ECONWATCH
GESELLSCHAFT FÜR POLITIKANALYSE e.V.

POLICY BRIEF 11 12

November 2012

www.econwatch.org
info@econwatch.org

ORDNUNGSPOLTIK

Verbraucherschutz: Information und Bildung statt staatlicher Bevormundung durch die Hintertür

von Dr. Susanne Cassel und Dr. Tobias Thomas

Verbraucherschutz hat zum Ziel, Konsumenten u. a. vor gesundheitlichen und finanziellen Gefahren zu schützen. Dazu werden Herstellern Informationspflichten auferlegt, wie bei der Lebensmittelkennzeichnung. Oder der Staat erlässt Ge- und Verbote, wie Mindestanforderungen an Produktsicherheit oder Verbote gesundheitsgefährdender Inhaltsstoffe. Immer häufiger setzt Verbraucherschutz allerdings auch darauf, dem Verbraucher einen leichten, aber wirksamen Schubs in die „richtige" Richtung zu geben („Nudging"). Diese Politik des sanften Paternalismus ist mit Risiken und Nebenwirkungen verbunden. Besser als paternalistische Vorgaben – seien sie sanft oder hart – ist es, die Verbraucher mit Informationen und Verbraucherbildung bei den Entscheidungen zu unterstützen. Dazu kann eine unabhängige Verbraucherberatung beitragen.

Sanfter Paternalismus will Verbraucher zum „richtigen" Verhalten bewegen, indem der Staat ihre Entscheidungen beeinflusst. So soll eine Farbfotografie eines Lungentumors auf Zigarettenschachteln vom Rauchen abhalten oder Lebensmittelampeln Verbraucher dazu bringen, gesünder einzukaufen. Allerdings wird diese Politik selten dazu führen, die Verbraucher in ihrem eigenen Sinne zu besseren Entscheidungen zu bewegen, denn die individuellen Entscheidungskalküle der Menschen sind vielfältig. Mit der staatlichen Festlegung, was als „gutes Verbraucherverhalten" gilt, werden zudem Lernprozesse außer Kraft gesetzt. Nudging droht daher, die Problemlösungskompetenz der Verbraucher zu beeinträchtigen. Dies kann dazu führen, dass Bürger zunehmend unmündiger werden und weniger eigeninitiativ handeln.

Die Politik des Nudging basiert auf der Annahme, dass menschliches Handeln systematisch von dem abweicht, was man von einem rational entscheidenden und vollständig informierten Individuum erwarten würde. So fällen Menschen unterschiedliche Entscheidungen, je nachdem, wie ihnen die Alternativen präsentiert werden („Framing"). Wird z. B. bei der privaten Zusatzrentenversicherung von „der einzelne muss aktiv einen Vertrag abschließen" auf „der einzelne muss einem standardmäßig vorgesehenen Vertrag widersprechen" umgestellt, führt dies zu einer Zunahme von Versicherungsabschlüssen. Auch haben Individuen eine starke Gegenwartsorientierung: Entgegen vielfacher Absichtserklärungen, nicht mehr zu rauchen oder gesünder zu essen, greifen sie doch wieder zu Zigarette oder Schokolade.

Solche – stets persönlichen – Entscheidungen versucht „Nudging" zum Wohle der Verbraucher zu beeinflussen. Dies ist weder problemlos möglich, noch nötig. Denn dem Staat fehlt das Wissen, um in jedem Fall den Verbraucher auf den „richtigen" Weg zu führen – zumal dieser für verschiedene Individuen unterschiedlich aussehen dürfte. In vielen Fällen werden einfach langfristige Präferenzen als „richtig" angesehen und der Schubs entsprechend in diese Richtung gegeben. Dabei muss der Staat auf Daumenregeln zurückgreifen, etwa „zu viel Fett ist ungesund" oder „zu viel Rauchen ist schädlich". Damit beeinflusst er wertend die Abwägung zwischen verschiedenen Zielen – in diesem Falle Gesundheit und Genuss. Auch muss es nicht immer sinnvoll sein, den langfristigen vor den kurzfristigen Präferenzen den Vorzug zu geben. Hier gilt es zunächst, sich über die kurz- und langfristigen Folgen der eigenen Entscheidung zu informieren. Möchten Verbraucher tatsächlich ihren langfristigen Präferenzen den Vorzug geben und sich binden, haben sie in der Regel auch die Möglichkeiten dazu. So gibt es z. B. Angebote für bindende Verträge, die Geldstrafen vorsehen, falls das vereinbarte Ziel – etwa ein bestimmter Gewichtsverlust – nicht bis zu einem vereinbarten Termin erreicht wird.

Auf gesellschaftlicher Ebene kann sanfter Paternalismus Lernprozesse sowie Kreativität und Eigeninitiative behindern und sich langfristig negativ auf Wohlstand und Zufriedenheit der Bürger auswirken. Indem durch paternalistische Vorgaben Entscheidungen gelenkt und in gewisser Weise standardisiert werden, wird auch der Spielraum für gesellschaftliche Lernprozesse eingeengt. Innovationen unterbleiben und Wachstumspotenziale werden nicht ausgeschöpft. Mündiges, eigeninitiatives Handeln der Individuen kann beeinträchtigt werden.

Schließlich sprechen auch politökonomische Argumente gegen den sanften Paternalismus. Im Unterschied zu Ge- und Verboten sowie transparenter Information werden beim sanften Paternalismus die Entscheidungen der Verbraucher vom Staat manipuliert, manchmal ohne dass diese sich dessen bewusst sind. Eine solche intransparente Regulierung bietet vielfältige Ansatzpunkte für Interessengruppen, um für sie vorteilhafte Regelungen durchzusetzen. So bestehen bei der Lebensmittelampel mehr Einflussmöglichkeiten für Interessengruppen etwa bei der Festlegung der Kriterien, nach denen die Einstufung in die drei Ampelfarben erfolgt, als bei einer neutralen Auflistung von Inhaltsstoffen auf der Verpackung.

Statt mit intransparenten Regeln Konsumenten zu besseren Entscheidungen „zu schubsen", sollte Verbraucherschutzpolitik auf transparente Information setzen. Den Bürgern bleibt es dann selbst überlassen, die für sie beste Wahl zu treffen. Eine unabhängige Verbraucherberatung kann sie dabei sinnvoll unterstützen. Um mündige Entscheidungen treffen zu können, ist Verbraucherbildung unerlässlich. Verbraucherwissen in Bereichen wie Gesundheit, Altersvorsorge, Ernährung, Umwelt, Medien etc. sollte bereits in allgemeinbildenden Schulen systematisch vermittelt werden.

KERNAUSSAGEN

Politikanalyse:

- Sanfter Paternalismus versucht, Konsumenten unbewusst zu beeinflussen.
- Verbraucher werden dadurch nicht zu besseren Entscheidungen in ihrem Sinne bewegt, denn der Staat weiß nicht besser, was gut für den Einzelnen ist.
- Sanfter Paternalismus kann Lernprozesse sowie Eigeninitiative behindern und sich so langfristig negativ auf Wohlstand und Zufriedenheit der Bürger auswirken.

Politikempfehlung:

- Bessere Produkt-Informationspolitik, um Verbrauchern eine rationale Entscheidungsgrundlage zu bieten.
- Mehr Verbraucherbildung, damit Bürger mündige Entscheidungen treffen können.

Helfen Sie mit!
Um den ECONWATCH-Policy Brief anbieten zu können, in dem Sie verständliche und wissenschaftlich fundierte Informationen über wirtschaftspolitische Zusammenhänge und Reformmöglichkeiten erhalten, ist ECONWATCH als gemeinnützige und unabhängige Organisation auf Mitgliedsbeiträge und Spenden angewiesen. Informationen hierzu erhalten Sie auf: www.econwatch.org

Dieser Policy Brief entstand auf Grundlage des ECONWATCH-Meetings „Väterliches Anschubsen: Eine gute Idee für besseren Verbraucherschutz?" mit PD Dr. Jan Schnellenbach (Walter Eucken Institut Freiburg und Universität Heidelberg) am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).

Impressum
ECONWATCH
Gesellschaft für Politikanalyse e.V.
Poststraße 12, 10178 Berlin