

Nudging im Kontext nachhaltigen Konsums



Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe II

gefördert durch



Deutsche
Bundesstiftung Umwelt

www.dbu.de

Nudging im Kontext nachhaltigen Konsums Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe II

Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Impressum

Herausgeber und Verleger: Institut für Ökonomische Bildung gGmbH, Bismarckstraße 31, 26122 Oldenburg

Verantwortlich: Prof. Dr. Dirk Loerwald

Internet: www.ioeb.de

Autor*innen:

Allbauer-Jürgensen, Markus/Betker, Katharina/Friebel-Piechotta, Stephan/ Loerwald, Dirk/ Steier-Fahldieck, Josephine

Unter Mitarbeit von Annalena Laurich

© 2023 Institut für Ökonomische Bildung gGmbH (IÖB), Oldenburg

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jeder Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne Zustimmung des Instituts für Ökonomische Bildung ist unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Mikroverfilmung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Auf verschiedenen Seiten der Handreichungen befinden sich Verweise (Links) auf Internet-Adressen. Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt der externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie bei dem angegebenen Inhalt des Anbieters dieser Seite auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail (info@ioeb.de) davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Titelbild: pixabay

Inhalt

1. Fachliche Einordnung	1
2. Curriculare Verortung	2
3. Kompetenzen/Lernziele	4
4. Materialien im Unterricht	5
5. Unterrichtsverlauf	6
6. Lösungshinweise	9
7. Weitergehende Literaturhinweise	11
8. Schüler*innenmaterialien	12
Nachhaltiger Konsum – was ist das eigentlich?	
3, 2, 1 – Drucken	
Nudge: ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln	
Brief an das Expert*innenkomitee Umweltpolitik	
Nudge-Werkstatt	
Arten von Nudges	
Vom Nudge zum Handeln	
Wirkungsmessung von Nudging	
Umweltpolitische Instrumente	
Beobachtungsbogen	
Kritik am Nudging	
Glossar	

1. Fachliche Einordnung

Warum werden in Hotelbadezimmern Schilder aufgestellt, die darauf hinweisen, wie viel Wasser und Strom bei der Handtuchreinigung verbraucht wird? Wieso werden auf Zigarettenschachteln schockierende Bilder von kranken Menschen abgedruckt, und weshalb werden in Urinalen Aufkleber in Form einer Stubenfliege angebracht? Ganz einfach: Die Menschen sollen zu einem erwünschten Verhalten bewegt („angestupst“, engl. „to nudge“) werden; in unseren Beispielen zur Mehrfachnutzung der Handtücher, zum Nichtrauchen und zum „in die Mitte Zielen“. Solche sogenannten Nudges („Stupser“) werden als Bestandteil von Ansätzen der Verhaltensökonomik heute zunehmend in der staatlichen Umweltpolitik diskutiert und eingesetzt - neben Appellen, ordnungspolitischen und anreiztheoretischen Instrumenten. Diese werden im Entscheidungsumfeld der Individuen platziert und sollen von außen auf die Entscheidungsfindung einwirken. Sie „stupsen“ die Entscheidung in eine bestimmte Richtung, setzen dabei jedoch keine finanziellen Anreize oder sanktionieren nicht direkt das Verhalten. Durch ihre Gestaltung legen sie aber ein bestimmtes Verhalten nahe und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass sich der/die Einzelne für die intendierte Option entscheidet.

Um ein umwelt- und klimafreundlicheres Verhalten zu unterstützen, können sogenannte Green-Nudges eingesetzt werden. Green-Nudges sind so gestaltet, dass in konkreten Situationen nachhaltigere Entscheidungen wahrscheinlicher werden. Diese können unter anderem in Form von Voreinstellungen (z. B. „grüner“ Strom als Standardoption bei der Auswahl des Stromtarifs eines Anbieters), als „sozialer“ Nudge (z. B. Anzeige, dass sich andere Personen für eine nachhaltige Option entschieden haben) oder als Informations-Nudge (z. B. leicht verständliche und direkt wahrnehmbare Informationen über Produktionsbedingungen oder Recyclingmöglichkeiten) auftreten.

Nudges führen aber nicht immer zu einer Verhaltensänderung bzw. es wird nicht zwingend ein bestimmtes Verhalten erreicht. Sie geben eben kein bestimmtes Verhalten vor oder honorieren ein solches monetär, sondern ermöglichen dem Individuum eine freie Entscheidung. Ein Vorteil von Nudges ist, dass sie im Vergleich zu vielen anderen umweltpolitischen Instrumenten flexibler und schneller in konkreten Situationen eingesetzt werden können.

Zu beachten ist, dass die Wirkung von Nudges an spezifische Situationen gebunden ist. Da ihr Einsatz nicht zu einer Stärkung der generellen Entscheidungskompetenz führt, sind sie in der Regel nicht langfristig bildungswirksam. Darüber hinaus wird vor allem auch negativ bewertet, dass gerade Voreinstellungs-Nudges häufig intransparent sind. Es wird die Gefahr gesehen, dass Menschen die Nudges nicht bemerken und zu einer Entscheidung gelenkt werden, die sie eigentlich nicht treffen wollen. Die Frage, wie frei die Entscheidungsfindung wirklich erfolgt, wenn Nudges zum Einsatz kommen, wird intensiv diskutiert.

Ungeachtet dessen gibt es schon jetzt eine große Anzahl an Nudges in unserem Alltag, die Einfluss auf unsere Entscheidungen nehmen (können). Gerade weil Nudging bereits ein – häufig nicht wahrgenommener – Bestandteil unseres (Konsum-)Alltags ist, sollte es im Unterricht thematisiert werden. Dies ermöglicht es den Lernenden zu verstehen, wie Nudges wirken und eröffnet ihnen die Möglichkeit, reflektiertere (Konsum-)Entscheidungen treffen zu können. Gleichzeitig lernen sie mit Nudging einen Ansatz kennen, der einen Beitrag zur Entschärfung der Umwelt- und Klimaproblematik leisten kann.

2. Curriculare Verortung

Die Kerncurricula der Ankerfächer der Ökonomischen Bildung bieten verschiedene inhaltliche Anknüpfungsmöglichkeiten für die Thematisierung von nachhaltigem Konsum sowie von Biases und Debiasing. Der folgenden Tabelle können diese - differenziert nach Bundesländern, Schulform und Jahrgangsstufe - exemplarisch entnommen werden.

Bundesland	Schulform	Jahrgangsstufe				Fach
		10	11	12	13	
Baden-Württemberg	Gemeinschaftsschule					Wirtschaft/Berufs- und Studienorientierung (WBS)
						Wirtschaft
	Gymnasium					Wirtschaft
Berlin Brandenburg	Gymnasium, Gesamtschulen mit gymnasialer Oberstufe, Kollegs, Abendgymnasien					Wirtschaftswissenschaft
Bremen	Gymnasium					Wirtschaftslehre
Hamburg	Stadtteilschule					Wirtschaft, Politik/Gesellschaft/Wirtschaft
	Gymnasium					Wirtschaft, Politik/Gesellschaft/Wirtschaft
Hessen	Gymnasium					Politik und Wirtschaft
						Wirtschaftswissenschaften
Mecklenburg-Vorpommern	Gymnasium und Integrierte Gesamtschule					Wirtschaft
Niedersachsen	Gymnasium, Gesamtschulen mit gymnasialer Oberstufe, Kollegs, Abendgymnasien					Politik-Wirtschaft

NUDGING IM KONTEXT NACHHALTIGEN KONSUMS

Nordrhein-Westfalen	Gymnasium				Sozialwissenschaften – Sozialwissenschaften/Wirtschaft
Rheinland-Pfalz	Gymnasium				Erdkunde, Geschichte, Sozialkunde
Saarland	Gymnasium				Wirtschaftslehre
Sachsen	Gymnasium				Gemeinschaftskunde, Rechtserziehung/Wirtschaft
Sachsen-Anhalt	Gymnasium				Wirtschaftslehre
Schleswig-Holstein	Allgemein bildende Schulen				Wirtschaft/Politik
Thüringen	AHS				Wirtschaft und Recht
Bayern	Gymnasium (G9)				Wirtschaft und Recht
	Gymnasium (G8)				Wirtschaft und Recht

3. Kompetenzen/Lernziele

Die Schüler*innen sollen nach der Bearbeitung der Materialien in der Lage sein, den Einfluss von Nudges auf Konsumentenscheidungen erklären und reflektieren zu können. Dabei sollen sie unter anderem erkennen, dass Nudges nachhaltigen Konsum befördern können, sich aber auch kritisch mit Nudging in Bezug auf die Freiheit der eigenen Entscheidung auseinandersetzen.

Die Schüler*innen können mithilfe der Materialien ...

Fachwissen	Analysekompetenz	Beurteilung/Bewertung
	erläutern, was unter nachhaltigem Konsum verstanden wird. (M1)	
beschreiben, was unter einem Nudge verstanden wird. (M2b)	anhand von Kriterien erklären, was ein Nudge ist. (M2b)	
die Wirkung von Nudges beschreiben. (M4-M7)	erläutern, wie ein bestimmter Nudge Problemen im Bereich des nachhaltigen Konsums entgegenwirken kann. (M4-M7)	diskutieren, inwieweit Nudges im Allgemeinen eine gewinnbringende Ergänzung der klassischen umweltpolitischen Instrumente darstellen. (M4-M7)
	die Wirkung von Nudges im Bereich des nachhaltigen Konsums erläutern. (M4-M7)	
	einen eigenen Nudge zur Förderung des nachhaltigen Konsums entwickeln. (M4-M7)	
die Kritikpunkte am Nudging beschreiben. (M8)	analysieren, inwieweit die Kritikpunkte am Nudging auf den selbst entwickelten Nudge zutreffen. (M8)	diskutieren, wie im Kontext der Umweltpolitik mit der Kritik am Nudging umgegangen werden soll und welche Auswirkungen die dargestellte Kritik auf den Einsatz von Nudging in der Umweltpolitik haben sollte. (M8)

4. Materialien im Unterricht

Die Durchführung der Einheit umfasst ca. acht Einzelstunden. Der Einstieg in die Unterrichtseinheit erfolgt abhängig vom Vorwissen der Lernenden über eine Auseinandersetzung mit den Konsumphasen sowie dem Konzept des nachhaltigen Konsums (**M1a**) oder es wird direkt induktiv in die Thematik Nudging über das Beispiel der Druckervoreinstellung (**M2a**) eingestiegen. Die Wirkungsweise von Nudges wird exemplarisch über den Hinweis zur Handtuch-Wiederverwendung in Hotels erarbeitet und im zweiten Schritt auf die Druckervoreinstellung transferiert (**M2b**). Auf die theoretische Annäherung an die Thematik Nudging folgt die handlungsorientierte Auseinandersetzung mithilfe einer Nudge-Werkstatt. Dafür werden die Lernenden zunächst in das Szenario versetzt, Expert*innen für den Bereich Umweltpolitik zu sein (**M3**) und in dieser Rolle für das Wirtschafts- und Klimaschutzministerium in Kleingruppen einen Nudge sowie eine Empfehlung zum Einsatz von Nudges in der Umweltpolitik zu entwickeln (**M4**). Um diese Aufgabe erfüllen zu können, bearbeiten die Lernenden in Kleingruppen die Materialien **M5** bis **M8**, in denen sie sich mit den Arten von Nudges (**M5**), dem Einfluss von Nudges auf das eigene Handeln (**M6**), der Wirkungsmessung von Nudges (**M7**) und mit klassischen umweltpolitischen Instrumenten auseinandersetzen (**M8**). Für die Bearbeitung der Materialien, für die Nudge-Entwicklung und die Vorbereitung der abschließenden Empfehlung haben die Lernenden fünf Unterrichtsstunden Zeit. Während der Präsentation der verschiedenen entwickelten Nudges halten die Lernenden die wichtigsten Informationen sowie offenen Fragen auf einem Beobachtungsbogen (**M9**) fest. Abschließend setzen sich die Lernenden noch mit verschiedenen Kritikpunkten am Nudging (**M10**) auseinander und diskutieren unter anderem mithilfe der Notizen zu den entwickelten Nudges (**M9**) und unter Bezug auf die klassischen umweltpolitischen Instrumente (**M8**), inwiefern Nudges trotz der bestehenden Kritikpunkte als umweltpolitisches Instrument eingesetzt werden sollten. Wichtige Fachbegriffe sind in den Materialien fettgedruckt; diese werden im Glossar erläutert, das die Lernenden bei der Bearbeitung der Materialien nutzen können.

5. Unterrichtsverlauf

Hinweis: Die Zeitangaben dienen zur Orientierung, abhängig vom Vorwissen und der fachlichen Stärke der Lerngruppe wird für die Bearbeitung der Materialien etwas mehr oder weniger Zeit benötigt.

Zeit	Kompetenzen / Ziele	Inhalt und Material / Bemerkung	Methoden / Medien
45 Minuten	<p>Die SuS setzen sich mit dem Konzept des nachhaltigen Konsums auseinander, indem sie dieses erläutern.</p> <p>Die SuS analysieren Nudging als umweltpolitisches Instrument, indem sie das Konzept bezogen auf ein konkretes Beispiel erläutern und Kriterien für Nudges herausarbeiten.</p>	<p>Die Lernenden setzen sich zur Auffrischung ihrer Kenntnisse mithilfe des Materials M1 mit der Thematik des nachhaltigen Konsums sowie mit den Phasen des Konsums auseinander.</p> <p>Alternativ kann direkt mit dem Material M2a induktiv in die Thematik des Nudging eingeführt werden, indem die Lernenden begründet Vermutungen zum Einfluss der Druckervoreinstellung auf das Druckverhalten formulieren. Anschließend setzen sich die SuS mit der möglichen Wirkungsweise von Nudging exemplarisch anhand des Verweises auf eine Wiederverwendung von Handtüchern in Hotels auseinander (M2b). Darauf aufbauend überprüfen sie kriteriengeleitet, inwiefern es sich bei der zuvor betrachteten Druckervoreinstellung um einen Nudge handelt (M2b). Die Ergebnisse werden jeweils im Unterrichtsgespräch verglichen.</p>	<p>Partner*innenarbeit; Unterrichtsgespräch</p> <p>M1 Nachhaltiger Konsum – was ist das?</p> <p>M2a 3, 2, 1 – Drucken</p> <p>M2b Nudge – ein Anstupser aus dem Umfeld</p>
225 Minuten	<p>Die Lernenden entwickeln in Kleingruppen einen eigenen Nudge im Kontext des nachhaltigen Konsums.</p> <p>Die Lernenden ordnen ihren entwickelten Nudge in ein Problemfeld des nachhaltigen Konsums ein und vergleichen diesen mit anderen umweltpolitischen Instrumenten</p>	<p>Die SuS werden mit dem Material M3 in das Szenario versetzt, dass sie Expert*innen im Bereich Umweltpolitik sind und prüfen sollen, inwiefern das Wirtschafts- und Klimaschutzministerium zukünftig verstärkt Nudging als umweltpolitisches Instrument einsetzen sollte. Dafür sollen sie in Kleingruppen einen Nudge entwickeln sowie eine grundsätzliche Empfehlung für den Einsatz als umweltpolitisches Instrument erarbeiten. In Kleingruppen von ca. 5 Personen lesen die SuS die Erläuterung zum Ablauf der anstehenden Nudge-Werkstatt durch (M4). Der Ablauf, die Aufgaben sowie offene Fragen werden im Plenum besprochen.</p> <p>Die Lernenden bearbeiten zunächst in ca. 60 Minuten nacheinander die Materialien M5, M6, M7 und M8. Basierend auf den Informationen aus der Gruppenarbeit und den leitenden Fragestellungen der Nudge-Werkstatt (M4) entwickeln die Kleingruppen einen eigenen Nudge und bereiten die Präsentation inklusive der Empfehlung zum Einsatz von</p>	<p>Gruppenarbeit; Unterrichtsgespräch</p> <p>M3 Brief an das Expert*innenkomitee Umweltpolitik</p> <p>M4 Nudge-Werkstatt</p> <p>M5 Arten von Nudges</p> <p>M6 Vom Nudge zum Handeln</p>

	<p>unter anderem hinsichtlich des Aspekts der Freiheit von Konsument*innen.</p> <p>(Hinweis zu umweltpolitischen Instrumenten: Die Kenntnis zentraler umweltpolitischer Instrumente ist eine Voraussetzung für die Bearbeitung. M8 umfasst nur eine Übersicht der Instrumente, eignet sich aber nicht für deren Erschließung. Bei geringem Vorwissen bietet sich eine Bearbeitung im Plenum an sowie ggf. das Hinzuziehen weiterer Materialien zu umweltpolitischen Instrumenten)</p>	<p>Nudges in der Umweltpolitik vor. Für die Nudge-Werkstatt haben die Lernenden inklusive Erläuterung des Ablaufs 225 Minuten (fünf Unterrichtsstunden) Zeit.</p> <p>Bei der Entwicklung der Nudges ist darauf zu achten, dass es sich wirklich um einen Nudge im Kontext des nachhaltigen Konsums handelt. Allgemeine Kriterien zur Beurteilung lassen sich von den Kriterien zur Überprüfung des Voreinstellungs-Nudges (M2) ableiten: Nudges werden in der Umwelt platziert und können zu einem nachhaltigeren Verhalten führen. Dabei funktionieren sie weder durch die Setzung von Anreizen noch stellen sie einen Zwang dar. Somit führen Nudges nicht unbedingt zu einer Verhaltensänderung (bzw. zu einem nachhaltigeren Verhalten), sie legen jedoch ein bestimmtes Handeln nahe. Die freie Entscheidung der/des Einzelnen wird nicht beschnitten, eine alternative Handlung ist weiterhin möglich. Entsprechend dieser Kriterien stellen unter anderem die folgenden Beispiele KEINE Nudges dar: Werbung, finanzielle Anreize (Rabattaktionen, Steuern), Verbote, alternativlose Entscheidungssituationen.</p>	<p>M7 Wirkungsmessung von Nudging</p> <p>M8 Umweltpolitische Instrumente</p>
45 Minuten	<p>Die Lernenden präsentieren ihren Nudge und nehmen Stellung zu der Frage, inwiefern Nudging eine Auswirkung für die Freiheit der Konsument*innen hat und welche Bedeutung Nudges für die Umweltpolitik haben können.</p>	<p>Während der Präsentation halten die Lernenden stichpunktartig die Ausführungen der verschiedenen Gruppen zu den Leitfragen der Nudge-Werkstatt im Beobachtungsbogen fest (M9), auf die sie in der weiterführenden Diskussion zurückgreifen können.</p>	<p>Schüler*innenpräsentationen;</p> <p>M9 Beobachtungsbogen</p>
45 Minuten	<p>Die SuS beurteilen Kritikpunkte am Nudging bezogen auf den von ihnen entwickelten Nudge.</p> <p>Die SuS setzen sich mit ausgewählten Kritikpunkten am Nudging auseinander und beurteilen, auch in Bezug auf Beurteilungskriterien umweltpolitischer Instrumente, inwiefern Nudging trotz</p>	<p>Die Lernenden setzen sich in ihren Gruppen mit verschiedenen Kritikpunkten am Nudging als Instrument der Umweltpolitik auseinander (M10), indem sie die Kritikpunkte auf ihre entwickelten Nudges beziehen (M9). Darauf aufbauend diskutieren die Lernenden im Unterrichtsgespräch, inwieweit Nudges trotz der bestehenden Kritik eingesetzt werden sollten. Dabei soll auch auf die Beurteilung klassischer umweltpolitischer Instrumente im Vergleich zum Nudging eingegangen werden (M8). Optional kann eine tiefergehende Auseinandersetzung mit Kritik am Nudging auch über eine Thematisierung von Nudging in einem anderen Kontext (z. B. zur Erhöhung der Impfbereitschaft) erfolgen.</p>	<p>Gruppenarbeit;</p> <p>Unterrichtsgespräch</p> <p>M8 Umweltpolitische Instrumente</p> <p>M9 Beobachtungsbogen</p> <p>M10 Kritik am Nudging</p>

	bestehender Kritik eingesetzt werden sollte.		
--	--	--	--

6. Lösungshinweise

Material	Aufgabe	Lösungshinweis
M1	1	Kauf, Nutzung und Entsorgung/Recycling
	2	schüler*innenindividuelle Antwort: Erläuterung sollte die drei Dimensionen von Nachhaltigkeit sowie die Phasen des Konsums umfassen.
M2a	1	Die Abbildungen zeigen jeweils das Feld der Druckoptionen. In diesen hat das Wirtschafts- und Klimaschutzministerium die Optionen „doppelseitig“ und „schwarz-weiß“ voreingestellt. Die Voreinstellung der Universitätsbibliothek ist auf „farbig“ drucken eingestellt.
	2	schüler*innenindividuelle Lösung: Papierverbrauch unterscheidet sich deutlich; Universitätsbibliothek benötigt deutlich mehr Farbpatronen. Mögliche Begründung: Die Voreinstellung der Druckoption wird beibehalten, sodass im Wirtschafts- und Klimaschutzministerium deutlich weniger Papier benötigt und in schwarz-weiß gedruckt wird.
M2b	1	Ein Nudge wird von außen gesetzt und hat zum Ziel, das Verhalten der oder des Einzelnen in eine bestimmte Richtung zu lenken.
	2	schüler*innenindividuelle Lösung: Ein Nudge wird von außen gesetzt und hat zum Ziel, das Verhalten der oder des Einzelnen in eine bestimmte Richtung zu lenken. Die bzw. der Einzelne ist aber in seiner bzw. ihrer Entscheidung frei und kann sich gegen das vom Nudge nahegelegte Verhalten entscheiden. Nudges können u. a. mit dem Ziel, ein nachhaltigeres Verhalten zu erreichen, eingesetzt werden. Dies ist auch das Ziel des Hinweises zur Handtuchnutzung im Hotel, der einen Nudge darstellt. Durch den Hinweis zur Handtuchnutzung sollen die Menschen dazu angeregt werden, sich nachhaltiger zu verhalten, indem sie ihr Handtuch mehrfach nutzen. Der Hinweis, dass die meisten ihr Handtuch erneut verwenden und nicht auf den Boden werfen, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sich der bzw. die Einzelne entsprechend der Mehrheit verhält.
	3	Die Voreinstellung ist von außen vorgegeben: Ja Die Voreinstellung führt in jedem Fall zu einem nachhaltigeren Verhalten: Nein Eine freie Entscheidung ist möglich: Ja Die Voreinstellung muss beibehalten werden: Nein Die Voreinstellung stellt ein Verbot dar: Nein Die Voreinstellung „stupst“ den Einzelnen in eine bestimmte Richtung: Ja Bei der Druckvoreinstellung handelt es sich um einen Nudge: Die Voreinstellung ist von außen vorgegeben. Die freie Entscheidung ist weiterhin möglich, da man die Voreinstellung nicht beibehalten muss und diese auch kein Verbot für einen farbigen Ausdruck darstellt. Die Voreinstellung „stupst“ den Einzelnen in Richtung eines nachhaltigeren Verhaltens; weil man sich aber für eine andere Druckoption entscheiden kann, führt die Voreinstellung nicht unbedingt zu einem nachhaltigeren Verhalten. Die Voreinstellung der Druckoptionen entspricht somit den Kriterien eines Nudges.
M5		schüler*innenindividuelle Antwort
M6		schüler*innenindividuelle Antwort
M7		schüler*innenindividuelle Antwort

M8		<p>schüler*innenindividuelle Antwort: Unterschied zu ordnungspolitischen Instrumenten: kein Gesetz, kein Zwang; führt nicht immer zu einem nachhaltigeren Verhalten Unterschied zu marktwirtschaftlichen Instrumenten: keine Anreizstrukturen Unterschied zu suasorischen Instrumenten: kein genereller Appell, keine grundsätzlichen Hinweise Gemeinsamkeit mit marktwirtschaftlichen und suasorischen Instrumenten: Verhaltensänderung ist freiwillig, alternative Entscheidungen bleiben bestehen. Nudging als flexibles Instrument, das kontextgebunden eingesetzt werden kann. Nudging eignet sich vor allem in Situationen, in denen Anreize für eine flächendeckende Verhaltensänderung nicht ausreichen bzw. Anreize nur schwer zu setzen sind und wenn nicht über Verbote in die Freiheit der bzw. des Einzelnen eingegriffen werden soll bzw. die Einhaltung von Gesetzen nur schwer zu überprüfen ist.</p>
M9		<p>schülerinnen*individuelle Antwort</p>
M10	1	<p>schülerinnen*individuelle Antwort</p>
	2	<p>schülerinnen*individuelle Antwort: Mögliche Argumente gegen den Einsatz von Nudges:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menschen werden manipuliert, weil der Nudge nicht immer erkennbar ist (fehlende Transparenz). • Der Nudge schränkt die freie Entscheidung ein, weil es wahrscheinlicher ist, dass die hervorgehobene Entscheidungsoption gewählt wird. • Es wird von außen vorgegeben, welche Entscheidungsoption richtig bzw. normativ wünschenswert ist. • Nudges können missbraucht und so eingesetzt werden, dass sie eine Entscheidung nahelegen, die für die Mehrheit von Nachteil und von Vorteil für diejenigen ist, die den Nudge einsetzen. • Nudges sind nur in einer spezifischen Situation wirksam, sie führen aber nicht dazu, dass sich das Verhalten der Menschen grundsätzlich verändert, weil sie nicht zu einer Verbesserung der Entscheidungskompetenz führen. • Nudges verändern das Verhalten nicht unbedingt, weil noch weitere Aspekte Einfluss auf die Entscheidung haben. <p>Mögliche Argumente für den Einsatz von Nudges:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nudges werden bereits eingesetzt und wirken in vielen Fällen. • Nudges können die bestehenden umweltpolitischen Instrumente ergänzen, vor allem können sie in Situationen eingesetzt werden, in denen klassische Instrumente nicht effizient eingesetzt werden können oder kaum Wirkung haben. • Nudges sind flexibel einsetzbar, können an eine veränderte Situation angepasst werden und sind kostengünstig. • Nudges sind ein geringerer Eingriff in die Freiheit der Entscheidung als ordnungspolitische Instrumente.

7. Weitergehende Literaturhinweise

- Beckenbach, F. et al. (2016): Verhaltensökonomische Erkenntnisse für die Gestaltung umweltpolitischer Instrumente. Endbericht. Umweltbundesamt.
- Bernauer, M./Reisch, L. A. (2018): Grüne Defaults als Instrument einer nachhaltigen Energienachfragepolitik. Ergebnisbericht. Der Nudge-Ansatz zur Förderung des Wandels von Werten und Lebensstilen. Stand der Forschung und Bewertung von nationalen und internationalen Anwendungsbeispielen von Defaults im Konsumfeld Energie. Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz/Umweltbundesamt (Hg.) (2022): Umweltbewusstsein in Deutschland 2020. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs_2020_0.pdf
- Hansen, P. G./Jespersen, A. M. (2013): Nudge and the manipulation of Choice. A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. In: European Journal of Risk Regulation No. 4, 1/2013, 3-28.
- Hertwig, R./Grüne-Yanoff, T. (2017): Nudging and Boosting: Steering or Empowering Good Decisions. In: Perspectives on psychological Science. Vol. 12 (6), 973-986.
- Thaler, R. H./Sunstein, C. R. (2010): Nudge. Wie man kluge Entscheidungen anstößt. Ullstein.
- Thorun, C. et al. (2017): Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum. Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster. Umweltbundesamt: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/nudge-ansaetze-beim-nachhaltigen-konsum-ermittlung>

8. Schüler*innenmaterialien

Nachhaltiger Konsum – was ist das eigentlich?



Zum nachhaltigen Konsum gehören die Phasen des Kaufs, der Nutzung und der Entsorgung von Produkten. In Geschäften haben wir häufig die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Varianten von Produkten zu wählen. Im Supermarkt werden z. B. regionale, konventionelle und biologische Lebensmittel angeboten. Bei vielen Gütern wie Kleidung oder Elektronikartikeln können wir uns zudem entscheiden, ob wir ein neues oder ein gebrauchtes Produkt kaufen möchten. Mit unserer Kaufentscheidung treffen wir auch eine Entscheidung für ein mehr oder weniger nachhaltiges Produkt. Und entsprechend der Funktionsweise des Marktes gilt: Umso mehr nachhaltige Produkte gekauft werden, desto mehr werden zukünftig produziert. Gleichzeitig ist das nachhaltigste Produkt immer jenes, das gar nicht erst hergestellt werden muss. Daher ist jeder Kauf auch mit der Überlegung verbunden, ob man ein bestimmtes Produkt überhaupt braucht und ob es Alternativen zum Kauf gibt, indem man es beispielsweise leiht, anstatt es zu kaufen.



Für die Produktion unserer Konsumgüter werden verschiedene Materialien benötigt, für die unter anderem Rohstoffe aus der Natur abgebaut werden müssen. Sowohl der Rohstoffabbau als auch die Produktion von Konsumgütern haben Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima. Denn bei beiden werden Giftstoffe und Emissionen, wie CO₂, freigesetzt. Rohstoffabbau und Produktion von Gütern finden auf der ganzen Welt statt, vor allem im globalen Süden. Damit die Güter bei uns ankommen, müssen sie häufig über viele tausend Kilometer transportiert werden. Beim Transport mit Flugzeug, LKW, Zug oder Schiff werden ebenfalls Emissionen freigesetzt. Rohstoffabbau, Produktion und Transport führen also zu negativen Umweltauswirkungen. Neben dieser ökologischen Dimension gehen vor allem Rohstoffabbau und Produktion mit negativen sozialen Auswirkungen (soziale Dimension) einher. Vor allem in Ländern des globalen Südens leiden viele Arbeiter*innen unter schlechten Arbeitsbedingungen, geringen Löhnen und fehlenden Sicherheitsvorkehrungen am Arbeitsplatz.



Konsum bedeutet aber mehr als den Kauf eines Produkts und umfasst insbesondere auch dessen Nutzung. Ein Beispiel: Beim Streamen eines Videos über das Smartphone benötigt nicht nur das Handy Strom. Auch für die Bereitstellung des Streams wird Strom benötigt, um die Internetverbindung herzustellen und die Server zu betreiben. Je mehr man also streamt, desto mehr umwelt- und klimaschädliche Emissionen werden verursacht.

Neben dem Kauf und der Verwendung von Produkten zählt auch die Entsorgung zu den Phasen (nachhaltigen) Konsums. Bevor ein Produkt wirklich entsorgt wird, sollte geprüft werden, ob es nicht in irgendeiner Weise weiterverwendet oder -verwertet werden kann. Manchmal kann man ein Produkt an jemand anderen weitergeben. Wenn ein Produkt richtig entsorgt wird, können einzelne Teile recycelt und erneut genutzt werden. Andere Materialien werden z. B. verbrannt, wodurch wiederum ebenfalls Emissionen freigesetzt werden. Die Art, wie Produkte entsorgt werden, hat somit ebenfalls starke Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima.



Information – Definition nachhaltiger Konsum

„Nachhaltiger Konsum heißt, heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird.“

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

A Aufgaben

1. Erläutern Sie anhand eines Beispiels aus Ihrem Alltag, was unter nachhaltigem Konsum verstanden wird.
2. Erläutern Sie in Abgrenzung zum nachhaltigen Konsum, was unter einem nicht-nachhaltigen Konsum verstanden wird und finden Sie entsprechende Beispiele.

Tipp: Nachhaltigkeit umfasst die drei Dimensionen der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit.

3, 2, 1 – Drucken

Wirtschafts- und Klimaschutzministerium

Drucker: Farbe: Schwarz-Weiss: Doppelseitig drucken: Hochformat Querformat nur die ausgewählte Seite drucken alle Seiten drucken

Universitätsbibliothek

Drucker: Farbe: Schwarz-Weiss: Doppelseitig drucken: Hochformat Querformat nur die ausgewählte Seite drucken alle Seiten drucken

A Aufgaben

1. Beschreiben Sie, inwieweit sich die Ausdrücke aufgrund der dargestellten Einstellungen der beiden Drucker unterscheiden werden.
2. Um andere Ausdrücke zu erhalten, müssen in den jeweiligen Menüs die Einstellungen verändert werden. Nehmen Sie an, dass sowohl im Wirtschafts- und Klimaschutzministerium als auch in der Universitätsbibliothek mehrere tausend Seiten täglich gedruckt werden, bei denen es sich um Informationstexte, Briefe, Statistiken und Bilder handelt. Stellen Sie Vermutungen an, wie sich die jeweiligen Druckervoreinstellungen auswirken. Begründen Sie Ihre Vermutungen.

Nudge: ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln



1

Diese Information findet Tarek im Badezimmer seines Hotelzimmers. Die Information wurde dort bewusst platziert – sie stellt einen sogenannten **Nudge** dar.



2

Tarek liest den Hinweis und überlegt nun, ob er morgen ein neues Handtuch haben möchte oder das vorhandene nochmal benutzen soll. Seine Entscheidung wird aber nicht nur von dem Hinweis beeinflusst. Auch Tareks Einstellung zum Umweltschutz, sein Wissen zum Thema Nachhaltigkeit und die aktuellen Umstände, in denen er sich befindet (z. B. könnte Tarek unter Zeitdruck stehen), nehmen Einfluss auf seine Entscheidung. Da es sich bei dem Hinweis um einen klassischen Nudge handelt, behält Tarek seine Entscheidungsfreiheit und wird zu keiner Handlung gezwungen.



Der Hinweis kann dazu führen, dass Tarek sich dazu entscheidet, der Umwelt zuliebe das Handtuch erneut zu nutzen und ihn somit zu einem nachhaltigeren Verhalten „anstupsen“: Das Handtuch wird von Tarek nach der Nutzung wieder an den Haken gehängt.



Tarek kann sich trotz des Hinweises auch für ein neues Handtuch entscheiden: Das Handtuch landet auf dem Fußboden, und wenn er in das Hotelzimmer zurückkehrt, liegt im Badezimmer ein neues für ihn bereit.

Der Hinweis neben den Handtüchern im Hotel stellt einen Nudge dar. Nudging ist ein noch relativ neuer Ansatz aus der Verhaltensökonomie, um Menschen zu bestimmten Handlungen zu bewegen. In der Verhaltensökonomie wird davon ausgegangen, dass Menschen nur eine bestimmte Menge an Informationen verarbeiten können und nicht in jeder Situation rational, also beispielsweise ohne Emotionen, entscheiden bzw. handeln.

Unter anderem werden Nudges mittlerweile verstärkt in der Umweltpolitik eingesetzt mit dem Ziel, Menschen zu nachhaltigerem Verhalten zu bewegen. Sie können Personen bestimmte Entscheidung nahelegen, beispielsweise können sie so gestaltet werden, dass sie eine Person in die Richtung einer nachhaltigen Entscheidung „stupsen“. Nudges

sind Hinweise oder Voreinstellungen, die z. B. im Umfeld von Entscheidungssituationen platziert werden und Einfluss auf das Verhalten von der/dem Einzelnen in der Entscheidungssituation haben können.

Entscheidend ist, dass Nudges den oder die Einzelne nicht zu einer bestimmten Entscheidung zwingen, sondern ein anderes Verhalten weiterhin möglich ist. Die freie Entscheidung der oder des Einzelnen bleibt also bestehen. Zudem gibt es neben Nudges noch viele weitere Faktoren, die Einfluss auf die Entscheidung in einer bestimmten Situation nehmen können. So können die grundsätzliche Einstellung einer Person, finanzielle Gegebenheiten oder auch Bequemlichkeit eine gewichtige Rolle spielen.

A Aufgaben

1. Beschreiben Sie in eigenen Worten, was ein Nudge ist.
2. Stellen Sie sich vor, Sie arbeiten in einem Hotel und möchten die Direktion von der Einführung der Handtuch-Hinweisschilder überzeugen. Erklären Sie in einem kurzen Schreiben, inwieweit es sich hierbei um einen Nudge handelt, der zu einem nachhaltigeren Verhalten der Hotelgäste führen könnte.
3. Überprüfen Sie anhand der folgenden Kriterien (siehe Tabelle), ob die Voreinstellung der Drucker im Wirtschafts- und Klimaschutzministerium einen Nudge darstellt. Setzen Sie dafür Kreuze in der Tabelle und begründen Sie Ihre Entscheidung.

Druckervoreinstellung – ein Nudge?

Kriterium	Ja	Nein
Die Voreinstellung ist von außen vorgegeben.		
Die Voreinstellung führt in jedem Fall zu einem nachhaltigeren Verhalten.		
Eine freie Entscheidung ist möglich.		
Die Voreinstellung muss beibehalten werden.		
Die Voreinstellung stellt ein Verbot dar.		
Die Voreinstellung „stupst“ den Einzelnen in eine bestimmte Richtung.		

Brief an das Expert*innenkomitee Umweltpolitik



Berlin, 08.02.2023

Betreff: Expert*innenkomitee Umweltpolitik

Sehr geehrte Mitglieder des Expert*innenkomitees,

vielen Dank, dass Sie die Anfrage zur Mitarbeit im neuen Experten*innenkomitee Umweltpolitik angenommen haben. Deutschland steht vor großen Herausforderungen im Bereich des Klima- und Umweltschutzes. Um unsere Ziele zu erreichen und die Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius zu halten, müssen wir über neue Wege zur Zielerreichung nachdenken. Gerade in einer demokratisch gestalteten Sozialen Marktwirtschaft stellt die freie Entscheidung des bzw. der Einzelnen ein hohes Gut dar. Daher haben die bisherigen Regierungen neben Verboten vor allem auch auf marktwirtschaftliche Instrumente und **Anreize** gesetzt, um die Ziele im Bereich des Klima- und Umweltschutzes zu erreichen. Solche Instrumente wie Subventionen oder CO₂-Bepreisungen, die ein umweltverträglicheres Verhalten über Anreizwirkungen erzielen sollen, greifen in die freie Entscheidung des bzw. der Einzelnen nicht ein. Sie machen jedoch ein umweltverträgliches Verhalten attraktiver und können somit zu Verhaltensänderungen führen.

Einige Städte und Kommunen in Deutschland setzen seit Kurzem auf ein weiteres Instrument, das sogenannte Nudging, das auch in anderen Staaten bereits seit einigen Jahren in den unterschiedlichsten Politikfeldern eingesetzt wird. Die Frage, die sich nun stellt, ist, inwiefern das Wirtschafts- und Klimaschutzministerium zukünftig verstärkt Nudging einsetzen sollte, um die Ziele im Bereich des Klima- und Umweltschutzes zu erreichen und Menschen und Unternehmen zu einem klimaverträglichen Verhalten zu bringen, ohne ihre freie Entscheidung zu beschneiden.

Ihre Aufgabe ist es nun, einen neuen, bisher nicht vorhandenen Nudge zu konzipieren, der eingesetzt werden kann, um nachhaltigen Konsum von z. B. Energie, Nahrungsmitteln oder im Bereich der Mobilität zu fördern. Darüber hinaus sollen Sie auch eine fundierte Empfehlung erarbeiten, inwieweit das

Wirtschafts- und Klimaschutzministerium in Zukunft verstärkt Nudging als Instrument für mehr Umwelt- und Klimaschutz einsetzen sollte. Der Regierung sind drei Punkte besonders wichtig:

- (1) Die Maßnahmen sollen zu keinen Verboten führen und die Entscheidungsfreiheit der Bürger*innen schützen.**
- (2) Es sollen keine finanziellen Anreize, wie Steuerermäßigungen oder Bonuszahlungen, zum Einsatz kommen.**
- (3) Die Wirksamkeit der Maßnahmen soll überprüft werden können.**

Alle Expert*innengruppen sollen ihren konzipierten Nudge sowie ihre Empfehlung dem Wirtschafts- und Klimaschutzministerium in einer gemeinsamen Veranstaltung vorstellen. Die entwickelten Nudges und Einschätzungen werden anschließend innerhalb des Expert*innenkomitees erneut diskutiert, sodass es zu einer gemeinsamen abschließenden Empfehlung kommt.

Die benötigten Unterlagen zur Konzeption der Nudges und zur Erarbeitung der Empfehlungen haben wir für Sie vorbereitet. Sie liegen dem Schreiben bei.

Wir erwarten gespannt Ihre Ergebnisse und wünschen Ihnen viel Erfolg.

Wirtschafts- und Klimaschutzministerium

Nudge-Werkstatt

Sie als Expert*innen haben nun die Aufgabe, sich in Kleingruppen ein aktuelles Problemfeld im Bereich des nachhaltigen Konsums auszuwählen und einen Nudge zu entwickeln, der diesem entgegenwirkt und ein nachhaltigeres Verhalten der Konsument*innen zum Ziel hat.

Bevor Sie mit der Entwicklung des Nudges beginnen, sollen Sie sich in den nächsten Stunden in Gruppenarbeit mithilfe eines Materialienpakets (M5, M6, M7 und M8) genauer mit der Thematik beschäftigen. Nach der Arbeitsphase stellt jede Expert*innengruppe den anderen Expert*innen ihren entwickelten Nudge sowie ihre Empfehlung hinsichtlich dessen Einsatzes als umweltpolitisches Instrument vor.

Die Vorstellung soll entsprechend der folgenden Leitfragen gegliedert sein:

1. Welchem umweltpolitischen Problem im Bereich des nachhaltigen Konsums wirkt der entwickelte Nudge entgegen?
2. Welcher Nudge wurde entwickelt und wie wirkt er?
3. Wie kann die Wirkung des Nudges überprüft werden?
4. Wie wird sichergestellt, dass die Entscheidungsfreiheit der Zielgruppe nicht eingeschränkt wird?
5. Inwiefern stellt Nudging im Allgemeinen eine gewinnbringende Ergänzung der klassischen umweltpolitischen Instrumente dar?

Für die Bearbeitung der Materialien, die Entwicklung Ihres Nudges sowie die Vorbereitung der Präsentation und der Empfehlung hinsichtlich des Einsatzes von Nudges stehen Ihnen insgesamt fünf Einzelunterrichtsstunden zur Verfügung. Planen Sie für die Bearbeitung der vier Materialien etwa 60 Minuten ein.

Noch ein paar Tipps für die Erstellung Ihres Nudges:

- Überlegen Sie sich, in welchen Situationen Konsument*innen sich bisher zumeist gegen die nachhaltige Konsumoption entscheiden und wie ein nachhaltigeres Verhalten durch einen kleinen „Anstupser“ von außen erreicht werden könnte.
- Stellen Sie sich die Frage, wie der Nudge gestaltet sein muss, um das Verhalten von Konsument*innen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu beeinflussen.
- Legen Sie sich nicht sofort auf einen Nudge fest, sondern diskutieren Sie in der Gruppe zuerst verschiedene Möglichkeiten, bevor Sie sich für eine entscheiden.

Arten von Nudges



Informations-Nudge

Sozialer Nudge



Dublin		Gesamtpreis 136,99 €
<div style="background-color: #000080; height: 20px; width: 100%;"></div>		Plus: CO ₂ Kompensation (2,59€)
13:00-13:55	Direkt 1 h 55 min	Gesamtpreis: 139,58€
11:00-14:50	Direkt 1 h 55 min	CO ₂ Kompensation entfernen <input type="checkbox"/>

Voreinstellungs-Nudge

Nudges können einen Einfluss auf unser Entscheidungsverhalten haben. Der Wirtschaftswissenschaftler Richard Thaler und der Rechtswissenschaftler Cass Sunstein (beide aus den USA) haben verschiedene Nudges identifiziert und ihre Wirkungsweisen herausgearbeitet. Mittlerweile werden Nudges von der Politik und von Unternehmen in verschiedenen Bereichen eingesetzt, unter anderem auch in der Umweltpolitik. Nudges, die zum Ziel haben, ein nachhaltiges Verhalten zu erreichen, werden auch Green-Nudges genannt.

Die unterschiedlichen Nudges können dabei drei Typen von Nudges zugeordnet werden.

Voreinstellungs-Nudges machen es sich zunutze, dass Menschen häufig Entscheidungen aus Gewohnheit treffen und an Bestehendem festhalten. Wenn z. B. bei der Flugbuchung die CO₂-Kompensation vorausgewählt ist, ist es wahrscheinlich, dass diese Voreinstellung beibehalten wird. Es besteht zwar die Option, die CO₂-Kompensation aus dem Buchungsvorgang zu entfernen. Dies setzt aber eine aktive Entscheidung und Handlung gegen die Vorauswahl voraus, ansonsten wird die vorausgewählte Option beibehalten. Der Voreinstellungs-Nudge kann uns somit in diesem Fall in Richtung einer nachhaltigeren Entscheidung „stupsen“.

Etwas anders funktionieren **Informations-Nudges**. Sie versuchen unsere Aufmerksamkeit auf eine bestimmte Information, die leicht verständlich dargelegt wird, zu lenken. So kann die Darstellung der Energieklasse eines Laptops dazu führen, dass wir diese wahrnehmen und sie unsere Kaufentscheidung beeinflusst. Eine schlechte

Energieeffizienz kann dann z. B. dazu führen, sich für einen anderen Laptop zu entscheiden.

Der **Soziale Nudge** versucht ebenfalls unsere Aufmerksamkeit auf einen bestimmten Hinweis zu lenken. Der Hinweis besteht aus einem Verweis darauf, wie sich andere Personen in der konkreten Situation entschieden haben. Menschen neigen dazu, sich mit anderen zu vergleichen und richten ihr Verhalten in Teilen an dem anderer aus. Somit kann der Hinweis auf das nachhaltige Verhalten anderer dazu führen, dass wir uns ebenfalls für eine solche Option entscheiden.

A Aufgabe

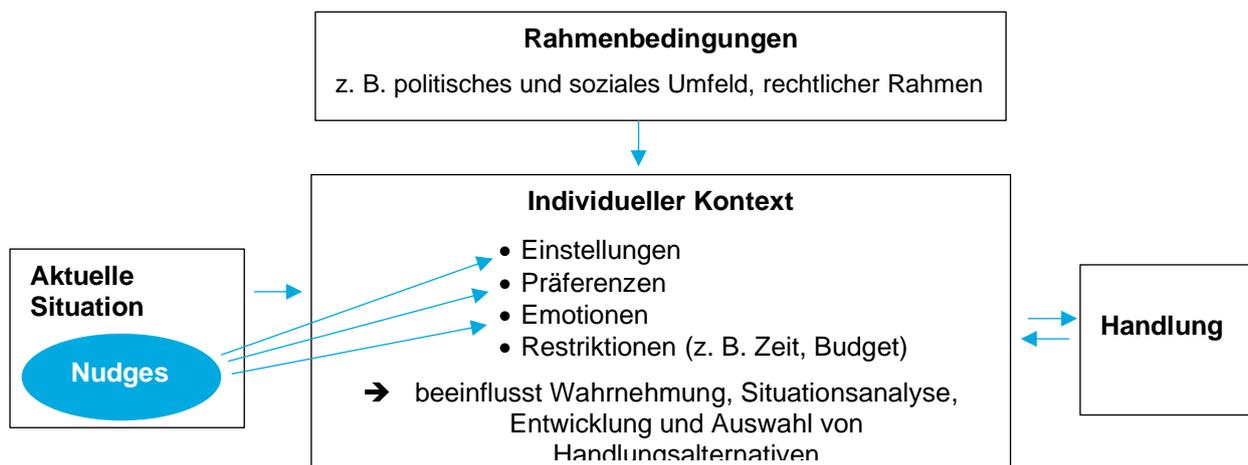
Dieses Material hilft Ihnen vor allem bei der Beantwortung der Fragen 2 und 4:

- Welcher Nudge soll eingesetzt werden und wie wirkt er?
- Inwiefern ist sichergestellt, dass die Entscheidungsfreiheit der Zielgruppe nicht eingeschränkt wird?

Vom Nudge zum Handeln

Ein **Nudge** kann dazu beitragen, nachhaltigeres Verhalten zu fördern. Dabei ist er aber nur einer von vielen Einflüssen, die letztlich zu einer Handlung führen – oder auch nicht. Jeder reagiert abhängig vom individuellen Wissen, den eigenen Einstellungen und Präferenzen, Emotionen und Restriktionen (individueller Kontext in der Grafik) sowie den Rahmenbedingungen anders auf einen Nudge. Wenn sich jemand ohnehin für einen energieeffizienten Laptop entscheiden würde, weil ihr oder ihm Energiesparen wichtig ist, braucht es keinen **Informations-Nudge**. Und

auch der beste Soziale Nudge kann keine Wirkung entfalten, wenn er nicht wahrgenommen wird, weil die Person, an die er sich richtet, in der entscheidenden Situation nicht aufmerksam ist. Hinzu kommt, dass unser Handeln nicht immer konsequent ist. So kommt es vor, dass wir trotz besseren Wissens zur konventionellen statt zur Fair-Trade-Schokolade greifen oder das Licht aus Bequemlichkeit nicht ausmachen. Um besser zu verstehen, welche Einflüsse neben Nudges auf unsere Handlungen wirken, können wir uns diese zunächst grafisch veranschaulichen:



Eigene Darstellung in Anlehnung an Beckenbach et al. 2016

Nudges gehören also zu den situativen Einflüssen. Das Umfeld einer Entscheidung wird durch den Nudge so verändert, dass wir auf eine bestimmte Alternative aufmerksam gemacht werden. Dabei treten Wechselwirkungen zwischen dem Nudge und den individuellen Eigenschaften auf: Wenn jemand z. B. risikoscheu ist, wird er oder sie eher auf einen Nudge reagieren, der die sichere Option hervorhebt. Der individuelle Kontext ist dabei für Außenstehende, und somit auch für diejenigen, die Nudges bewusst einsetzen,

Und somit ist schwer vorherzusehen, wie der oder die Einzelne reagiert. Daher ist es einerseits wichtig, sich im Vorfeld ausführlich mit der Zielgruppe auseinanderzusetzen und andererseits anzuerkennen, dass ein Nudge nur einen von vielen Einflüssen auf unser (nachhaltiges) Konsumverhalten darstellt.

A Aufgabe

Dieses Material hilft Ihnen vor allem bei der Beantwortung der Fragen 1 und 2:

- Welchem umweltpolitischen Problem im Bereich des nachhaltigen Konsums wirkt der entwickelte Nudge entgegen?
- Welcher Nudge soll eingesetzt werden und wie wirkt er?

Wirkungsmessung von Nudging

Wenn ein **Nudge** Einfluss auf das Verhalten von Konsument*innen nimmt, hat dies nicht nur individuelle Konsequenzen. Gerade Nudges, die nachhaltigeres Verhalten unterstützen sollen, wirken sich auch auf andere Personen beziehungsweise auf die natürliche Umwelt aus.

Dabei herrscht Unsicherheit, wie sowohl das Individuum als auch das Kollektiv auf einen Nudge reagieren. Bei manchen „wirkt“ der Nudge, andere treffen ihre Entscheidungen unabhängig davon. Mögliche Wirkungen von Nudges können somit nicht direkt auf eine Ursache zurückgeführt werden. Ein Blick in die Wirkungsforschung hilft weiter, um das Zusammenspiel zwischen Nudge und nachhaltigem Konsum besser zu verstehen.

In der Wirkungsforschung wird in drei Ebenen unterschieden: Output, Outcome und Impact.

Der Output ist die unmittelbare Konsequenz, die ein Nudge bei einer Person hervorruft, beispielsweise der Kauf eines Produktes, bei dem auf eine höhere Energieeffizienzklasse hingewiesen wird.

Der Outcome bezeichnet eine Veränderung im Verhalten der Zielgruppe. Ab dieser zweiten Stufe spricht man bereits von Wirkung. So kann es zum Beispiel sein, dass sich diejenigen in Zukunft öfter für ein entsprechendes Produkt entscheiden oder auch bei anderen Produkten auf Energieeffizienz achten, denen der erstmalige Kauf durch einen Nudge schmackhaft gemacht wurde. Der Outcome geht also über die unmittelbare Konsequenz, den Output, hinaus, da er zu einer grundsätzlichen Veränderung führt.

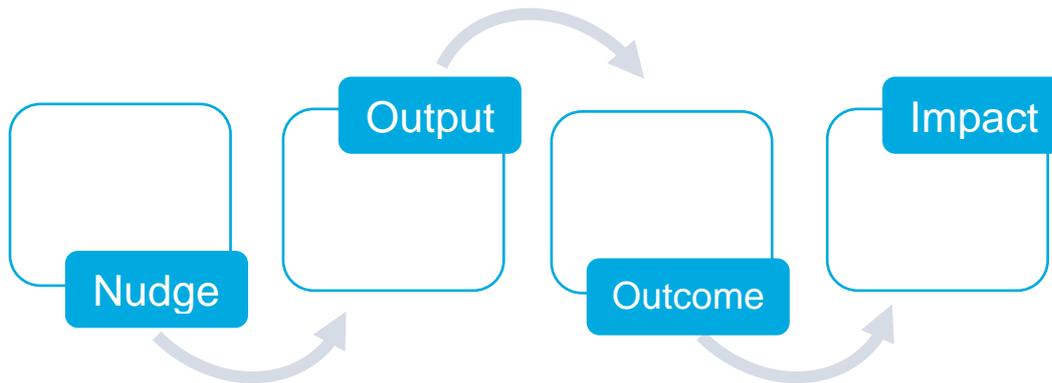
Von Impact spricht die Wirkungsforschung dann, wenn durch die Verhaltensänderungen Auswirkungen auf einer gesellschaftlichen Ebene oder für die Umwelt eintreten. Erinnern Sie sich an das Beispiel des Druckers, bei dem automatisch der doppelseitige Druck voreingestellt ist? Eine unmittelbare Verhaltensänderung bei einem bzw. einer oder mehreren Nutzer*innen (Output) kann zu einer Verhaltensroutine führen, grundsätzlich doppelseitig zu drucken (Outcome). Die Konsequenz daraus – und damit der Impact des **Voreinstellungs-Nudges** – besteht in der Schonung natürlicher Ressourcen aufgrund eines geringeren Papier- und Tonerverbrauchs. Will man also die Frage beantworten, wie ein Nudge wirkt, muss man die gesamte Wirkungskette – von der Ursache bis zu den gesamtgesellschaftlichen oder ökologischen Auswirkungen – nachvollziehen.

Schwieriger, als eine solche Wirkungskette aufzustellen, ist es, die tatsächliche Wirkung eines Nudges zu messen. Schon die Erfassung der Output-Ebene erfordert, dass die Reaktion eines oder einer Einzelnen auf den Nudge zurückgeführt werden kann. Die Outcome-Ebene ist noch schwerer zu erfassen, weil sie nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Nudge steht und einige Zeit zwischen Ursache und Veränderung vergehen kann. Wie kann man die Wirkung trotz dieser Schwierigkeiten messen und analysieren? In Experimenten lässt sich beispielsweise überprüfen, ob eine Gruppe, die mit einem Nudge konfrontiert wird, anders reagiert als die Gruppe, die keinen Nudge erhält. Darüber hinaus kann man die Wirkung über den Vergleich von zwei Zeitpunkten oder Zeiträumen – vor und nach

der Einführung eines Nudges – ermitteln. Dabei ist zu berücksichtigen, dass auch andere Faktoren Einfluss auf das

Entscheidungsverhalten nehmen können, wie Informationskampagnen, Preisänderungen oder das soziale Umfeld, und sich unter den Effekt des Nudges mischen können. Auch wenn die Wirkungsmessung nicht so einfach ist: Nur,

wenn der Zusammenhang zwischen Zielsetzung und Maßnahmen beim Nudging hergestellt wird, lassen sich Aussagen zur Wirkung eines Nudges treffen.



A Aufgabe

Dieses Material hilft Ihnen vor allem bei der Beantwortung der Fragen 2 und 3:

- Welcher Nudge soll eingesetzt werden und wie wirkt er?
- Wie kann die Wirkung des Nudges überprüft werden?

Umweltpolitische Instrumente

Unter der staatlichen Umweltpolitik wird die Summe aller politischen Bestrebungen zum Schutz der Umwelt als natürliche Lebensgrundlage verstanden. Umweltschutz ist in Deutschland im Art. 20a Grundgesetz verankert:

„Der Staat schützt auch in Verantwortung für zukünftigen Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen und die Tiere im Rahmen der verfassungsmäßigen Ordnung durch die Gesetzgebung und nach Maßgabe von Gesetz und Recht durch die vollziehende Gewalt und die Rechtsprechung.“ (GG, Art. 20a)

Übersicht: Klassische umweltpolitische Instrumente

Bezeichnung	Suasorische Instrumente	Ordnungspolitische Instrumente	Marktwirtschaftliche Instrumente
Ausgestaltung	Freiwillige Verhaltensänderung soll über Maßnahmen wie zusätzliche Informationen oder Überzeugungsarbeit erreicht werden.	Verhaltensänderung wird staatlich über Ver- oder Gebote per Gesetz herbeigeführt.	Erwünschtes Verhalten soll durch (finanzielle) Anreize erreicht werden.
Beispiele	Plakatkampagne, Appelle	Grenzwerte für Emissionsausstoß, Plastiktütenverbot, Pfandsystem	CO ₂ -Steuer, Emissionshandel, Subventionen

Bewertungskriterien umweltpolitischer Instrumente

Bewertungskriterium	Erklärung
Effektivität	Eigenschaft eines Instruments, das umweltpolitische Ziel exakt und schnell zu erreichen
Kosteneffizienz	Optimale Zielerreichung soll mit minimalen Kosten erreicht werden
Dynamische Anreizwirkung	Anreiz zur Verhaltensänderung und zur Entwicklung von Innovationen
Flexibilität	Anpassungsfähigkeit an veränderte Rahmenbedingungen

A Aufgabe

Dieses Material hilft Ihnen vor allem bei der Beantwortung der Frage 3:

- Inwiefern stellt Nudging eine gewinnbringende Ergänzung der klassischen umweltpolitischen Instrumente dar? Berücksichtigen Sie dabei Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen suasorischen, ordnungspolitischen und marktwirtschaftlichen Instrumenten sowie Nudges.

Beobachtungsbogen

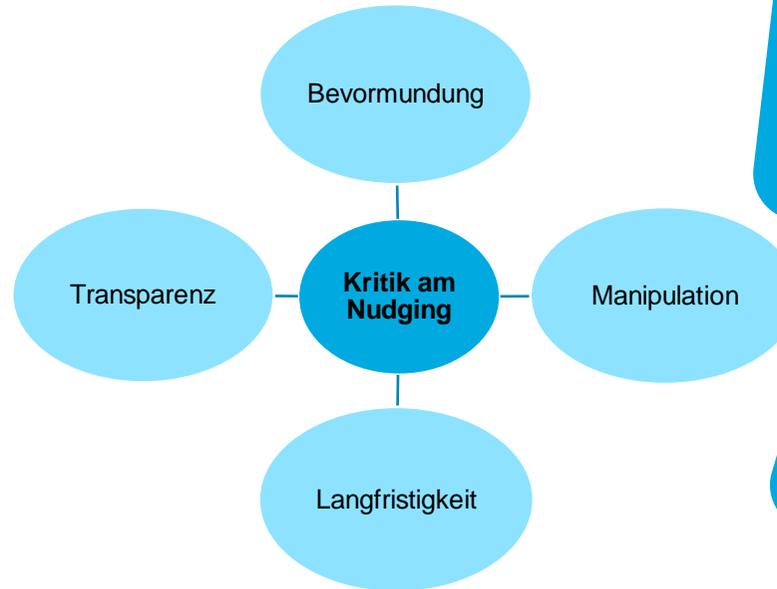
A Aufgabe

1. Füllen Sie den Beobachtungsbogen im Verlauf der Präsentationsphase aus. Notieren Sie sich die jeweilige Gruppe und machen Sie sich Notizen für die anschließende Diskussion.

Frage	Nudge Gruppe:	Nudge Gruppe:	Nudge Gruppe:	Nudge Gruppe:
1. Auf welches umweltpolitische Problem im Bereich nachhaltigen Konsums soll der entwickelte Nudge wirken?				
2. Um welche Art/welchen Typ von Nudge handelt es sich?				
3. Wie soll der Nudge wirken und wie kann die Wirkung gemessen werden?				
4. Wie kann die Entscheidungsfreiheit gesichert werden?				
5. Inwiefern stellt Nudging eine gewinnbringende Ergänzung der klassischen umweltpolitischen Instrumente dar?				

Kritik am Nudging

„In all cases of Nudge, if the choice situation had not been so structured, then people would be less prone to make the choice that is either in their own or in society's interest.“ (Luc Bovens, Professor für Philosophie, Universität North Carolina, USA)



„Nudge is a public policy approach based on the manipulation of citizens' choice.“ (Pelle Guldberg Hansen/ Andreas Maaløe Jespersen, Verhaltenswissenschaftler, Roskilde Universität, Dänemark)

„Nudge does not aim to foster people's competence.“ (Ralph Hertwig, Psychologe, Max-Planck-Institut, Deutschland/Till Grüne-Yanoff, Professor für Philosophie, Royal Institute of Technology, Schweden)

A Aufgabe

Nachdem Sie Ihre Nudges vorgestellt haben, hagelt es aus der Öffentlichkeit und vonseiten einiger Wissenschaftler*innen Kritik – am Nudging-Ansatz im Allgemeinen, nicht an Ihren Vorschlägen. Das Bestreben der Bundesregierung, zukünftig verstärkt Nudges als umweltpolitisches Instrument einzusetzen, wird von einigen Expert*innen negativ beurteilt. Das Wirtschafts- und Klimaschutzministerium bittet Sie, auf die Kritik am Nudging einzugehen und eine abschließende Empfehlung hinsichtlich des Einsatzes von Nudges in der Umweltpolitik zu formulieren. Lesen Sie sich dazu zunächst die Erläuterungen zu den Kritikpunkten am Nudging durch (siehe nächste Seite).

1. Beschreiben Sie die Kritikpunkte am Nudging und analysieren Sie, inwieweit diese auf Ihren entwickelten Nudge zutreffen.
2. Diskutieren Sie im Plenum, wie im Kontext der Umweltpolitik mit der Kritik am Nudging umgegangen werden soll und welche Auswirkungen die dargestellte Kritik auf den Einsatz von Nudging in der Umweltpolitik haben sollte. Beachten Sie dabei auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen klassischen umweltpolitischen Instrumenten und Nudges.

Kritik am Nudging

Bevormundung

Nudges werden von einer Institution oder einer Person eingesetzt, die mit diesem vorgeben möchte, welches Verhalten richtig ist. Der Nudge zwingt zwar den Menschen nicht dazu, sich so zu verhalten, wie er es nahelegt. Jedoch wird man durch ihn in eine bestimmte Richtung „gestupst“, und es ist wahrscheinlich, dass man sich entsprechend verhält. Damit wird der Raum für die eigene Entscheidung ein Stück weit eingeschränkt und es kann zu einer Entscheidung kommen, die eigentlich nicht den eigenen Überzeugungen entspricht. Zudem ist nicht immer gesichert, dass die Richtung, die der Nudge vorgibt, wirklich für alle das Beste ist. Ein Nudge könnte auch bewusst von einer Institution oder einer Person eingesetzt werden, damit sich Menschen so verhalten, wie es für die Institution oder die Person am gewinnbringendsten ist.

Langfristigkeit

Nudges erhöhen nicht die Kompetenz, gute Entscheidungen zu treffen. Sie wirken nur in der jeweiligen Situation, in der sie platziert werden und haben keinen Einfluss auf andere Situationen. Nudges führen zumeist nicht zu einem Lernprozess und können die Entscheidungskompetenz des Menschen nicht langfristig verbessern.

Manipulation

Nudging bewegt sich in Teilen an der Grenze zur Manipulation. Menschen entscheiden sich in vielen Alltagssituationen sehr schnell, intuitiv und nicht immer bewusst. So können Nudges zu einer bestimmten Entscheidung führen, ohne dass sich der Mensch bewusst ist, dass die Entscheidung auf den Nudge zurückzuführen ist. An dieser Stelle ist dann die Grenze zur Manipulation erreicht oder sogar überschritten.

Transparenz

Nudges sind nicht immer zu erkennen, vor allem **Voreinstellungs-Nudges** werden häufig nicht wahrgenommen. Sie wirken auch gerade dann besonders gut, wenn der Mensch nicht weiß, dass ein Nudge eine bestimmte Entscheidung nahelegt. Die fehlende Transparenz schränkt jedoch die Entscheidungsfreiheit der Menschen ein, denn wenn man nicht weiß, dass ein Nudge auf die Entscheidung einwirkt, kann man sich auch nicht bewusst gegen die Richtung des Nudges entscheiden.

Glossar

Anreiz: Anreize stellen Reize dar, die das Verhalten von Menschen beeinflussen können. Dieser Reiz kann von außen gesetzt werden, beispielweise über Werbemaßnahmen und Rabattaktionen, oder auch innerhalb einer Person verankert sein. Damit ein Anreiz wirken kann, muss er von der Person zunächst wahrgenommen werden.

Informations-Nudge: Informations-Nudges stellen Hinweise dar, die dem Individuum in einer Entscheidungssituation weitere Informationen bereitstellen, die das Verhalten der Person beeinflussen können.

Nachhaltiger Konsum: Nachhaltiger Konsum bedeutet, dass bei der Konsumententscheidung ökologische, soziale und ökonomische Aspekte bedacht und die Bedingungen von Herstellung, Nutzung und Entsorgen bzw. Recycling betrachtet werden. Neben dem Vergleich von Alternativen eines Produktes hinsichtlich dessen Nachhaltigkeit bedeutet dies auch, Konsumalternativen wie Second-Hand-Produkte, Sharing-Angebote oder den Verzicht auf Konsum in die Entscheidungsfindung einfließen zu lassen. Nachhaltiger Konsum verfolgt das Ziel, dass so konsumiert wird, dass nicht nur unsere aktuellen Bedürfnisse, sondern auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen befriedigt werden können.

Nudge: Ein Nudge (deutsch „Stups/Stupser“) ist ein von außen gesetzter Reiz, der das Verhalten von Personen beeinflussen kann. Dabei stellen sie keine Verbote dar und zwingen die einzelne Person auch nicht dazu, sich entsprechend des Nudges zu verhalten. Vielmehr „stupsen“ sie das Individuum an, sich entsprechend des Nudges zu verhalten, jedoch kann sich die einzelne Person auch anders verhalten. Entscheidend ist, dass Nudges nur innerhalb der Situation, in der sie platziert werden, wirken. Sie führen somit nicht zu einer langfristigen Verhaltensänderung oder einer verbesserten Entscheidungskompetenz.

Sozialer Nudge: Der Soziale Nudge kann zu einem bestimmten Verhalten führen, indem er dem Individuum in einer bestimmten Situation Informationen darüber gibt, wie andere sich verhalten haben. Bei der Konzeption dieses Nudges wird die Tatsache, dass Menschen dazu neigen, sich am Verhalten anderer zu orientieren, genutzt.

Voreinstellungs-Nudge: Dieser Nudge kann das Verhalten eines Menschen beeinflussen, indem eine bestimmte Voreinstellung vorgenommen wird. Wenn das Individuum diese nicht aktiv verändert, folgt es dem Nudge und verhält sich entsprechend der intendierten Richtung.