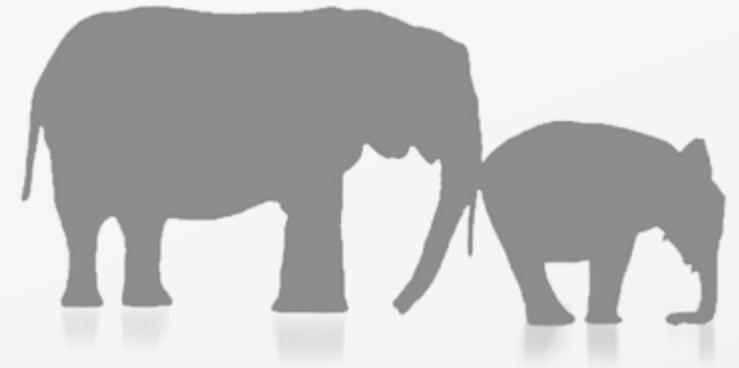


Nudging

Behavioral Design/Entscheidungsergonomie

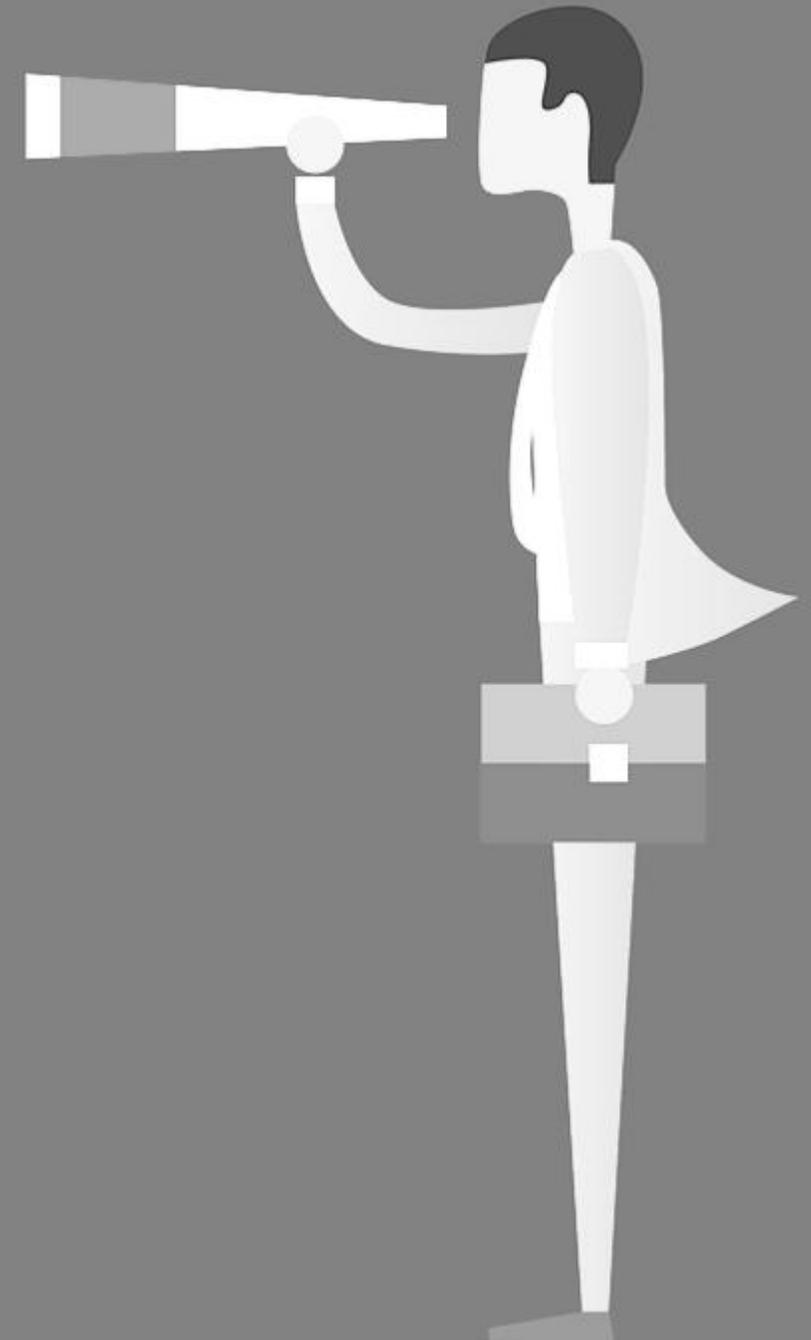


Prof. Dr. Armin Eichinger

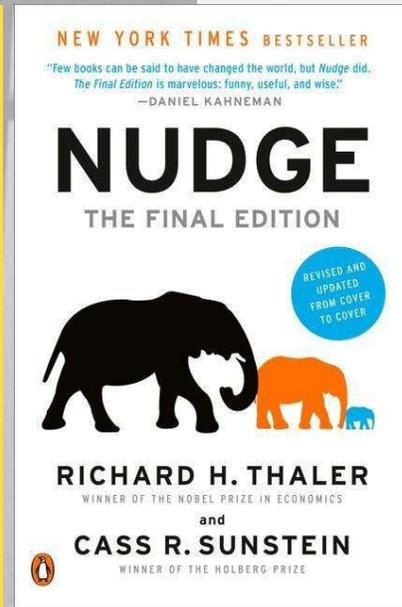
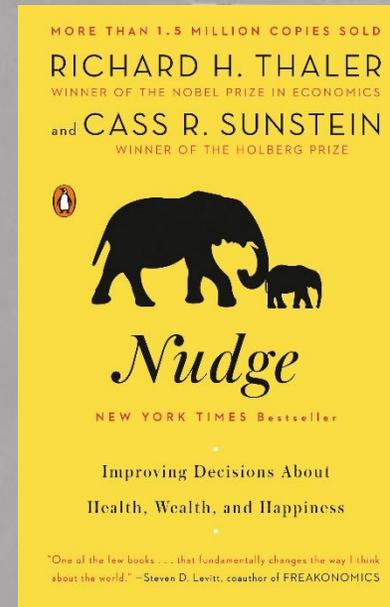


Übersicht

- Einführung
- Grundlegendes, Begriffe, ...
- Entstehung & Entwicklung
- Motivation
- Econs & Humans: Von den Grundlagen zur Anwendung
- Sludge
- Kritik
- Ethik
- Selbst-Nudges (Verweis)
- Akzeptanz
- Beispiele

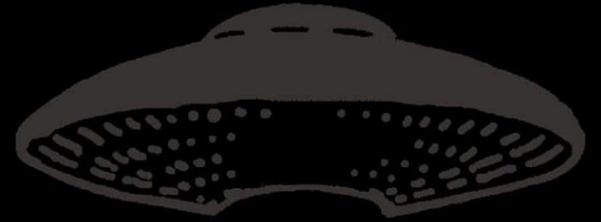


NUDGING EINFÜHRUNG





Sunstein, C. R. (2014). *Conspiracy theories and other dangerous ideas*. Simon and Schuster.



"[Cass Sunstein is] the most evil man, the most dangerous man in America."

—GLENN BECK

"[I]sn't it obvious? Cass Sunstein is the Devil!"

—WHITEHOUSEROAD.BLOGSPOT.COM

"Cass Sunstein [is] the very, very strange Obama pick for an early 'czar' position who wowed us with his numerous bizarre claims including the wacko belief that animals should have the right to sue in court, that hunting should be banned as genocide, and that pet ownership is akin to 'slavery.'" —SARAH PALIN

"Obama's Regulatory Czar poses the same threat as Hitler's Josef Mengele."

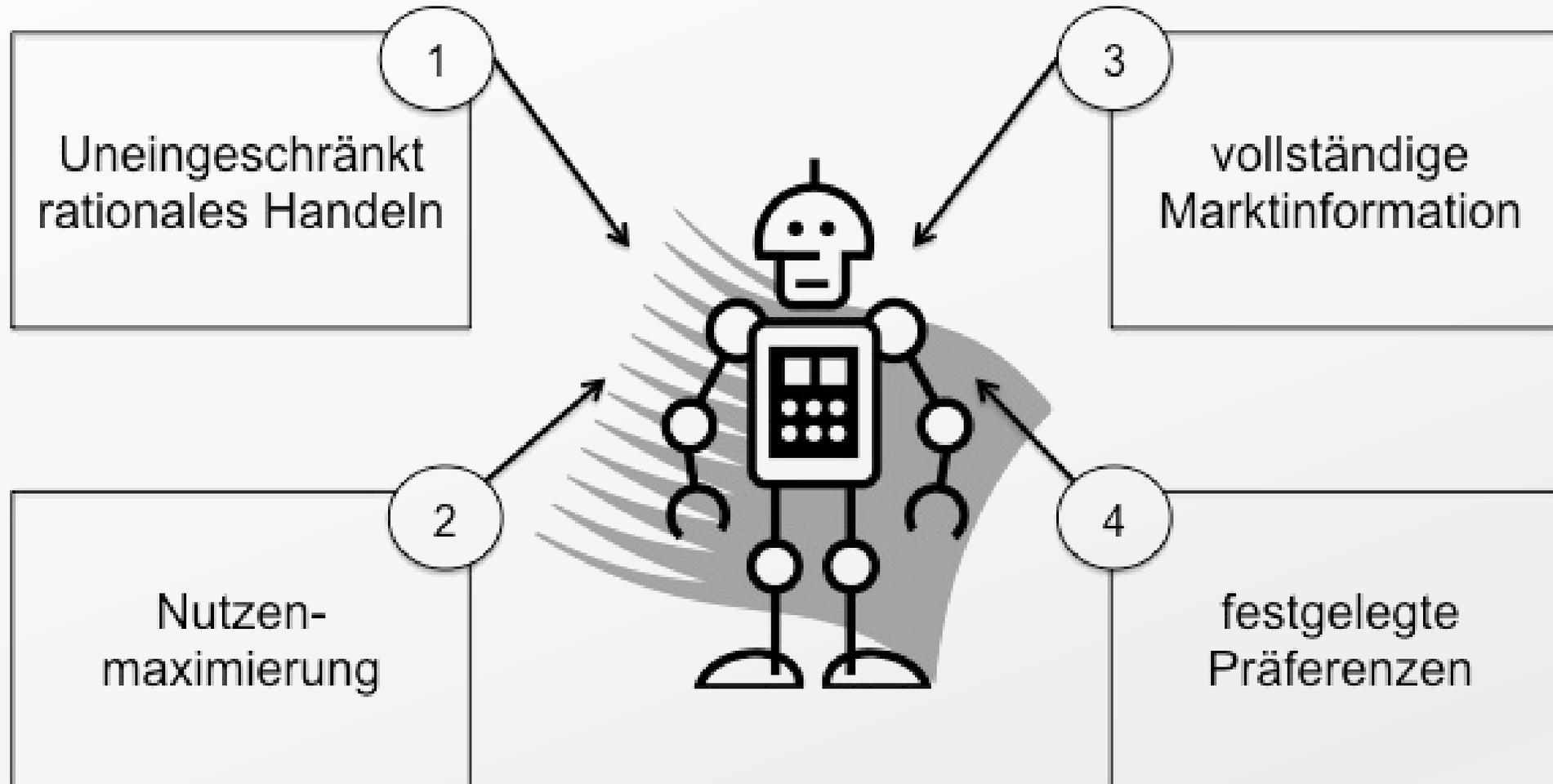
—@FUTUREICON

"[Y]ou remember Cass Sunstein, this is a guy that wants to ban hunting and force sterilizations and oh, we should all be presumed to be organ donors, etcetera etcetera."

—SEAN HANNITY

"Cass Sunstein is evil, pure evil." —TWILIGHTFALLING.BLOGSPOT.COM

Homo Oeconomicus



Rational Choice Theory

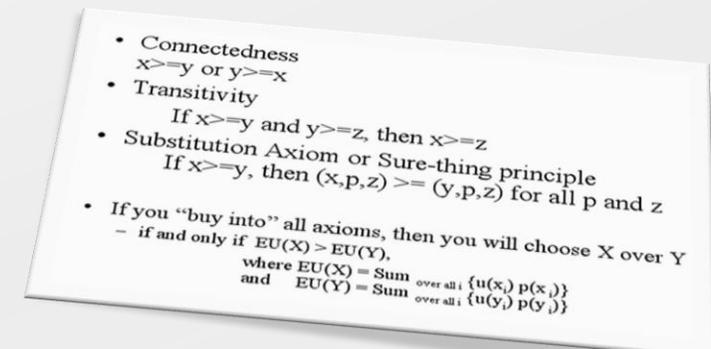
- „Der Agent der volkswirtschaftlichen Theorie ist rational, egoistisch und seine Präferenzen ändern sich nicht.“
- Richard Thaler: *Econs* vs. *Humans*
- Econs ohne S1, Humans mit (stark vereinfacht!)
- „Fruchtfliegen“ von Entscheidungsforscher: **einfache Spiele**
- Wissenschaftliche Rahmentheorie: **Erwartungsnutzentheorie** (*Expected Utility Theory*; **EUT**)
- **Axiomatisierung**: John von Neumann & Oskar Morgenstern
- Rationaler Agent = *Homo Oeconomicus*
- EUT nicht als psychologische (beschreibende o. **deskriptive**) Theorie entwickelt, sondern als **normative** Theorie
- Ökonomen: EUT deskriptiv **UND** normativ



John
von Neumann



Oskar
Morgenstern



RICHARD THALER

ECON





Herbert A. Simon

Bounded Rationality Satisficing (statt Optimizing)

“Bounded rationality states that instead of a comprehensive search for the option that offers maximum benefits, people ‘satisfice’: They use mental shortcuts and rules of thumb (or ‘heuristics’) to find and select an option that is satisfactory, rather than optimal. (...) People satisfice because they have limited cognitive resources and have to make decisions quickly in complex environments.”

Hallsworth & Kirkman (2020; p. 27-28)



RICHARD THALER

Human



Amos Tversky



Daniel Kahneman



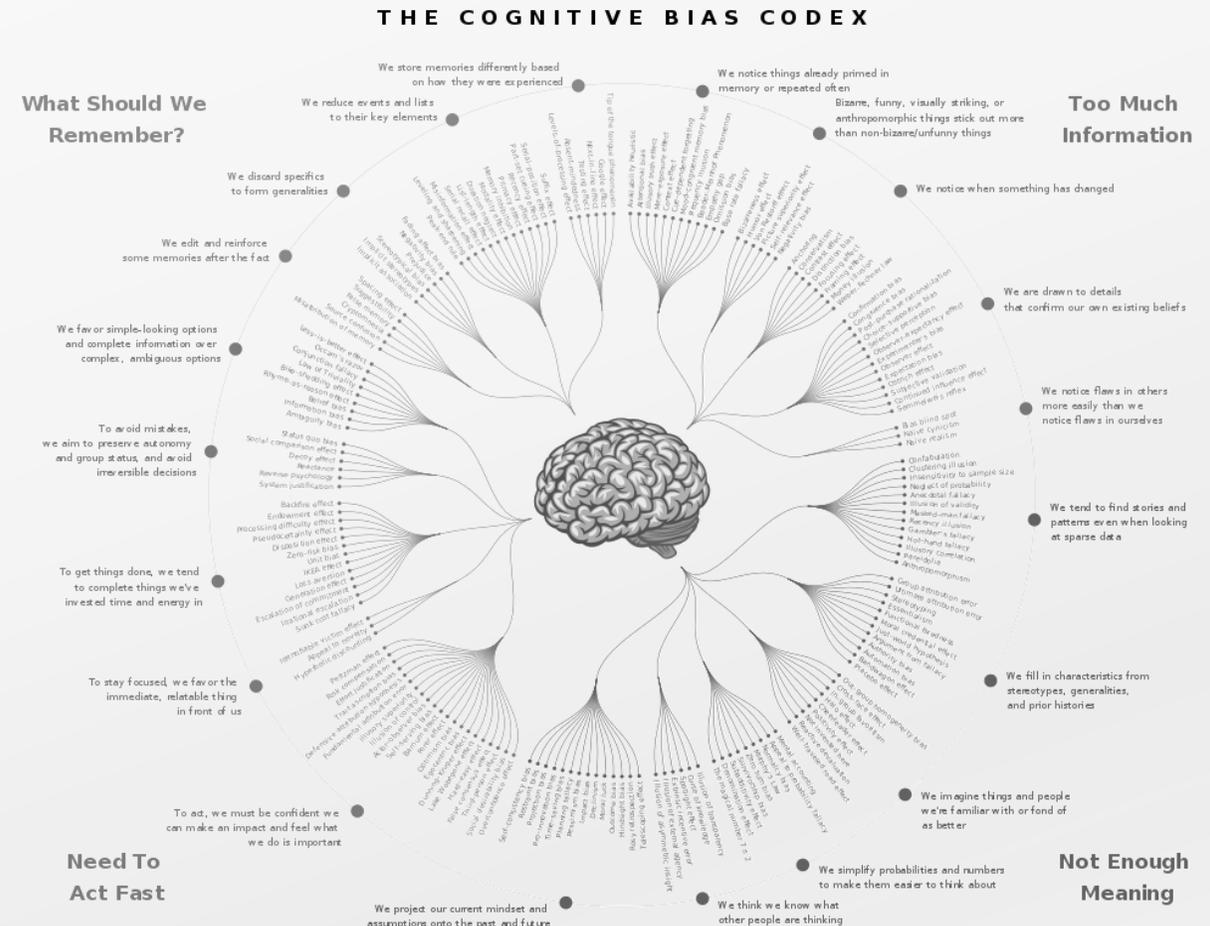
Daniel Kahneman

- **Heuristics & Biases**

- Heuristiken: Verfügbarkeit, Repräsentativität, Ankereffekt, Affektheuristik (nicht alle von DK!)
- Wesen einer Heuristik: Ersetzung!
- Biases: Verlustaversion, Decoy-Effekt, IKEA-Effekt, Baserate-Fallacy, Confirmation Bias, Hindsight Bias, Halo- Effekt, übersteigertes Optimismus, Framing, temporales Discounting, Mere Exposure, Outcome Biase, Groupthink, Peak End Rule, Affective Forecasting Error, ...

- **System 1 & 2**

- **Noise**



Decoy-Effekt

oder

Asymmetrischer

Dominanzeffekt

Rom oder Paris?



Rom oder Paris oder Paris ?

(ohne Kaffee)



SUBSCRIPTIONS

OPINION

WORLD

BUSINESS

FINANCE & ECONOMICS

SCIENCE & TECHNOLOGY

PEOPLE

BOOKS & ARTS

MARKETS & DATA

DIVERSIONS

Welcome to

The Economist Subscription Centre

Pick the type of subscription you want to buy or renew.

Economist.com subscription - US \$59.00

One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from *The Economist* since 1997.

Print subscription - US \$125.00

One-year subscription to the print edition of *The Economist*.

Print & web subscription - US \$125.00

One-year subscription to the print edition of *The Economist* and online access to all articles from *The Economist* since 1997.

Economist.com	SUBSCRIPTIONS
OPINION	Welcome to
WORLD	The Economist Subscription Centre
BUSINESS	Pick the type of subscription you want to buy or renew.
FINANCE & ECONOMICS	
SCIENCE & TECHNOLOGY	
PEOPLE	<input type="checkbox"/> Economist.com subscription - US \$59.00
BOOKS & ARTS	One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.
MARKETS & DATA	
DIVERSIONS	<input type="checkbox"/> Print subscription - US \$125.00
	One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> .
	<input type="checkbox"/> Print & web subscription - US \$125.00
	One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.

16%

0%

84%

Economist.com

SUBSCRIPTIONS

Welcome to
The Economist Subscription Centre

Pick the type of subscription you want to buy or renew.

- Economist.com subscription** - US \$59.00
One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from *The Economist* since 1997.
- ~~**Print subscription** - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist*.~~
- Print & web subscription** - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist* and online access to all articles from *The Economist* since 1997.

- OPINION
- WORLD
- BUSINESS
- FINANCE & ECONOMICS
- SCIENCE & TECHNOLOGY
- PEOPLE
- BOOKS & ARTS
- MARKETS & DATA
- DIVERSIONS

16%

0%

84%

Economist.com

SUBSCRIPTIONS

Welcome to
The Economist Subscription Centre

Pick the type of subscription you want to buy or renew.

- Economist.com subscription** - US \$59.00
One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from *The Economist* since 1997.
- ~~**Print subscription** - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist*.~~
- Print & web subscription** - US \$125.00
One-year subscription to the print edition of *The Economist* and online access to all articles from *The Economist* since 1997.

16% → 68%

0%

84% → 32%



Richard Thaler

A black and white portrait of Cass Sunstein, a middle-aged man with wavy hair, wearing a dark suit, white shirt, and tie. He is smiling slightly and looking directly at the camera. The background is a blurred bookshelf filled with books.

Cass Sunstein

NUDGING

GRUNDLGENDES, BEGRIFFE, ...

Begriffe

- **Nudge:**
 - “A nudge, as we will use the term, is any aspect of the choice architecture that alters people's behavior in a predictable way without forbidding any options or significantly changing their economic incentives. To count as a mere nudge, the intervention must be *easy and cheap* to avoid. Nudges are not mandates. Putting fruit at eye level counts as a nudge. Banning junk food does not.” (Thaler & Sunstein, 2008; S. 6)
 - “interventions that steer people in particular directions but that also allow them to go their own way” (Sunstein & Reisch, 2019; S. 1).
 - “The central goal of such nudges is to ‘make choosers better off, as judged by themselves.’” (Sunstein, 2019; S.112).
- **Nudging:** “is the systematic and evidence-based development and implementation of nudges in creating behavior change.”
- **Choice Architecture** – Entscheidungsarchitekturen (meine Übersetzung): Struktur aller Elemente einer Entscheidungssituation, die Einfluss auf das Verhalten von Entscheider:innen haben
- Jede Entscheidungssituation hat eine Architektur
→ Nudges sind unvermeidlich!
- **Choice Architect** – Entscheidungsarchitekt:in: Person, die diese Struktur gestaltet
- **SIFs** (supposedly irrelevant factors): Scheinbar irrelevante Elemente einer Entscheidungssituation
- **Libertärer Paternalismus:** “Libertarian Paternalism is not an oxymoron” (Sunstein & Thaler, 2003)
 - “The libertarian aspect of our strategies lies in the straightforward insistence that in general, people should be free to opt out of specified arrangements if they choose to do so” (S. 3)
 - “In our understanding, a policy therefore counts ‘paternalistic’ if it attempts to influence the choices of affected parties in a way that will make choosers better off” (S. 3-4)
 - → Sollte für beide politischen Lager akzeptabel sein

<https://behavioralpolicy.org/what-is-nudging/>

Sunstein, C. R., & Thaler, R. H. (2003). Libertarian paternalism is not an oxymoron. The University of Chicago Law Review, 1159-1202.
<https://www.jstor.org/stable/1600573>

NUDGING

Navigierbarkeit



Navigierbarkeit



<https://pixabay.com/de/illustrations/search/gps/>

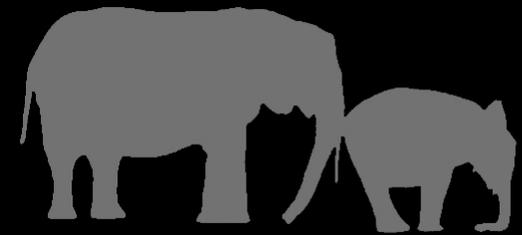
Countless nudges increase navigability, writ large, in the sense that they enable people to get where they want to go and therefore enable them to satisfy their antecedent preferences. Many other nudges, helping to overcome self-control problems, are warmly welcomed by choosers and so are consistent with the AJBT criterion [*as judged by themselves*]. Numerous people acknowledge that they suffer from such problems. When people lack antecedent preferences or when those preferences are not firm, and when a nudge constructs or alters their preferences, the AJBT criterion is more difficult to operationalize, and it may not lead to a unique solution. But it restricts the universe of candidate solutions, and in that sense helps to orient choice architects.

Sunstein (2019; S.119)

Nudges: Beispiele

- Default-Regeln
- Vereinfachung
- Soziale Normen
- Offenlegung (Disclosure) (z. B. alle Kosten von Flugreisen)
- Warnungen
- Umsetzungsabsichten (Implementation Intentions)
- Pre-Commitment Strategien
- Information zu individuellem Verhalten
- Erinnerungen





Politische Maßnahmen

- **Mandate und Verbote:** Maskenpflicht, Diebstahl, Körperverletzung
- **Ökonomische Anreize:** Subventionen für erneuerbare Energien, Gebühren, Steuern auf Alkohol und Tabak
- **Nudges:** Freiheits-erhaltende Ansätze, die Menschen in bestimmte Richtung lenken, aber auch eigene Wege gehen lassen (z. B. Information zur steigenden Verbreitung von PV-Anlagen)



<https://www.suedostschweiz.ch/politik/eu-will-groessere-warnhinweise-bei-zigaretten>

Begriffe

- **Nudge:**

- “A nudge, as we will use the term, is any aspect of the choice architecture that alters people's behavior in a predictable way without forbidding any options or significantly changing their economic incentives. To count as a mere nudge, the intervention must be easy and cheap to avoid. Nudges are not mandates. Putting fruit at eye level counts as a nudge. Banning junk food does not.” (Thaler & Sunstein, 2008; S. 6)
- “interventions that steer people in particular directions but that also allow them to go their own way” (Sunstein & Reisch, 2019; S. 1).
- “The central goal of such nudges is to ‘make choosers better off, as judged by themselves.’” (Sunstein, 2019; S.112).

- **Nudging:** “is the systematic and evidence-based development and implementation of nudges in creating behavior change.”

- **Choice Architecture** – Entscheidungsarchitekturen (meine Übersetzung): Struktur aller Elemente einer Entscheidungssituation, die Einfluss auf das Verhalten von Entscheider:innen haben

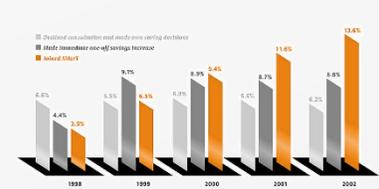
- Jede Entscheidungssituation hat eine Architektur
→ Nudges sind unvermeidlich!

NUDGING

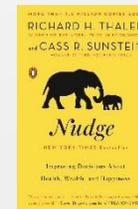
ENTSTEHUNG & ENTWICKLUNG

Entstehung & Entwicklung

- Ca. 1999: **Save More Tomorrow** wird das erste mal – überraschend erfolgreich – eingesetzt
- Ca. 2000: Save More Tomorrow auf Konferenz
→ Casey Mulligan: „Aber ist das nicht ‚Paternalismus‘?“ – Richard Thaler: „Vielleicht sollten wir es, ich weiß nicht, **libertären Paternalismus** nennen.“
- “Libertarian Paternalism is not an oxymoron” (Sunstein & Thaler, 2003)
- 2008: Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge – Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale: University Press.
→ dümpelt erstmal vor sich hin...



Sunstein, C. R., & Thaler, R. H. (2003). Libertarian paternalism is not an oxymoron. *The University of Chicago Law Review*, 1159-1202. <https://www.jstor.org/stable/1600573>



Entstehung & Entwicklung

- 2008: Hochzeit von Samantha **Power** und Cass **Sunstein** in Irland
- Kurz vorher Vortrag zum Thema Nudge in London von **Thaler** → Gespräch mit oppositionellen britischen Konservativen (auf Initiative von Rohan **Silva**) → David **Cameron** wird auf Buch aufmerksam (gemacht) → Empfehlung zur Sommerlektüre
- 2010: Tories & Liberaldemokraten bilden **Regierung** unter Führung David Camerons
- 2010: David Halpern wird Leiter des Behavioral Insights Teams (**BIT**; aka **Nudge-Unit**)



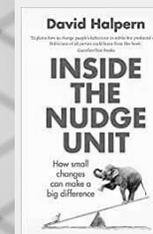
<https://www.flickr.com/photos/bframe/albums/72157606497024851/>



<https://www.theguardian.com/news/datablog/2013/apr/30/rohan-silva-interview-david-cameron-open-data>



<https://whatworks.blog.gov.uk/author/david-halpern/>



Entstehung & Entwicklung

- **BIT-Auftrag:**
 - In mind. zwei Politikbereichen wichtige Veränderungen anstoßen
 - Regierungswweit Verständnis für verhaltensorientierte Ansätze schaffen
 - Kosten des BIT durch Interventionen/Einsparungen mind. 10-fach amortisieren
- Thaler bleibt **Berater** des BIT
- **Erste Intervention:**
 - 120.000 säumige Steuerzahler erhalten (Mahn-)Anschreiben
 - Nudge (z. B. „Die große Mehrheit der Menschen in Großbritannien zahlt ihre Steuern pünktlich.“, „Die große Mehrheit der Menschen in Ihrer Region zahlt ihre Steuern pünktlich.“, „Sie gehören gegenwärtig zu der sehr kleinen Minderheit von Menschen, die ihre Steuern nicht fristgerecht gezahlt haben.“)
 - Favorit: „Die meisten Menschen zahlen, und Sie sind einer der wenigen, die dies nicht getan haben.“
 - Ergebnis: 9 Mio. Pfund Rücklauf innerhalb von 23 Tagen
- BIT-Evaluation positiv
- **Mantras**
 1. Wenn man jemanden ermuntern will, etwas zu tun, sollte man es für ihn so leicht wie möglich machen.
 2. Ohne Evidenz können wir keine evidenzbasierte Politik betreiben.
- 2014: Teilprivatisierung (→ **Nesta**)
- **Aktuell (2021):** „*Today, its work spans across several regions, having run more than 750 projects including 400 randomised controlled trial (RCTs) in various countries. With its headquarters in London and another UK location in Manchester, BIT also has offices in [the United States, Singapore, Australia, New Zealand, France, Canada]*“ (Wikipedia)



<https://whatworks.blog.gov.uk/author/david-halpern/>

Entstehung & Entwicklung

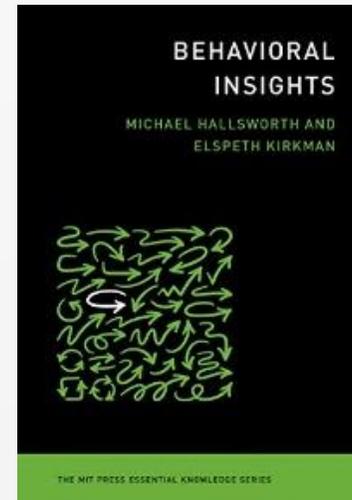
Viele Länder der Erde haben vergleichbar Einrichtungen gegründet:

- Australia
- Austria
- Canada
- Denmark
- Finland
- France
- Germany
- Greece
- Ireland
- Israel
- Japan
- Netherlands
- New Zealand
- Peru
- Singapore
- Sweden
- USA
- United Kingdom
- ... u.v.m.



Behavioral Insights

- **Übersicht:** Hallsworth & Kirkman (2020)
- Nudging ↔ BI: **Abgrenzung** wichtig (warum?) aber schwer (warum?)
- *“The behavioral insights approach uses evidence of the conscious and nonconscious drivers of human behavior to address practical issues.”*
- Fokus auf **reale Settings**
- Experimente in Laboren: Generalisierung, Validität
- RCT als Goldstandard



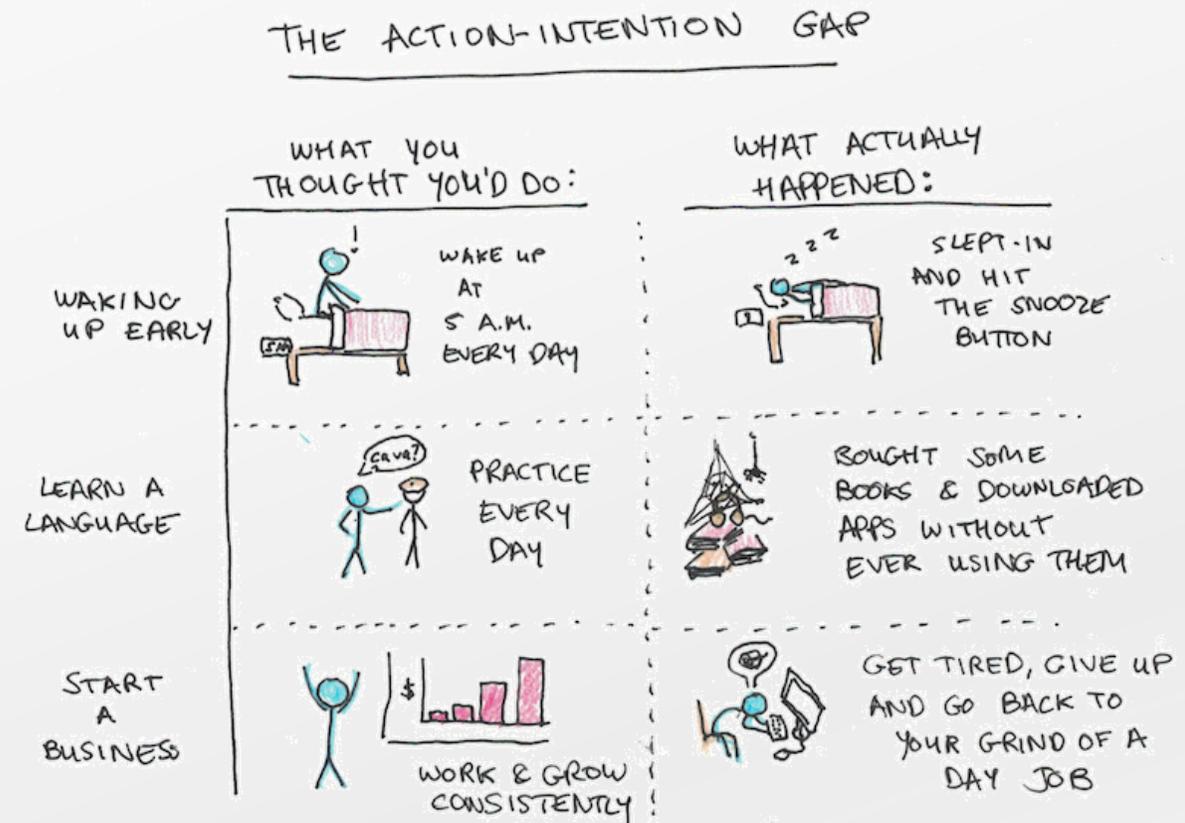
Scale of intervention	Strategic	Using consumer information as the mechanism to increase switching between energy providers	Tiered structure for sugared drinks tax	Making enrollment in workplace pension plans the default option by law
	Tactical	Changing the text in appointment reminders to reduce no-shows	Reducing friction costs to increase uptake of married tax allowance	Helping small businesses comply with the new law on automatic pension enrollment
		Information provision	Economic incentives	Legislation and regulation
		Intensity of intervention		

NUDGING MOTIVATION & MISSVERSTÄNDNISSE

Warum Nudging?

- **Intention-Action Gap**, Wanting – Doing
- Entscheidungsfehler nicht (nur) zufällig (vgl. Noise – DK), sondern **systematisch** abweichend
- Viele nutzen diese Schwächen aus – WER?
- *“With respect to diet, smoking, and drinking, people’s current choices cannot always be said to be the best means of promoting their own well-being (to put it lightly). Indeed, many smokers, drinkers, and overeaters are willing to pay third parties to help them make better decisions.”*

→ **AJBT**



Vorab: Missverständnisse

- HÖ-Ansatz: **Möglichst viele** Alternativen zur Wahl stellen (z. B.); JMC – Just Maximize Choices (\leftrightarrow OSFA – One Size Fits All)
→ Smartphone-Tarife, Gesundheitsversorgung, Altersvorsorge
- (Fehl-)Annahmen 1+2:
 - Fast alle Menschen entscheiden fast immer in ihrem besten Interesse
 - Wenn die Einsätze steigen, steigt die Entscheidungsqualität (→ Häufigkeit nimmt ab → Entscheidungsexpertise sinkt; s.u.)
- Menschen treffen eher ...
 - ... gute Entscheidungen in vertrauten Bereichen (→ Expertise: stabile Strukturen mit schneller, valider Rückmeldung)
 - ... Weniger gute Entscheidungen in Bereichen mit wenig Erfahrung mit schlechtem o. seltenem Feedback
- *Wofür gilt das?*

EX: Aktien zur Altersvorsorge – wie soll die Auswahl erfolgen (Beispiel Schweden)?

Kahneman, D., & Klein, G. (2009). Conditions for intuitive expertise: a failure to disagree. *American psychologist*, 64(6), 515–526.
<https://sandbox.emcrit.org/wp-content/uploads/2016/08/Failure-to-Disagree.pdf>

Vorab: Missverständnisse

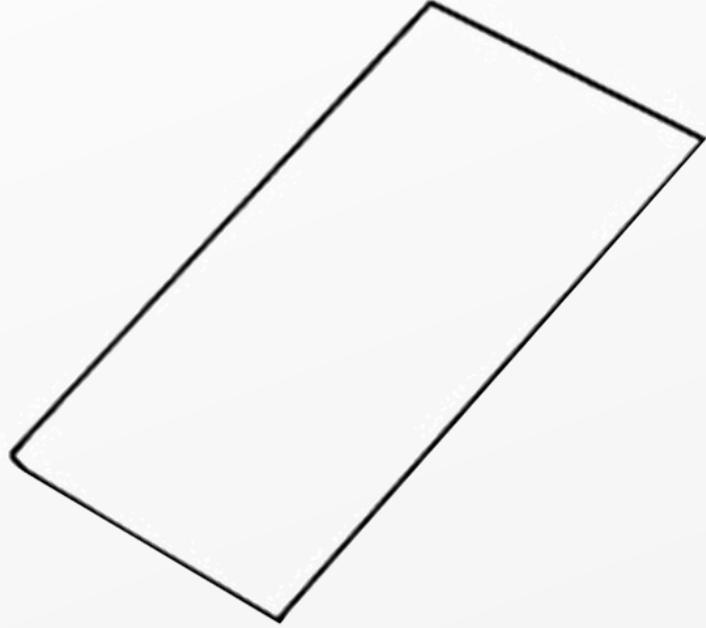
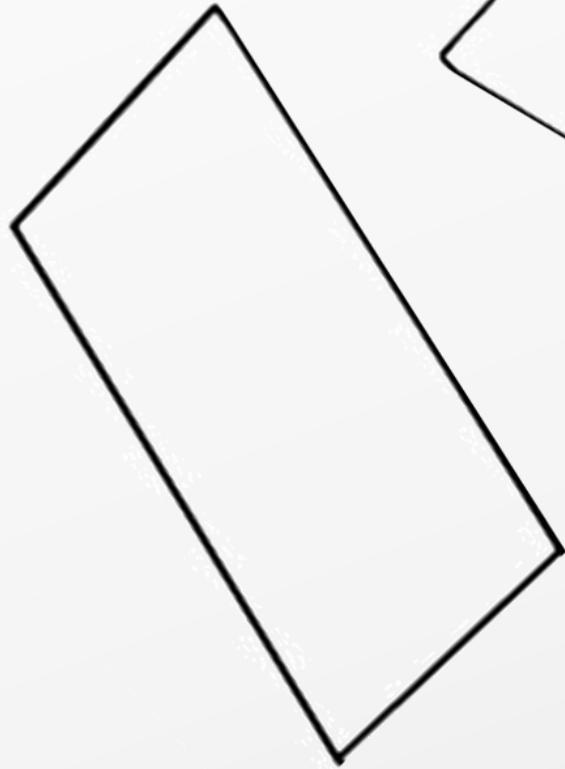
- (Fehl-)Annahme 3: Es ist [Entscheidungsarchitekt:innen] möglich, Entscheidungen *nicht* zu beeinflussen
- Jede Entscheidungssituation hat ihre Architektur – und damit Elemente, die die Entscheidung beeinflussen; z. B. Reihenfolge der Optionen, Art der Darstellung, Art der Information, Kontextattribute, ...
- Neutralität ist häufig unmöglich oder unattraktiv (z. B. was machen die meisten anderen, Zufall, ...)
- **Active Choosing:** selbst Form einer Entscheidungsarchitektur
- “[T]he anti-nudge position is a logical impossibility—a literal nonstarter.”
- (Fehl-)Annahme 4: Paternalismus bedeutet immer eine Art Zwang

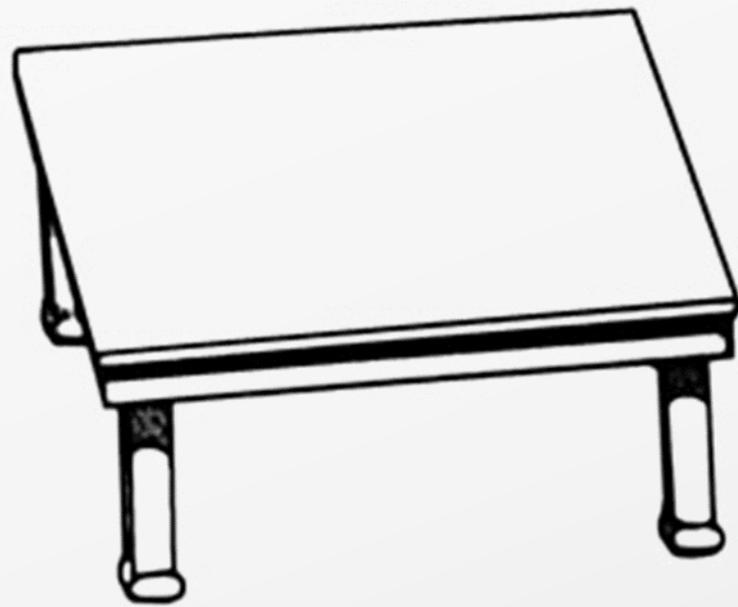
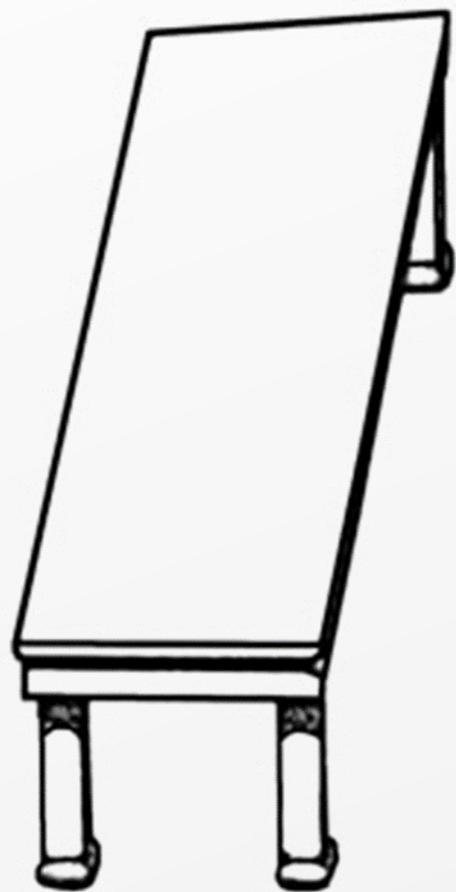


Winkler, G., Berger, B., Filipiak-Pittroff, B., Hartmann, A., & Streber, A. (2018). Small changes in choice architecture in self-service cafeterias. Do they nudge consumers towards healthier food choices. *Ernahr Umsch*, 65, 170-8.

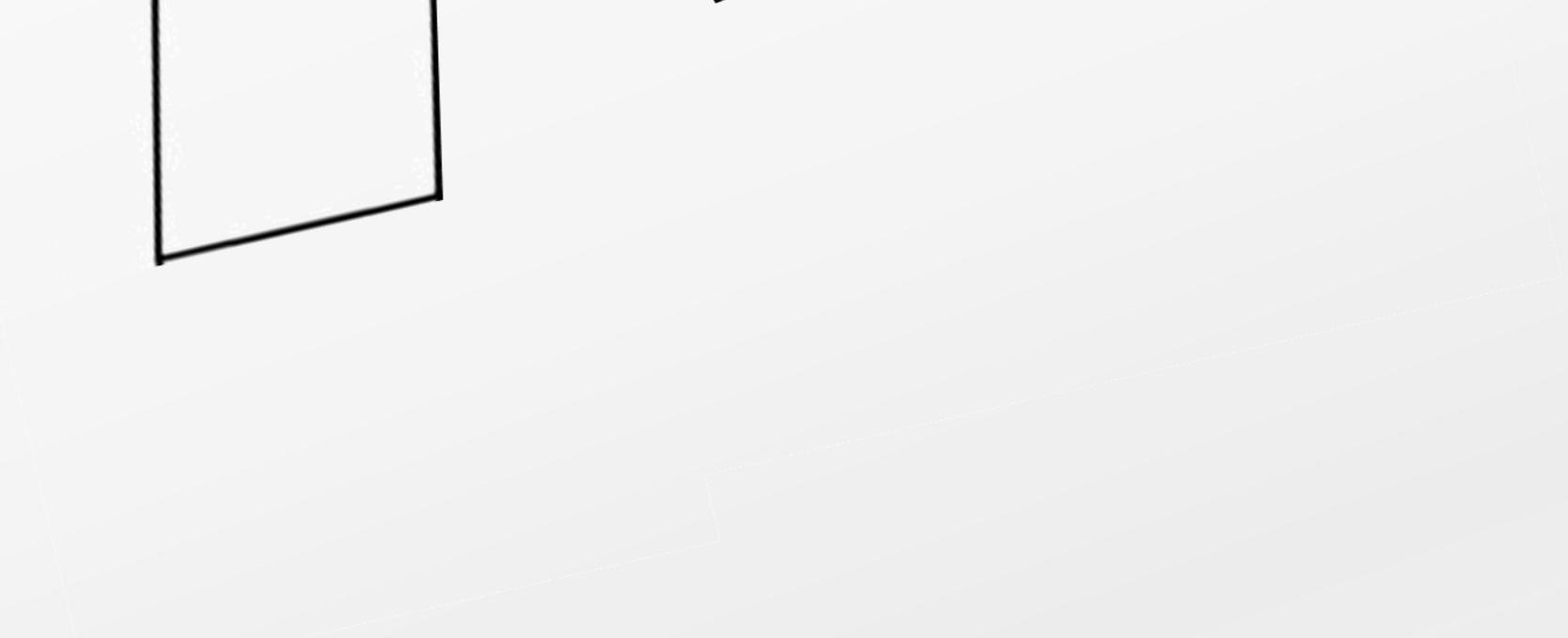
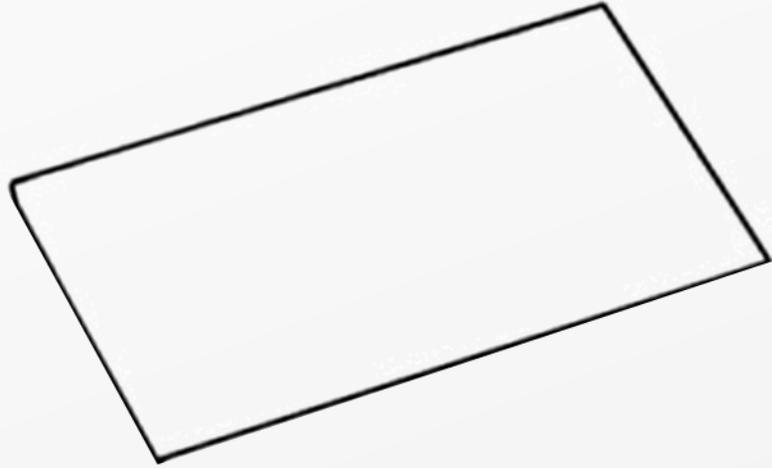
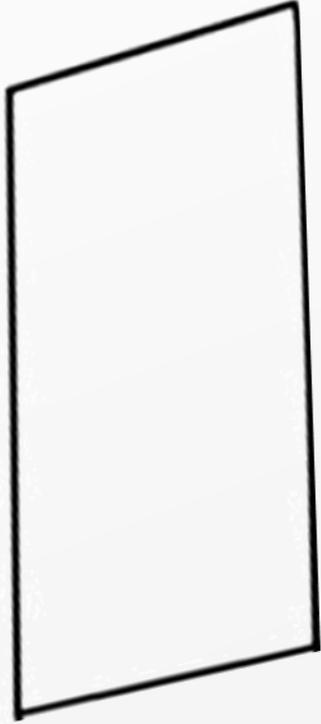


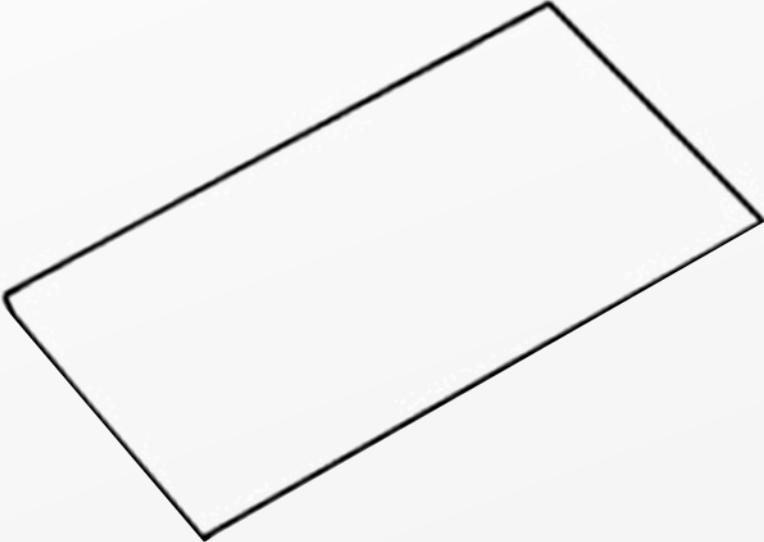
NUDGING ECONS & HUMANS

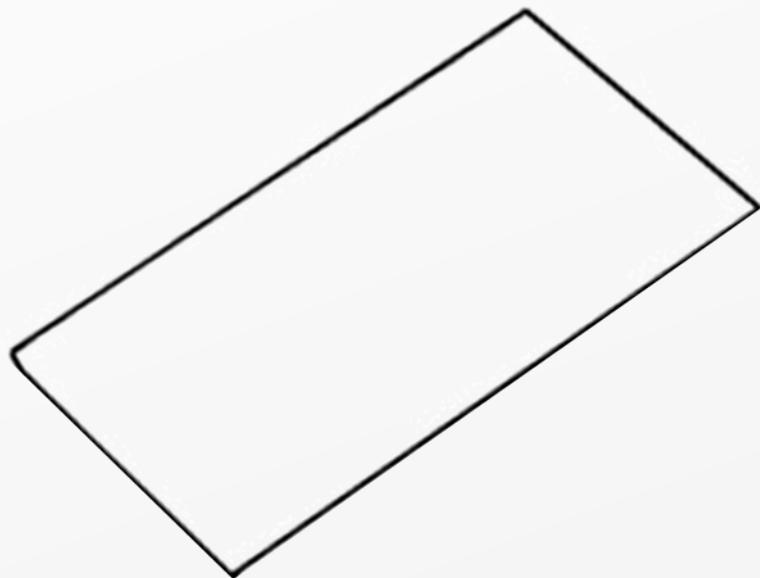


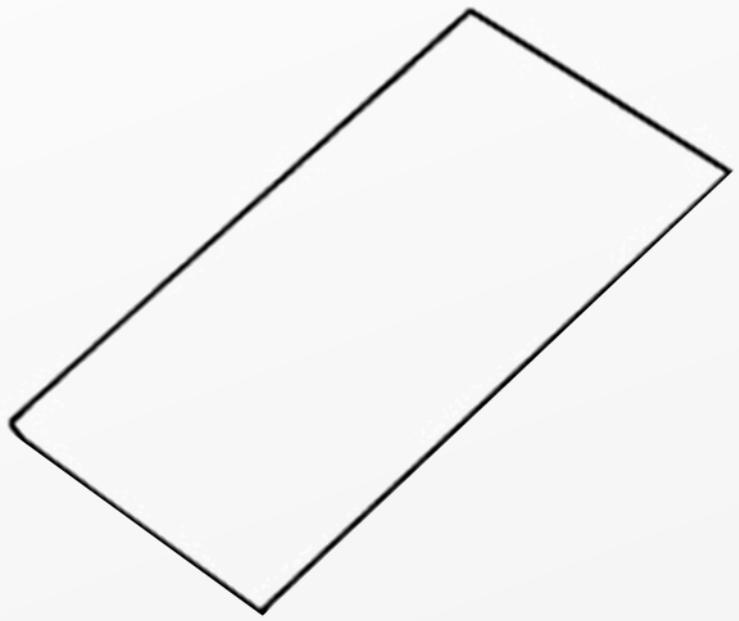
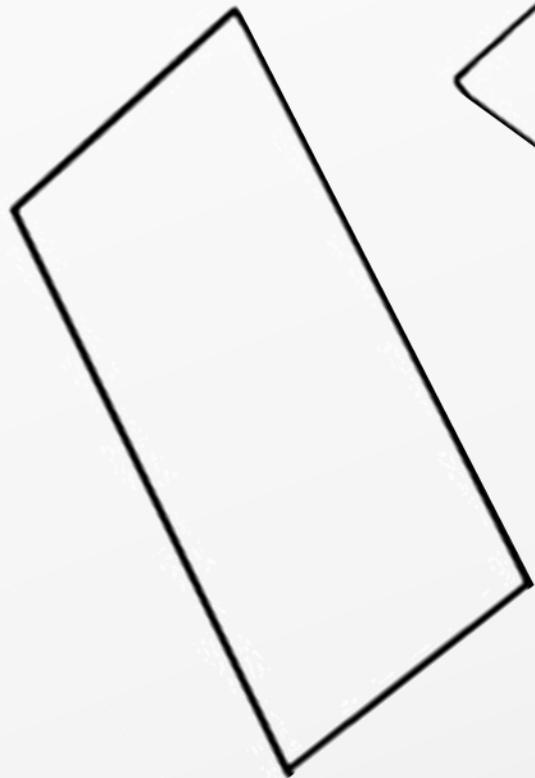


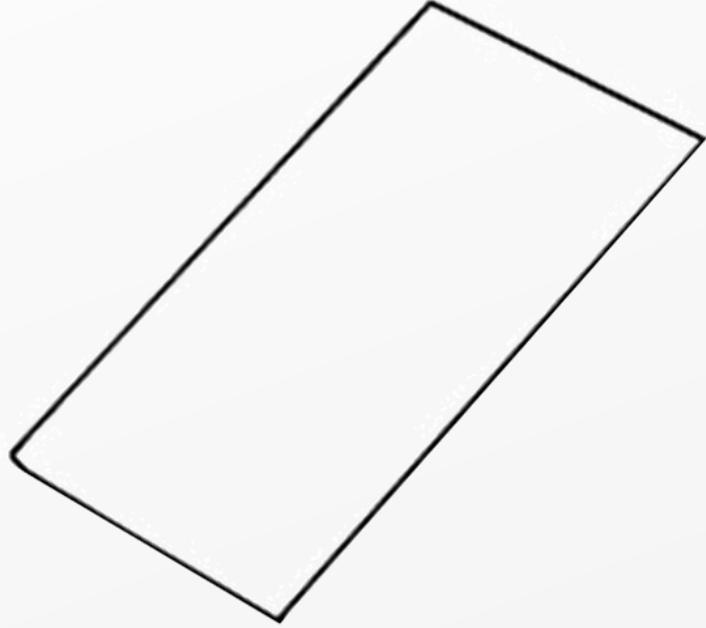
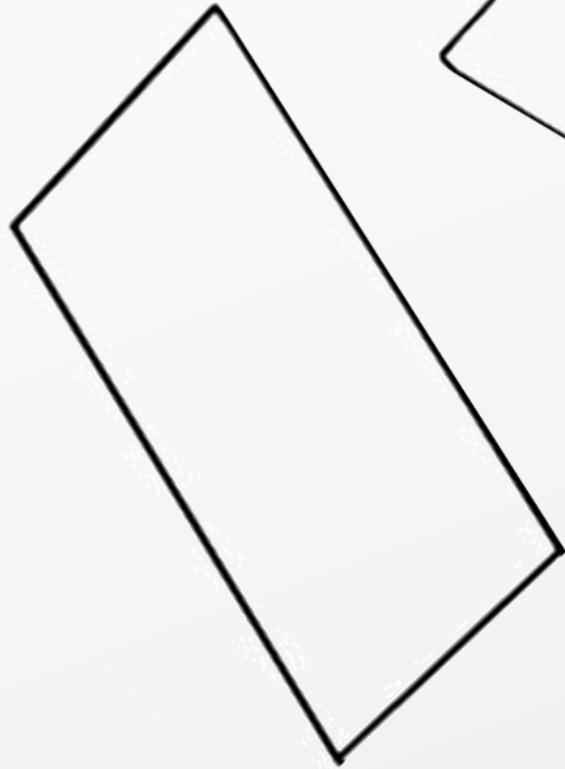


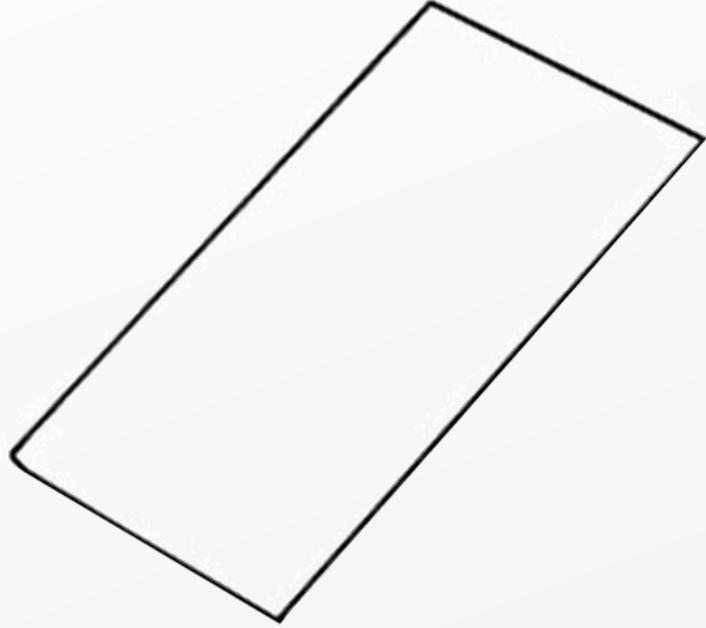
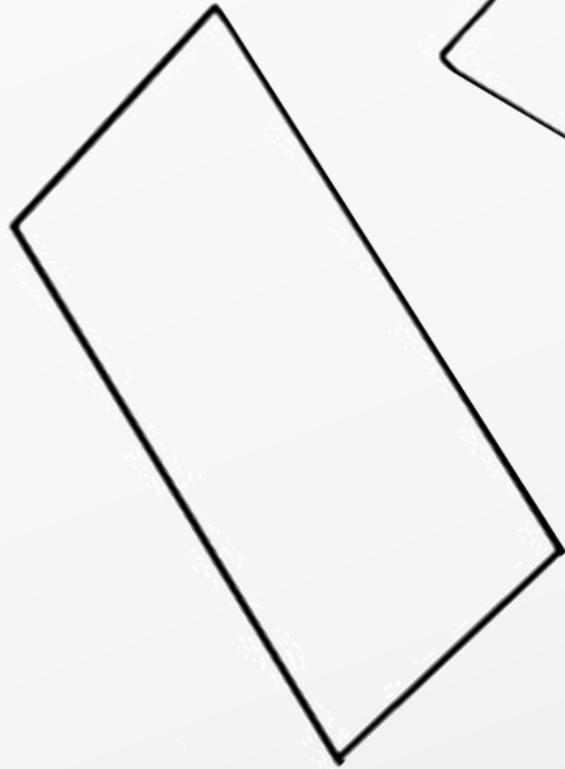


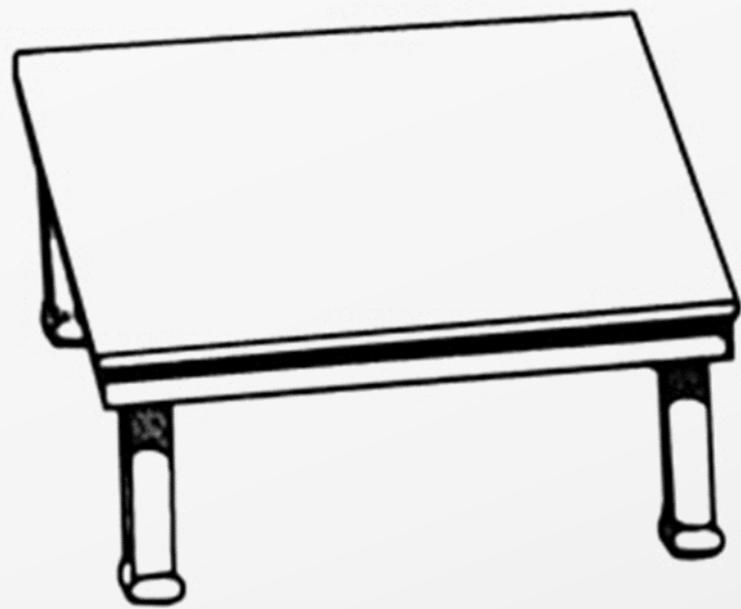
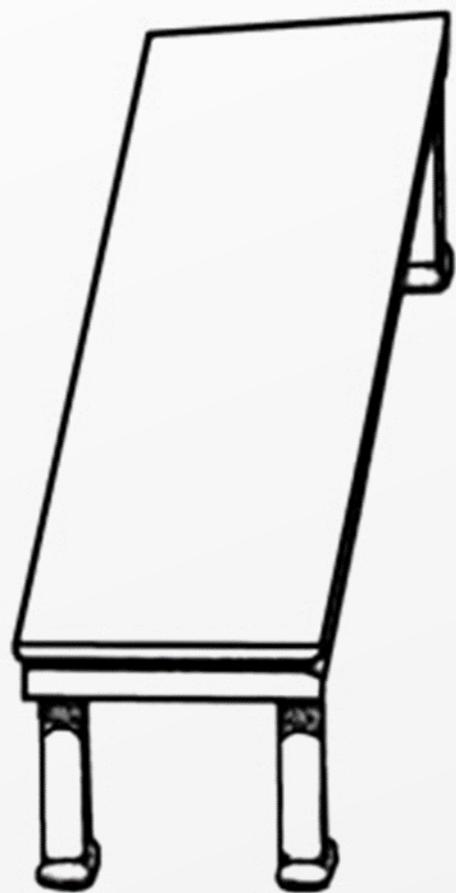












2 x 2

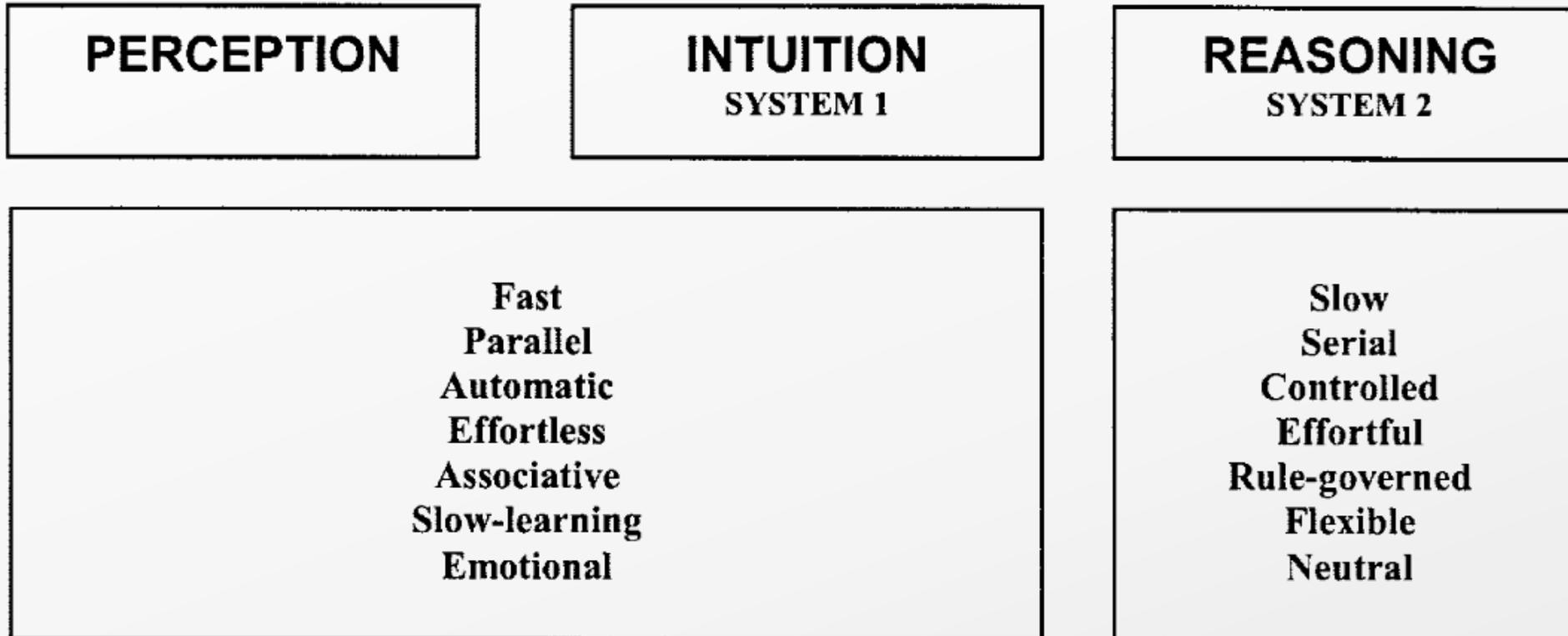
17 x 24

Econs & Humans



- Ankereffekt
- Availability
- Repräsentativität
- Optimismus und Selbstüberschätzung
- Gewinne und Verluste
- Status Quo Bias
- Framing
- Zwei Systeme

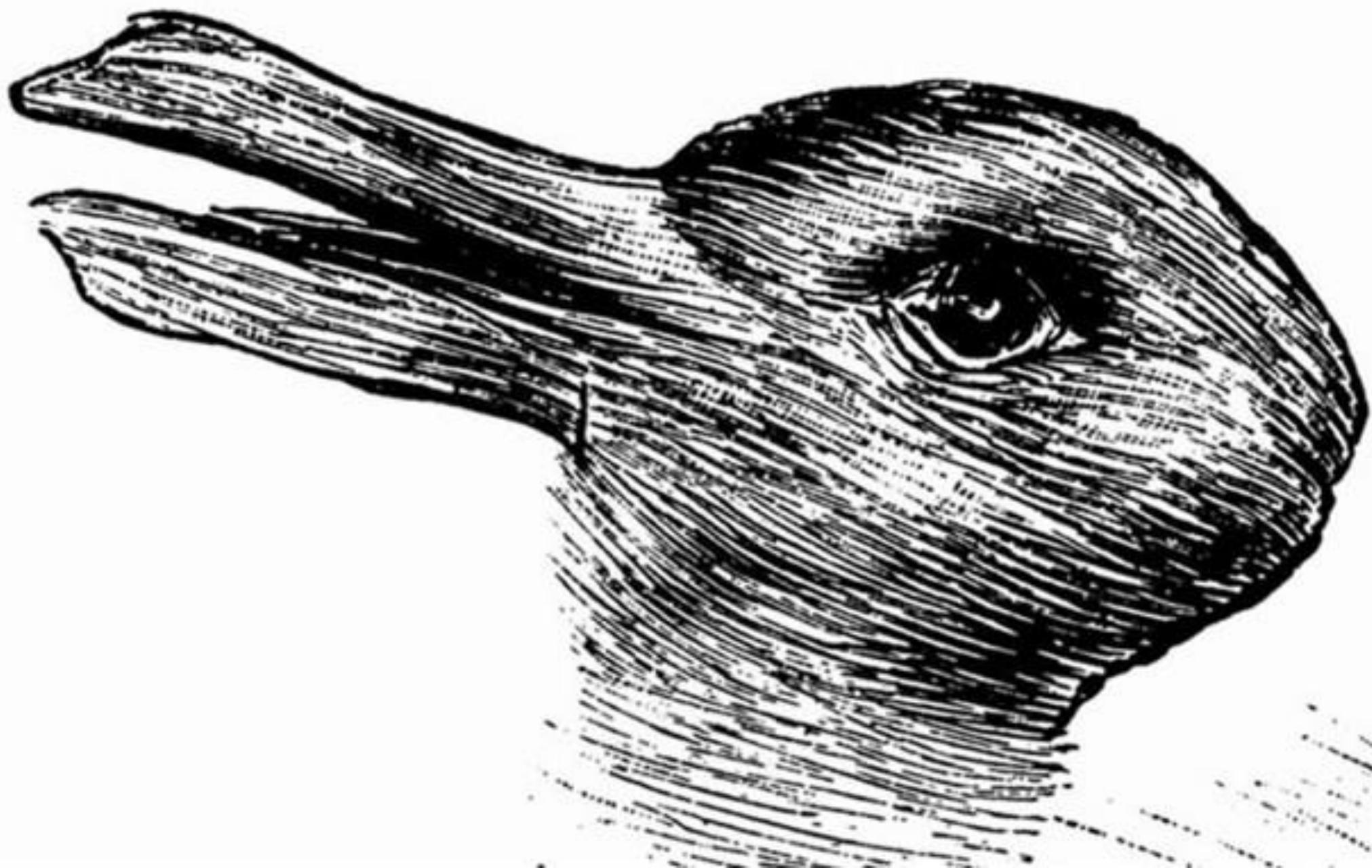
Kognitive Architektur



Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: psychology for behavioral economics. *The American Economic Review* 93, 1449–1475.

Mechanismen von System 1

- Assoziative Kohärenz
- Attribut-Ersetzung
- Kognitive Leichtigkeit



NUDGING

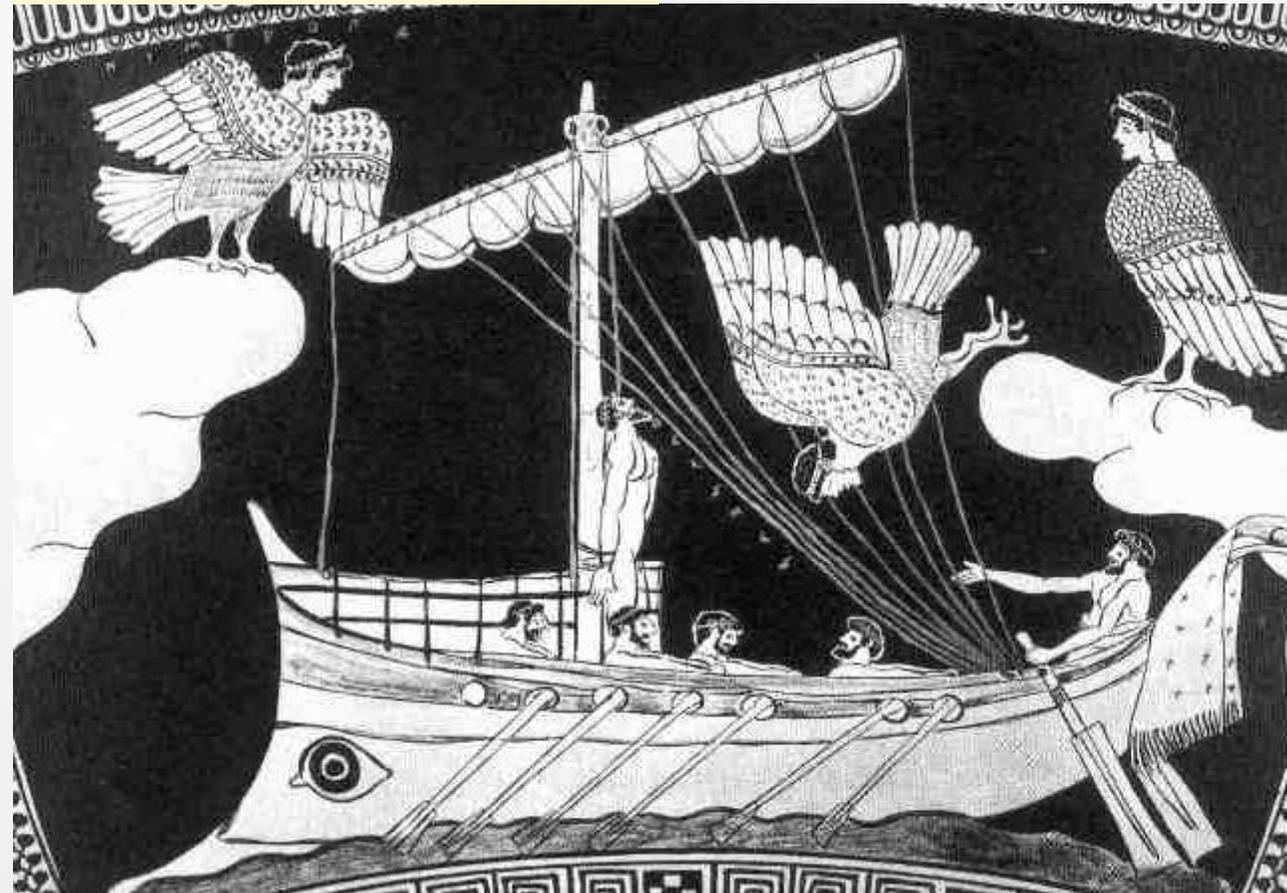
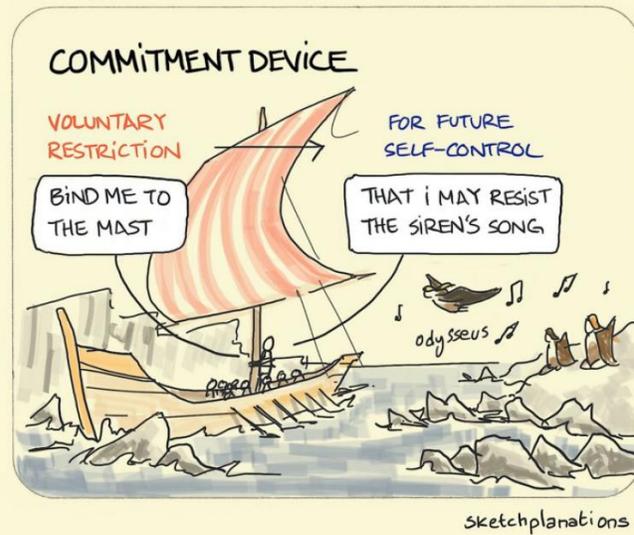
E&H: Selbstkontrolle

→ Situational Control

- Versuchungen widerstehen
- Pre-Commitment-Strategien
- Commitment-Devices
- Thaler: Cashew-Nüsse <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdf/10.1257/aer.108.6.1265>
- Nudge – The Final Edition
- Weitere Beispiele?



<https://www.lindau-nobel.org/blog-richard-thaler-no-regular-economist/>



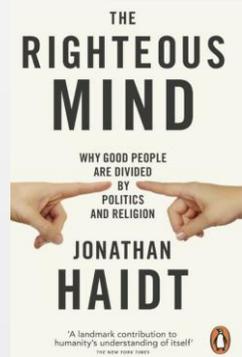
E&H: Selbstkontrolle

→ Situational Control

- Häufig: *Hot-Cold-Empathy-Gap* (G. Loewenstein)
- Jonathan Haidt: Reiter & Elefant (S1 & S2); S2 dient häufig nur der Rationalisierung/Rechtfertigung des Verhaltens von S1
- *Planner-Doer-Modell*
- Beispiele:
 - Einkaufslisten
 - Wecker – Clocky
 - \$ 100-Schecks für Dissertation
 - Christmas Clubs (eigentlich ökonomisch unmöglich)
 - Stickk.com (+ Vorgeschichte)
- Staatliche Maßnahmen:
 - Drogenpolitik
 - Sicherheitsgurt
 - Tabaksteuer
- Mental Accounting:
 - Casino: House Money
 - “*Mental accounting matters precisely because the accounts are treated as nonfungible.(...) see, if we want to encourage savings, it will be important to direct the increased savings into a mental (or real) account where spending it will not be too big a temptation.*”

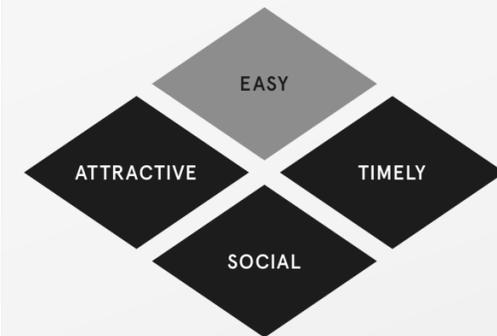
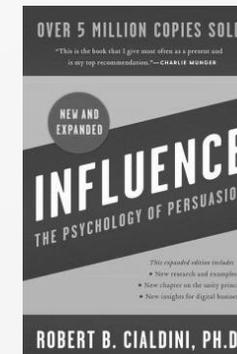


Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion.* Vintage.



E&H: Der Herde folgen

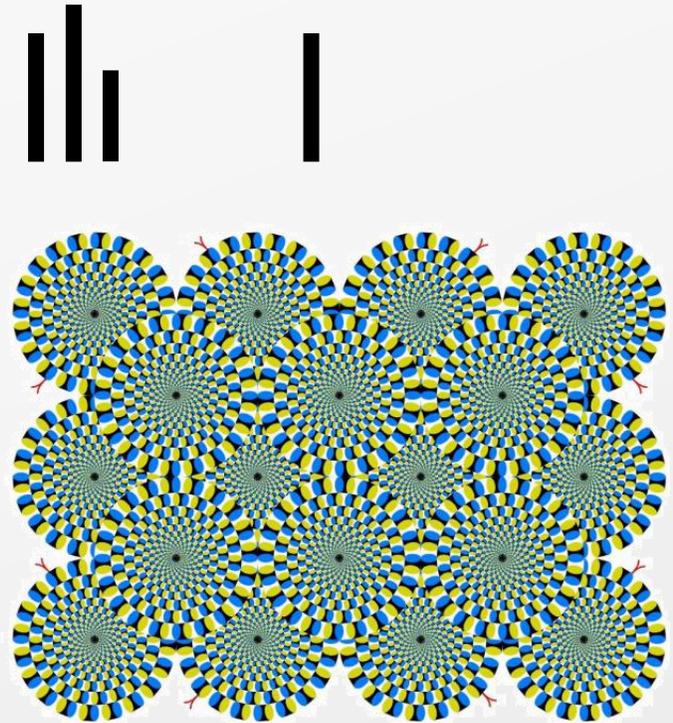
- → Social Proof (Robert Cialdini)
- → BIT-Akronym **EAST**: Social
- → Sozialpsychologie
- Wann, wie und wo lassen wir uns durch andere beeinflussen? – *Warum?*
- Covid-19: Tragen von Masken (insbes. USA)
- Zwei Arten von soziale Einflüsse
 - Information
 - Ruf (Gruppendruck)
- Beispiele für soziale Nudges („unter sonst gleichen Bed.“):
 - Teenager-Schwangerschaft
 - Klage gegen Arbeitgeber
 - Akademischer Erfolg hängt von Zimmergenossen ab
 - Urteile von Bundesrichtern hängen von Einschätzung der Kolleg:inn:en ab



https://www.behaviouralinsights.co.uk/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf

E&H: Der Herde folgen

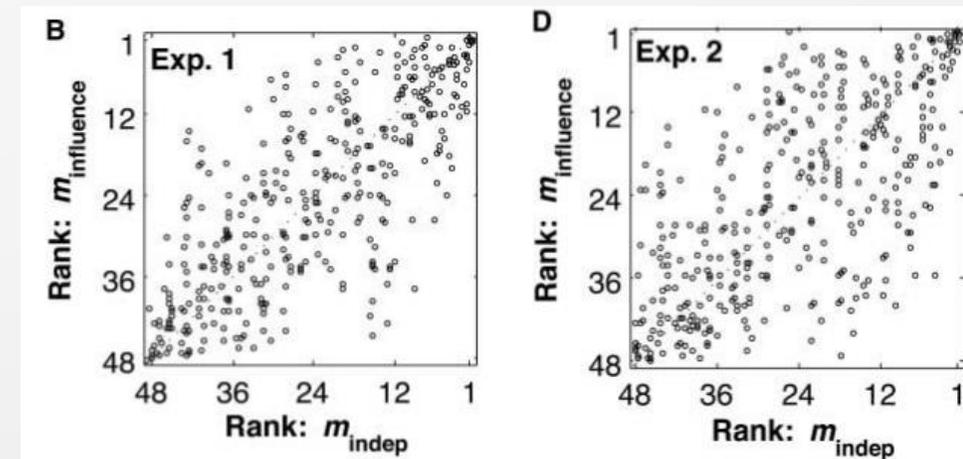
- → **Solomon Asch**: Experimente zu Konformität
- International vergleichbare Bandbreite: Konformität in 20-40% der Urteile
- Information oder Gruppendruck?
- Anonyme Urteile weniger konform
- → **Muzafer Sharif**: Experimente zu Autokinetischem Effekt
- Gruppen konvergieren bei Urteil auf stabiler Gruppennorm
- Verbündeter kann die Urteile beeinflussen; je selbstbewusster desto stärker
- Entwicklung von „Traditionen“; kollektiver Konservatismus
- „*Freie Rede kann eingeschränkt werden, wenn es erforderlich ist*“
 - Nur 19% stimmen zu
 - In Asch-Setting mit 4 Vertrauten: 58% stimmen zu



E&H: Der Herde folgen

- Experiment von Matthew Salganik, Peter Dodds, and Duncan Watts (2006): Simulation eines Musikmarktes ($n > 14.000$):
 - Kontrollbedingung: unabhängige Downloads ohne Download-Info
 - Experimentalbedingungen: acht Welten mit Informationen zu Downloadzahlen
- Ergebnisse:
 - Download-Wkt. hängt von Popularität ab
 - *“In general, the best songs never do very badly, and the worst songs never do extremely well, but almost any other result is possible.”*
 - Nudge: *“The popularity of music (and movies, and books) is often a result of this sort of cascade effect.”*
 - → Informations-Kaskaden

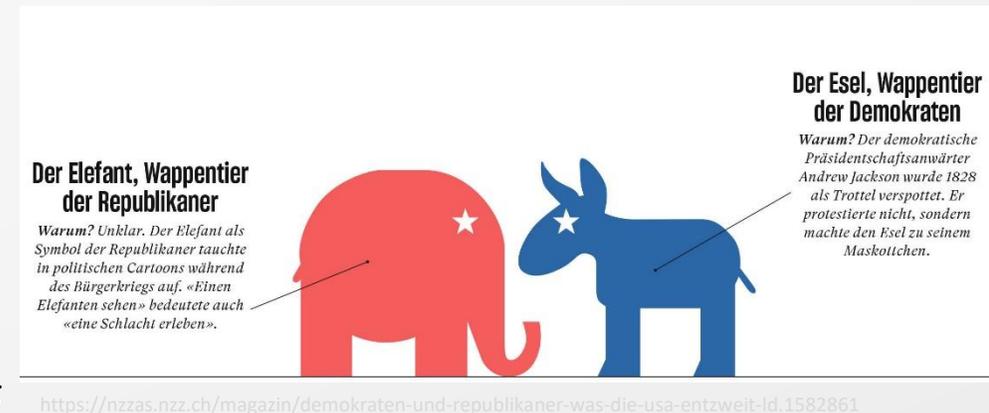
Salganik, M. J., Dodds, P. S., & Watts, D. J. (2006). Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market. *Science*, 311(5762), 854-856.
https://www.princeton.edu/~mjs3/salganik_dodds_watts06_full.pdf



E&H: Der Herde folgen

- Macy et al. (2019): Ähnliches Experiment zu politischen Ansichten
- Ergebnisse:
 - Frühe Urteile der anderen beeinflussen eigene Urteile
 - Zustimmung aus anderer Partei → Ablehnung
 - Ablehnung aus anderer Partei → Zustimmung
- *“In many domains people are tempted to think, after the fact, that the success of a musician, actor, author, or politician was inevitable in light of his or her skills and characteristics. Beware of that temptation.”*
- Anwendung:
 - Ist der Satus Quo positiv: „Die meisten Menschen wählen ...“
 - Ist die erste Ableitung positiv: „Mehr und mehr Menschen wählen ...“

Macy, M., Deri, S., Ruch, A., & Tong, N. (2019). Opinion cascades and the unpredictability of partisan polarization. *Science advances*, 5(8), eaax0754.



E&H: Der Herde folgen

- Identity-based cognition – *What People Like You Do*
- → Robert Cialdini, David Halpern (Personalisierung)
- Texas: Reduktion von wildem Müll
- Jahr 1: 29%, Jahr 6: 72% Reduktion



E&H: Der Herde folgen – *Pluralistic Ignorance*

- **Pluralistic Ignorance:** Unwissenheit über den Wissensstand der meisten anderen
- „Des Kaisers neue Kleider“: Kind startet kaskadierenden Effekt (vgl. Asch-Experiment: ein Gleichgesinnter genügt)
- Gleichgeschlechtliche Ehe, #MeToo, #BlackLivesMatter: “All of these movements were fueled by visible actions, including vigorous social media campaigns, that permitted or encouraged people to reveal long-silenced anger and outrage. People who had shut themselves up, or suffered or grieved or raged in silence, suddenly saw a kind of green light.”
- **Beispiel Saudi Arabien:**
 - Junge verheiratete Männer unterstützen (eigentlich, d.h. privat) Arbeitstätigkeit von Frauen und unterschätzen den Anteil anderer Männer, die das auch tun
 - Korrektur: Information über tatsächlichen Anteil
 - Ergebnis: “Four months after the intervention, the wives of men in the experiment who had received the information about others’ beliefs were more likely to have applied and interviewed for a job.”
- Aber auch: White Supremacy in den USA



<https://twitter.com/Jagdfunk/status/1151022681208369152/photo/1>

Bursztyn, L., González, A. L., & Yanagizawa-Drott, D. (2020). Misperceived social norms: Women working outside the home in Saudi Arabia. *American Economic Review*, 110(10), 2997-3029.

<https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/195317/1/aer.20180975.pdf>

E&H: Der Herde folgen – Soziale Normen als Nudges

- Wenn alle glauben, dass viele andere eine sozialen Norm unterstützen, reicht manchmal ein informativer Nudge für große Änderungen aus
- Entscheidungsarchitekten: Information über Einstellungen/Verhalten (soziale Normen) anderer als Werkzeug
- Beispiele:
 - Minnesota: Einkommenssteuern zahlen
 - UK (BIT): “Nine out of ten taxpayers in Manchester pay on time.” → +5%
 - Robert Cialdini: Hotelhandtücher (provincial norms: „in diesem Zimmer“), Versteinerungen (Achtung vor deskriptiven Normen)
- Achtung vor übersteigertem Einsatz!

According to a recent public opinion survey, many Minnesotans believe that other people routinely cheat on their taxes. This is not true, however. Audits by the Internal Revenue Service show that people who file tax returns report correctly and pay voluntarily 93 percent of the income taxes they owe.

Coleman, S. (2007). The Minnesota income tax compliance experiment: replication of the social norms experiment. Available at SSRN 1393292.

NUDGING

ENTSCHEIDUNGSARCHITEKTUR:BE

DINGUNGEN & WERKZEUGE

Wann sollte man nudgen?

„Wann“ = Unter welchen Bedingungen

- „**Goldene Regel**“ des libertären Paternalismus: Biete Nudges an, die wahrscheinlich helfen und wahrscheinlich nicht schaden.
 - Bedingungen, die Nudging motivieren können:
 - Knappe Aufmerksamkeitsressourcen
 - Schwerwiegende Entscheidungen
 - Kein Feedback
 - Situative Bedingungen schwer verständlich
- Situationen, die selten oder unvertraut sind und die gravierende Konsequenzen haben könnten

Wann sollte man nudgen? – Kognitive Einflüsse

- Vergessen & erinnern, reduzierte Aufmerksamkeit
- Geschäfte profitieren von Vergesslichkeit (z. B. Kreditkartenunternehmen; Abo-Anbieter, ...)
- Beispiele für Nudges:
 - Technologische Unterstützung: z. B. Kalender-Pop-Ups
 - *Implementation Intention* erfragen (z. B. Wahlen – „Wann gehen Sie los?“, „Was machen Sie kurz vorher?“, ... → +4.1 Prozentpunkte)
 - Checklisten: Piloten, Ärzte (Atul Gawande – Checklist Manifesto) → In welchen Situationen allgemein? Transfer?



https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mr_pipo_Learning_and_forgetting.svg



Wann sollte man nudgen?

- **Nutzen jetzt – Kosten später:**
 - *Time Discounting, Myopic Preferences* – kurzsichtige Vorlieben
 - Individuelle „Investitionsgüter“: Zähneputzen, Training, gesunde Ernährung, ...
→ Kosten jetzt – Nutzen später → problematisch!
 - Verlockungen: Rauchen, Alkohol, ungesunde Ernährung, Binge-Watching, ...
- Grad der **Schwierigkeit**: *“We are more likely to need more help picking the right mortgage than choosing the right loaf of bread.”*
- **Seltene Entscheidungen:**
 - Kein häufiges Feedback; keine Möglichkeit für Expertise (Kahneman & Klein)
 - Viele wichtige Entscheidungen sind selten (vgl. Diskussion zu High/Low Stakes)
- **Feedback:**
 - Viele Entscheidungen haben kein oder zu wenig Feedback
 - Kontrafaktische Entwicklungen haben kein Feedback
- **Wissen um die eigenen Präferenzen**
 - z. B. in unbekannter internationaler Küche
 - Übersetzung Entscheidung → zukünftiges Erlebnis (→ affective forecasting error)

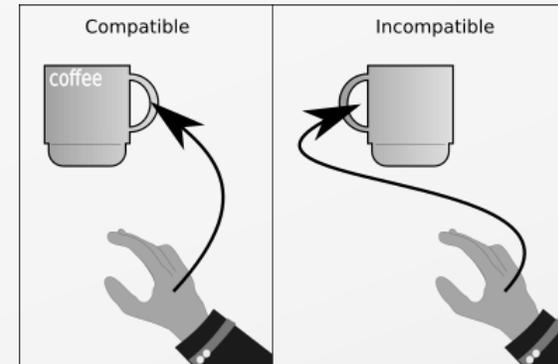
Wann sollte man nudgen?

- Können Märkte das automatisch regeln? – Eher nein! Beispiel Arzneimittel
- → *Snake-Oil-Angebote* (häufig wenn Gesundheit, Liebe oder Geld im Spiel ist)
- Neue Technologien machen Angebote immer einfacher
- *“Much of the time, more money can [be] made by catering to human frailties than by helping people to avoid them. Bars make a lot more money than Alcoholics Anonymous. So, if Humans have problems, they might benefit from a well-chosen nudge.”*
- **Zusammenfassung:** *“people may most need a good nudge for choices that require memory or have delayed effects; those that are difficult, are infrequent, and offer poor feedback; and those for which the relationship between choice and experience is ambiguous.”*

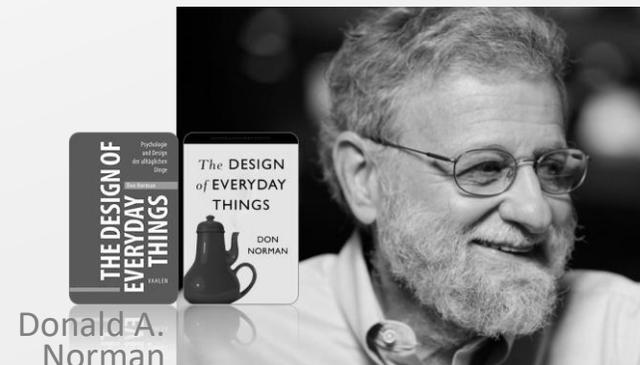
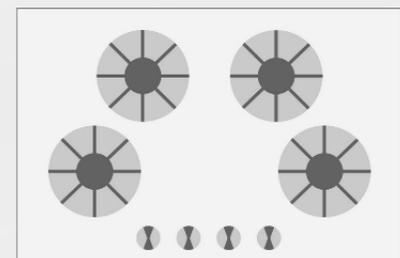
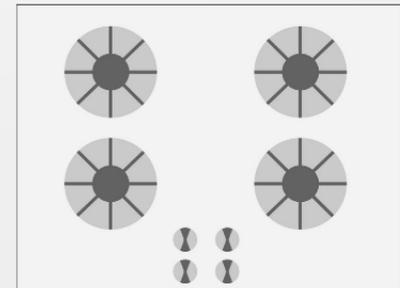
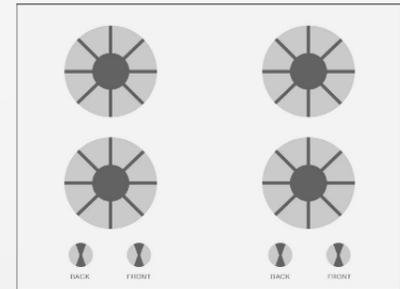


Choice Architecture ↔ Human Factors Engineering, MMI

- Reiz-Reaktions-Kompatibilität
- Stroop-Test
- Affordances
- Mappings
- Gestaltung für das „automatic system“ (S1)
- Don Norman: Prinzipien aus „*Design of Everyday Things*“
- *“The same principles of good design and functional architecture apply in the world of choices as well. Our primary mantra is a simple one: if you want to encourage some action or activity, Make It Easy.”*
(vgl. Steve Krug: *Don't Make Me Think!*)



<https://www.psytoolkit.org/lessons/src.html>



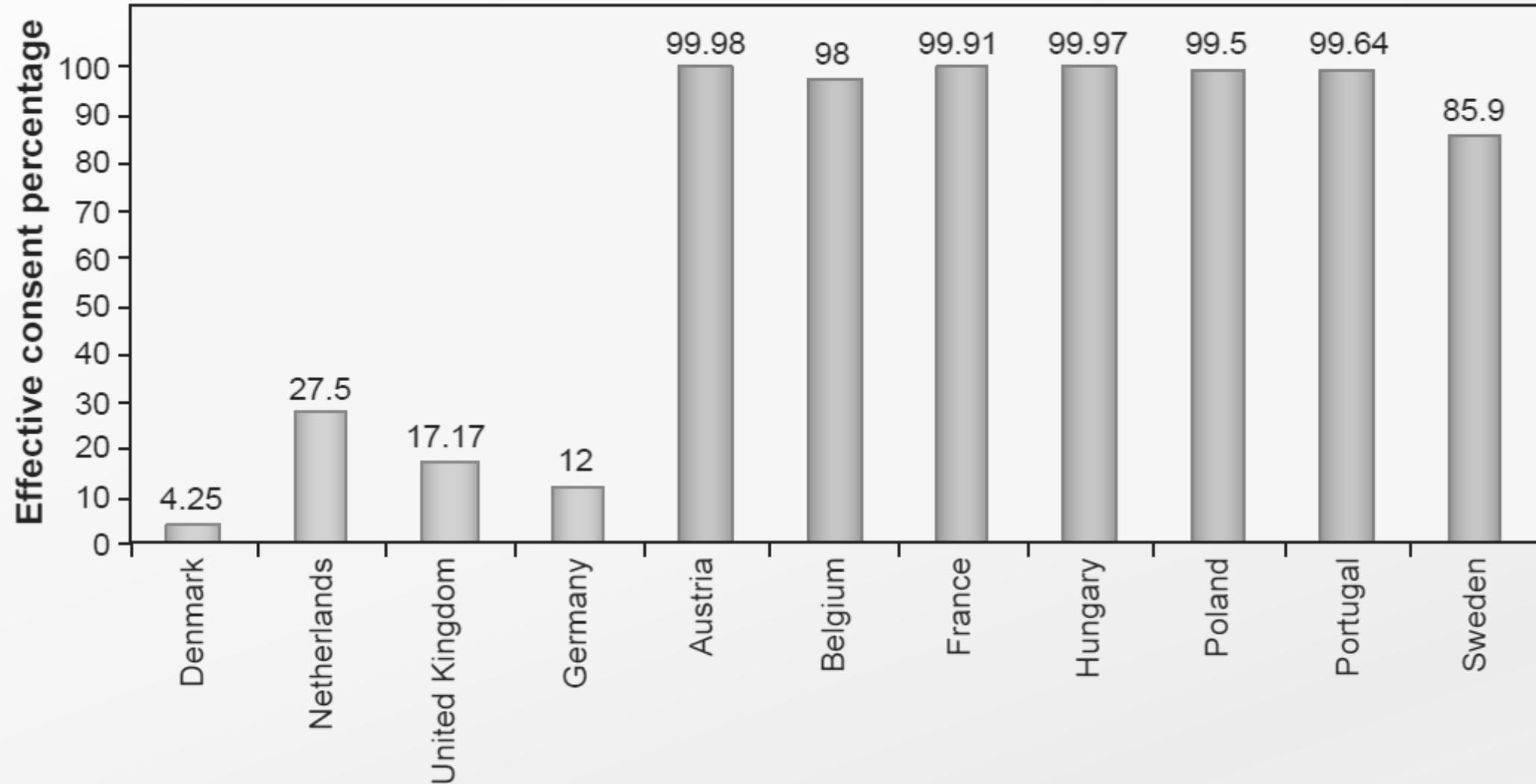
Donald A. Norman

Choice Architecture: Defaults

- Default(-“Wahl“, -Option): Was passiert, wenn man nichts tut?
- Häufig unvermeidlich
- Defaults können überstimmt werden, haben aber die Tendenz, realisiert zu werden (“sticky“)
- Unterstützt durch
 - Trägheit
 - Status Quo Bias, Verlustaversion
 - Signalisierung einer sozialen Norm (deskriptiv → injunktiv)
- Beispiele:
 - Smartphone: Klingelton, Hintergrund, Sicherheitseinstellungen, ...
 - → Apps mit Standard-Einstellungen?
 - Verträge von Versorgern (Strom, Versicherungen): automatische Verlängerung
 - OECD: Thermostat-Einstellung -1°C (deutliche Reduktion) vs. -2°C (geringere Reduktion)



Defaults: Organspende



Choice Architecture: Active Choosing

- Mögliche Alternative zu Defaults: *Active Choosing* (=required choice, *mandated choice*)
- Pflichtfelder in (nicht nur Online-)Formularen
- Gründe/Motivation für AC:
 - Zum Überlegen/Nachdenken zwingen
 - Mittel gegen Trägheit, Prokrastination
 - Tatsächliche Präferenzen erfahren
- Gibt es Nachteile?
- Kompromiss zwischen Defaults und Active Choice: *Prompted Choice*
- PC: Wahl wird angeboten, kann aber ignoriert werden (dann: Default!)
- AC häufig gut für simple Ja/Nein-Fragen; weniger gut für komplexe Entscheidungen



<https://www.dts.de/unternehmen-dts/news-unternehmen/dts-systeme-muenster-gmbh.html>

Choice Architecture: Fehler

- Erwarten Sie und gestalten Sie für **Fehler!**
- Nudges im **Auto**: Gurt anlegen, Spurhalten, Kundendienst, Wischwasser, Reifendruck, Fahrerzustand, ...
- **Forcing Functions** (→ Norman)
- **Beispiel**: In den USA sterben 125.000 Menschen jährlich wegen falscher Medikamenteneinnahme
 - Häufigkeit, Rhythmus?
 - Senioren nehmen häufig mehrere Medikamente
 - Bsp. Antibabypille
- **Feedback** (Fehlervermeidung, Leistungsverbesserung)



<https://www.autobild.de/bilder/assistsysteme-im-vergleich-3657598.html>



<https://www.youtube.com/watch?v=V6vtlzGtSng>



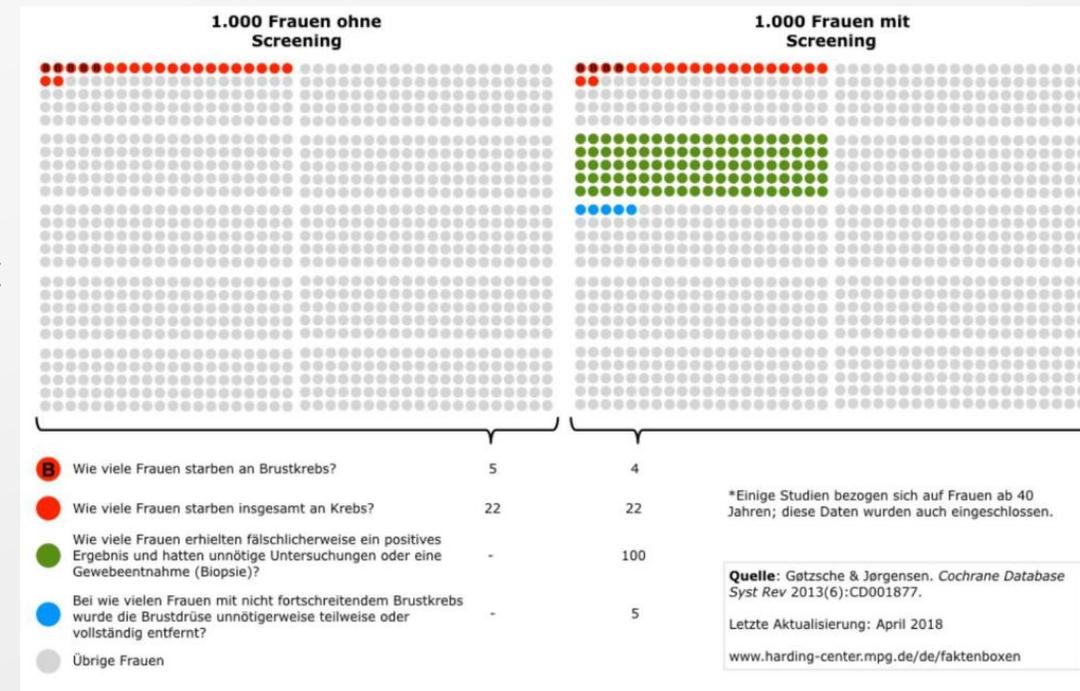
<https://www.docmorris.de/images/produkte/large/01889010/Anabox7TageRegenbogen.jpg>



https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/40/Plaquettes_de_pilule.jpg

Choice Architecture: Mapping Entscheidungen → Erleben (D→X)

- D→X **einfach**: Welche Eissorte?
- D→X **schwer**: Tumordiagnose - welche Behandlungsvariante? Was sind die jeweiligen Konsequenzen von Operation, Bestrahlung, Abwarten?
- Aufgabe der **Entscheidungsarchitektur**: D→X transparent und gut nachvollziehbar/vorhersehbar gestalten
- Information **leicht verständlich**
- **Risikokommunikation**:
 - Nicht auf Zahlenkompetenz (numeracy = numerical literacy) setzen
 - Konkret statt abstrakt
 - Absolute Häufigkeiten



Choice Architecture: Entscheidungen strukturieren

- **Econs** kennen und vergleichen alle Attribute aller Optionen
- **Humans** verwenden Strategien (Heuristiken);
Entscheidungsarchitekt:innen können unterstützen
- **Kompensatorische** Entscheidungsstrategien
- **Elimination by Aspects** (Tversky): zur Reduktion vieler Optionen
- Je mehr Optionen/Attribute, desto schwieriger die Wahl, desto wichtiger (aber auch schwieriger) die Entscheidungsarchitektur
- Online **Recommender Systeme**: Kollaboratives Filtern (Empfehlungen über Bewertungen); „Nutzer wie Sie ...“ – „Nutzerinnen, denen das gefällt, haben auch ...“
- Aber: Überraschung und **Serendipity**

Reijula, S., & Hertwig, R. (2020). Self-nudging and the citizen choice architect. *Behavioural Public Policy*, 1-31.
<https://files.osf.io/v1/resources/24dwn/providers/osfstorage/5d00f2e2fea92300188107a0>



<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-athletes-way/202005/4-self-nudging-tricks-make-doing-the-right-thing-easier>

Choice Architecture: Anreize

- **Klassisches ökonomisches Werkzeug**
- **Salienz** von (positiven & negativen) Anreizen (selektive Aufmerksamkeit, Focusing Illusion)
- **Opportunitätskosten** (Vernachlässigung)
- **Beispiel:** Kosten des PKW-Besitzes vs. Kosten des ÖPNV
- Weiterer klassischer Anreizhebel: **Steuern** – salient?
(Defaults wirksamer!)
- **Beispiele:**
 - Fitness Tracker: Sie haben schon 120 (121, 122, ...) Kalorien verbrannt
 - PKW: Sie haben schon 120 (121, 122, ...) Cent Spritkosten

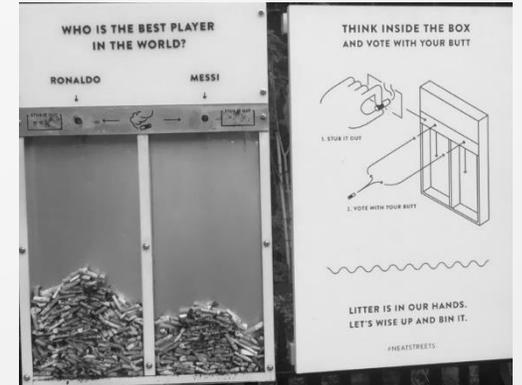
Frederick, S., Novemsky, N., Wang, J., Dhar, R., & Nowlis, S. (2009). Opportunity cost neglect. *Journal of Consumer Research*, 36(4), 553-561.
https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=2294&context=lkcsb_research

Choice Architecture: Spaß

- Vgl. EAST → **FEAST**
- Tom-Sawyer-Effekt
- Gamification
- Lotterien
 - Schnelles Fahren: Verlosung von Geldbußen an die „Braven“
 - COVID: klappt nicht als Impfanreiz
- Der bekanntest Nudge: **Fliege**



<https://www.youtube.com/watch?v=9n5z9LTbakk>



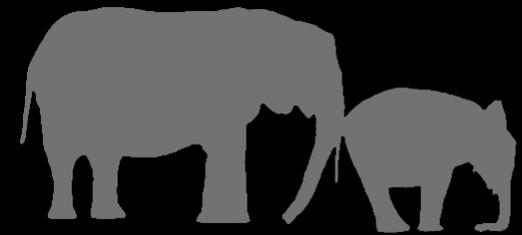
<https://medium.com/swlh/the-7-most-creative-examples-of-habit-changing-nudges-7873ca1fff4a>



https://m.media-amazon.com/images/I/71-t7dRmpqL._AC_SL1500_.jpg



<https://thedeclaredcookie.com/fun-vegetables-for-kids/>



Smart Disclosure

- **Beispiele** für Entscheidungen:
 - Smartphone(-Tarif)
 - Kreditkarte
 - Urlaubsort
 - Hypothekenmodells
 - Kompliziert!
- Disclosure häufig im Kleingedruckten
- Transparenz, Wettbewerb, Fairness erhöhen über die Art, wie Daten verfügbar gemacht werden: **Smart Disclosure**
- **Exkurs:** Aggregatoren liefern Information zu (v. a.) homogenen Gütern (z. B. Booking.com, news.google.com)
- **Standard-Metriken** (vgl. Norman)
 - Vergleichbarkeit (Herstellerabhängige Verbrauchsmetrik ⚡)
 - Verständlichkeit (vgl. mpg vs. l/100 km)

MPG-Illusion

Adam steigt von einem Spritfresser mit 12 Meilen pro Gallone auf eine etwas weniger gefräßige Spritschleuder, die es auf 14 Meilen pro Gallone bringt.

Die umweltbewusste Beth steigt von einem Auto mit 30 Meilen pro Gallone auf ein Auto mit 40 Meilen pro Gallone um.

EPA DOT Fuel Economy and Environment Gasoline Vehicle

Fuel Economy
26 MPG
 combined city/hwy
 22 city
 32 highway
 3.8 gallons per 100 miles

Small SUVs range from 16 to 32 MPG. The best vehicle rates 99 MPGe.

You save \$1,850
 in fuel costs over 5 years compared to the average new vehicle.

Annual fuel cost \$2,150

Fuel Economy & Greenhouse Gas Rating (tailpipe only) **7**
 1 Best 10

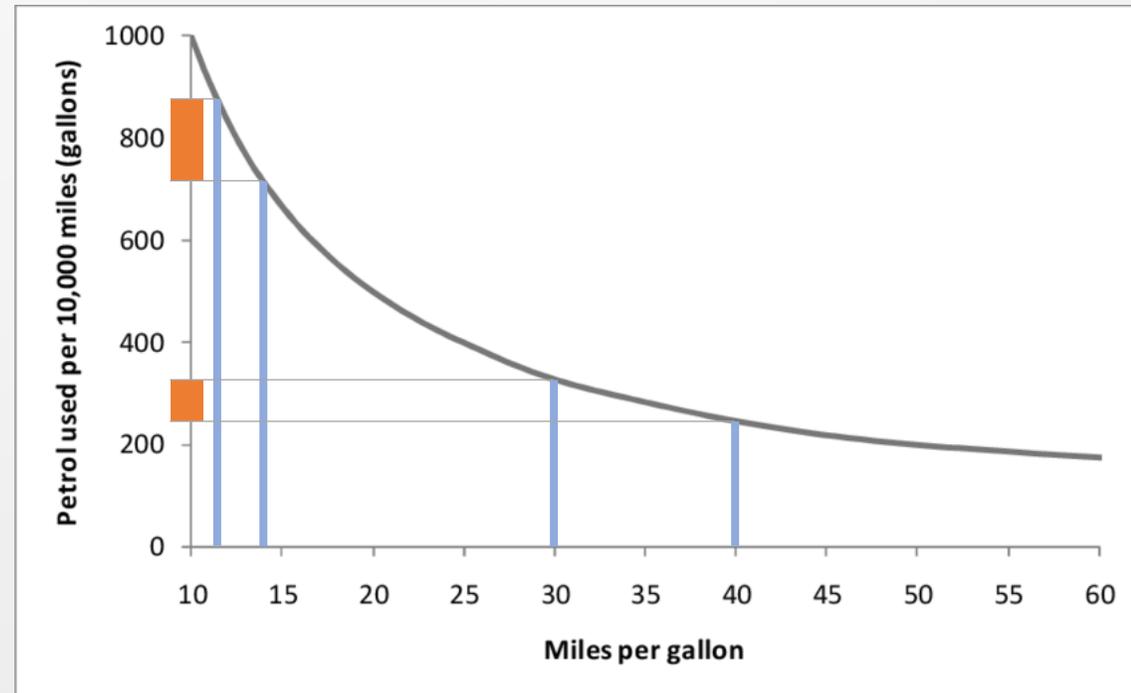
Smog Rating (tailpipe only) **6**
 1 Best 10

This vehicle emits 347 grams CO₂ per mile. The best emits 0 grams per mile (tailpipe only). Producing and distributing fuel also create emissions; learn more at fuelconomy.gov.

Actual results will vary for many reasons, including driving conditions and how you drive and maintain your vehicle. The average new vehicle gets 22 MPG and costs \$12,600 to fuel over 5 years. Cost estimates are based on 15,000 miles per year at \$3.70 per gallon. MPGe is miles per gasoline gallon equivalent. Vehicle emissions are a significant cause of climate change and smog.

fuelconomy.gov
 Calculate personalized estimates and compare vehicles

Smartphone QR Code



Smart Disclosure

- SD soll **Problem** des **Kleingedruckten** lösen und bessere Entscheidungen ermöglichen
- Zwei Hauptkomponenten:
 - Veröffentlichung in **standardisiertem, maschinenlesbarem** Format
 - Bereitstellung aller Verhaltensdaten von Individuen/Haushalten, in öffentlicher oder privater Hand für diese I/H
- Beispiele:
 - Amazon: Alle Einkaufsinformationen; Kindle: alle Leseinformation
 - Google: alle Suchinformationen; Mail: alle Mails
 - Netflix: alle gesehenen Filme, Serien, Bewertungen, ...
 - Facebook: alle abgegebenen Kommentare, Likes, ... (→ Umzug)
 - Wasser-, Strom-Versorger
 - Inhaltsstoffe von Lebensmittel



Smart Disclosure

- Maschinenlesbarkeit unterstützt Entwicklung von Aggregatoren, Meta-Suchmaschinen, neuen Geschäftsmodellen (Warnung vor Lebensmittel-Inhaltsstoffen für Allergiker; Vergleich von Hypothekenanbietern, ...)
- Besitz eigener Verhaltensdaten erleichtert Suche nach alternativen Angeboten
- Beispiel Uswitch: *“... is a UK-based price comparison service and switching website founded in 2000. The site allows consumers to compare prices for a range of energy, personal finance, insurance and communications services.”* (Wikipedia)



<https://en.wikipedia.org/wiki/Uswitch>

NUDGING SLUDGE

NUDGE



Quelle: MARK AIRS/GETTY IMAGES, ADAPTED BY M. ATAROD/SCIENCE

STRATEGIE

NUDGE vs. SLUDGE

Reibung
verringern (u.v.a.)

Reibung
erhöhen (vor allem)

Gut

Nudge - „Make it easy“
Verständliche Formulare,
gute Defaults

Sludge - Pain of paying,
„Sind Sie sicher“?
Cooling-Off-Bedenkzeit

Schlecht

Nudge - „Make it easy“
Automatisches Abo,
schlechte Defaults

Sludge
Bürokratismus, Verträge
kündigen

Sludge

Sludge. noun. Thick, soft, wet mud or a similar viscous mixture of liquid and solid components, especially the product of an industrial or refining process. (Oxford Dictionary)

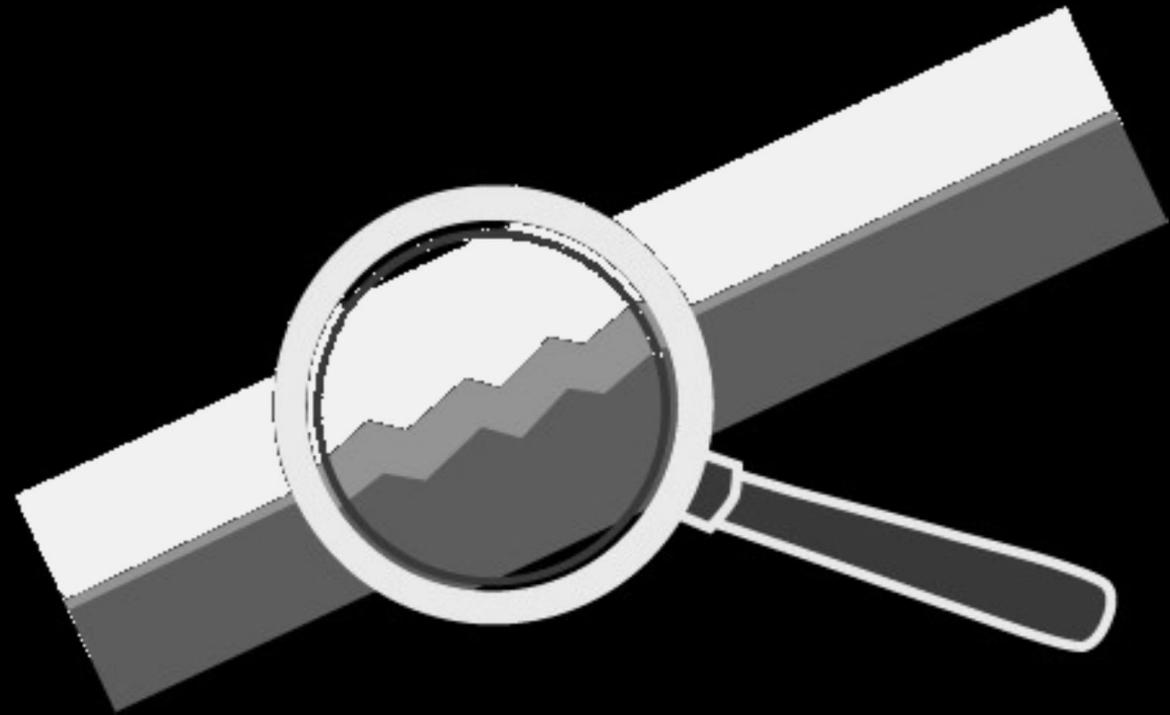
- Sludge ist das Gegenteil von *Make It Easy*
- Sludge ist *“any aspect of choice architecture consisting of friction that makes it harder for people to obtain an outcome that will make them better off (by their own lights).”* (→ AJBT)
- Nudge & Sludge sind nicht automatisch gut oder schlecht; beide können für gute & schlechte Ziele eingesetzt werden
- In unserem Diskurs: *“Nudge for good“*; Sludge hat eine negative Tendenz

<Kurzer Exkurs>

Warum
gibt es
Firmen?



Market Friction



Märkte und Transaktionskosten



- Markt = grundlegende Basis zum ökonomischen Austausch
- „Benutzung“ des Marktes erzeugt Kosten (Ronald Coase, 1937, 1991)
- Transaktionskosten entstehen durch den ökonomischen Austausch
- Arten von Transaktionskosten
 - **Anbahnung**: Kontaktaufnahme, Informationsbeschaffung, Preise o. Verfügbarkeit erkennen
 - **Vereinbarung**: Verhandeln, Vertragsformulierung
 - **Abwicklung**: Transport
 - **Kontrolle**: Überwachung und Durchsetzung, Abnahme
- Kosten zu hoch → keine Transaktion

Märkte und Transaktionskosten



- Transaktionskosten sind
 - **Reibung** im Markt (*market friction*)
 - Quelle der **Ineffizienz**
 - TK-Minimierung → Mehrwert
 - Beispiele:
 - Website, die den günstigsten Preis findet
 - Beratung: rechtlich, finanziell, ...
 - Google-Suche: TK-Minimierung durch effiziente Suche
 - Amazon, Google: Preis-Informationen
- Internet ist ein **holistisches Werkzeug**, um Transaktionskosten zu reduzieren

Geschäftsmodelle

- Bsp:



- Erster verkaufter Artikel?

Geschäftsmodelle

- Bsp:



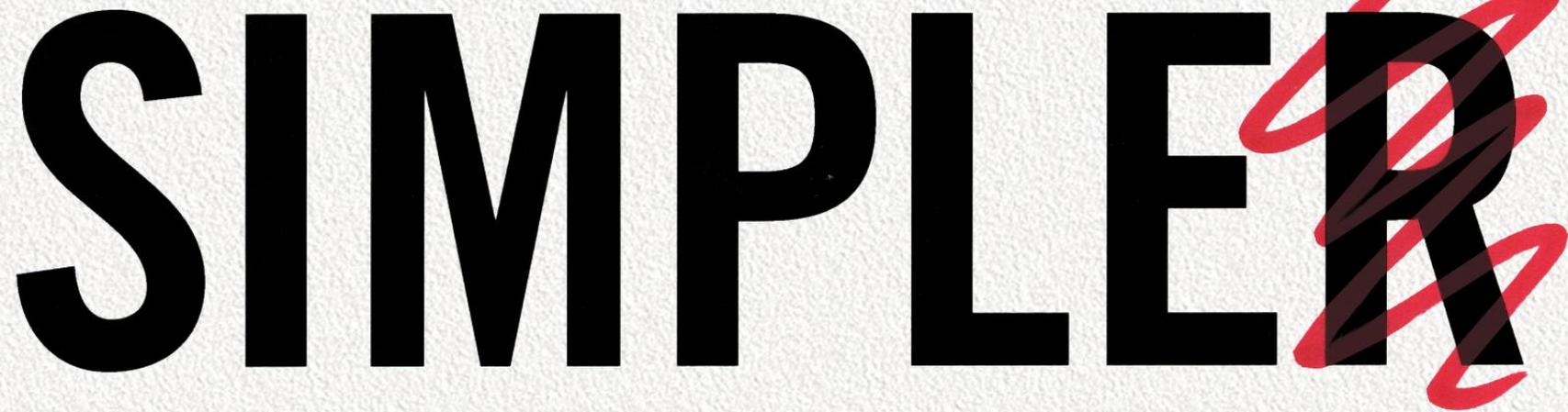
- Erster verkaufter Artikel?
Ein kaputter Laserpointer!



</Kurzer Exkurs>

<Kurzer Exkurs>

SIMPLER

The word "SIMPLER" is written in a large, bold, black, sans-serif font. The letters "S", "I", "M", "P", "L", and "E" are clear and solid. The final letter, "R", is partially obscured by a red, hand-drawn scribble consisting of several overlapping, curved lines that cross through the letter.

Sunstein, C. R. (2013). *Simpler - The Future of Government*. New York: Simon & Schuster.

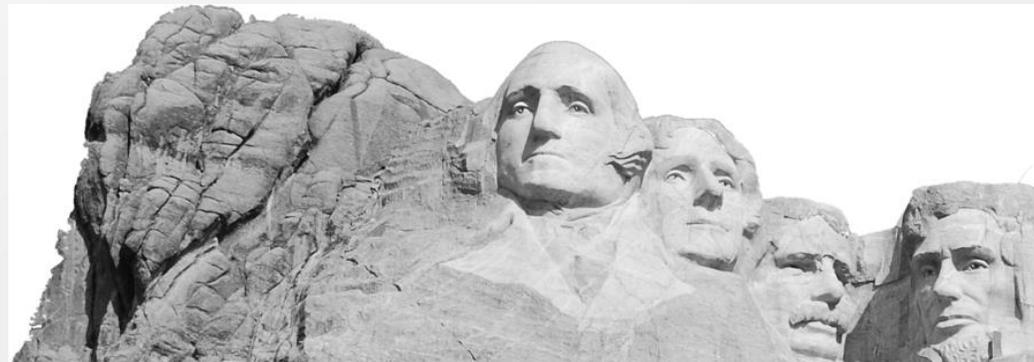




Usability: Definition

Das Ausmaß, in dem ein **Produkt** durch bestimmte **Benutzer** in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte **Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend** zu erreichen.

DIN EN ISO 9241-11 (1998). Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit.



</Kurzer Exkurs>

Sludge: Beispiele

- Dark Design Patterns; ca. 0,1% Nutzer würden Cookie-Opt-In nutzen
- Abonnieren – abbestellen (Handy-Vertrag, Mitgliedschaft im Fitness-Studio, ...)
- Rabatte (z. B. Frühbucher)
 - Nur 10-40% werden eingelöst
 - Unrealistischer Optimismus (→ *“Everyone Believes in Redemption“*): 80% glauben an das Einlösen, 30% tun es
- Verschleierte Attribute (*“Shrouded attributes“*) führen zu reduzierter Navigierbarkeit für Patienten, Kunden, Konsumenten
- Allgemein: Preistransparenz reduzieren



<https://www.test.de/>

Tasoff, J., & Letzler, R. (2014). Everyone believes in redemption: Nudges and overoptimism in costly task completion. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 107, 107-122.

Gabaix, X., & Laibson, D. (2006). Shrouded attributes, consumer myopia, and information suppression in competitive markets. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 505-540.

Sludge: Beispiele

- Bürokratie (*Administrative Burdens = Red Tape*)
 - Privat
 - Staatlich: USA – 94% professionelle Hilfe bei Steuererklärung; Selbstausfüller benötigen im Schnitt 13 Stunden
 - Vorschlag: vorausgefüllte Steuerformulare; pauschale Tarife, ...
- College-Zulassungen
 - Top-1% der Einkommensverteilung > Bottom-50%
 - Experiment: Vorwissen zu Essenzuschüssen aus Highschool für Unterstützungsgarantie genutzt → 68% vs 26% in Kontrollgruppe
- Zeit sollte unbedingt Teil der Kosten-Nutzen-Bewertung sein (Wartezeit, Zeitersparnis, ...)



<https://theconversation.com/red-tape-is-alienating-academics-from-their-own-research-and-work-95080>

Dynarski, S., Libassi, C. J., Michelmore, K., & Owen, S. (2018). *Closing the gap: The effect of a targeted, tuition-free promise on college choices of high-achieving, low-income students* (No. w25349). National Bureau of Economic Research.

Sludge: Beispiele

Governments both create and reduce sludge. In recent years, the United States government has imposed a whopping eleven billion hours in annual paperwork burdens on the American people. This number includes burdens imposed on hospitals, doctors, and nurses, who have to spend a lot of time satisfying government requirements; on poor people seeking to get benefits to which they are legally entitled; on truckers, who have to fill out a lot of forms; on students, colleges, and universities; on people who are seeking visas to study or work in the United States. The cost of those eleven billion hours is not merely time. In many cases, sludge operates as a wall, and people cannot find a way to get over it. As a result, they are blocked from getting permits, licenses, money, health care, or some other kind of right or assistance. A sludge-reduction effort would pay big dividends.



<https://theconversation.com/ed-tape-is-alienating-academics-from-their-own-research-and-work-95080>

NUDGING KRITIK

Kritik

- Gerd Gigerenzer: *“The interest in nudging as opposed to education should be understood against the specific political background in which it emerged. In the US, the public education system is largely considered a failure, and the government tries hard to find ways to steer large sections of the public who can barely read and write. Yet this situation does not apply everywhere.”*

Gigerenzer, G. (2015). On the supposed evidence for libertarian paternalism. *Review of philosophy and psychology*, 6(3), 361-383.

Kritik: Manipulation



“Sarah Conly suggests that when nudges are at work, ‘rather than regarding people as generally capable of making good choices, we outmaneuver them by appealing to their irrationality, just in more fruitful ways. We concede that people can’t generally make good decisions when left to their own devices, and this runs against the basic premise of liberalism, which is that we are basically rational, prudent creatures who may thus, and should thus, direct themselves autonomously.’”

Conly, S. (2014). Against autonomy: justifying coercive paternalism. *Journal of Medical Ethics*, 40(5), 349-349.

Kritische Fragen

- Beleidigen Nudges die menschliche Handlungsfähigkeit?
 - Nudges erhalten Entscheidungsfreiheit und damit auch die Handlungsfähigkeit
 - Beispiele: Information, Warnungen, Erinnerungen
 - Beispiel: Default-Rules – Alternative evtl. schlechte Navigierbarkeit, zu viel Active Chosing erhöht Sludge
- Gründen Nudges auf übersteigertem Vertrauen in die Regierung?
 - Auch die „Nudger“ unterliegen Biases
 - Nudging ist häufig unvermeidbar; auch weil “in no system that could be rationally defended would the state just do nothing. An effective competitive system needs an intelligently designed and continuously adjusted legal framework as much as any other.” (Friedrich Hayek)
 - Nudges bieten Entscheidungsfreiheit als Sicherheitsventil; kritischer sind Mandate, Verbote, Subventionen und Steuern.
 - Demokratische Anforderungen gelten: Transparenz, öffentliche Debatte, Überprüfung/Evaluation

Sunstein, Cass R., Misconceptions About Nudges (2018). *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 2 (1), 61-67.
<https://sabeconomics.org/wordpress/wp-content/uploads/JBEP-2-1-9.pdf>

Kritische Fragen

- Sind Nudges versteckt?
 - Behauptung: Mandate, Verbote, Subventionen und Steuern sind offensichtlich; Nudges sind versteckt und irgendwie hinterhältig
 - GPS, Information, Warnungen, Erinnerungen sind nicht versteckt
 - Aber: Manche Nudges sind sichtbar, werden aber nicht bewusst wahrgenommen
 - Neue Hinweise: Bewusste Wahrnehmung beeinträchtigt Effektivität nicht
 - Aber: Reaktanz nicht auszuschließen
- Sind Nudges manipulativ?
 - Manipulation: Umgeht die Fähigkeit von Menschen zu bewusster Überlegung (vgl. Definition rechts)
 - GPS, Information, Erinnerungen (, die meisten Nudges): kein Problem
 - Drastische Warn-Grafik: evtl.
 - „Nudges sind manipulativ“ – falsch!

Bruns, H., Kantorowicz-Reznichenko, E., Klement, K., Jonsson, M. L., & Rahali, B. (2018). Can nudges be transparent and yet effective?. *Journal of Economic Psychology*, 65, 41-59.

Loewenstein, G., Bryce, C., Hagmann, D., & Rajpal, S. (2015). Warning: You are about to be nudged. *Behavioral Science & Policy*, 1(1), 35-42.

Sunstein, C. R. (2015). Fifty shades of manipulation. *Journal of Behavioral Marketing*.

“manipulation is directly influencing someone’s beliefs, desires, or emotions, such that she falls short of ideals for belief, desire, or emotion in ways typically not in her self-interest or likely not in her self-interest in the present context.”

Barnhill, A. (2014). What is manipulation. *Manipulation: Theory and practice*, 50, p. 72.

Kritische Fragen

- Nutzen Nudges Verhaltensverzerrungen (Biases) aus?
 - Viele Nudges erhöhen Navigierbarkeit
 - GPS, Information, Warnungen, Erinnerungen: Basieren nicht auf Biases
 - Defaults: Trägheit
 - Manche Nudges arbeiten gegen Biases (SMT ↔ Present Bias)
- Unterstellen Nudges Irrationalität (vgl. Gigerenzer)?
 - Was bedeutet irrational? Ggf. nur Ausdruck einer komplexen Nutzen-Funktion (→ deshalb Entscheidungsfreiheit)
 - Rolle von Heuristiken
 - Alternative: Erzieherischer Ansatz (ergänzend zu *educative* Nudges)
 - Defaults ↔ Trägheit; Erinnerungen, Informationen ↔ knappe Aufmerksamkeitsressourcen
 - ~~Irrationality~~ → Bounded Rationality!

“The interest in nudging as opposed to education should be understood against the specific political background in which it emerged. In the US, the public education system is largely considered a failure, and the government tries hard to find ways to steer large sections of the public who can barely read and write. Yet this situation does not apply everywhere.”

Gigerenzer, G. (2015). On the supposed evidence for libertarian paternalism. *Review of philosophy and psychology*, 6(3), 361-383.

Kritische Fragen

- Sind Nudges zu wenig effektiv?
 - Für viele Probleme sind Nudges nicht die – alleinige – Lösung
 - Verhaltenswissenschaftliche Aspekte auch bei Mandaten, Verboten, steuerlichen Anreizen, ...
 - Viele Nudges erzeugen nur kleine Effekte; Kosten-Nutzen-Abwägung
 - Einige Nudges erzeugen große Effekte: Kostenloses Frühstück und Mittagessen für 11 Mio bedürftige Schüler:innen durch *automatic enrollment* (weitere Beispiele: Einsparungen bei Kreditkartenkosten, SMT, EITC, ...)
 - *“It is true, of course, that for countless problems, nudges are hardly enough. They cannot eliminate poverty, unemployment, and corruption. But by itself, any individual initiative—whether it is a tax, a subsidy, a mandate, or a ban—is unlikely to solve large problems. Denting them counts as an achievement.”*

NUDGING ETHIK

Fragen der Ethik

- Adressaten vor allem: Regierungen, Behörden, internationale Organisationen u.ä.
- Bezug zu Firmen (im Hinterkopf behalten!):
 - Welche Relevanz haben ethische Belange hier?
 - Unterschiede zu öffentlichen Trägern?
- Ethische Fragen sind hochrelevant:
 - Nudges, die Diskriminierung nach Geschlecht, Religion, ... unterstützen
 - (Wahre) Informationen, die zu Gewalt führen
- Vier grundlegende Verpflichtungen:
 - Wohlfahrt
 - Autonomie
 - Würde
 - Selbstverwaltung



<https://pixabay.com/de/illustrations/ethik-moral-glaubw%C3%BCrdigkeit-2110558/>



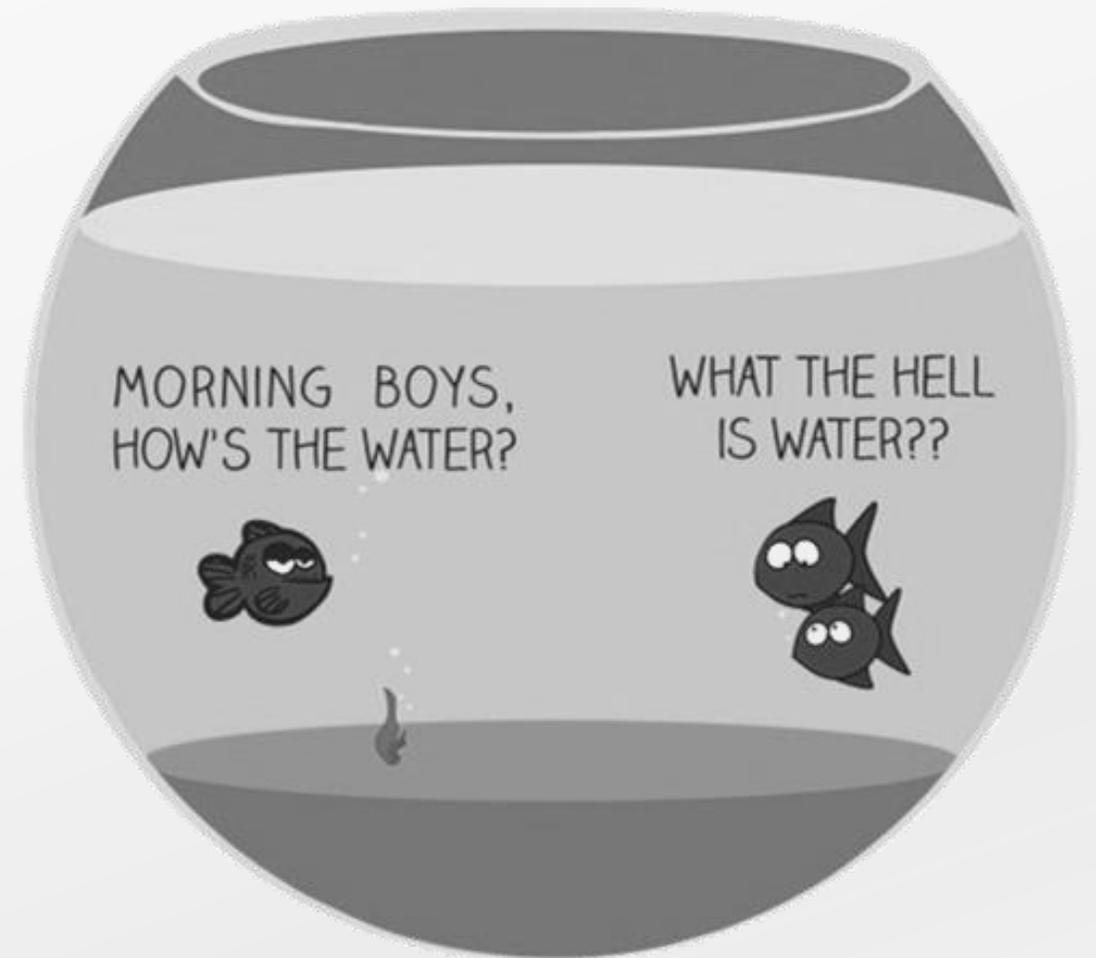
<https://pixabay.com/de/illustrations/schild-wegweiser-richtig-falsch-492987/>

Fragen der Ethik

“There are these two young fish swimming along and they happen to meet an older fish swimming the other way, who nods at them and says ‘Morning, boys. How’s the water?’ And the two young fish swim on for a bit, and then eventually one of them looks over at the other and goes ‘What the hell is water?’”

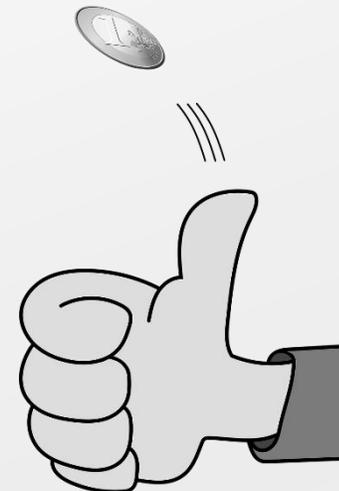
David Foster Wallace

“the most obvious, important realities are the ones that are hardest to see and talk about”.



Fragen der Ethik

- Entscheidungsarchitekturen sind das Äquivalent zu Wasser
- Auch Natur (Temperatur, Klima, ...) beeinflusst Entscheidungen
- Natürliche, zufällige, automatisch entstehende (*invisible Hand*) vs. gestaltete Entscheidungsarchitekturen
- Aber: Zufall kann bewusst als Gestaltungsmittel eingesetzt werden (Streben nach Neutralität)
- Ethische Fragen für Ziel-orientierte Nudges
- Ge- und Verbote (→ Zwänge) ethisch problematischer als Nudges (→ Entscheidungsfreiheit)



Ethik: Vorweggenommene Schlussfolgerungen

- Ablehnung von **Nudging an sich** ist haltlos
- **Ethische Abstraktionen** führen zu Verwirrung
- Belange der **Wohlfahrt** erfordern mehr Nudging
- Belange der **Autonomie** erfordern mehr Nudging
- Entscheidungsarchitekturen können **Würde** und **Selbstverwaltung** beeinträchtigen, sollten das aber nicht
- Bei **illegitimen** Zielen sind viele Nudges fragwürdig
- **Manipulative** Interventionen (insbes. ohne Zustimmung) sind fragwürdig

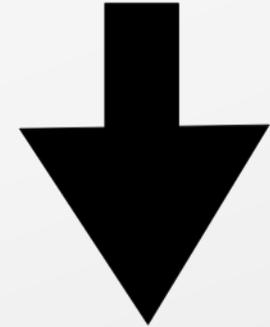
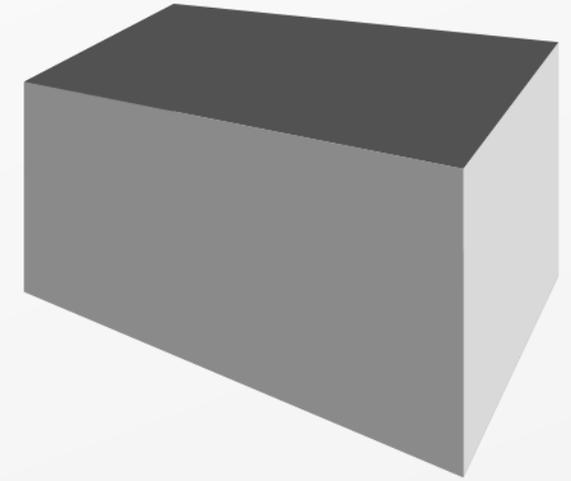


CONCLUSION



Ethische Abstraktionen

- **Ethische Abstraktionen** führen zu Verwirrung
- Kritik sollte beim konkreten, spezifischen Fall ansetzen
- Beispiele
 - System 1/2: Manche Nudges adressieren S1 (grafische Warnungen); manche S2: Informationen; manche bremsen S1 (Cooling-off)
 - Biases: Keine notwendige Voraussetzung für Nudges (Informationen, Default Rules)
 - Active Chosing – Prompt Choice: Je nach Anwendungsfall kann beides die (un-)richtige Architektur sein
 - Erzieherische Interventionen statt Nudging: Keine sich ausschließenden Alternativen (z.B. alle Optionen beim Smartphone-Kauf verstehen vs. Defaults)
- Richtschnur Navigierbarkeit: Wenn Navigierbarkeit befördert werden soll, sind ethische Belange meist unproblematisch



Einwände

- Nudges sind **paternalistisch**
- Nudges beeinträchtigen **Autonomie** von Menschen
- Nudges sind eine Form von **Zwang**
- Nudges beeinträchtigen die **Würde** von Menschen
- Nudges sind eine Form der **Manipulation**
- Nudges verhindern (oder unterstützen nicht) **Lernen**
- **Entscheidungsarchitekt:inn:en** irren



<https://www.thebluediamondgallery.com/typewriter/o/objection.html>

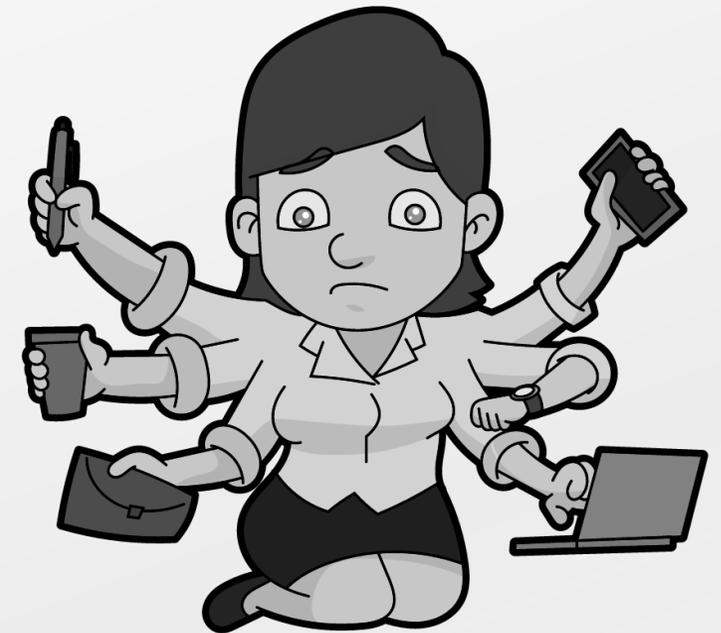
Paternalismus

- Nudges meist Mittel-orientiert
- Aber:
 - Present-Bias;
 - Umverteilung von Wohlfahrt
 - kontinuierliches Selbst vs. Reihe von Selbsten
- Einfahrt zur Wohlfahrt: „Keiner weiß dazu mehr als ich!“ (nach Hayek: Hauptargument für Freiheit)
- Paternalismus, der Freiheit erhält, scheint weniger problematisch



Autonomie

- Beeinträchtigen Nudges die Autonomie?
→ Achtung: Abstraktion!
- Nudges als Elemente einer Entscheidungsarchitektur sind unvermeidbar
- Eigentliche Frage: Beeinträchtigen bestimmte Nudges Autonomie?
- Autonomie erfordert Information
→ viele Nudges informieren
- Nudges befördern Navigierbarkeit
→ erhöht Autonomie
- Active Choosing: Permanente Entscheidungen bedeuten nicht Autonomie (Aufmerksamkeit begrenzt; Scarcity); wenn Nudges Zeitmanagement erleichtern, erhöhen sie Autonomie
- Defaults potentiell problematisch (evtl. Ziel-Paternalismus)
- Erzwungene Entscheidung beeinträchtigt Autonomie



Zwang

- Entscheidungsfreiheit!
- Ggf. bei Defaults prüfen
- Wenn Entscheidungsarchitekten zwingen, verwenden Sie nicht nur Nudges



Manipulation

- Was ist Manipulation?
- Zur Erinnerung: Manipulation umgeht die Fähigkeit von Menschen zu bewusster Überlegung
- Barnhill (2014): *“manipulation is directly influencing someone’s beliefs, desires, or emotions, such that she falls short of ideals for belief, desire, or emotion in ways typically not in her self-interest or likely not in her self-interest in the present context.”* (Barnhill, 2014, What is manipulation. *Manipulation: Theory and practice*, 50, p. 72.)
- Die Absicht, jemandes Verhalten zu ändern, ist keine Manipulation!



Manipulation: Kritik



“Sarah Conly suggests that when nudges are at work, ‘rather than regarding people as generally capable of making good choices, we outmaneuver them by appealing to their irrationality, just in more fruitful ways. We concede that people can’t generally make good decisions when left to their own devices, and this runs against the basic premise of liberalism, which is that we are basically rational, prudent creatures who may thus, and should thus, direct themselves autonomously.’”

Conly, S. (2014). Against autonomy: justifying coercive paternalism. *Journal of Medical Ethics*, 40(5), 349-349.

Manipulation: Testfälle



1. Choice architects might choose a **graphic health warning** on the theory that an emotional, even visceral presentation might have significant effects.
2. Choice architects might be alert to **framing effects** and present information accordingly. They might enlist loss aversion, suggesting that if people decline to engage in certain action, they will lose money, rather than suggesting that if they engage in certain action, they will gain money. They might be aware that a statement that a product is 90 percent fat-free has a different impact from a statement that a product is 10 percent fat, and they might choose the frame that has the desired effect.
3. They might make a strategic decision about how to present **social norms**, knowing that the right presentation—for example, emphasizing behavior within the local community—could have a large impact on people’s behavior.
4. They might **organize options**—say, in a cafeteria or on a form—to make it more likely that people will make certain choices.

Manipulation



- Testfälle:
 - Keine Lügen und Täuschungen!
 - Transparenz? – Was, wenn völlige Transparenz hergestellt wird?
- Wenn das Problem in System 1 fußt: Sind S1-Nudges legitim (auf Emotionen abzielen)?
- Unterschiede in der ethischen Grundausrichtung:
 - Wohlfahrtsmaximierung
 - Deontologie (es geht um das Prinzip; Konsequenzen irrelevant)
- Graduelle Manipulations-Abstufungen: Lüge – Framing
- Grafische Warnungen zielen auf Emotionen ab – Was aber, wenn sie Leben retten? → Wohlfahrtsanalyse!
- Die meisten Nudges in keinem relevanten Sinn manipulativ



Lernen

- Entscheiden ist eine trainierbare Fertigkeit
- Je öfter wir (bestimmte Dinge) entscheiden, desto besser werden Entscheidungen
- Active Choosing & Prompted Choice befördern Lernen („trainieren den Entscheidungsmuskel“)
- Problematisch (in dieser Hinsicht): Defaults
- Kontext-Analyse: Ist Entscheidungsexpertise gewünscht/angeraten



den Entscheidungsmuskel trainieren

Verzerrte Nudger:innen

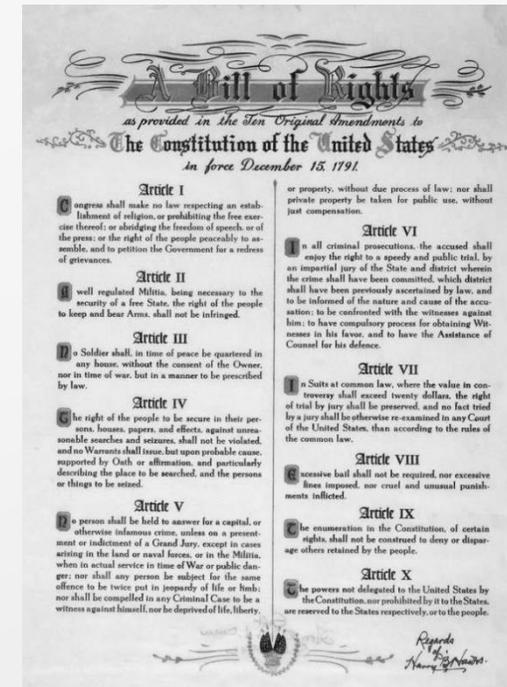
- Problem des Wissens – Knowledge Problem: Offizielle haben häufig das Wissen der Öffentlichkeit nicht
- Problem der öffentlichen Wahl – Public Choice Problem: Unfaire Verteilung der öffentlichen Lasten und Vorteile (evtl. im eigenen Interesse)
- Offizielle unterliegen auch Entscheidungsverzerrungen
- Wenn Verantwortliche irren:
 - Vorteil für Ansätze, die die Entscheidungsfreiheit erhalten
 - Nudges besser als Erlasse und Verbote
- Entscheidungsarchitekturen sind unumgänglich
- Wenn Offizielle auf die freien Kräfte des Marktes setzen (Invisible Hand Mechanismen), wählen sie diese Entscheidungsarchitektur



“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein

Zusammenfassend Lucia Reisch: „[Nudges] müssen legitime politische Ziele verfolgen, das ‚AJBT-Kriterium‘ einhalten, individuelle Freiheits- und Eigentumsrechte wahren, transparent und sichtbar sein und in einem politischen Prozess debattiert (und mit alternativen Instrumenten verglichen) werden; sie dürfen zudem nicht manipulieren, und ihre Wohlfahrtswirkung muss die entstehenden Kosten übersteigen.“ (S. 91)



<https://picryl.com/media/a-bill-of-rights-as-provided-in-the-ten-original-amendments-to-the-constitution>

“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
 - We could easily imagine a nudge that would be designed to discourage dissent ⚡
 - Nudge people to be heterosexual, to believe in god ⚡
 - Insofar as there is legal or social clarity on that topic, it creates a barrier against some nudges.
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein

“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
 - Eigentlich ein Teilaspekt von 1.
 - Gegenbeispiel: Wahlzettel mit unterschiedlicher Schriftgröße der Optionen
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein

“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
 - Wohlfahrt, AJBT
 - Teilaspekte können empirisch erhoben werden (vgl. Akzeptanz)
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein

“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
 - Ausgangspunkt: Definition von Manipulation
 - Wird von den allermeisten abgelehnt
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein

“Bill of Rights“

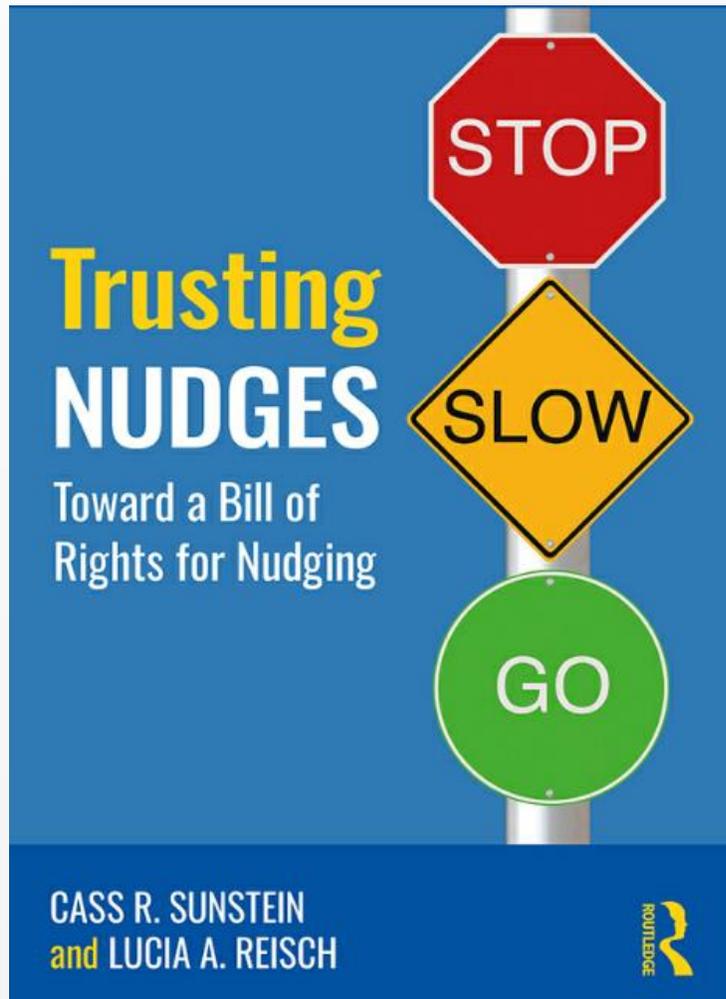
1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
 - Beispiel: Automatische Spende an das Rote Kreuz, Opt-Out bei der Organspende
 - Aber es gibt auch Gegenbeispiele: Militärdienst, Steuern
6. Nudges sollten **transparent** sein

“Bill of Rights“

1. Politische Offizielle müssen **legitime Ziele** verfolgen
2. Nudges müssen **individuelle Rechte** respektieren
3. Nudges müssen konsistent mit **individuellen Werten und Interessen** sein
4. Nudges dürfen **nicht manipulieren**
5. Nudges dürfen Eigentum nicht ohne explizite Zustimmung **umverteilen**
6. Nudges sollten **transparent** sein
 - Kein Verstecken von Nudges
 - Breite Transparenz: nicht nur keine Süßigkeiten anbieten, sondern auch sagen, dass dem so ist (und warum)

NUDGING AKZEPTANZ

Akzeptanz von Nudges: B-W, Deutschland, Europa, international

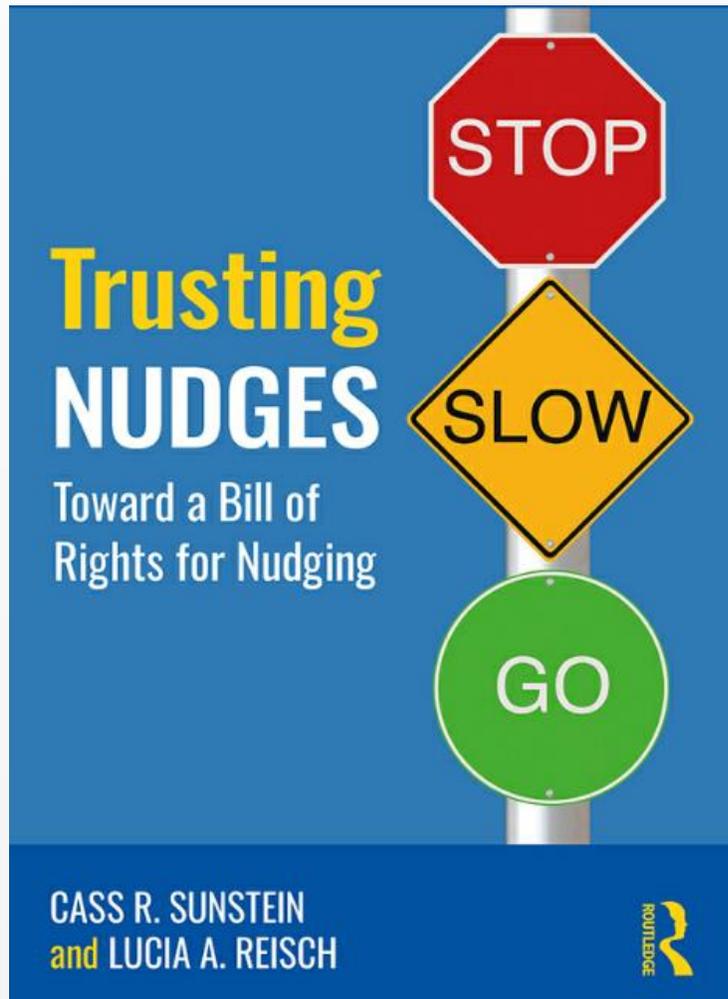


Sunstein, C. R., Reisch, L. A., & Kaiser, M. (2019). Trusting nudges? Lessons from an international survey. *Journal of European Public Policy*, 26(10), 1417-1443.

Sunstein, C. R., Reisch, L. A., & Rauber, J. (2018). A worldwide consensus on nudging? Not quite, but almost. *Regulation & Governance*, 12(1), 3-22.

Kaiser, M., & Reisch, L. A. (2019). Kann man Nudging trauen?—Wie man in Baden-Württemberg über verhaltensbasierte Stimuli denkt. In *Konsum und nachhaltige Entwicklung* (pp. 291-316). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

Akzeptanz von Nudges: B-W, Deutschland, Europa, international



Befragung:

<https://forms.gle/koYCNy2GeiA4MZ969>

Sunstein, C. R., Reisch, L. A., & Kaiser, M. (2019). Trusting nudges? Lessons from an international survey. *Journal of European Public Policy*, 26(10), 1417-1443.

Sunstein, C. R., Reisch, L. A., & Rauber, J. (2018). A worldwide consensus on nudging? Not quite, but almost. *Regulation & Governance*, 12(1), 3-22.

Kaiser, M., & Reisch, L. A. (2019). Kann man Nudging trauen?—Wie man in Baden-Württemberg über verhaltensbasierte Stimuli denkt. In *Konsum und nachhaltige Entwicklung* (pp. 291-316). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

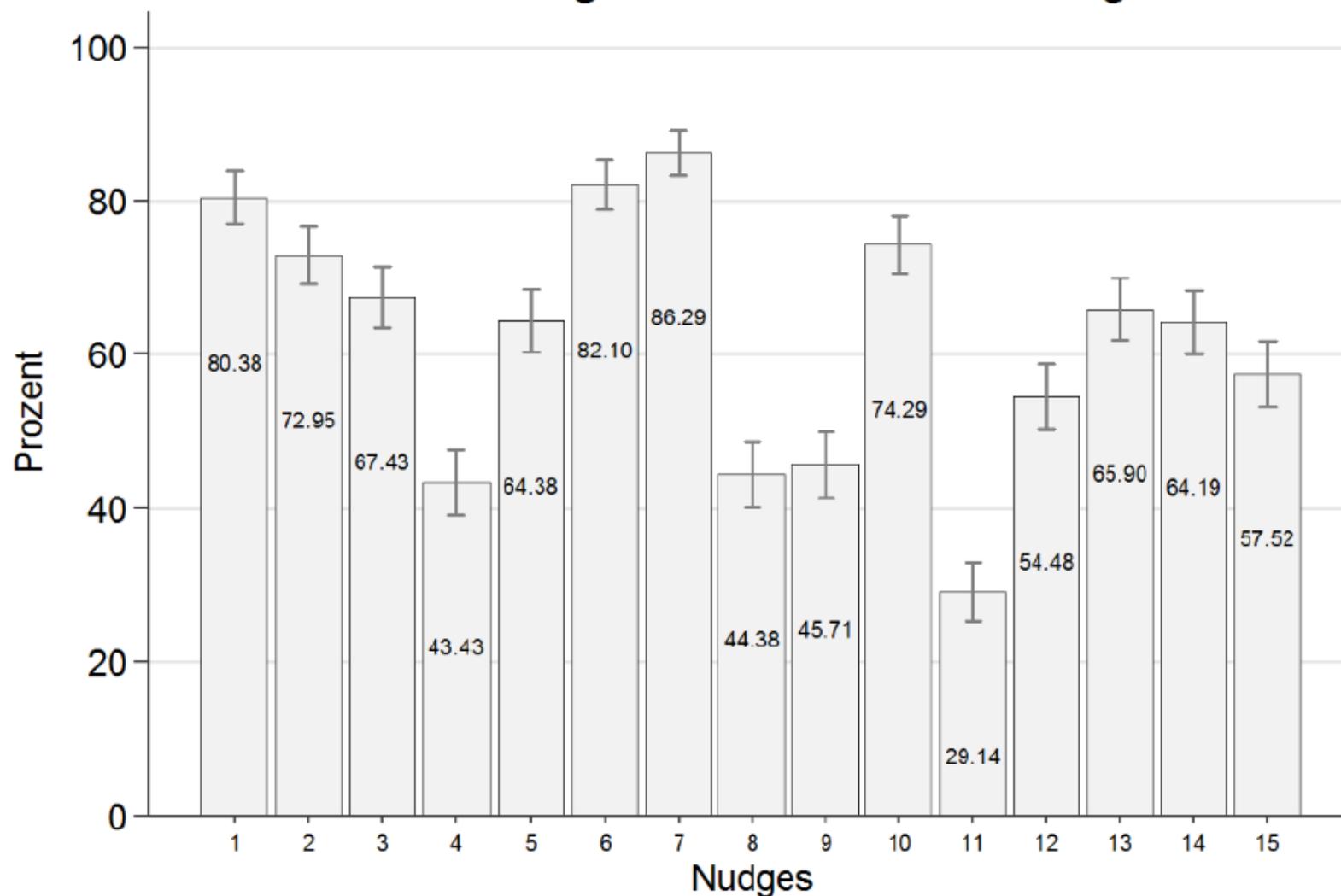
Befragung zur Akzeptanz

	Nudge	Staatliche Aufklärungskampagnen	Informationsnudges, staatlich verordnet	Voreinstellungen (Defaults)	Unterschwellige Werbung	Sonstiges
1	Die Bundesregierung verpflichtet Restaurantketten (wie McDonald's und Burger King) dazu, die Kalorienzahl der angebotenen Speisen in den Restaurants gut sichtbar anzugeben.		X			
2	Die Bundesregierung führt verpflichtend ein „Ampelsystem“ für Lebensmittel ein: gesunde Lebensmittel werden mit einem kleinen grünen Punkt gekennzeichnet, ungesunde Lebensmittel mit einem kleinen roten Punkt, und Lebensmittel, die weder besonders gesund noch besonders ungesund sind, mit einem kleinen gelben Punkt.		X			
3	Die Bundesregierung fordert Stromanbieter dazu auf (ohne sie dazu zu verpflichten), Neukunden standardmäßig einen „Ökostromtarif“ (umweltfreundlichen Strom) anzubieten; die Kunden können diesen jedoch jederzeit abwählen.			X		
4	Ein neues Bundesgesetz verlangt, dass Personen bei Erhalt ihres Führerscheins entscheiden müssen, ob sie als Organspender gelistet werden möchten oder nicht.			X		
5	Ein neues Bundesgesetz verpflichtet alle großen Lebensmittelmärkte dazu, besonders gesunde Lebensmittel auffällig an einer gut sichtbaren Stelle zu platzieren.			X		
6	Um Todesfälle und Verletzungen aufgrund von Ablenkung des Fahrers durch Smartphone Nutzung (telefonieren, SMS schreiben, E-Mails lesen) zu verringern, führt die Bundesregierung eine Aufklärungskampagne durch, in der eindringliche und schockierende Bilder und Geschichten von Verkehrsunfällen gezeigt werden, die durch solche Ablenkungen verursacht wurden.	X				
7	Um Übergewicht bei Kindern zu verringern, führt die Bundesregierung eine Bildungskampagne durch, die Eltern zeigt, was sie tun können, damit sie ihre Kinder gesünder ernähren und sich diese mehr bewegen.	X				

	Nudge	Staatliche Aufklärungskampagnen	Informationsnudges, staatlich verordnet	Voreinstellungen (Defaults)	Unterschwellige Werbung	Sonstiges
8	Die Bundesregierung verpflichtet Kinos dazu, im Rahmen von Werbeblocks so genannte „unterschwellige“ Information zu zeigen (d.h. Filme oder Bilder, die so kurz sind, dass man sie nicht bewusst wahrnehmen kann), die Menschen vom Rauchen oder übermäßigem Essen abhalten soll.				X	
9	Die Bundesregierung verpflichtet die Fluggesellschaften dazu, von ihren Kunden standardmäßig eine Kompensationszahlung für CO2-Emissionen von ungefähr 10 Euro pro Flugticket zu verlangen. Kunden haben die Möglichkeit, die zusätzliche Zahlung nicht zu tätigen, wenn sie explizit angeben, dass sie den Aufpreis nicht bezahlen wollen.			X		
10	Die Bundesregierung beschließt eine verpflichtende Kennzeichnung für Lebensmittel, die einen sehr hohen Salzgehalt haben, beispielsweise in Form eines Satzes wie: „Dieses Produkt hat einen außergewöhnlich hohen Salzgehalt. Zu viel Salz kann Ihrer Gesundheit schaden.“		X			
11	Die Bundesregierung unterstellt, dass im Rahmen der jährlichen Einkommenssteuererklärung jeder Steuerpflichtige standardmäßig 50 EUR an das Rote Kreuz (oder für einen anderen guten Zweck) spenden will; wenn man jedoch explizit angibt, dass man nicht spenden will, wird der Betrag auch nicht fällig.			X		
12	Die Bundesregierung verpflichtet Kinos dazu, im Rahmen von Werbeblocks Spots öffentlicher Bildungskampagnen zu senden, die Personen vom Rauchen oder übermäßigem Essen abhalten sollen.	X				
13	Die Bundesregierung verpflichtet große Stromanbieter dazu, Neukunden standardmäßig einen Vertrag mit „Ökostromtarif“ (umweltfreundlichen Strom) anzubieten; die Kunden können diesen jedoch jederzeit abwählen.			X		
14	Als eine Maßnahme, das wachsende Übergewichtsproblem einzudämmen, verpflichtet die Bundesregierung große Supermarktketten dazu, in ihren Kassenbereichen keine Süßigkeiten anzubieten.					X
15	Aus Gründen der Gesundheitsfürsorge und des Klimaschutzes verpflichtet die Bundesregierung Kantinen in öffentlichen Einrichtungen (Schulen, öffentliche Verwaltung und ähnliches) dazu, einen fleischfreien Tag pro Woche einzuführen.					X

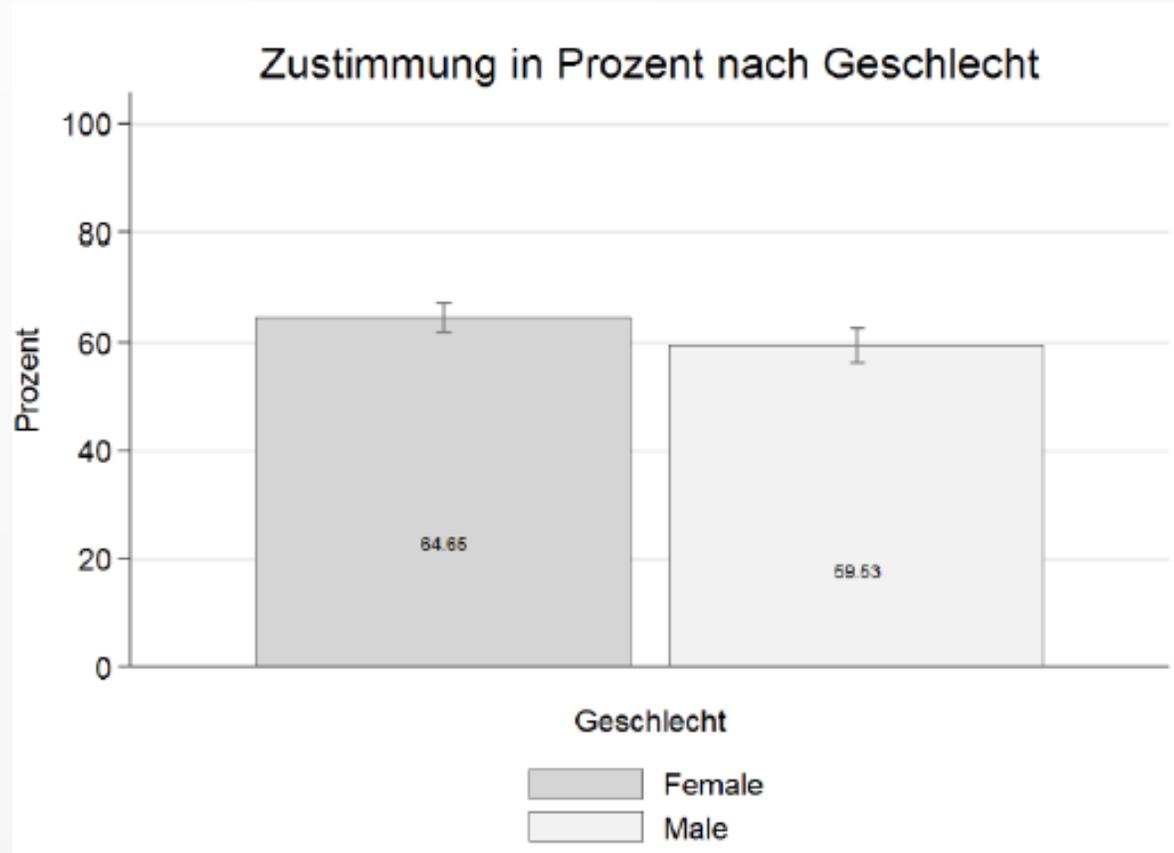
Befragung zur Akzeptanz

Zustimmung für verschiedene Nudges



- 1 Die Bundesregierung verpflichtet Restaurantketten (wie McDonald's und Burger King) dazu, die Kalorienzahl der angebotenen Speisen in den Restaurants gut sichtbar anzugeben.
- 2 Die Bundesregierung führt verpflichtend ein „Ampelsystem“ für Lebensmittel ein: gesunde Lebensmittel werden mit einem kleinen grünen Punkt gekennzeichnet, ungesunde Lebensmittel mit einem kleinen roten Punkt, und Lebensmittel, die weder besonders gesund noch besonders ungesund sind, mit einem kleinen gelben Punkt.
- 3 Die Bundesregierung fordert Stromanbieter dazu auf (ohne sie dazu zu verpflichten), Neukunden standardmäßig einen „Ökostromtarif“ (umweltfreundlichen Strom) anzubieten; die Kunden können diesen jedoch jederzeit abwählen.
- 4 Ein neues Bundesgesetz verlangt, dass Personen bei Erhalt ihres Führerscheins entscheiden müssen, ob sie als Organspender gelistet werden möchten oder nicht.
- 5 Ein neues Bundesgesetz verpflichtet alle großen Lebensmittelmärkte dazu, besonders gesunde Lebensmittel auffällig an einer gut sichtbaren Stelle zu platzieren.
- 6 Um Todesfälle und Verletzungen aufgrund von Ablenkung des Fahrers durch Smartphone Nutzung (telefonieren, SMS schreiben, E-Mails lesen) zu verringern, führt die Bundesregierung eine Aufklärungskampagne durch, in der eindringliche und schockierende Bilder und Geschichten von Verkehrsunfällen gezeigt werden, die durch solche Ablenkungen verursacht wurden.
- 7 Um Übergewicht bei Kindern zu verringern, führt die Bundesregierung eine Bildungskampagne durch, die Eltern zeigt, was sie tun können, damit sie ihre Kinder gestünder ernähren und sich diese mehr bewegen.
- 8 Die Bundesregierung verpflichtet Kinos dazu, im Rahmen von Werbeblocks so genannte „unterschwellige“ Information zu zeigen (d.h. Filme oder Bilder, die so kurz sind, dass man sie nicht bewusst wahrnehmen kann), die Menschen vom Rauchen oder übermäßigem Essen abhalten soll.
- 9 Die Bundesregierung verpflichtet die Fluggesellschaften dazu, von ihren Kunden standardmäßig eine Kompensationszahlung für CO₂-Emissionen von ungefähr 10 Euro pro Flugticket zu verlangen. Kunden haben die Möglichkeit, die zusätzliche Zahlung nicht zu tätigen, wenn sie explizit angeben, dass sie den Aufpreis nicht bezahlen wollen.
- 10 Die Bundesregierung beschließt eine verpflichtende Kennzeichnung für Lebensmittel, die einen sehr hohen Salzgehalt haben, beispielsweise in Form eines Satzes wie: „Dieses Produkt hat einen außergewöhnlich hohen Salzgehalt. Zu viel Salz kann Ihrer Gesundheit schaden.“
- 11 Die Bundesregierung unterstellt, dass im Rahmen der jährlichen Einkommenssteuererklärung jeder Steuerpflichtige standardmäßig 50 EUR an das Rote Kreuz (oder für einen anderen guten Zweck) spenden will; wenn man jedoch explizit angibt, dass man nicht spenden will, wird der Betrag auch nicht fällig.
- 12 Die Bundesregierung verpflichtet Kinos dazu, im Rahmen von Werbeblocks Spots öffentlicher Bildungskampagnen zu senden, die Personen vom Rauchen oder übermäßigem Essen abhalten sollen.
- 13 Die Bundesregierung verpflichtet große Stromanbieter dazu, Neukunden standardmäßig einen Vertrag mit „Ökostromtarif“ (umweltfreundlichen Strom) anzubieten; die Kunden können diesen jedoch jederzeit abwählen.
- 14 Als eine Maßnahme, das wachsende Übergewichtsproblem einzudämmen, verpflichtet die Bundesregierung große Supermarktketten dazu, in ihren Kassenbereichen keine Süßigkeiten anzubieten.
- 15 Aus Gründen der Gesundheitsfürsorge und des Klimaschutzes verpflichtet die Bundesregierung Kantinen in öffentlichen Einrichtungen (Schulen, öffentliche Verwaltung und ähnliches) dazu, einen fleischfreien Tag pro Woche einzuführen.

Befragung zur Akzeptanz



Befragung zur Akzeptanz

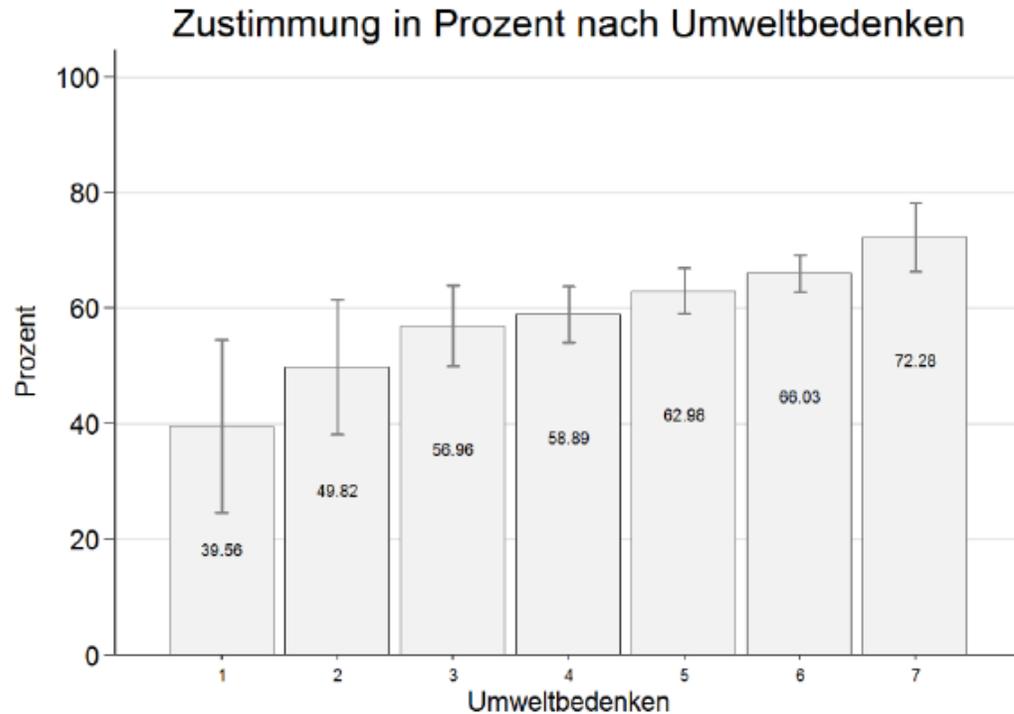
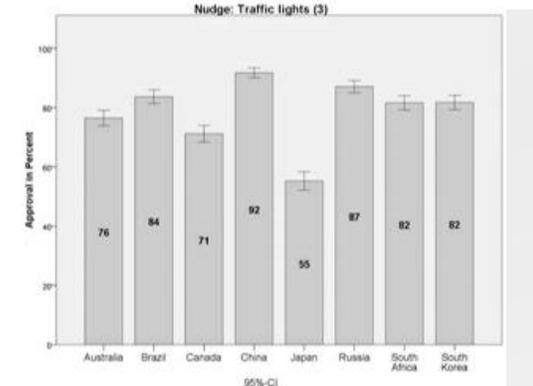
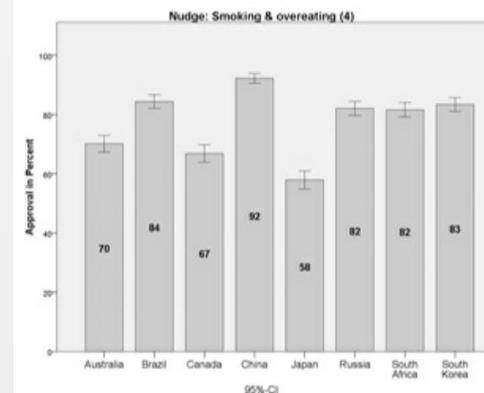
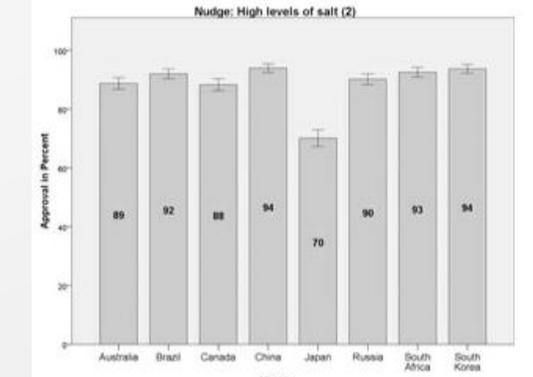
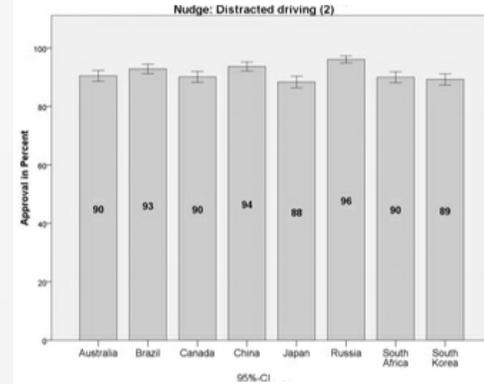
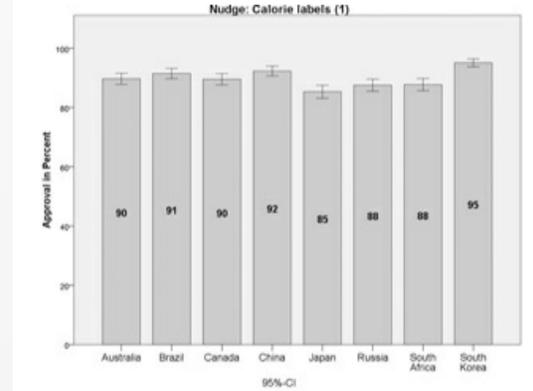
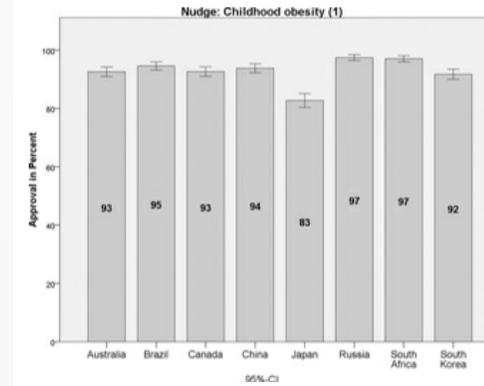
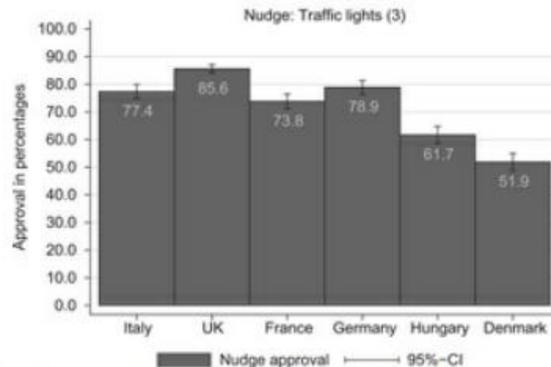
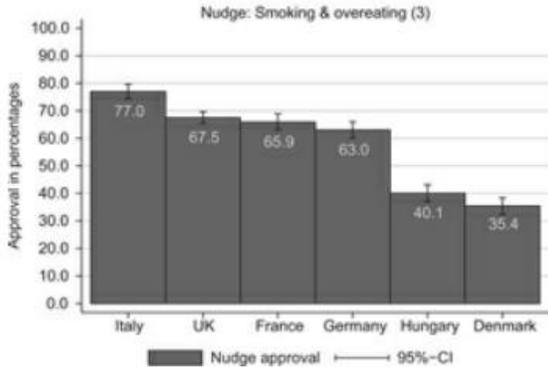
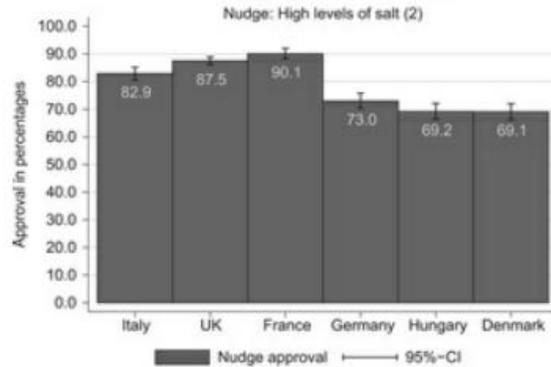
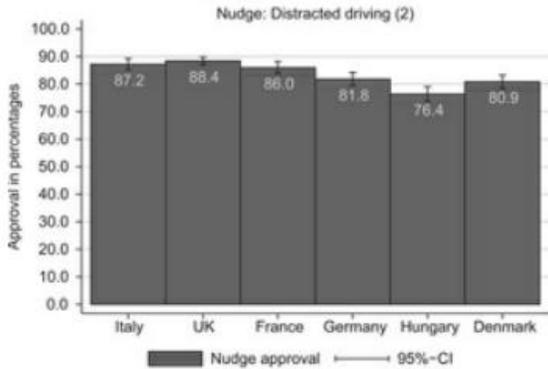
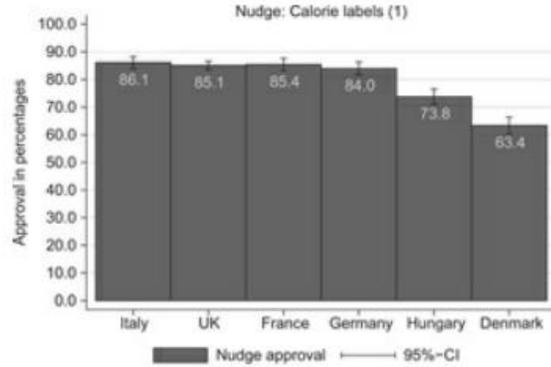
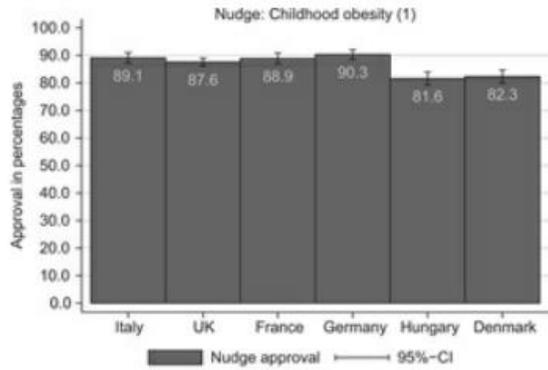


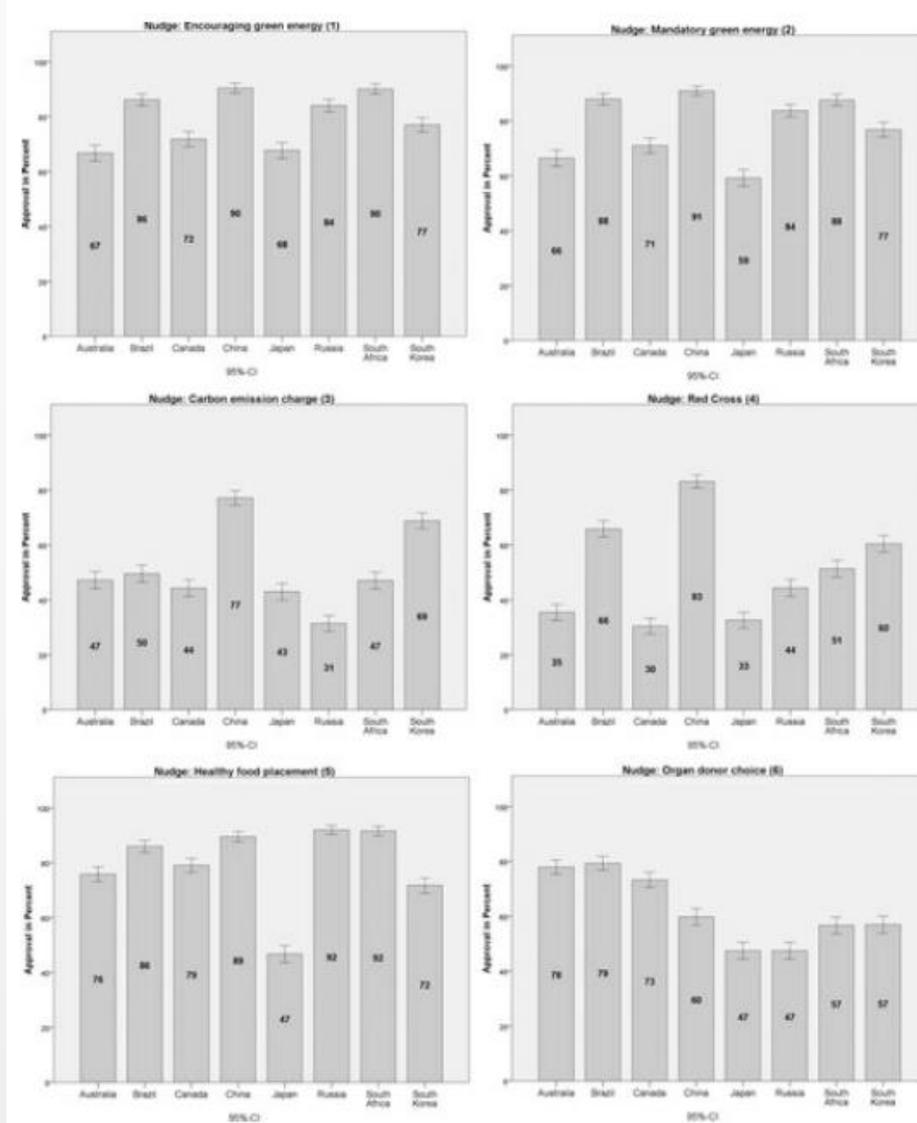
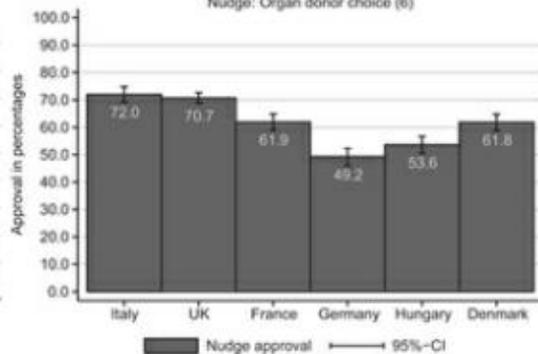
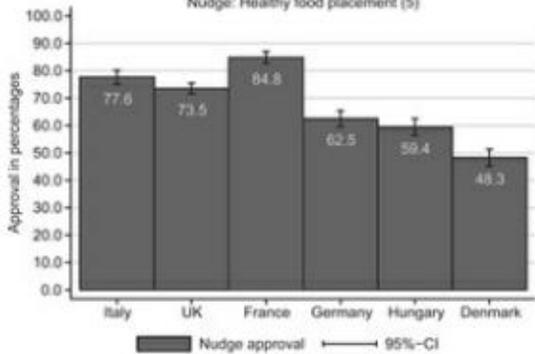
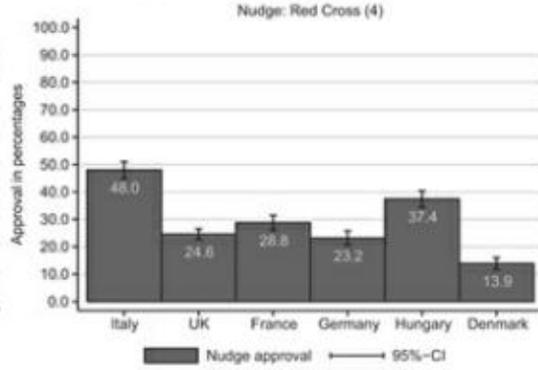
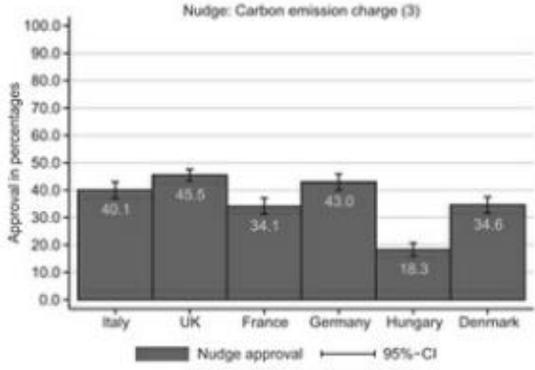
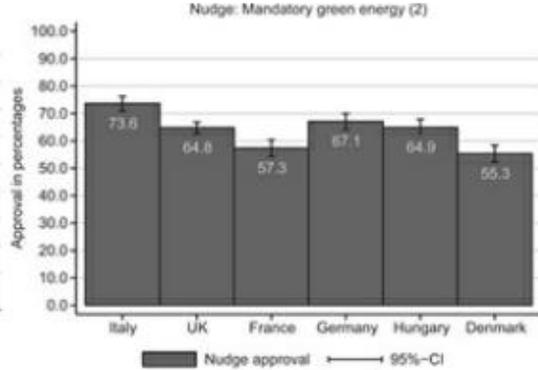
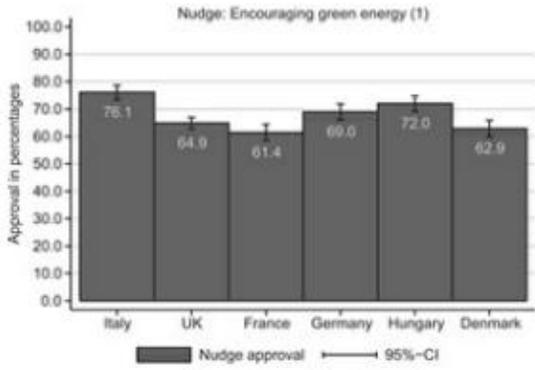
Abbildung 3: Zustimmung zu den 15 Nudges in Abhängigkeit der Variable „Umweltbedenken“

Legende: Die senkrechten Balken zeigen die durchschnittliche Zustimmungsrates aller befragten Personen ($N=525$), unterteilt nach Geschlecht; die grauen Striche geben zudem das 95% Konfidenzintervall an. Die entsprechende Frage lautete: „Auf einer Skala von 1 bis 7: Wie sehr sorgen Sie sich um die Umwelt? (1 steht für beinahe keine Sorgen und 7 für sehr große Sorgen)“

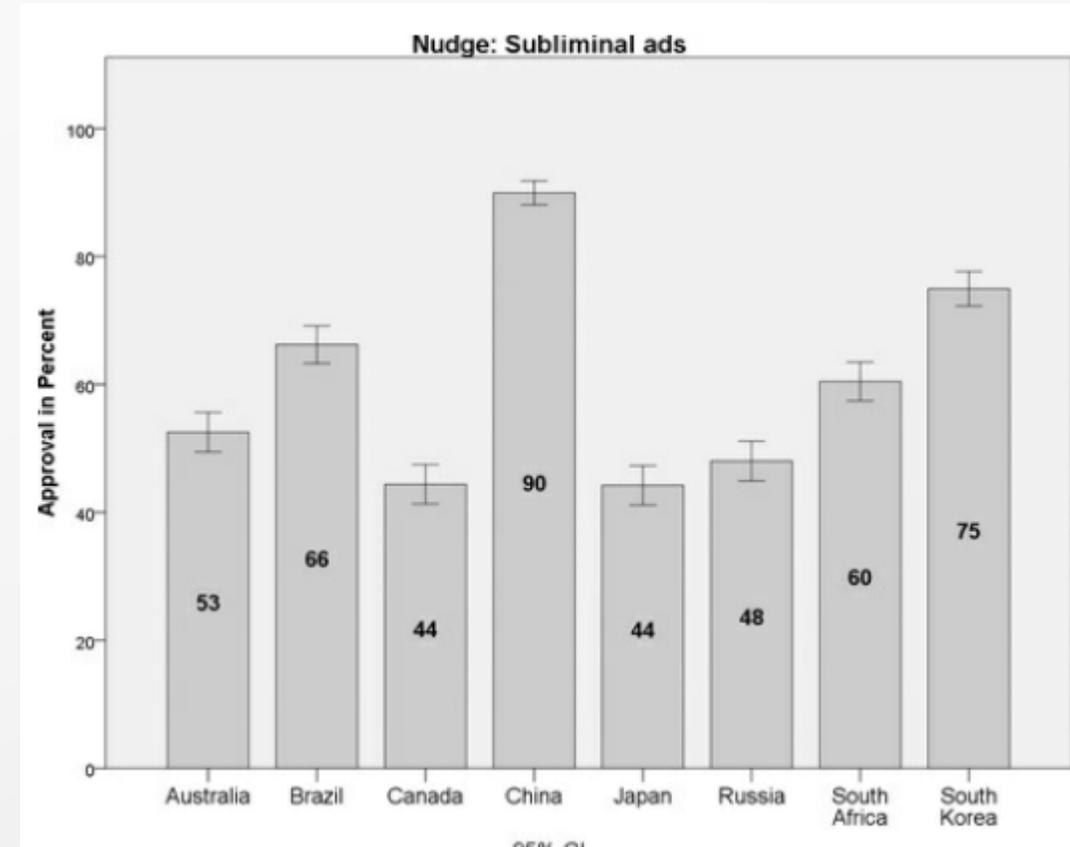
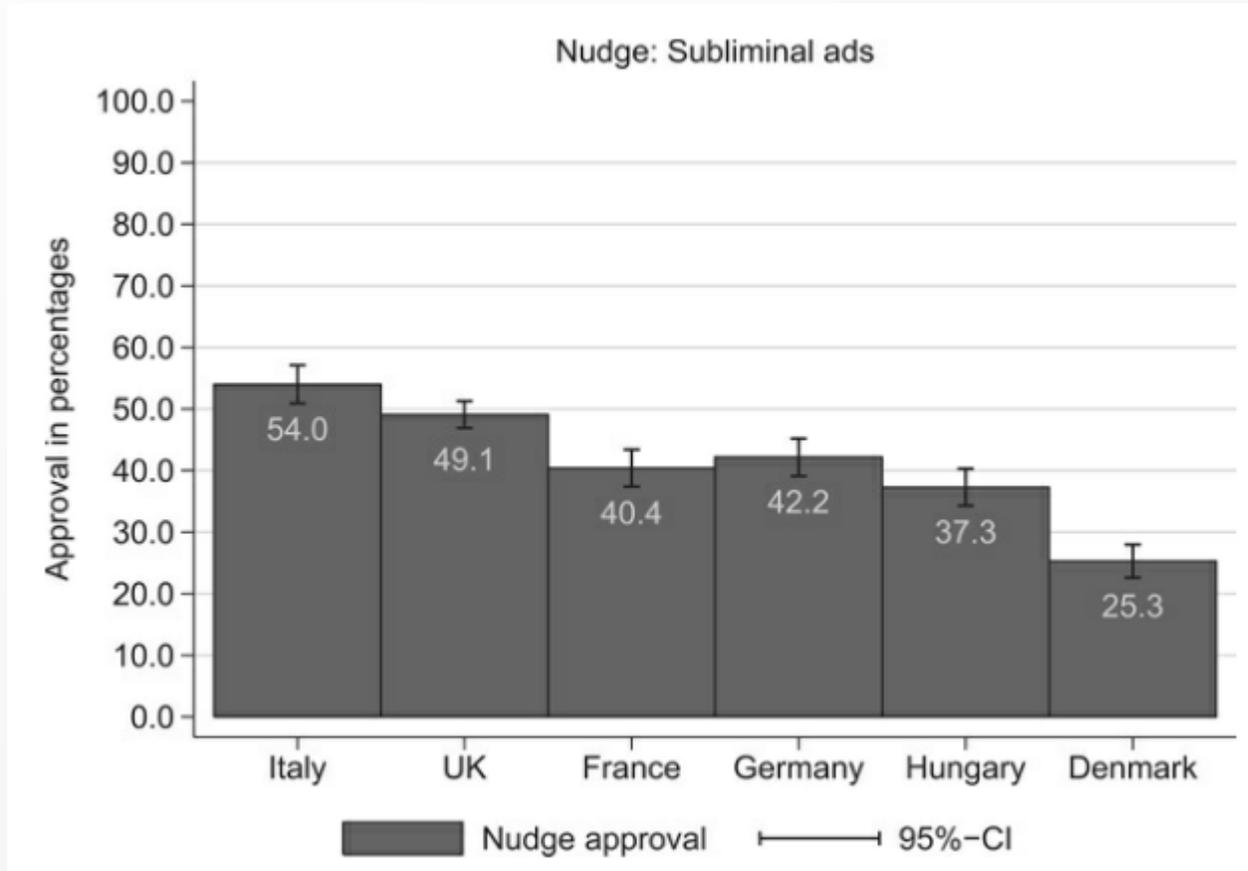
Information Nudges



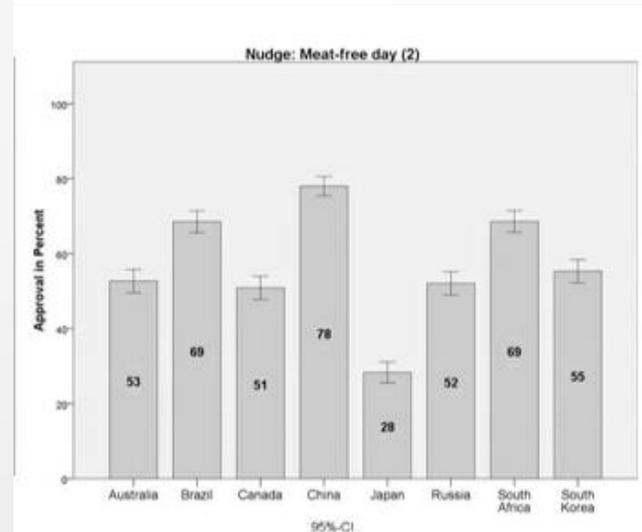
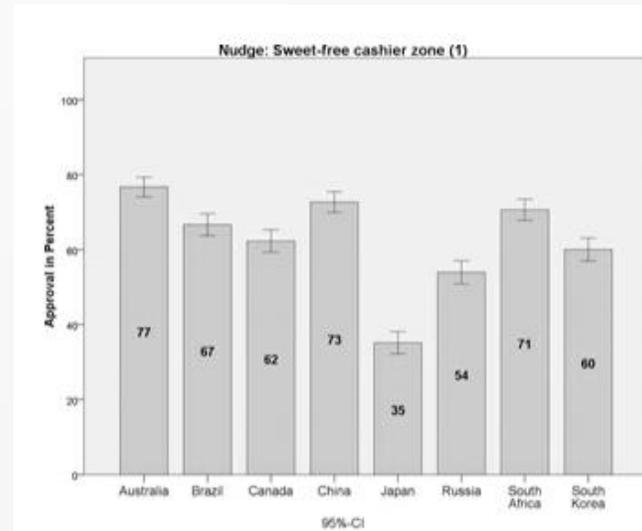
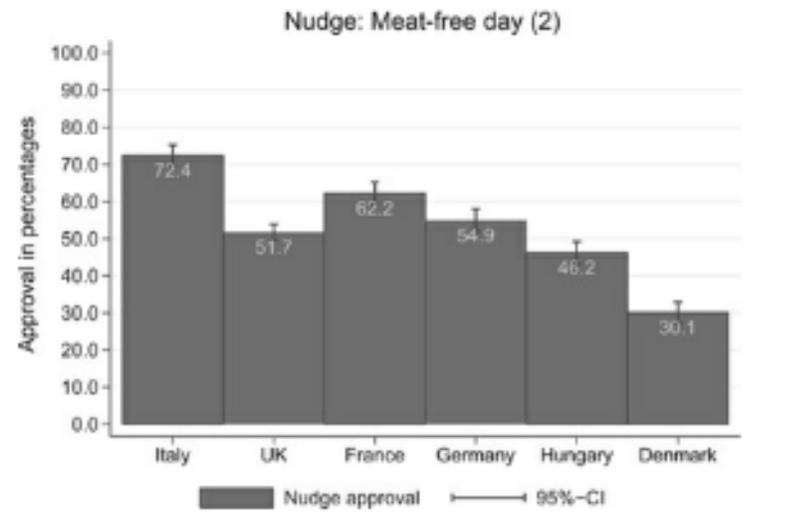
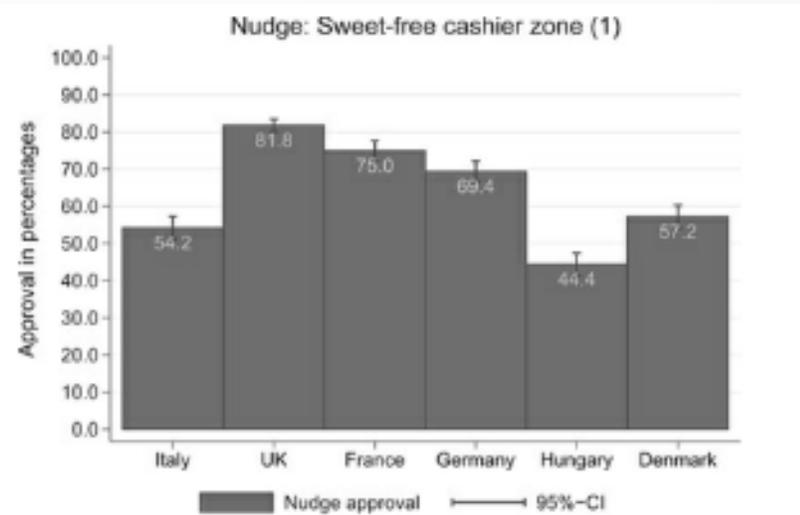
Information Nudges



Subliminale Werbung



Europa: Subliminale Werbung



NUDGING BEISPIELE

NETFLIX



Over 90% of members have had a first binge.



3 days is how long a first binge usually lasts.



35% of people have rewatched their first binge.



12 days is how long it takes most people to start their first binge after joining Netflix.

Inzwischen bei Amazon: Bei der Rückgabe eines Artikels ist die Standard-Auswahl, dass Sie mit einem **Amazon-Gutschein** abgefunden werden.

500 g Packung) Empfehlen

Einmalige Lieferung
EUR 6,49 (EUR 12,98 / kg)

Spar-Abo Sie sparen: 5%
EUR 6,17 (EUR 12,34 / kg)

Sparen Sie 15% auf Ihre Spar-Abo-Lieferung, wenn Sie 5 oder mehr Spar-Abos an einem Liefertermin an dieselbe Adresse erhalten. [Details](#)

Menge: 1

Lieferintervall
2. Monat (häufigste Wahl)

Jetzt aktivieren

Auf meinen Wunschzettel



Für größere Ansicht Maus über das Bild ziehen

Auf Lager.
Verkauf und Versand durch Amazon. Geschenkverpackung verfügbar.
Lieferung bis Mittwoch, 27. Mai: Bestellen Sie innerhalb 3 Stunden und 9 Minuten per **Morning-Express**. Siehe Details.

- Mit hohem Gehalt an Zink, Eisen und Magnesium
 - Ständig kontrollierte Spitzenqualität seit 1844
 - Hochwertige Früchte und Nüsse schonend veredelt
 - Unter Schutzatmosphäre verpackt
 - natürliches Salat und Müsli-Topping
 - ohne Zusatz von Farbstoffen
 - ohne Zusatz von Konservierungsstoffen
 - ohne Zusatz von Aromen
- [› Weitere Produktdetails](#)

Details



Schoko-Wahnsinn: mindestens 30% Rabatt
Bis zum 31. Mai 2015 erhalten Sie mindestens 30% Rabatt auf Schokolade & Süßigkeiten. Nur für Produkte mit Verkauf und Versand durch Amazon und solange der Vorrat reicht.

Wird oft zusammen gekauft



Preis für alle drei: EUR 20,07

Alle drei in den Einkaufswagen

[Verfügbarkeit und Versanddetails anzeigen](#)

- Dieser Artikel:** Seeberger vital-kerne-mix, 1er Pack (1 x 500 g Packung) EUR 6,49 (EUR 12,98 / kg)
- Seeberger Nusskernmischung, 1er Pack (1 x 500 g Packung) EUR 8,29 (EUR 16,58 / kg)
- Seeberger Studentenfutter, 1er Pack (1 x 500 g Packung) EUR 5,29 (EUR 10,58 / kg)



446

%

Reduktion des Straßenmülls in Dänemark, wenn grüne Fußspuren zu den Mülleimern weisen.

96.000

Geschätzte Zunahme der Organspender-
Registrierungen in Großbritannien, wenn gefragt
wurde: „**Würden Sie eine Organtransplantation
annehmen, wenn Sie eine benötigen?**“

USA: Steigerung der 401(k)-**Pensions-**
Registrierungsraten von 13% auf

80%



Richard
Thaler:

**Nudge
for good!**

