

Zur Ethik von Nudging: Autonomie und Integrität

Christian Schubert

Universität Kassel

dr.c.schubert@gmail.com

Ausschuss „Wirtschaftswissenschaften und Ethik“ im VfS,
Zittau, 25.-27.2.16

MPIs Bonn, Jena

Derzeit Gastprofessur W-Ethik Uni Kassel

Demnächst: DICE, Uni Düsseldorf

- Happiness-Politik (*Kyklos* 2012)
- Libertarian Paternalism (Schubert, *J. Evol. Econ.* 2014)
- Behavioral Political Economy
(Schubert/Schnellenbach, *Europ.J.Pol.Econ.* 2015)
- Wohlfahrt bei inkonsistenten/kontextabh.
Präferenzen (Schubert, *Economics and Philosophy* 2015)

1. Was sind Nudges?
2. Nudges und Autonomie
3. Refokussierung auf Integrität

- 1. Was sind Nudges?**
2. Nudges und Autonomie
3. Refokussierung auf Integrität

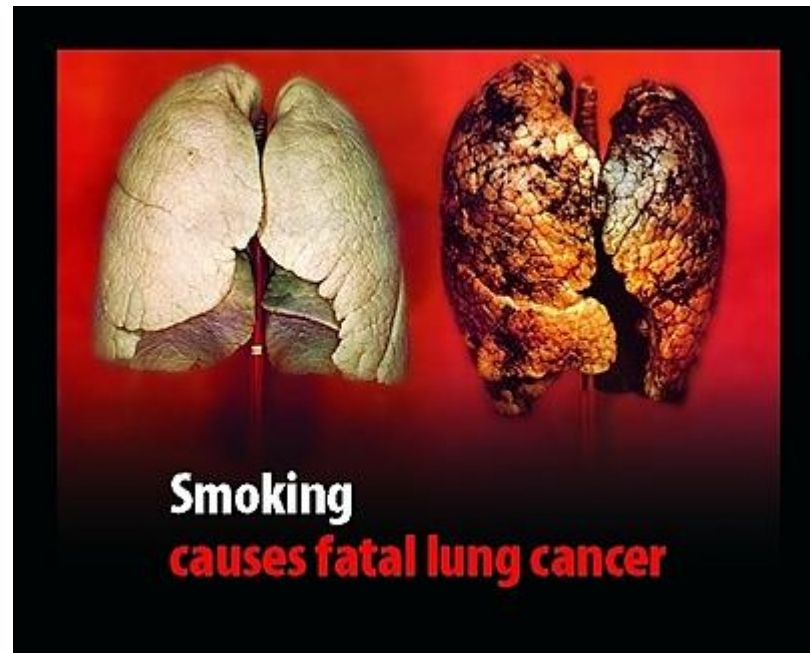


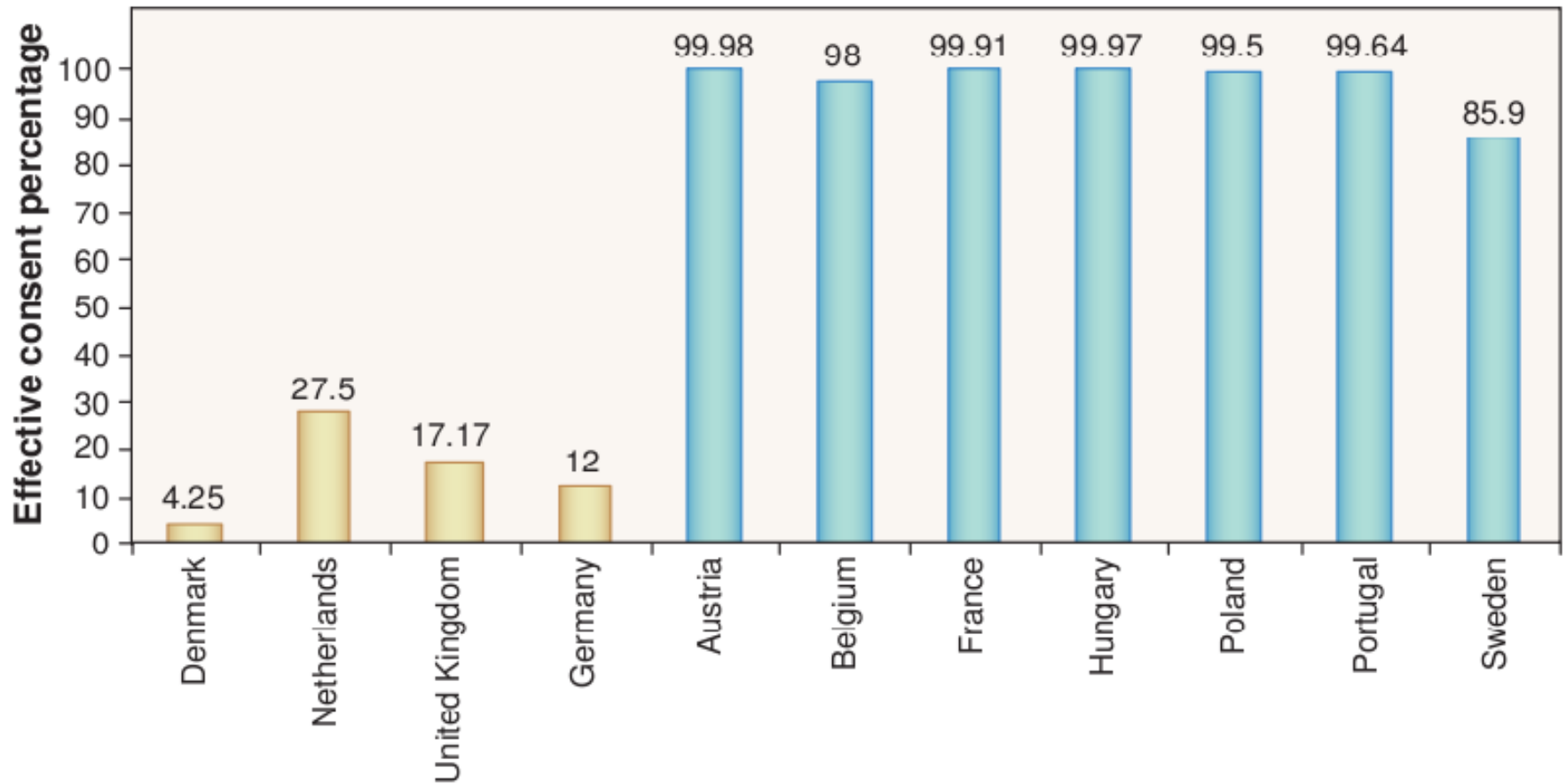
Vgl. Thaler/Sunstein (2008)

„Nudges“ („sanfte Stupser“):

- Beeinflussen Verhalten, ohne Zwang auszuüben, die Alternativenmenge zu verändern oder monetäre Anreize zu verändern.
- Änderung der *Entscheidungsarchitektur*, die das Verhalten eines realen („beschränkt rationalen“) Menschen beeinflusst, nicht aber das eines (unvollständig informierten) *Homo Oeconomicus*.

Allzweckwaffe...





Johnson/Goldstein (2003)



„Five days? But I‘m mad now!“

Zwei Begriffe...

⇒ „**Entscheidungsarchitektur**“ (*choice architecture*)

Menge aller situativen Faktoren, die das Verhalten des Individuums in einem gegebenen Moment beeinflussen

⇒ Alternativenmenge; relative Preise; monetäre Anreize allgemein; nicht-monetäre Anreize; Art, wie die Alternativen präsentiert/beschrieben werden; Art, wie sie strukturiert werden (Voreinstellungen/Defaults),...

⇒ „Libertärer Paternalismus“

- *Eine* Möglichkeit, verhaltensökonomisch inspirierte/informierte Politikimplikationen zu entwickeln;
- Nur z.T. paternalistisch (bzw. „paternalistisch“)
- Normatives Programm, grenzt Einsatz von Nudges in dreierlei Hinsicht ein:

I.

⇒ „Entscheidungsarchitektur“ (*choice architecture*)

Menge aller situativen Faktoren, die das Verhalten des Individuums in einem gegebenen Moment beeinflussen

⇒ Alternativenmenge; relative Preise; monetäre Anreize allgemein; **nicht-monetäre Anreize; Art, wie die Alternativen präsentiert/beschrieben werden; Art, wie sie strukturiert werden (Voreinstellungen/Defaults),...**

II.

⇒ Versuchen, “to influence choices in a way that will make choosers better off, *as judged by themselves*”
[Thaler & Sunstein 2008: 5]

III.

- ⇒ Nudges sollen generell *transparent* organisiert werden – bleiben i.d.R. trotzdem wirksam [Loewenstein et al. 2014]
- ⇒ Vorschlag Bovens (2009): ...so gestaltet, dass ein aufmerksames Individuum sie aufdecken kann.

Der letzte Schrei in der Regulierung...



(Was steckt dahinter...??)

...und zugleich heftiger Kritik ausgesetzt:

- Falscher Adressat („sozialer Planer“)
- Kritik an Zielen (sofern paternalistisch)
- Epistemische Einwände [Rizzo & Whitman 2009]
- Problematischer Wohlfahrtsbegriff [Qizilbash 2012]
- „Manipulativ“: Untergraben *Autonomie* der Nudges [Bovens 2009; Hausmann & Welch 2010]
- Politiker und Bürokraten ebenfalls „biased“ [Glaeser 2006; Schnellenbach & Schubert 2015]
- Politiker haben latenten Anreiz, Nudges intransparent zu gestalten [Schnellenbach 2012]

...und zugleich heftiger Kritik ausgesetzt:

- Falscher Adressat („sozialer Planer“)
- Kritik an Zielen (sofern paternalistisch)
- Epistemische Einwände [Rizzo & Whitman 2009]
- Problematischer Wohlfahrtsbegriff [Qizilbash 2012]
- **„Manipulativ“: Untergraben *Autonomie* der Nudges [Bovens 2009; Hausmann & Welch 2010]**
- Politiker und Bürokraten ebenfalls „biased“ [Glaeser 2006; Schnellenbach & Schubert 2015]
- Politiker haben latenten Anreiz, Nudges intransparent zu gestalten [Schnellenbach 2012]

1. Was sind Nudges?
- 2. Nudges und Autonomie**
3. Refokussierung auf Integrität

Vgl. repräsentativ Hausmann & Welch (2010):

Nudges umgehen die Ratio der Individuen und sprechen unmittelbar deren Emotionen/Instinkte an; dadurch beeinträchtigen sie die Autonomie der Adressaten.

Def. Autonomie: „the *control* an individual has over her own evaluation, deliberation and choice“

Bovens (2009):

- Nudges beeinflussen vordergründig das Handeln der Individuen, aber nicht notwendigerweise deren Präferenzen → „leaving individuals with fragmented preferences“
- Resultierende Handlungen heteronom, insofern nicht auf *Gründe* zurückzuführen (sondern auf bloß kausal wirksame frames/cues).

⇒ Vertretbarer Begriff von „Autonomie“?

- Wir alle werden regelmäßig „manipuliert“ und verstehen uns dennoch (meistens) als moralisch verantwortungsfähige Personen;

“Humans with bounded rationality and willpower are subject to myriad influences anyway, and most of them do not aim to improve consumer well-being”
(Reiss 2013: 299)

- Reale Individuen haben nur begrenzt „Kontrolle“ über die Bildung der eigenen Präferenzen

“Only a marginal proportion of the self implicated in behavior and social interaction can ever be said to be available to conscious reflection ... Hence, a person’s inner picture of her motivational matrix can be highly incomplete and ... inaccurate.”
(Christman 2008: 338)

- „Kohärente Präferenzordnung“ kaum notwendige Bedingung für autonomes Handeln; Was zählt als „Grund“?
→ Diverse „Biases“ können aus Sicht der *neuen* Verhaltensökonomik (Kahneman, Thaler,...) irrational sein, aus Sicht der *alten* Verhaltensökonomik (Simon, Smith, Gigerenzer,...) aber keineswegs...

⇒ Alternativer Ansatz:

- Philip Pettit: Das autonome Selbst weniger als Produzent von etwas (Präferenzen, Handlungen) zu sehen, sondern vielmehr als *Träger von Verantwortung* („you‘re not in the loop, you are the loop“)
- Sarah Buss (2012): Kritik am traditionellen „super-agent view of autonomy“: Autonomie setzt weder voraus, die eigenen Präferenzen auf bestimmte Weise zu bilden noch, mit ihnen zufrieden zu sein.

⇒ Sondern??

⇒ Fokus auf grundlegende Dispositionen eines Agenten: „human flourishing condition“

⇒ Bsp. Depression

⇒ Ist Buss' Autonomiekonzept korrekt, dann generieren Nudges kaum normative Kosten *in terms of* Autonomie...

⇒ Also keinerlei normative Kosten (jenseits allfälliger W-Verluste)? Konstraintuitiv...

1. Was sind Nudges?
2. Nudges und Autonomie
3. **Refokussierung auf Integrität**

- ⇒ Vorschlag: Eher als „Autonomie“ gefährdet Nudging die *Integrität* der Adressaten (andere Art „normativer Kosten“)
- ⇒ Mechanismus: Systematisch wird eigene aktive Entscheidungsfindung decouragiert
- ⇒ (Cafeteria, Sparpläne, Cooling-off-Perioden,...; Grüne Defaults, soziale Norm-Aktivierung,...)
- ⇒ Inwiefern ist das ein Problem?

- ⇒ Buchanan (1999), Korsgaard (2009): Der Mensch ist existenziell dazu verurteilt, (subjektive) *Gründe* für sein Handeln zu finden;
- ⇒ Das kann er aber nur, soweit er eine erkennbare Identität (Charakter) bildet;
- ⇒ Erst durch eigene aktive Entscheidungen *konstituieren* wir uns aber als idiosynkratische Individuen.

(In ähnliche Richtung scheint die Kritik zu gehen, Nudging „infantilisieren“ die Individuen, z.B. White 2013)

⇒ Vorteil dieser Refokussierung:

- Vermeidet angreifbare Konzepte von „Autonomie“
- Vermag als Grundlage für die bei der Abstimmung über Nudges notwendige Kosten-Nutzen-Analyse zu dienen: In welchen Lebensbereichen sind partielle Einbußen *in terms of* Integrität akzeptabel, in welchen nicht?
- Vereinbar mit verhaltensökon. Erkenntnissen bzgl. der endogenen „Konstruktion“ von Präferenzen; verweist zugleich auf verhaltensökon. Problem, wie „Identität“ zu denken ist [Davis 2011]

FN:

Neuer Begriff von „Normativem Individualismus“ (NI)?

- Befund: Bald werden Algorithmen die eigenen („wahren“??) Präferenzen *besser kennen* als das Individuum selbst...
- „Befriedigung gegebener Präferenzen“ dann intuitiv nicht mehr notwendigerweise hinreichend für das, was gemeinhin mit NI gemeint ist (\Rightarrow Wert aktiver Wahl?)[Valdman 2010]
- Vorschlag: Fokus auf Präferenzbildung; Wert aktiver Wahl weniger in Produkten der Wahl als vielmehr in fortlaufenden *Konstitution einer eigenen Identität*.

“Consumers’ choices may not reflect their true tastes; but ... maybe these tastes cannot accurately be known; or ... they are not really ‘owned’ but only ‘loaned’ tastes anyway, passed on from one person to another. What really can belong to the self and be accurately known is the experience of making and taking responsibility for choices, whether right or wrong, and **seeking to know by this continuing dialogue across the permeable boundary of the self what if anything is worth preserving.** It is possible that this quest, given any reasonable degree of responsiveness in the outside world, is what consumers want more than being given what they are told they really want.”

(Rothenberg 1962: 282f., kursiv hinzugefügt)

FAZIT

- Zukunft ökonomischer Politikberatung:
verhaltensökonomisch informierte
Politikberatung;
- Vermutung: Kommt Psychologie ins Spiel, dann
ist ethische Begleitkritik dringend notwendig
[Shaw, NYRB 2016]
(gute Nachrichten für Wirtschaftsethiker!);
- Nudges: z.T. wirksam, z.T. geringe „normative
Kosten“, aber sicherlich nur komplementär zu
traditionellen ökonomischen Instrumenten
einsetzbar.