



Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und
Verbraucherschutz Baden-Württemberg

📅 08.06.2021

VERBRAUCHERSCHUTZ

Verbraucherforschungsforum informiert über ,Nudging‘ in der Verbraucherpolitik



📷 PantherMedia / alphaspirit

„Verbraucherpolitik braucht Forschung über verschiedene Disziplinen hinweg sowie den Austausch und die Vernetzung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Verbänden und Politik. So wurde mit Nudging ein neuerer Politikansatz entwickelt, der versucht, Anregungen für das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu geben und ein bestimmtes Handeln zu fördern. Beispiele für solche Anstöße (Nudges) sind einfache und übersichtliche Cookie-Banner, die datensparsames Surfen fördern“, sagte die Staatssekretärin im Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Sabine Kurtz MdL, am Dienstag (8. Juni) in Stuttgart anlässlich des diesjährigen Verbraucherforschungsforums ‚Nudging in der Verbraucherpolitik‘. Um die Bürgerinnen und Bürger in ihrer Rolle als Verbraucher zu stärken, stellt das Ministerium ein großes Angebot an Information, Beratung und Bildung zur

verbraucherpolitischer Instrumente wie Nudging zu reflektieren und sich über neue Forschungsergebnisse zu informieren.

Beispiele und Erfahrungen über Nudging aus erster Hand

Viele Maßnahmen, die unter den Begriff ‚Nudging‘ fallen, seien leicht umzusetzen und bereits aus dem Alltag vertraut. Das politische Ziel dahinter könne sein, besonders nachhaltige, gesundheitsfördernde oder datensparsame Entscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher anzuregen. „Im Alltag müssen Verbraucherinnen und Verbraucher jeden Tag eine Vielzahl an Entscheidungen treffen, bei denen ein Nudge eine Hilfe sein kann, um sich bewusster für oder gegen eine bestimmte Alternative zu entscheiden“, erläuterte die Staatssekretärin.

Als Hauptredner des Forums informierte Professor Cass Sunstein von der Harvard University über den aktuellen Stand, die Umsetzung, die Chancen und Grenzen sowie die Anwendungsgebiete verhaltensbasierter Verbraucherpolitik. „Professor Sunstein hat den Begriff des Nudging maßgeblich geprägt, wissenschaftlich etabliert und seit vielen Jahren als Berater der amerikanischen Politik angewendet. Er ist ein weltweit renommierter Wissenschaftler und Politikberater und wurde vor allem durch seine verhaltensökonomischen Analysen bekannt“, sagte die Staatssekretärin.

Gemeinsam mit dem Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik (CCMP) veranstaltet das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz regelmäßig wissenschaftliche Foren zu aktuellen Themen der Verbraucherschutzforschung. Das Verbraucherschutzforum 2021 am 8. Juni greift das in der Wissenschaft und in Verwaltungen vieler Ländern aktuell diskutierte Thema ‚Nudging‘ auf. Kooperationspartner sind „ConPolicy – Institut für Verbraucherpolitik“ Berlin und das European University Institute (EUI) Florenz.

Hintergrundinformationen:

Verbraucherpolitik ist eine Querschnittsaufgabe und benötigt daher **Forschung**, die sich über verschiedene Disziplinen hinweg mit politischen, ökonomischen, gesellschaftlichen und psychologischen Fragen auseinandersetzt und gezielt verbraucherpolitisch relevante Studien und Forschungsergebnisse identifiziert. Verbraucherforschung ist nicht institutionalisiert, sie findet an verschiedenen Hochschulen in verschiedenen Fakultäten statt. Neben Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die im engeren Sinne Verbraucherforschung betreiben, gibt es viele, die an für die Verbraucherpolitik relevanten Fragen arbeiten, etwa zu rechtlichen Fragen, zur Digitalisierung, zu Mobilität und Stadtentwicklung, zu Bildung, Gesundheit, Nachhaltiger Entwicklung oder zu ethisch-ökologischen Geldanlagen. Diese Arbeiten erscheinen jedoch oft nicht unter dem Thema „Verbraucherpolitik“, sondern unter anderen „Überschriften“ wie beispielsweise Marketing oder Psychologie.

Das **Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik / Center for Consumer, Markets and Policy (CCMP)** an der Zeppelin Universität in Friedrichshafen (ZU) wurde vor 10 Jahren gegründet. Derzeit fördert das MLR das CCMP institutionell mit jährlich 140.000 Euro. Das CCMP vernetzt die Akteure der Verbraucherforschung im Land (und darüber hinaus), ermöglicht einen intensiven Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Politik sowie einen Austausch zwischen den Forschungsgebieten zu

verbraucherrelevanten Themen. Das CCMP sieht sich in erster Linie als Schnittstelle und Vernetzungsknoten, betreibt aber auch selbst Primärforschung.

Zur Vorbereitung des diesjährigen Forums wurde von den Organisatoren die Studie „Nudge 2.0 – Neue Anwendungen verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse in der Verbraucherpolitik“ erstellt und an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verschickt. Die **Vorstudie** gibt einen Überblick zum aktuellen Stand des Einsatzes verhaltensbasierter Instrumente in der Verbraucherpolitik mit Schwerpunkt auf Deutschland und Europa und zeigt Beispiele auf.

Weitere Beispiele für Nudges in der Verbraucherpolitik

- Erinnerungsbrief über die Kündigungsmöglichkeit eines Vertrags
- Vereinfachung von Antragsmodalitäten bei Förderanträgen
- Voreinstellungen bei Druckern zur Einsparung von Druckerpapier
- Hinweis zum mehrmaligem Verwenden von Handtüchern in Hotels
- „Gesundes“ Kantinenessen mit entsprechender Auswahlarchitektur des Angebots