

Inhaltsübersicht

Vorwort	v
Inhaltsverzeichnis	xi
Abkürzungsverzeichnis	xix
Einleitung	1
A. Aktueller Hintergrund	1
B. Ein „Stups“ in die richtige Richtung: Das Nudging-Konzept von Thaler und Sunstein	3
C. Nudging in der deutschen und europäischen Umweltpolitik	5
D. Untersuchungsgegenstand und -ziel	6
E. Gang der Untersuchung	8
§ 1 Theoretische Grundlagen des Nudging	11
A. Die (verhaltens-)ökonomischen Grundlagen: Der Homo Oeconomicus und seine Grenzen	11
B. Das Zwei-System-Modell	31
C. Der Homo Oeconomicus und die verhaltensökonomische Kritik in der Rechtswissenschaft	33
D. Fazit	37
§ 2 Grüne Nudges: Begriffsklärung	39
A. Intendierte Verhaltenslenkung	39
B. Funktions- und Wirkungsweise	40
C. Keine Gebote und Verbote	44
D. Keine starken wirtschaftlichen Anreize	49
E. Leichte Umgehung	50

<i>F. Zweck</i>	51
<i>G. Fazit</i>	56
§ 3 Grüne Nudges und Umweltprinzipien	59
<i>A. Verursacherprinzip</i>	59
<i>B. Nachhaltigkeitsprinzip</i>	62
<i>C. Vorsorgeprinzip</i>	67
<i>D. Kooperationsprinzip</i>	70
<i>E. Fazit</i>	72
§ 4 Grüne Nudges: Erscheinungsformen und Leistungspotenzial	75
<i>A. Ursachen für umweltschädliches (Konsum-)Verhalten</i>	75
<i>B. Grüne Nudges und Umweltverhalten</i>	80
<i>C. Grüne Nudges und Umweltbewusstsein</i>	132
<i>D. Fazit</i>	136
§ 5 Grüne Nudges: Verfassungsrechtlicher Rahmen	149
<i>A. Grundrechte der Nudge-Adressaten</i>	149
<i>B. Grundrechte Dritter</i>	178
<i>C. Fazit</i>	183
§ 6 Grüne Nudges: Abgrenzung zu und Vergleich mit den sonstigen Instrumenten des Umweltrechts	187
<i>A. Ordnungsrechtliche Instrumente</i>	188
<i>B. Ökonomische Instrumente</i>	194
<i>C. Konsensuale und informale Instrumente</i>	209
<i>D. Informationelle Instrumente</i>	217
<i>E. Fazit</i>	232

<i>Inhaltsübersicht</i>	IX
Schlussfolgerungen und Ausblick	237
A. <i>Grünes Nudging und die Ökokrise</i>	237
B. <i>Schwächen und Kritik</i>	252
C. <i>Stärken und Perspektiven</i>	260
Literaturverzeichnis	267
Sachregister	295

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Einleitung	1
A. <i>Aktueller Hintergrund</i>	1
B. <i>Ein „Stups“ in die richtige Richtung: Das Nudging-Konzept von Thaler und Sunstein</i>	3
C. <i>Nudging in der deutschen und europäischen Umweltpolitik</i>	5
D. <i>Untersuchungsgegenstand und -ziel</i>	6
E. <i>Gang der Untersuchung</i>	8
§ 1 Theoretische Grundlagen des Nudging	11
A. <i>Die (verhaltens-)ökonomischen Grundlagen: Der Homo Oeconomicus und seine Grenzen</i>	11
I. Der Homo Oeconomicus	12
1. Präferenzen und Restriktionen	12
2. Die Rationalität und Eigennützigkeit der Entscheidung	14
II. Die Kritik der Verhaltensökonomik	16
1. Begrenzte Rationalität	17
a) Urteilsbildung	17
aa) Begrenzte Informationsaufnahmefähigkeit	18
bb) Verfügbarkeitsheuristik	19
cc) Repräsentationsheuristik	20
dd) Ankerheuristik und Ankereffekt	21
ee) Systematische Selbstüberschätzung und selbstwertdienliche Verzerrung	21
b) Entscheidungsfindung	22
aa) Verlustaversion und Sicherheitseffekt	23

bb) Besitzeffekt	24
cc) Status Quo Bias	24
dd) Aversion gegen Extreme	25
ee) Framing-Effekt	25
ff) Sozialer Einfluss	27
2. Begrenzte Willensstärke	28
3. Begrenztes Eigeninteresse	30
B. Das Zwei-System-Modell	31
C. Der Homo Oeconomicus und die verhaltensökonomische Kritik in der Rechtswissenschaft	33
I. Die ökonomische Analyse des Rechts (Law and Economics)	33
II. Die verhaltensökonomische Analyse des Rechts (Behavioral Law and Economics)	34
1. Positive und normative Dimension	35
2. Liberaler Paternalismus	35
D. Fazit	37
§ 2 Grüne Nudges: Begriffsklärung	39
A. Intendierte Verhaltenslenkung	39
B. Funktions- und Wirkungsweise	40
I. Die Gestaltung der Entscheidungsarchitektur anhand von verhaltensökonomischen und psychologischen Erkenntnissen	40
II. Präferenz- bzw. Willensbeeinflussung	43
C. Keine Gebote und Verbote	44
I. Das Verbot von übergroßen Softdrink-Bechern als Nudge	45
II. Das Hinzufügen und Entfernen von rational irrelevanten Entscheidungsoptionen als Nudge	47
III. Zwischenergebnis	48
D. Keine starken wirtschaftlichen Anreize	49
E. Leichte Umgehung	50
F. Zweck	51
I. Paternalistische Intention des Nudges kein zwingendes Definitionsmerkmal	51
II. Grüne Nudges	54
G. Fazit	56

§ 3 Grüne Nudges und Umweltprinzipien	59
A. <i>Verursacherprinzip</i>	59
B. <i>Nachhaltigkeitsprinzip</i>	62
C. <i>Vorsorgeprinzip</i>	67
D. <i>Kooperationsprinzip</i>	70
E. <i>Fazit</i>	72
§ 4 Grüne Nudges: Erscheinungsformen und Leistungspotenzial	75
A. <i>Ursachen für umweltschädliches (Konsum-) Verhalten</i>	75
I. Umweltbewusstsein	76
II. Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten	77
1. Psychologische Gründe	78
2. Strukturelle Gründe und Low-Cost-Theorie	79
B. <i>Grüne Nudges und Umweltverhalten</i>	80
I. Reflexionsanregende Grüne Nudges	81
1. Begriff	81
2. Informatives Grünes Nudging	82
a) Umweltzeichen und Produktkennzeichnungen	83
aa) Beschreibung	83
bb) Beispiele	84
(1) EU-Energielabel	84
(2) Blauer Engel	86
cc) Leistungspotenzial	88
(1) Einkaufshilfe für Verbraucher	88
(2) Probleme „Labelflut“ und „Greenwashing“	91
(3) Lösungsansätze	92
b) Feedback	95
aa) Beschreibung	95
bb) Beispiele	95
(1) Technische Anzeigegeräte	95
(2) Smart Meter	97
cc) Leistungspotenzial	99
(1) (Un)Sichtbarkeit von Umweltproblemen	99
(2) Art und Weise des Feedbacks	100
(3) Verbindung mit ökonomischen Anreizen	100
(4) Umsetzungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten	101
c) Erinnerungen und Warnungen	102
aa) Beschreibung	102

bb) Beispiele	103
(1) Grüne Fußspuren zum Mülleimer	103
(2) „Klick“-Aufkleber	103
cc) Leistungspotenzial	104
3. Grüne Selbstbindungsmöglichkeiten	105
a) Beschreibung	105
b) Beispiel: „Stick.com“	105
c) Leistungspotenzial	106
4. Pflicht zur aktiven Wahl	106
a) Beschreibung	106
b) Beispiel: Wahl des Energietarifs	107
c) Leistungspotenzial	107
II. Influzierende Grüne Nudges	109
1. Begriff	109
2. Grüne Standardvorgaben	110
a) Beschreibung	110
b) Beispiele	111
aa) Grüne Grundversorgung	111
bb) „Beidseitiger Druck“ als Voreinstellung	114
cc) Reduzierung der Teller- oder Portionsgröße	115
c) Leistungspotenzial	116
aa) Belastbare Lenkungswirkung	116
bb) Umsetzungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten	117
cc) Akzeptanz	119
3. Grünes Framing	119
a) Beschreibung	119
b) Beispiele	121
aa) Umweltfreundliche Speisekarte	121
bb) Vorrangige Positionierung von umweltfreundlichen Produkten und Speisen	122
c) Leistungspotenzial	123
aa) Lenkungswirkung	123
bb) Besonderes Potenzial im Bereich Ernährung	123
cc) Umsetzungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten	124
4. Grüne soziale Normen	125
a) Beschreibung	125
b) Beispiele	126
aa) Verbrauchsvergleich in der Strom- oder Gasrechnung	126
bb) Wiederverwendung von Handtüchern	127
c) Leistungspotenzial	128
aa) Lenkungswirkung	128
bb) Unerwünschter Boomerang-Effekt	129
cc) Umsetzungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten	130

dd) Öffentlicher Druck und Wettbewerbssituationen	131
<i>C. Grüne Nudges und Umweltbewusstsein</i>	132
I. Edukatorisches Staatshandeln im Umweltrecht	133
II. Umwelterziehung durch Grünes Nudging	133
<i>D. Fazit</i>	136
I. Leistungsfähigkeit	136
1. Überwindung von psychischen Barrieren für umweltfreundliches Verhalten	136
2. Wirkungskraft in Abhängigkeit vom Umweltbewusstsein	137
3. Nebenwirkung: Förderung und Stärkung des Umweltbewusstseins	139
II. Leistungsgrenzen	139
1. Einschränkungen und Unsicherheiten im Hinblick auf die Lenkungswirkungen	139
2. Unsicherheiten im Hinblick auf den ökologischen Nutzen	141
3. Keine Überwindung von strukturellen Barrieren für umweltfreundliches Verhalten	143
III. Umsetzungsmöglichkeiten und -schwierigkeiten	145
§ 5 Grüne Nudges: Verfassungsrechtlicher Rahmen	149
<i>A. Grundrechte der Nudge-Adressaten</i>	149
I. Menschenwürde	149
II. Die allgemeine Handlungsfreiheit	152
1. Schutzbereich	152
a) Verhaltensfreiheit	152
b) Entscheidungsfreiheit	153
c) Willensbildungsfreiheit	153
d) Exkurs: Kein Rückgriff auf das allgemeine Persönlichkeitsrecht	156
2. Eingriff	157
a) Klassischer Eingriffsbegriß	157
b) Moderner Eingriffsbegriß	158
aa) Reflexionsanregende Grüne Nudges	160
(1) Informative Grüne Nudges	160
(2) Grenzfall: Warnungen	160
(3) Grüne Selbstbindungsmöglichkeiten	162
(4) Pflicht zur aktiven Wahl	162
bb) Influzierende Grüne Nudges	163
(1) Grüne Standardvorgaben	163
(2) Grünes Framing	164
(3) Grüne soziale Normen	166

III.	Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	167
1.	Privat- oder Intimsphäre	167
2.	Einstellungsfreiheit	168
IV.	Verfassungsrechtliche Rechtfertigung, insbesondere Verhältnismäßigkeit	169
1.	Legitimer Zweck	169
2.	Geeignetheit	169
3.	Erforderlichkeit	170
a)	Im Vergleich zu reflexionsanregenden Grünen Nudges	171
b)	Im Vergleich zu den traditionellen Steuerungsinstrumenten des Umweltrechts	172
4.	Angemessenheit	173
a)	Gewicht und Dringlichkeit des Umwelt- und Klimaschutzes	173
b)	Eingriffsintensität	174
aa)	Heimlichkeit	174
bb)	Erwartbarkeit	175
cc)	Transparenz	175
dd)	Kumulative Grundrechtsbelastungen	176
c)	Gewicht und Schutzwürdigkeit der nicht klimafreundlichen Freiheitsbetätigung	177
B.	<i>Grundrechte Dritter</i>	178
I.	Beeinflussungsmittler	178
II.	Dritt betroffene	179
1.	Problem: Eingriff bei nur mittelbar-faktischer Beeinträchtigung	180
2.	Rechtfertigung	182
C.	<i>Fazit</i>	183
§ 6 Grüne Nudges: Abgrenzung zu und Vergleich mit den sonstigen Instrumenten des Umweltrechts		187
A.	<i>Ordnungsrechtliche Instrumente</i>	188
I.	Wirkungsweise und Erscheinungsformen	188
II.	Abgrenzung zu Grünen Nudges	189
III.	Stärken und Schwächen im Vergleich	190
1.	Ökologische Treffsicherheit	190
2.	Vollzugsprobleme und Durchsetzungsaufwand	191
3.	Anreizwirkung	193
4.	Bewältigung von diffusen Emissionsquellen	193
B.	<i>Ökonomische Instrumente</i>	194
I.	Umweltökonomischer Hintergrund	194
II.	Wirkungsweise und Erscheinungsformen	195

III.	Abgrenzung zu Grünen Nudges	197
1.	Unterschiede und Gemeinsamkeiten	197
2.	Abgrenzungsprobleme	199
a)	Sichtbarmachung von finanziellen Vor- und Nachteilen durch Grünes Nudging	199
b)	5-Cent-Abgabe für Plastiktüten	200
c)	Selbstbindungsmöglichkeiten mit finanziellen Sanktionen	201
IV.	Stärken und Schwächen im Vergleich	202
1.	Ökologische Treffsicherheit	202
2.	Geeignete Zielgruppe und Entscheidungsart	203
3.	Effizienz und Durchsetzungsaufwand	205
4.	Freiheit und Akzeptanz	207
C.	<i>Konsensuale und informale Instrumente</i>	209
I.	Wirkungsweise und Erscheinungsformen	209
II.	Abgrenzung der Grünen Nudges	211
1.	Von den konsensualen Instrumenten des Umweltrechts	211
2.	Von den informalen Instrumenten des Umweltrechts	212
III.	Stärken und Schwächen im Vergleich	214
1.	Ökologische Treffsicherheit	214
2.	Geeignete Zielgruppe und Bewältigung diffuser Emissionsquellen	216
D.	<i>Informationelle Instrumente</i>	217
I.	Wirkungsweise und Erscheinungsformen	217
II.	Abgrenzung zu Grünen Nudges	218
1.	Abgrenzungskriterien	218
a)	Zweck: Verhaltenslenkung	218
b)	Öffentlichkeitsbezug	219
c)	Informationsaufbereitung mit Bezug zu Rationalitätsdefiziten oder systematischen Verhaltenstendenzen	219
aa)	Bereitstellung von Informationen	219
bb)	Art und Weise der Informationsbereitstellung	221
d)	Konkreter Entscheidungsbezug	221
2.	Beispiele aus dem Bereich der Umweltinformationen	222
a)	Zugang zu Umweltinformationen	222
b)	Behördliche Auskünfte und Beratungen	223
c)	Öffentlichkeitsarbeit	223
d)	Umweltberichterstattung	223
e)	Staatliche Schadstoff- bzw. Emissionsregister	224
f)	Umweltaufklärung	225
g)	Umweltbezogene Hinweise, Empfehlungen und Warnungen	226

III. Stärken und Schwächen im Vergleich	228
1. Ökologische Treffsicherheit	228
a) Berücksichtigung der kognitiven Grenzen der Menschen	228
b) Unabhängigkeit der Steuerungswirkung vom Umweltbewusstsein	229
c) Reduzierung der Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten	229
2. Verhaltenswirksamkeit nur in Niedrigkostensituationen	230
3. Edukatorische Wirkung	231
E. Fazit	232
I. Grüne Nudges als neuartiges Steuerungsinstrument	232
II. Funktion von Grünen Nudges im umweltrechtlichen Instrumentenmix	234
Schlussfolgerungen und Ausblick	237
A. Grünes Nudging und die Ökokrise	237
I. Klimawandel	237
II. Verlust der Biodiversität	242
III. Flächenversiegelung	245
IV. Plastik	248
B. Schwächen und Kritik	252
I. Unzulänglichkeit des Grünen Nudgings in Anbetracht der ökologischen Herausforderungen	252
II. Responsibilisierung und Aufmerksamkeitsverschiebung	254
III. Verlust der individuellen und gesellschaftlichen Lern- und Entwicklungsfähigkeit	256
IV. Definitions- und Abgrenzungsschwierigkeiten	259
C. Stärken und Perspektiven	260
I. Sinnvolle Ergänzung und Fortentwicklung des umweltrechtlichen Steuerungsinstrumentariums	260
II. Entkopplung von Umweltbewusstsein und umweltfreundlichem Verhalten	262
III. Grünes Nudging als Kompromisslösung	263
IV. Experimentelle Gesetzgebung	265
Literaturverzeichnis	267
Sachregister	295