulturelles Konsumverhalten und Verbraucherpolitik</p>
<p>10:30 Uhr Fragerunde: Moderation Prof. Dr. Gesine Schwan</p>
<p>10:45 Uhr Input-Vortrag Politik:</p> <p>Ulrich Kelber, parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz</p>
<p>11:00 Uhr Input-Vortrag Wirtschaft:</p> <p>Claudia Voss, Referentin Verbraucherpolitik, Bundesverband der Deutschen Industrie</p>
<p>11:10 Uhr Diskussion:</p> <p>Moderation Prof. Dr. Gesine Schwan</p> <p>Themen der Diskussion:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nudging als Instrument im politischen Instrumentenmix ▪ Braucht Nudging eine besondere Legitimation? ▪ Nudging bei Energiesparen einfacher als bei Klimaschutz
<p>13:45 Uhr Input-Vortrag organisierte Zivilgesellschaft:</p> <p>Ingmar Streese, Leiter Geschäftsbereich Verbraucherpolitik, Verbraucherzentrale Bundesverband</p>

14:00 Uhr Diskussion:**Moderation Prof. Dr. Gesine Schwan****Themen der Diskussion:**

- Prozessfragen für Nudging: Gestaltung einer „guten Architektur der Wahl“
- kulturelle Faktoren und Empirie zu Nudging
- Nudges im Vorentscheidungsraum und die Frage nach bewussten Entscheidungen

14:45 Uhr Workshop Session**Workshop I: Leitung Prof. Dr. Gesine Schwan**

Welche Rahmenbedingungen brauchen wir, wenn „Nudging“ als staatliches Regulierungsinstrument eingesetzt werden soll?

Themen der Diskussion:

- Menschenbild; Nudges müssen immer transparent sein
- Unbehagen gegenüber Nudges aus verschiedenen Gruppen

Workshop II: Moderation Prof. Dr. Lucia Reisch

Was ist eine „gute Architektur der Wahl“? Welches sind die Kriterien?

Themen der Diskussion:

- Der Entscheidungsprozess hinter Nudging muss transparent sein
- Gute Architektur der Wahl: Kenntnisse des Sachverhaltes und Monitoring

Workshop III: Moderation Katja Treichel

In welchen Bereichen können welche „Nudges“ zum Erreichen der Ziele der Energiewende wirksam sein?

Themen der Diskussion:

- U.a. Mobilität: ÖPNV-Ticket für alle (opt-out); Paketlösung Gebäudesanierung
- Kennzeichnung von Stromverbrauch bei Haushaltsgeräten; Relish-Smart-Wire
- Kosteneinsparungen deutlicher kennzeichnen

16:00 Uhr Zusammentragung und Diskussion der Ergebnisse der Workshops und Ausblick: Moderation Prof. Dr. Gesine Schwan

3 Analyse des Sounding-Board-Trialogs

3.1 Überblicksauswertung

Bei der Sichtung und Auswertung des Transkripts wurde deutlich, dass Demokratieverständnis und Menschenbild der Teilnehmenden für den Diskussionsverlauf mitentscheidend waren. Während einige Teilnehmende ein eher repräsentatives Demokratiemodell vertreten, setzen andere auf stärkere politische Mitentscheidung und äußerten sich entsprechend kritisch über die Idee, dass der Staat für sie vorentscheiden soll, was „gut“ ist. Dennoch zeigte sich während der Debatte, dass einzelne Nudges bzw. verhaltensökonomische Maßnahmen allen Teilnehmenden sinnvoll erscheinen, um die Energiewende zu unterstützen. Es wurde allerdings auch angemahnt, dass die Transformation des Energiesystems in ihren Etappenzielen und den konkreten Umsetzungsmaßnahmen keineswegs eine solch breite Akzeptanz erfährt wie mitunter postuliert wird.

Die wissenschaftliche Auswertung des Transkripts verdeutlicht, dass die folgenden Oberthemen besondere Wichtigkeit im Verlauf der Diskussion hatten:

- Definition von Nudging
- Aspekte der Legitimation
- Prozessfragen zur effektiven und legitimen Integration von Nudging in den Instrumentenmix
- Praktische Anwendungsbeispiele und Generalisierbarkeit
- Kritikpunkte und offene Fragen

Diese Themen werden mit den dazugehörigen Beiträgen näher beleuchtet und ausgewertet. Aus den Ergebnissen kann ein Sachstand der Diskussion zwischen den vertretenen Stakeholdern dargelegt werden. Daraus lassen sich gesellschaftliche Grundkonsense ableiten, aber auch Fragen und Gesichtspunkte, die der weiteren Vertiefung durch die Arbeitsgruppe bedürfen. Die Ergebnisse erlauben auch eine Vorschau auf die Diskussionen im Forschungsforum und zeigen die wichtigsten Punkte der gesellschaftlichen Debatte auf, die in den politischen Handlungsempfehlungen der AG Gesellschaft zum Thema berücksichtigt werden sollten.

3.2 Definition von Nudging

In der gesamten Diskussion war erkennbar, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unsicher waren, welche Maßnahmen unter den verhaltensbasierten Regulierungsansatz „Nudging“ fallen. Klärende Antworten gab zumeist die Wissenschaftlerin Prof. Dr. Lucia Reisch. Im Folgenden werden zunächst einige wichtige Aspekte zur Definition hervorgehoben, die in der Diskussion erfragt und erläutert wurden.

Nudging wird im Deutschen mitunter Regulieren durch „Schubsen“ genannt, was aber missverständlich ist. Ein *Nudge* (engl.: „sanft anstoßen“, „stupsen“) ist lediglich ein Stups, der das

Verhalten von Menschen beeinflussen, nicht aber bestimmen will. Demnach muss ein *Nudge* auch leicht und ohne großen Aufwand ignoriert werden können. „Nudges“ sind Verhaltensstimuli, die durch die Gestaltung der Entscheidungsarchitektur wirken und dabei den Möglichkeitsspielraum nicht einschränken. Es wird lediglich eine gewünschte Richtung vorgeben. Sie sind keine harte Regulierung und kein finanzieller Anreiz.

Die Verhaltensökonomik verwendet auch nicht zwingendermaßen den Begriff *Nudge*, sondern spricht von „Architektur der Wahl“. Ebenfalls wird die Bezeichnung „verhaltensbasierte Regulierung“ genutzt, womit erkennbar wird, dass *Nudging* ein Instrument der staatlichen Regulierung ist. Im Gegensatz dazu verwendet man in der Wirtschaft die Begriffe *Marketing* oder *Werbung*, auch wenn dabei die gleichen oder zumindest ähnliche verhaltensökonomische Erkenntnisse umgesetzt werden. Mitunter greift die Politik auch auf die Erfahrungen aus dem *Marketing* und der Konsumentenforschung zurück. Unklar war, welcher Begriff für Maßnahmen nichtstaatlicher, nicht gewinnorientierter Organisationen angewendet wird, die ebenfalls auf verhaltensökonomischen Einsichten basieren, wie etwa die Speisenanordnung in Mensen von Universitäten oder anderen öffentliche Einrichtungen. Diese Maßnahmen geschehen mitunter als freiwillige Selbstverpflichtung, sind aber staatlich nicht vorgegeben. Im Nachgang zur Diskussion erscheint jedoch deren Einordnung unter den Begriff *Nudging* sinnvoll.

Nudging basiert auf empirischen Erkenntnissen und setzt einen kooperativen Politikstil voraus, der verschiedene gesellschaftliche Gruppen einbezieht. Auch wenn der Begriff *Nudging* neu ist, so wird der Ansatz schon länger unter den Schlagworten wie *Entbürokratisierung* und *Vereinfachung* angewandt.

Der Ansatz bedeutet auch eine Abkehr von dem in der Wirtschaftswissenschaft konstruierten *homo oeconomicus* und die Etablierung eines realistischeren Verbraucherbildes. In der psychologischen Typisierung zielen *Nudges* auf zwei unterschiedliche Systeme der menschlichen Entscheidungskraft: System 1 und System 2, die vom amerikanischen Nobelpreisträger Daniel Kahneman erforscht wurden. Demnach treffen Menschen Entscheidungen mithilfe von System 1 (automatisch, schnell und emotional) und System 2 (deliberativ, langsam und bewertend), wobei meist beide Systeme aktiv sind, jedoch eines der beiden jeweils dominiert. Ein Beispiel für einen System-1-*Nudge* sind die abschreckenden Bilder auf Zigarettenpackungen. Ein System-2-*Nudge* stellt das Fuel Economy Label aus den USA dar, welches den Kraftstoffverbrauch sowie den Kohlendioxidausstoß eines Fahrzeugs anzeigt und den Verbrauchern die Möglichkeit gibt, Fahrzeuge aufgrund ihrer Einsparpotentiale zu vergleichen.

Weiterhin kann zwischen individuellen und sozialen *Nudges* unterschieden werden, wobei die Mehrzahl der *Nudges* auf das Individuum wirkt. Vorstellbar sind allerdings auch Gruppenwettbewerbe im weitesten Sinn, wie bspw. zwischen Haushalten. Schließlich können *Nudges* hinsichtlich der internen (persönliche Kosten) und externen Effekte (gesellschaftliche Kosten) unterschieden werden, was jedoch nicht in allen Belangen eindeutig ist. Gesundheitsschäden durch einen ungesunden Lebensstil verursachen sowohl Kosten für die Gesellschaft als auch für einen selbst.

Nudging ist abzugrenzen vom De-Biasing, also dem Abbau von Vorurteilen, wie es etwa in Unternehmen angewandt wird um die Diversität zu erhöhen.

Es zeigte sich, wie wichtig das zugrundeliegende Menschenbild ist, denn geht man von einem „mündigen“ Verbraucher aus, wie es die Wirtschaft fordert, so braucht es kein Nudging um „gute“ Entscheidungen zu treffen. Nimmt man hingegen den „schwachen“ Verbraucher an, den die derzeitige Politik stärker berücksichtigen möchte, so lässt sich dieser durch die modifizierte Entscheidungsarchitektur in der Entscheidungsfindung leiten.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass es sich bei Nudging um ein politisches Steuerungsmodell handelt, welches geregelt werden und transparent sein muss. Denn auch wenn ein einzelner Nudge an sich nicht stark in die Entscheidungsfreiheit der Betroffenen eingreift, beruht er häufig auf einer gesetzlichen Regulierung, wie etwa der Vorschrift, dass bestimmte Produkte mit Energielabeln gekennzeichnet werden müssen. Auch ist hier die Abgrenzung der Nudges nicht ganz eindeutig. Die Zigarettenindustrie muss derartig große Warnhinweise auf ihre Produkte drucken, dass die Industrie anzweifelt, ob dies noch ein „sanftes Schubsen“ ist.

Eine lange Diskussion drehte sich um die Frage nach Zielen und Instrumenten. Dabei wurde festgehalten, dass die Ziele Energiewende und Klimaschutz mit verschiedenen Instrumenten erreicht werden soll. Eines dieser Instrumente ist Nudging. Weitere Instrumente sind selbstverständlich auch Auflagen, Subventionen, Abgaben oder freiwillige Selbstverpflichtungen. Diese Instrumente schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern können ergänzend eingesetzt werden. Demnach sollte es eine stärkere Systematisierung der politischen Instrumente geben.

Im Bereich der verhaltensbasierten Regulierung werden verschiedene Ansätze unterschieden.

Die 10 wichtigsten Nudges nach Cass Sunstein sind:

1. Default Regeln (Standard- oder Voreinstellungen bspw. an technischen Geräten)
2. Vereinfachung
3. Nutzen sozialer Normen
4. Einfachheit und Bequemlichkeit erhöhen
5. Offenlegung und Transparenz
6. Warnhinweise
7. Selbstbindungs-Tools
8. Erinnerungen
9. Umsetzungsintentionen abfragen
10. Rückmeldung über (früheres) Verhalten

3.3 Legitimation von Nudging

Ein Großteil der Diskussion befasste sich mit Fragen der Legitimation von Nudging. Hierbei wurden verschiedene Aspekte von Legitimation teilweise nicht ganz trennscharf voneinander verwendet. Die Politikwissenschaft bezeichnet als Legitimation die Rechtfertigung eines Staates bzw. von politischen Entscheidungsträgern für ihr Handeln. Unterschieden wird dabei zwischen:

- Input-Legitimation, bei der die Politik berechtigt ist, zu entscheiden, da sie vom Volk durch Wahlen dazu beauftragt wurde;
- Output-Legitimation, bei der Akteure, die nicht unbedingt demokratisch gewählt sein müssen, für die Gesellschaft nützliche Leistungen erzeugen;
- und Throughput-Legitimation, bei der die Beherrschten beim Rechtsetzungsprozess beteiligt sind, etwa durch direkte Demokratie.

Zu Beginn des Dialogs wurde die Frage aufgeworfen, wer grundsätzlich legitimiert ist, Bürger, Organisationen und Unternehmen anzustupsen? Hier wurde festgestellt, dass die Politik in einer repräsentativen Demokratie durch ihr politisches Mandat befugt ist, Entscheidungen zum Wohle der Allgemeinheit zu treffen. Diese Ausgangsdiskussion ist insofern interessant, da bei anderen Instrumenten, wie etwa ordnungspolitischen Maßnahmen, die Frage nach der Input-Legitimierung in der Regel nicht gestellt wird. Grundsätzlich gilt aber, dass eine staatliche Behinderung bzw. Beeinflussung der persönlichen Freiheit gerechtfertigt werden muss und demokratische Politik im Gegensatz zur Wirtschaft einer besonderen Sorgfaltspflicht beim Instrumenteneinsatz unterliegt, weil sie nicht einfach ein Partikularinteresse durchsetzen darf. Nudging muss daher, wie jedes andere politische Steuerungsmodell, transparent sein und reguliert werden. Das Ziel, welches durch Nudging erreicht werden soll, muss auf jeden Fall legitim entschieden sein (z.B. Steigerung Energieeffizienz im Gebäudesektor). Doch auch bei einem transparent und legitim entschiedenen Ziel, kann hinterfragt werden, ob die Schwelle des legitimen staatlichen Tätigwerdens erreicht bzw. überschritten ist. Nach dem Verbraucherleitbild des Koalitionsvertrags, muss der Staat Schutz und Vorsorge bieten, „wo Verbraucher sich nicht selbst schützen können oder überfordert sind“. „Doch wer definiert Schutzbedürfnis und Überforderung?“.

Mehrfach wurde darauf verwiesen, dass die Energiewende sowohl ein politisch entschiedenes, als auch gesellschaftlich allgemein akzeptiertes und legitimes Ziel ist. Daher müsse auch nicht jeder Schritt hin zu diesem Ziel einzeln „genehmigt“ werden. Hier ist zu beachten, welche Ebene einen Nudge initiiert: beruht der Nudge auf einem Gesetz, wie dies etwa bei Produktkennzeichnungspflichten der Fall ist oder handelt es sich um Maßnahmen der Entbürokratisierung, die nicht zwingendermaßen durch flankierende Gesetze oder Regulierungen festgelegt werden müssen. Nudges sind dabei meist Teil eines größeren politischen Programmes, etwa Steigerung der Energieeffizienz, welches vorab legitimiert wurde. Hinsichtlich der Legitimationsfrage, kann aber festgehalten werden, dass ein gemeinhin akzeptiertes Nudging-Ziel oder die allgemeine „Nützlichkeit“ eines Nudges, wie etwa

Energieeinsparungen, nicht die Input-Legitimation erhöht, wohl aber auf der Output-Seite ansetzen kann.

Kritische Stimmen zur Legitimität von Nudging kommen vor allem aus zwei Richtungen:

- Von Seiten der Wirtschaft wurde die Frage aufgeworfen, in welchen Bereichen oder ab welchem Grad Nudging eine nicht gerechtfertigte Bevormundung und einen Eingriff in den freien Markt und den Markenkern darstellt. Das autonom entscheidende Individuum solle bewahrt werden. Dies ist verbunden mit den Grundannahmen, dass der Markt weitgehend unreguliert bleiben solle und dass jedes Individuum sich auch für umweltschädliche und ungesunde Produkte entscheiden dürfen muss: „Jeder hat das Recht, sich unvernünftig zu verhalten“. Es wird befürchtet, das Warnhinweise, wie sie derzeit auf Tabakprodukten zu finden sind, auch auf andere Produkte übertragen werden könnten, wie Alkohol und Süßigkeiten.
- Die andere Kritik bezieht sich auf die Befürchtung, dass Nudging die Debatten um gesellschaftliche Herausforderungen ersetzt oder zumindest verkürzt und die bewusste Entscheidung ausbleibt. Aber gesellschaftliche Streitgespräche statt bloßer Stupser sind notwendig, um zu soliden, langfristig tragbaren Antworten zu kommen. Ebenso ist es wichtig, dass sich die Bürger auch in kleinen Schritten „bewusst“ für die Energiewende entscheiden. Denn sie müssen die Energiewende mittragen, um sie erfolgreich mitgestalten zu können. Weiterhin wurde angeführt, dass verantwortungsbewusste Verbraucherpolitik „in erster Linie bei der Vermittlung von Kompetenzen und Bildung ansetzen“ solle, so dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Rolle selbstbestimmt und eigenverantwortlich wahrnehmen können. Dazu sind Bildungsangebote für alle Bürger notwendig. Das heißt auch, dass bereits Kinder und Jugendliche in der Schule theoretisches und angewandtes Alltagswissen in Gesundheits-, Energie- und Finanzfragen vermittelt bekommen.

Zu den Kritikpunkten wurden Gegenargumente aufgeführt. So funktioniert Demokratie nicht über politische Extreme. Weder muss alles verrechtlicht werden, noch wollen alle Politiker ausschließlich „Nudges“ einsetzen, um gesellschaftliche Diskussionen zu minimieren. Repräsentative Demokratie und ein freier Markt setzen eine Urteilsfähigkeit der Bürger, Produzenten und Politiker voraus. Die derzeitige Diskussion will mitnichten andere Politikinstrumente ersetzen, sondern es geht vor allem um die Frage, wie Nudging ergänzend eingesetzt werden kann, um bei bestimmten Herausforderungen der Energiewende voranzukommen. Es geht um den richtigen Policy Mix!

Nudging ist auch nicht per se diskriminierend im Markt. Wenn alle die gleichen Produktkennzeichnungen verwenden müssen, haben diese Produkte die gleichen Chancen, auf dem Markt zu bestehen. Darüber hinaus argumentiert die Politik, dass die Wirtschaft ebenso mit verhaltensbasierten Erkenntnissen für ihre Produkte wirbt und die Politik zuweilen als Korrektiv eingreifen muss. An dieser Stelle sei beispielsweise an die Vorauswahleinstellungen im Internet erinnert, die mitunter bei Reisebuchungen für Versicherungen oder aber auch für

die Newsletter-Bestellung bereits angeklickt waren. Diese Vorauswahleinstellungen wurden nun durch rechtliche Beschlüsse eingeschränkt.

Dennoch soll Nudging an dieser Stelle nicht leichtfertig beurteilt werden. Nudges müssen für einen gerechtfertigten Einsatz...:

- ...ein legitimes Ziel verfolgen,
- ...einen konkreten Nutzen haben,
- ...eine Balance von Kosten und Nutzen abwägen,
- ...klare Zielgruppen definieren,
- ...sich auf empirische Daten stützen,
- ...die Dauer des gewünschten Effekts abschätzen können,
- ...und ein Monitoring mit Möglichkeiten zur Modifikation einbeziehen.

Nudging kann mitunter dafür eingesetzt werden, Vorurteile zu „zerstören“, also dort anzusetzen, wo die Menschen eher dazu neigen, im Status Quo zu verharren, anstatt Neues auszuprobieren. Oder aber auch, um die Informationsflut, die uns teilweise in der Informations- und Wissensgesellschaft ereilt, gewissermaßen zu filtern und zu kanalisieren. Nicht jeder möchte sich beispielsweise durch die Bedienungsanleitung seines WLAN-Routers lesen, aber die meisten Menschen bevorzugen datensichere Einstellungen. Ist es hier nicht gerechtfertigt, dass die Politik einen neuen Standard festlegt, der die sicherheitsbasierte Einstellung des Routers bei Auslieferung vorschreibt? Schließlich könnte „Nudging“ auch als sanftere Steuerungsalternative bei gesellschaftlichen Herausforderungen eingesetzt werden, die auf Wahrnehmungsgrenzen fußen, wie der Klimawandel und bei denen harte ordnungspolitische Maßnahmen auf Protest stoßen. Allerdings ist es mitunter nicht einfach, hier effektive „Nudges“ zu entwickeln.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es prinzipiell immer eine – bewusste oder unbewusste – Architektur der Wahl gibt. Die Modifikation dieser Architektur durch den Gesetzgeber für ein politisch legitimes Ziel zum langfristigen Gemeinwohl erscheint wenig problematisch (z.B. mehr Fahrradwege bauen, um mehr Menschen zum Radfahren zu bewegen und so CO₂-Emissionen zu reduzieren). Aber es ist dabei wichtig, die Grundsätze des Nudging zu beachten, also auf ein legitimes Ziel zu rekurrieren, sich auf solide empirische Daten zu stützen und transparent zu sein. Wie das Kriterium der Transparenz implementiert werden kann, erscheint von Fall zu Fall unterschiedlich und nicht immer eindeutig. Sollte in jeder Cafeteria stehen, dass die Lebensmittel so angeordnet wurden, um die Kunden zum Obst- und Gemüseessen zu ermuntern? Als Argument wurde angeführt, dass auch nicht auf jeder Tankrechnung die Mineralölsteuer als Lenkungssteuer erläutert würde.

3.4 Prozessfrage: Integration von Nudging ins politische Instrumentarium

An die Legitimationsfrage schließt sich wie oben angedeutet die Prozessfrage an. Denn auch für ein politisch legitimes Ziel, ist es in einem demokratischen Staat wichtig, legitime

Maßnahmen zur Zielerreichung festzulegen. Dabei spielen vor allem folgende Fragen der Governance eine Rolle.

Zunächst kann hier nochmals auf die Bedeutung der Einbindung der Konsumentenseite für die Energiewende hingewiesen werden. Bisher fokussierten politische Maßnahmen verstärkt auf Veränderungen der Produktionsseite, bspw. Förderung von erneuerbaren Energien. Mit deren umfangreichem Zuwachs wird deutlich, dass die gesamte „alte Energiewelt“ einen Gegenentwurf braucht, der durch den Anspruch der Flexibilisierung viel stärker die Verbraucherseite mit ins Boot holen muss. Flexibilisierung bedeutet aber auch, dass politische Steuerungsinstrumente besser aufeinander und auf eine zunehmend heterogene (Energie)-Gesellschaft abgestimmt werden müssen: Wann braucht es einen finanziellen Anreiz, wann eine Verordnung oder ein Verbot, wann reicht die Bereitstellung von Informationen, wann müssen diese durch einen Nudge unterfüttert werden?

Diese und weitere Fragen zur Einbindung verhaltensbasierter Steuerungsinstrumente in die politische Werkzeugkiste sind bisher nicht detailliert geregelt und sollen in Deutschland unter anderem durch die Projektgruppe „Wirksam Regieren“ im Kanzleramt beleuchtet werden. Dabei geht es keinesfalls um die Substitution bisheriger politischer Instrumente, sondern vielmehr um die Abschätzung dessen, wie verhaltensbasierte Maßnahmen politische Programme effektiver gestalten und umsetzen könnten. Um dies zu erreichen, ist zunächst zu klären, wo bisherige Gesetze und Förderprogramme noch nicht die gewünschten Ergebnisse erzielt haben und wo die Hemmnisse bei bestimmten politischen Programmen liegen. So stellte man beispielsweise in Großbritannien fest, dass ein Programm zur energetischen Sanierung von Eigenheimen daran scheiterte, dass die Hausbesitzer nicht gewillt waren, ihre Dachböden aufzuräumen. Somit wurde das Sanierungsprogramm um die Entrümpelung ergänzt und die Anzahl der isolationswilligen Haushalte stieg.

Darüber hinaus soll die Projektgruppe durch Kommunikation die Perspektiven der Ministerialbürokratie und der Kommunen für die Politikinstrumente weiter öffnen. Denn „der Charme des Nudging [...] ist in der Tat, dass es ein Instrument ist [...] mit relativ geringer Eingriffstiefe und oft auch mit relativ geringen Kosten“. Nudging erfordert einen neuen Politikstil, der kooperativ ist und auch auf Erfahrungswissen aufbaut. Demnach können Nudging-Ansätze auch im Dialog mit Zielgruppen erörtert werden. Das fördert nicht nur die Erkenntnisse zu einem anvisierten Nudge, sondern trägt auch zur Transparenz und Wissensgenerierung bei. Unternehmen arbeiten schon seit einigen Jahren mit Kunden zusammen, um ihre Produkte zu verbessern. Diese Erfahrungen könnten für den politischen Bereich nutzbar gemacht werden.

Weiterhin sind für eine nützliche Programmierung politischer Maßnahmen mithilfe verhaltensbasierter Regulierungen gute Kenntnisse der Gesamtwirkung politischer Steuerungsinstrumente nötig, aber insbesondere der Methoden und Empirie des zu setzenden Nudge. Das stellt in mehrfacher Sicht eine Herausforderung dar. Wenn auch verhaltensbasierte Steuerungsinstrumente bereits angewendet werden wie etwa Energielabels, so gibt es bisher

vergleichsweise wenig systematisierte Analysen zu den Wirkungen der verschiedenen Nudges und noch weniger Analysen zu den Wechselwirkungen mit anderen politischen Instrumenten (z.B. finanzielle Förderprogramme und vereinfachte Antragsstellung). Eine weitere Herausforderung ist die Wirkungsabschätzung von Nudges: durch das Abrücken vom allgemeingültigen *homo oeconomicus* und der Prämisse der Wahlfreiheit kann natürlich nicht davon ausgegangen werden, dass alle Bürgerinnen und Bürger durch einen Nudge erreicht werden. Nichtsdestotrotz möchte man natürlich so viele Menschen wie möglich „anstupsen“. Dazu stellt man auf empirische Erkenntnisse über Verbraucherverhalten ab und bedient sich des Wissens über Neigungen („Biases“). Anschließend kann man beispielsweise fragen, wie sich ein Konsument/ Bürger entscheiden würde und wie man seinen „Present-Bias“ (kurzfristiges Denken) auf ein Langfrist-Denken lenken kann? Welcher Nudge wäre dazu am wirksamsten: Voreinstellung, vorgefilterte Informationen, Vereinfachungen etc.?

Default-Einstellungen sind eine der erfolgreichsten und in seiner Wirkung sichersten Nudges. Sie arbeiten mit der Beharrungstendenz des Menschen, d.h. wir behalten oft voreingestellte Funktionen z.B. bei Mobiltelefonen bei. Demnach könnten Produkte, die auf den Markt kommen, per se den „energiesparenden Modus“ eingestellt haben.

Die Gestaltung eines Nudges ist jedoch auch in ihren Feinheiten bedeutungsvoll. So kann beispielsweise ein Energielabel mit Farben und Buchstaben eine andere Effektivität haben als ein Label mit finanziellen Informationen in Bezug auf den Energieverbrauch. Hierzu sind in vielen Bereichen noch Analysen oder Reallaborexperimente notwendig; auch Studien, die sich auf einen Staat oder zumindest Kulturkreis beziehen. Denn Nudges können in anderen kulturellen Umfeldern andere Ergebnisse erzielen, da sie gewissermaßen kultursensitiv sind.

Ebenfalls ist es wichtig, dass die Wirkung der verhaltensbasierten Regulierung durch ein Monitoringverfahren abgeglichen wird. Vor dem Hintergrund der begrenzten Studien und der teilweise nur schwierigen Generalisierbarkeit von Nudges ist ein Monitoring wichtig, um die tatsächlichen Ergebnisse einschätzen zu können und nicht intendierte Nebeneffekte auszuschließen. So könnte der Nudge gegebenenfalls modifiziert oder intensiviert, oder aber auch wieder weggenommen werden, da sich möglicherweise schon eine Habitualisierung eingestellt hat.

Ein weiterer Punkt in der Diskussion bezog sich auf die Frage, ob Nudging als politisches Instrument adäquat in der Wirksamkeit ist mit Blick auf die notwendige „sozial-ökologische Transformation“ oder ob nicht intensivere Instrumente und stärkere Eingriffe gebraucht werden. Dazu können bestätigend zwei Punkte genannt werden: erstens kann Nudging immer nur eine Ergänzung zum bisherigen politischen Instrumentarium sein, welches Schwachpunkte aufgreift und durch neue Denkweisen neue Ansätze ermöglicht. Weiterhin ist es wichtig, dass durch die Politik gewisse Standards gesetzt werden, die der Volkswirtschaft eine Orientierung geben für die Investitionen in Produkte und Dienstleistungen. Als Ergänzung zu anderen Politikinstrumenten könnte Nudging gleichwohl neue Standards initiieren.

Ebenfalls wurde der Aspekt der Informationsbereitstellung hervorgehoben. Wenn sich Nudging-Ansätze erheblich auf Erfahrungswissen berufen, so ist die Verbreitung von Wissen über deren Wirkung relevant. Dieser Aspekt spielt insbesondere auch auf Akteure an, die mit wenigen Ressourcen und entfernt von den Hauptstädten die Energiewende mit vorantragen müssen, wie bspw. kleinere ländliche Kommunen. Bisher gibt es keine zentrale Plattform zum Austausch von Nudging-Erfahrungen in der Verwaltung. Das Joint Research Centre der Europäischen Kommission befasst sich europaweit und auch themenübergreifend mit verhaltensökonomischer politischer Steuerung und natürlich gibt es auch in der Wissenschaft diversen Austausch zu den bisherigen Erfahrungen. Ungewiss ist jedoch, ob dieses Wissen auch zu kleineren Verwaltungseinheiten gelangt oder ob „kommunale Nudging Tool-Boxen“ entwickelt werden könnten, die den Kommunen helfen könnten mit kleineren und finanziell wenig intensiven Maßnahmen, Energie zu sparen. In dem Zusammenhang sollten auch die Anforderungen von ländlichen Kommunen stärker in die Forschung zu verhaltensbasierter Regulierung im Energiebereich aufgenommen werden, da sie andere Energiesparpotentiale aufzeigen als städtische Bereiche. Zum Beispiel ist der Umstieg auf öffentlichen Personennahverkehr mitunter aus logistischen Gründen gar nicht möglich, aber es könnten ggf. andere verkehrspolitische Anreize geschaffen werden, die den Kraftfahrzeuggebrauch reduzieren.

Zusammenfassend soll festgehalten werden, dass für den Einsatz von Nudges zunächst ein legitimes Ziel notwendig ist. Anschließend geht es um die Abwägung, welche politischen Instrumente geeignet, effektiv und verhältnismäßig sind. Sollte ein Nudge (ergänzend) praktikabel sein, stellen sich die folgenden Fragen:

- Welcher Akteur setzt den Nudge für welche Zielgruppe?
- Gibt es ausreichend empirische Daten zu Wirkung und Nebeneffekten des Nudges?
- Bedarf es einer rechtlichen Grundlage?
- Was zeigt die Kosten-Nutzen-Analyse?
- Wie wird der Nudge transparent gemacht?
- Wie wird das Ergebnis kontrolliert? Welche Monitoring-Mechanismen kann man einsetzen?
- Wie ist die Wechselwirkung mit anderen Politikinstrumenten?

Das Wissen um die Einsetzbarkeit und Effektivität von verhaltensbasierter Regulierungen ist noch begrenzt. Das sollte aber nicht gänzlich davon abhalten, mit diesen Maßnahmen zu arbeiten. Auch konventionelle Politikinstrumente erzielen nicht immer den gewünschten Effekt. Hier könnten Nudges neue Dynamiken befördern.

3.5 Praktische Anwendung und Generalisierbarkeit von Nudging-Erfahrungen

Ein weiterer Austausch im Trialog bezog sich auf die Erfahrungen und Sammlung von Beispielen zu Nudging im Energiebereich und deren Generalisierbarkeit. Während die juristische und demokratietheoretische Diskussion zur verhaltensbasierten Regulierung häufig sehr abstrakt ist, zeigen konkrete Maßnahmen, dass Nudging etwas sehr „Pragmatisches und Praktisches“ ist und Herausforderungen und Zwistigkeiten oft im Einzelfall entschieden werden müssen. Allgemein wirkt der öffentliche Diskurs um Nudging zunächst auch in andere Bereiche, insbesondere die Tatsache, dass der *homo oeconomicus* als eine der Grundlagen volkswirtschaftlicher Entscheidungen zunehmend ins Wanken gerät.

Die Regierungen von Großbritannien und den USA waren die ersten, die sich der Verhaltensökonomik als politischen Regulierungsinstruments systematisch bedienten. Entsprechend groß ist das Interesse der Teilnehmenden an den Erfahrungen dieser Länder. Das o.g. Programm zur Gebäudesanierung in Großbritannien ist nur ein Beispiel von vielen. Ebenso oft zitiert wird der Selbst-Nudge der Rutgers University in Newark, die durch die Standardeinstellung aller universitären Drucker auf doppelseitigen Druck über 7 Millionen Seiten Papier in einem Semester einsparen konnte. Es gibt weitere Beispiele, die in ihrer Einfachheit international angewendet werden könnten – zu denken sei hier auch an die am Kopenhagener Flughafen Kastrup durchgeführten Vereinfachungen der Wegkennzeichnungen wie grüne Fußstapfen zu Mülleimern. Dennoch gibt es Grenzen im „Upscaling“ von lokalen Nudges – sei es durch kulturelle oder marktliche Unterschiede.

Ebenso zu beachten sind der sogenannte Bumerang-Effekt sowie die zeitliche Dimension der Wirksamkeit von Nudges. In einem Versuch, kalifornische Haushalte zum Energiesparen zu bewegen, versendete der US-Energieversorger Opower „Home Energy Reports“, in denen die Haushalte ihren eigenen Stromverbrauch sowie im Vergleich dazu den durchschnittlichen Verbrauch der Haushalte in ihrer Umgebung dargestellt bekamen. Zwar konnte die Mehrzahl der Haushalte zu geringerem Stromverbrauch angeregt werden, einige Haushalte verbrauchten nach dem Vergleichsbericht jedoch mehr Strom, da sie zu den Geringverbrauchern gehörten und sich nun zu einem Mehrverbrauch animiert fühlten. Das ist der sogenannte Bumerang-Effekt, der jedoch durch gute und detailsensitive Nudges reduziert werden kann.

Zur zeitlichen Dimension gehört die Frage, wann sich eine Habitualisierung eines anzustoßenden und gewünschten Verhaltens einstellt und ein Nudge wieder abgeschafft werden kann. Wie lange muss bspw. der Verbraucher angeregt werden, Geräte komplett auszuschalten statt auf Stand-By zu schalten? Wenn die Versendung eines „Home Energy Report“ wieder eingestellt wird, schießt der Stromverbrauch der Haushalte sofort wieder nach oben? Oder gewöhnen sich Bürger sogar an den Nudge selbst und reduzieren somit die Wirksamkeit? Lasse ich mich beispielsweise auf Dauer von grünen Fußstapfen zur Treppe leiten oder nehme ich doch wieder aus Gewohnheit den Fahrstuhl? Dazu gibt es bisher wenige

Studien. Klar ist jedoch, dass Nudges, die sich sozialer Normen bedienen, effektiv und längerfristig zu gewünschten Veränderungen beitragen.

Es wurde von einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Dialogs angezweifelt, ob Nudges überhaupt noch funktionieren, wenn sie transparent gemacht werden. Dazu wurden im Dialog Studien aufgeführt, die zeigen, dass Nudges auch dann wirken, wenn die betroffenen Personen wissen, dass sie „genudged“ werden. Darüber hinaus wurde angemerkt, dass man unterscheiden muss, zwischen der Transparenzmachung und der Bewusstmachung eines Nudges. Seitens der Bürger gibt es eine Holschuld, denn der Gesetzgeber muss nur die Transparenz erbringen, kann aber nicht sicherstellen, dass jedem Bürger jeder einzelne Nudge bewusst ist. Wie diese Transparenz im Konkreten hergestellt werden kann, war umstritten zwischen den Teilnehmenden. Auch die Forschung hat darauf keine allgemeingültige Antwort und es muss wohl im Einzelfall entschieden werden, wann etwas deutlich transparent gemacht werden muss und wann nicht. Gegenüber stehen sich die unterschiedlichsten Fallbeispiele wie die Vereinfachung von Antragsformularen, Produktlabels, Stromrechnungsvergleiche etc. Eine damit verbundene Anmerkung bezog sich auf den „rebellischen Verbraucher“, der bewusst gegen intendierte Beeinflussung verstößt, da er sich manipuliert fühlt. Dafür sollte man bei der Erprobung von verhaltensbasierten Maßnahmen auch eine gewisse Sensibilität haben.

Als Anregungen für Nudges im Energiebereich wurden verschiedenste Erfahrungen, Ideen und Fragen zwischen den Teilnehmern ausgetauscht:

- **Stromanbieterwechsel:** Nur wenige Haushalte wechseln ihren Stromanbieter. Wie können Haushalte durch verhaltensbasierte Maßnahmen zum Stromanbieterwechsel angeregt werden?
- Sollte **Öko-Strom als Default-Einstellung**, also standardgemäß nach einem Umzug in eine neue Wohnung/ Haus als Grundtarif eingerichtet sein? Ist das ein zu starker Eingriff in den bestehenden Markt?
- Wie kann die **Stromrechnung** für den Verbraucher verbessert werden? Strom ist ein unsichtbares Gut, mit dem sich der Verbraucher nur schwer identifiziert, wenn er nur einmal jährlich eine Rechnung erhält. Das ist in den Augen der Teilnehmenden nicht häufig genug, um den Stromverbrauch tatsächlich zu beeinflussen. Darüber hinaus sollten Vergleichswerte, wie sie bereits bei manchen Stromanbietern auf den Rechnungen aufgeführt sind, zunächst bei allen Stromanbietern eingeführt werden und darüber hinaus bereits auf den ersten Seiten aufgezeigt sein.
- Zwar würden **Smart Meter** den Überblick über den Stromverbrauch verbessern und damit lenkbarer machen, allerdings ist deren Einbau bisher zu teuer für kleinere Verbraucher, so dass Kosten und Nutzen derzeit noch nicht im Verhältnis stehen.
- Haushaltsapplikationen, um **Strom sichtbarer** und erfahrbarer zu machen: Könnten blinkende Stand-By-Lampen oder Töne dazu führen, dass Geräte öfter komplett ausgeschaltet werden? Gibt es handliche Stromzähler für Einzelsteckdosen, um den

Stromverbrauch zu messen und ggf. zu reduzieren? Denn so würde besser erkennbar werden, welche Haushaltsgeräte den meisten Strom verbrauchen. Eine aus Großbritannien kommende Anwendungsidee ist der „Relish smartwire“, ein Master-Schalter, der den gesamten Strom nicht essentieller Haushaltsgeräte abschaltet (wie bspw. Stereo-Anlagen und TV im Gegensatz zum Kühlschrank), wenn man das Haus verlässt. Wie auch beim Smart Meter sind die Kosten für einen Relish smartwire noch zu hoch, um den einzelnen Verbraucher zum Kauf anzuregen. Die Höhe des finanziellen Aufwands entspricht nicht dem Potential des finanziellen Ausgleichs für eingesparten Strom.

- Führt eine **Vereinfachung** und Vereinheitlichung der Fahrkartenautomaten bundesweit zur stärkeren Nutzung des **öffentlichen Personennahverkehrs**? Würden obligatorische kommunale Fahrkarten-Jahrestickets (mit Opt-out-Möglichkeit) die Bürger anregen, öfter mit der Bahn zu fahren und das Auto stehen zu lassen?
- Würden Gebäudesanierungsprogramme besser funktionieren, wenn der Bürger „nur ein Paket“ schnüren müsste, statt sich um Finanzierung und Umsetzung getrennt zu kümmern? Hier könnten die Erfahrungen des effin-Projekts der DENEFF neue Impulse setzen².
- Könnte **Car-Sharing** noch besser „genudged“ werden? Sollten Busspuren für **Elektroautos** zugänglich sein? Oder Parkgebühren für Car-Sharing-Fahrzeuge in der Innenstadt erlassen werden?
- Können **Leitbilder** entwickelt werden, die sich sozialer Normen bedienen, um die energetische Sanierung von Gebäuden attraktiver machen?
- Können **Wettbewerbe** zwischen Kommunen oder Haushalten nachhaltige Energienutzungs-konzepte anregen, die über die Zeit zur Norm werden?

Die Erfahrungswerte zeigen, dass Nudging ein „hilfreiches Instrument“ sein kann, um „verschiedene Log-In-Verhaltensweisen, die sozusagen stark routiniert sind [...], die aber zum Teil tatsächlich gegen die Einstellung der Akteure widersprechen“, aufzubrechen. Hier kann durch einen Nudge, ein Aha-Erlebnis erfolgen.

Ein wichtiger, übergeordneter Punkt zielt auf die Systemfrage ab: wenn die Bürger durch Nudges zu kleinen, der Energiewende zuträglichen Entscheidungsgestupst werden, ohne jedoch deren Tragweite und Bedeutung bewusst zu diskutieren, kann es durchaus sein, dass Bürger eingesparte Finanzen bspw. durch reduzierten Stromverbrauch wiederum für ein größeres, und klimaschädlicheres Auto ausgeben. Dies macht deutlich, dass Energiepolitik systemisch gedacht werden sollte und – zugleich und begleitend - die öffentliche Debatte

² Das durch die DENEFF umgesetzte Projekt befasste sich mit der Frage, wie die Energieeffizienz von Gebäuden unter Berücksichtigung der Finanzierung verbessert werden könnte. Es wurden verschiedene Studien und Praxisleitfäden erstellt. <http://www.iffin.info/>

suchen muss. Nur so können bewusste Verbraucherinnen und Verbraucher langfristig Entscheidungen treffen, die dem Gemeinwohl nicht entgegenstehen.

3.6 Kritikpunkte und offene Fragen

Die meisten Kritikpunkte und offenen Fragen, die während der Diskussion aufkamen, wurden bereits in den oberen Kapiteln erwähnt. Sie sollen hier noch einmal kurz zusammengefasst werden.

Ethische Frage: Eine häufige Kritik, die auch unter den Teilnehmenden diskutiert wurde, bezieht sich auf die ethische Frage. Natürlich gibt es eine Reihe kleiner, harmloser verhaltensbasierter Maßnahmen. Was geschieht aber, wenn sie in kritischeren Bereichen wie der Organspende eingesetzt werden? In Österreich liegt der Anteil der Organspenderinnen und Organspender durch die Vorentscheidung des Staates zur automatischen Organspende mit Opt-Out-Regel bei ca. 95%. In Deutschland sind es hingegen nur 12%, da sich die deutschen Bürgerinnen und Bürger bewusst dafür entscheiden müssen (Opt-In-Regel). Während des Dialogs wurde kein konkretes Beispiel für eine ethisch kritische Maßnahme im Energiebereich genannt und die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren darüber einig, dass es in diesem Bereich wohlmöglich weitaus weniger problematisch ist, als beispielsweise Nudging im Gesundheitsbereich. Dennoch schwebt über dem Einzelfall die generelle Debatte um den „Nanny State“, der mit Nudging vermeintlich die persönliche Autonomie des Einzelnen untergräbt.

Marktliche Frage: Während häufig betont wird, dass verhaltensbasierte Regulierung im Vergleich zu Geboten oder finanziellen Steuerungsanreizen minimal-invasiv sei, kritisieren einige Wirtschaftsvertreterinnen bzw. Wirtschaftsvertreter den Eingriff in das Markenrecht bspw. durch übergroße Produkthinweise. Es wird angezweifelt, ob hierbei noch von „Stupsen“ gesprochen werden kann. Gleichfalls würde eine bundesweite Umstellung des Strombezugs auf Öko-Strom mit Opt-out-Regelung bei Neubezug einer Wohnung einen tiefen Eingriff in das derzeitige Marktgeschehen darstellen. Aber man könnte diesem Punkt entgegenhalten, dass derzeitige Regelungen in den allermeisten deutschen Kommunen konventionellen Strom bevorteilen.

Manipulationsfrage: Obwohl diese Frage in vielen Zeitungsartikeln aufgegriffen wurde, spielte sie im Dialog-Diskurs keine so bedeutende Rolle. Das Gebot der Transparenz schien für alle Teilnehmenden überzeugend. Nichtsdestotrotz wurde eine leichte Tendenz zur Manipulation in einigen Grenzfällen angeführt. Es ist also Aufgabe des Staates, Nudging transparent zu regeln. Wie oben bereits angesprochen, ist es auch in der akademischen Diskussion nicht immer deutlich, wie diese Transparenz in der Umsetzung des Einzelfalls erfolgen soll, das Ziel eines Nudges muss jedenfalls legitim und transparent entschieden worden sein.

Bildungs- und Bewusstseinsfrage: Nudging soll die Bürgerinnen und Bürger zu ökologischem Verhalten anstupsen, um die Energiewende voranzutreiben. Nudging kann aber nicht die

gesellschaftliche Debatte und Bildungsangebote ersetzen. Denn die Energiewende braucht langfristig eine gesamtgesellschaftliche Transformation mit agierenden Individuen, die sich bewusst für das Ziel einer nachhaltigen Energieversorgung entschieden haben und auch hinter den dazu notwendigen Schritten stehen. Es reicht nicht den heimischen Stromverbrauch zu senken, um „nachbarschaftlich organisierte Energie-Wettbewerbe“ saisonal zu gewinnen, sondern der systemische Blick auf die Herausforderungen kann nur gesamtgesellschaftlich und übergreifend erreicht werden. Dennoch vermag Nudging Aha-Erlebnisse hervorrufen und neue Denkweisen anstoßen, die auch für die Unterstützung eben dieser gesellschaftlichen Debatte notwendig sind.

Effektivitätsfrage: In die Bildungsfrage reiht sich auch die Frage nach der Effektivität ein. Mitunter wird angezweifelt, ob Nudging ausreicht, um die Energiewende wirklich voranzutreiben, oder ob nicht der Schwerpunkt auf anderen Instrumenten liegen sollte. Befürworterinnen und Befürworter des Nudging entgegnen, dass verhaltensbasierte Regulierungen nicht andere politische Steuerungsinstrumente ablösen, sondern diese lediglich ergänzen sollen. Dennoch besteht ein gewisses Risiko, dass ein zu starker Fokus auf die sich durch Nudging bietenden Möglichkeiten die Diskussion um wichtige, aber politisch kontroverse Themen möglicherweise in den Hintergrund rückt.

Zeit- und Habitualisierungsfrage: In der Umsetzung von Nudging-Ansätzen ist noch nicht klar erkennbar, wie wirksam Nudges langfristig sind. Bisherige Studien zeigen, dass die Dauer der Wirksamkeit abhängig ist vom Land, von der Zielgruppe, vom Zielbereich, von den Präferenzstrukturen und ähnlichem. Es ist derzeit schwierig, verallgemeinerbare Aussagen zur Habitualisierung von gewünschten Verhalten zu machen. Wie lange wirkt beispielsweise der Hinweis am Fahrstuhl, um Menschen zum Treppenlaufen zu bewegen? Wird der Hinweis irgendwann ignoriert und wieder mehr Fahrstuhl gefahren? Nimmt man das Hinweisschild zu früh ab, steigen dann viele der animierten „Treppenläufer“ wieder auf den Fahrstuhl um?

Frage der Generalisierbarkeit: Wie in der Zeitfrage angedeutet, sind die Erkenntnisse zu Nudging nur begrenzt verallgemeinerbar. Was in einem Land funktioniert, kann in anderen Ländern regelrecht dazu führen, dass ein bestimmtes Verhalten extra und aus rebellischen Gründen angenommen wird. Es gibt jedoch bereits einige Erkenntnisse aus der Forschung, die ein gewisses Maß an Generalisierbarkeit zulassen, etwa Default-Einstellungen, die fast immer wirksam sind. Auch soziale Nudges funktionieren gut, dazu sind natürlich Kenntnisse des kulturellen Hintergrunds der zu regulierenden Zielgruppe und deren Umfeld notwendig.

Demokratische Frage: Ähnlich der Bildungs- und Bewusstseinsdiskussion geht es bei diesem Punkt darum, dass politische Streitfragen nicht durch das „sanftere Nudging“ umgangen werden sollen. Die gesellschaftlich kontroverse Debatte ist notwendig, um zu soliden und tragfähigen Antworten zu kommen. Wenn Emissionen reduziert werden sollen, kann das sicherlich bis zu einem gewissen Grad durch kleinere verhaltensregulierte Maßnahmen erreicht werden. Aber die Diskussion bspw. um den Einsatz von fossilen Energieträgern oder kraftstoffintensiven Autos wird früher oder später geführt werden müssen. Nudging kann diese

Diskussion nicht ersetzen. Ein Gegenargument dazu besagt, dass der Mensch nicht jede Entscheidung bewusst trifft und immer eine Architektur der Wahl vorhanden ist. Der Staat soll eine gewisse Lenkfunktion hier übernehmen, u.a. auch weil unter dem Überangebot von Informationen nicht immer die Informationen gefiltert werden können, die für eine verantwortungsbewusste Entscheidung relevant wären.

Legitimatorische Frage: Ohne hier nochmals auf alle im gleichnamigen Kapitel genannten Aspekte einzugehen, ist in der Debatte um den Einsatz von Nudging eine klare Unterscheidung von Ziel (z.B. Energiesparen) und Instrument (z.B. Nudging durch verbesserte Stromrechnung) notwendig. Diese Unterscheidung ging in der Trialog-Diskussion zwischen den Teilnehmerinnen und Teilnehmer mitunter durcheinander. Nudging ist keineswegs ein Instrument, welches der Staat einsetzt, um nicht beschlossene, aber von ihm gewollte Ziele umzusetzen. Das wäre Manipulation. Nudging meint die Umsetzung staatlich legitimer Ziele mit legitimen und transparenten Mitteln, die sich der Erkenntnisse der Verhaltensökonomik bedienen.

Kostenfragen: Auch wenn Nudging oft mit geringen Kosten verbunden ist, so müssen dennoch die Maßnahmen, die zum tatsächlichen Nudging führen, finanziert werden. Während einige dieser Maßnahmen in der Tat kostengünstig sind – zu denken wäre hier an Produktlabels oder verbesserte Stromrechnungen - gibt es andere Maßnahmen, die in ihrer Vorbereitung kostenintensiver sind, wie bspw. Smart-Meter. Bei der Entscheidung über den richtigen Policy-Instrumentenmix sollte dieser Aspekt mit beleuchtet werden.

3.7 Zusammenfassung der Ergebnisse

Im Trialog sollte die übergeordnete Frage diskutiert werden, ob und wie verhaltensbasierte Maßnahmen die Energiewende vorantreiben können. Dazu wurden in dem erprobten transdisziplinären Ansatz Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Politik, Unternehmen, organisierter Zivilgesellschaft inklusive Wissenschaft und Medien eingeladen, die ihren Kenntnisstand, ihre perspektivischen Erfahrungen und ihr Wissen in die Debatte einbrachten. Dadurch konnten gesellschaftliche Konfliktlagen, potentielle Herausforderungen und mögliche Missverständnisse herausgearbeitet werden. Es zeigte sich insbesondere in der Klärung definitorischer Fragen, dass sich die gesellschaftliche Diskussion zum Teil auf die enge Sicht der Medien berufen hatte, die bisher vor allem den Vorwurf der Manipulation von Nudging in den Mittelpunkt rückt.

Im Verlauf der Deliberation wurde aus einer vorwiegenden prinzipiellen Skepsis die Frage nach der konkreten Einbindung von Nudging für die Energiewende immer wichtiger. Während am Vormittag größtenteils Aspekte der Definition und Legitimation eine Rolle spielten, widmete sich die Diskussion am Nachmittag verstärkt den Themen Chancen und Umsetzungsfragen zu Nudging im Energiebereich. Dennoch wurden nicht alle Zweifel bzgl. der Legitimität, Transparenz und Effektivität aus dem Weg geräumt, was aber auch nicht Ziel war. Das Vorhaben der besseren Verständigung von Wissenschaft und Gesellschaft wurde insbesondere dadurch unterstützt, dass die wissenschaftliche Vertreterin der AG Gesellschaft, Frau Prof. Dr.

Lucia Reisch, den ganzen Tag anwesend war und viele Verständnisfragen eingehend beantwortete. Durch die breite gesellschaftliche Vertretung der unterschiedlichen Stakeholder betrachtete die Diskussion das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln. Es zeigte sich dabei, dass Verständnisfragen und Kritikpunkte nicht nur einzelnen Stakeholdern zugeordnet werden konnten, sondern sich durch alle Gruppen zogen.

Die im Vorfeld in der Kooperation mit der AG Gesellschaft formulierten Fragen wurden durch die Diskussion und durch die vorab von den Teilnehmenden eingereichte Antworten abgedeckt. Eine der drei Fragen bezog sich auf die herzustellenden Rahmenbedingungen, um Nudging als staatliches Regulierungsinstrument legitim einzusetzen. Viele Aspekte wurden im Rahmen des Definitions- und Legitimationskapitels beleuchtet. Die Mehrzahl der Teilnehmenden betonte die Bedeutung von transparenten Verfahren für die Legitimation von Zielen und den daraus zu entwickelnden Instrumentenmix. Für eine Entscheidung über den Einsatz von Nudging sollten neben bekannten Kriterien zur Abwägung politischer Instrumente wie Kosten/Nutzen und Wirksamkeit jedes Mal auch ethische Fragen in die Betrachtung einbezogen werden. Ebenso bestand Einigkeit darüber, dass Nudging eher als unterstützendes Instrument zur Umsetzung der Energiewende angewendet werden sollte. Bildung, Information, gesellschaftliche Debatten, Ver- und Gebote sowie finanzielle Anreize sind weiterhin essentiell für eine erfolgreiche Energiepolitik. Nudging hat allerdings durch eine andere Sichtweise auf den Bürger das Potenzial, neue Lösungen für festgefahrene politische Herausforderungen wie der Gebäudesanierung anzustoßen.

Wird der Einsatz von Nudging in Betracht gezogen, sollte eine „gute Architektur der Wahl“ entwickelt werden. Die Gestaltung dieser Architektur der Wahl war Gegenstand der zweiten Frage und wurde auch von einer der Workshop-Gruppen im Dialog behandelt. Durch die begrenzte Generalisierbarkeit ist es in den Augen der Teilnehmenden notwendig, sich durch Erfahrungsaustausch, Datenbanken, Erkenntnisse von Reallaboren über die Wirkung und die Wirksamkeit einzelner Nudges einen Überblick zu verschaffen. Hierzu sind Kenntnisse des im Einzelnen operationalisierten Ziels, der Entscheidungssituation, der Zielgruppen, der Effektivität, der abgeschätzten Dauer der Wirksamkeit, sowie der Nebeneffekte wichtig. Darüber hinaus sollte ein Monitoringmechanismus eingeplant werden, der die Wirksamkeit eines Nudges prüft und die Möglichkeit bietet, Anpassungen vorzunehmen. Schließlich sollten Sichtbarkeit und Transparenz gegeben sein.

Zur Frage nach dem konkreten Einsatz im Energiebereich gab es eine Vielzahl von Ideen, die bereits im oberen Abschnitt aufgeführt wurden. Zum besseren gesellschaftlich-politischen Verständnis sollten diese Ideen systematisiert werden. Zum einen anhand der Nudging-Ansätze, zum anderen in Verbindung mit und in Ergänzung zu anderen Politikinstrumenten. Ebenso sollte diese praxisnahe Darstellung die einzubindenden Akteure benennen, Erfahrungen über Wirksamkeit und Nebeneffekte aufzeigen, sowie Transparenzkriterien und Monitoring spezifizieren. Daraus könnte möglicherweise eine Tool-Box entwickelt werden, die auch bereits laufende politische Programme zur Energiewende unterstützt.

Empfehlungen:

- In der gesellschaftlichen und politischen Diskussion sollte zunächst der definitorischen Erläuterung von verhaltensbasierter Regulierung ein gesonderter Stellenwert beigemessen werden, so dass dem Vorwurf bzw. Einwand der Manipulation Rechnung getragen wird. Es sollte klargestellt werden, dass Nudging ein Instrument ist zur Umsetzung staatlich legitimierter Ziele, welches sich der Verhaltensökonomik bedient und dabei transparent bleiben möchte. Die ethische Frage darf dabei dennoch nicht umgangen werden, insbesondere hinsichtlich weniger einfacher „Nudges“, wie der Organspenden Opt-in- oder Opt-out-Regelung.
- Politische Handlungsempfehlungen im Energiebereich sollten sich klarer Beispiele bedienen und bereits in die jeweiligen Nudge-Kategorien eingeordnet sein. Fragen nach Legitimation, Kosten, Nutzen, Ethik, Wirksamkeit, Transparenz und Monitoring sollten jeweils beleuchtet werden. Das steigert das Verständnis und verdeutlicht, welche Handlungen sich an die Setzung eines Nudges anschließen müssen.
- In der Bewertung einzelner verhaltensbasierter Maßnahmen sollte Bezug zu bereits existierenden Politikprogrammen hergestellt (z.B. Gebäudesanierung) sowie geklärt werden, ob der Nudge nach weiteren gesetzgeberischen Maßnahmen und finanziellen Ressourcen verlangt.
- Zur Gestaltung einer neuen und guten Architektur der Wahl sollte ggf. der Austausch mit Bürger- und Zielgruppen erfolgen, denn sie wissen am besten, warum politische Programme in der Umsetzung nicht reibungslos funktionieren oder was notwendig ist, um ein Verhalten anzuregen. Dies darf nicht ausschließlich entlang langfristiger Verbraucherstudien geschehen, sondern muss punktuelle und zeitnahe Abgleichung mit Bürgern einbeziehen. Das Problem bei langfristigen Verbraucherstudien ist mitunter, dass deren Daten bereits veraltet sind und ein bestimmtes Verbraucherverhalten bereits wieder abgelöst worden ist.
- Ein großes Möglichkeitsfeld der verhaltensbasierten Regulierung sind Vereinfachungen und Default-Einstellungen. Es sollte in diesem Rahmen verstärkt analysiert werden, wie beide Ansätze für die Energiewende eingesetzt werden könnten – von der Vereinfachung von Antragsformularen für die Förderung von Anlagen bis hin zum Öko-Strom als Standard-Grundversorgungstarif. Beide Ansätze sind hinsichtlich der Kosten allgemein günstig.
- Im Bereich der Energiewende sollten insbesondere auch ländliche Kommunen in den Forschungsprozess mit einbezogen werden, da sie zum einen andere Anforderungen als große Ballungszentren haben, zum anderen oft finanziell eingeschränkt sind. Nudging bietet hier die Chance, mit geringen Mitteln zur Umsetzung politischer Ziele beizutragen.

4 Stakeholderauswertung

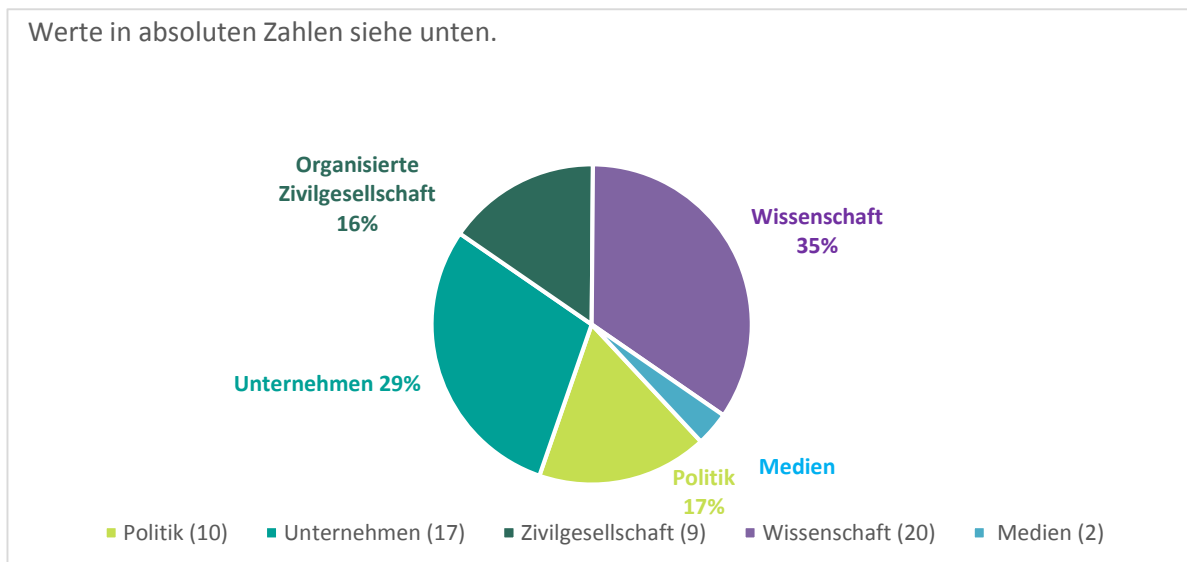
4.1 Einladungsmanagement

Basis für die Einladungen war eine detaillierte Kontaktdatenbank der HUMBOLDT-VIADRINA von fast 900 Personen, die zusätzliche Akquise durch die HUMBOLDT-VIADRINA von Experten im Bereich Nudging sowie Empfehlungen von Frau Prof. Dr. Lucia Reisch. Davon wurden 441 Personen entsprechend Ihrer Schwerpunktsetzung eingeladen. Es gab 71 Anmeldungen mit relativ gleichmäßiger Verteilung in Bezug auf die drei Stakeholder-Gruppen Politik, Unternehmenssektor und organisierte Zivilgesellschaft neben Medien und Wissenschaft

Quantitative Auswertung der Einladungen und Teilnehmenden

An der am 05. Mai 2015 durchgeführten Dialog-Veranstaltung im Allianzforum in Berlin nahmen schließlich 58 Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Unternehmenssektor, organisierter Zivilgesellschaft sowie Wissenschaft und Medien teil. Knapp 20% der angemeldeten Teilnehmer waren terminlich oder gesundheitlich verhindert.

4.2 Zusammensetzung der Teilnehmenden gemäß Stakeholder-Gruppen



Die Teilnehmenden der Veranstaltung verteilten sich entsprechend der Kernidee des Dialog-Konzepts auf die Bereiche Politik, Wirtschaft, Organisierte Zivilgesellschaft, Medien und Wissenschaft.

Bei diesem Dialog stellte die **Wissenschaft** einen relativ großen Anteil der Teilnehmenden. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass von einer der organisierenden Institutionen aus dem wissenschaftlichen Sektor – acatech – recht viele Vertreterinnen und Vertreter teilgenommen

haben. Zum anderen ist dies auf das besondere Trialog-Format des Sounding Boards zurückzuführen, wodurch auch drei Mitglieder der wissenschaftlichen AG Gesellschaft von ESYS teilgenommen haben.

Auch aus dem **Unternehmenssektor** kam eine vergleichsweise große Anzahl an Teilnehmenden. Hier war die Konsumgüterindustrie, wie OSRAM vertreten, aber auch Energieversorger wie E.ON sowie Wirtschaftsverbände. Die Stakeholder-Gruppe **Politik** war mit 10 Teilnehmenden leicht unterrepräsentiert aber durch verschiedene Ministerien sowie Vertreterinnen und Vertreter aus dem Bundestag divers besetzt.

Die 9 Teilnehmenden aus der **organisierten Zivilgesellschaft** kamen aus ganz unterschiedlichen Bereichen, von einer studentischen Nachhaltigkeitsinitiative, über die Verbraucherzentrale bis hin zur HUMBOLDT-VIADRINA Governance Platform. Die **Medien**, die den Trialog begleiten sollen, waren durch einen Blogger und eine Mitarbeiterin eines europäischen Online-Nachrichtenportals vertreten.

4.3 Übersicht der vertretenen Institutionen

Die folgende Übersicht listet die vertretenden Institutionen auf, aus den die Teilnehmenden entsandt wurden. Sie verdeutlicht eine breite Zusammensetzung der Teilnehmerschaft:

Brandes & Partners
Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)
Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V. (BDEW)
Büro Carsten Müller, MdB CDU
Büro Nicole Maisch, MdB Bündnis 90/die Grünen
ConPolicy Institut für Verbraucherpolitik
Copenhagen Business School
DENEFF - Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz
Deutsche Akademie der Technikwissenschaften (acatech)
Deutsche Unternehmensinitiative Energieeffizienz e.V. (DENEFF)
DIALOGIK - gemeinnützige Gesellschaft für Kommunikations- und Kooperationsforschung mbH
E.ON SE
Ecologic Institut gemeinnützige GmbH
euractiv
Forschungsforum Energiewende

Forum für Zukunftsenergien e.V.
HUMBOLDT-VIADRINA Governance Platform gGmbH
Institut für Freiraumentwicklung Leibniz Universität Hannover
Institute for Advanced Sustainability Studies e.V. (IASS)
MdB SPD, Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz
Mitsubishi Hitachi Power Systems Europe
Nachhaltigkeitsbüro Studentische Initiative – HU Berlin
Norwegische-Deutsche Willy-Brandt-Stiftung
Öko-Institut e.V.
OSRAM GmbH
Projektträger Jülich - Forschungszentrum Jülich GmbH
Sachverständigenrat für Umweltfragen (SRU)
Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP)
Sustainable Services
sustainment
Technische Universität Berlin (TU)
Umweltbundesamt (UBA)
Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V.
Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V. (UFU)
Vattenfall GmbH
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH
Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW)
Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V (ZVEI)
Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)



HUMBOLDT-VIADRINA
Governance Platform

Kontakt

HUMBOLDT-VIADRINA Governance Platform gGmbH
Pariser Platz 6 (Allianz Forum)
10117 Berlin

Telefon: +49 30 20620 140

Email: energie.trialoge@governance-platform.org

Website: <http://www.governance-platform.org>

Bericht vom 5.August 2015

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung