

Vorwort

Konsumentensouveränität betrifft die Souveränität eigeninteressierten Handelns auf Märkten im Rahmen von *Beschränkungen, die schädliche Drittwirkungen verhindern*. Dass solcherart motivierte institutionell-rechtliche Beschränkungen in gewissem Umfang notwendig sind, wird von kaum jemandem bestritten. Darüber hinaus sind auf zwei Ebenen *Grenzen der Konsumentensouveränität* festzumachen, die größere Probleme aufwerfen – konzeptuell wie praktisch.

Zum einen sind Situationen vorstellbar, in denen die Nachfrage- und Angebotsentscheidungen korrekturbedürftig scheinen – und zwar korrekturbedürftig nicht deswegen, weil die Interessen Dritter geschädigt werden, sondern die Interessen der handelnden Person selbst. Der größere Teil der Literatur zu den *Meritorischen Gütern* (vgl. Musgrave 1959) hatte solche Korrekturen aufgrund von *Bounded rationality* (beschränkter Rationalität) im Visier. Solche Korrekturen wurden üblicherweise mit dem Zusatz „paternalistisch“ versehen. Seltener wird der Begriff „elitistisch“ verwendet, der den Vorteil hat, ohne den Gender-spezifischen Klang von paternalistisch (lat. *pater* = Vater) auszukommen.

Zum anderen greift der Appell an die Souveränität des auf Märkten kaufenden und verkaufenden Individuums insofern zu kurz, als Kauf und Verkauf nicht die einzigen Formen sozialer Interaktion sind. Es gibt Entscheidungen, die primär einen kollektiven bzw. politischen (und nicht einen marktlichen) Hintergrund und Horizont haben. Als Konsumenten entscheiden wir uns für Marlboro und gegen Milde Sorte. Im politischen Forum können wir uns (in welcher Form auch immer) an der kollektiven Entscheidungsfindung über Form und Reichweite jener Vorkehrungen beteiligen, welche die Regulierung des Tabakkonsums oder der Lebensmittelsicherheit zum Gegenstand haben. Möglicherweise gibt es eine Art Wählerinnensouveränität, die einen grundsätzlich anderen Charakter als die Konsumentensouveränität hat.

In Anlehnung an eine von Kenneth Arrow (1951) getroffene Unterscheidung könnte man sagen: Ob ich lieber Marlboro oder Milde Sorte

konsumiere, hängt primär von meinen *tastes* (Geschmacksurteilen) ab. Dagegen ist meine Stellung zu politisch durchgesetzten Regulierungen des Tabakkonsums auch oder sogar primär von meinen *values* (politische Urteile, Vorstellungen über die guten Regeln menschlichen Zusammenlebens) abhängig. Und möglicherweise gibt es mitunter gute Gründe für mich, als Teil einer politischen Körperschaft Restriktionen und Bindungen zu beschließen, die fallweise in gewissem Konflikt zu meinem Handeln als Marktteilnehmer stehen.

Die Grenzen der Konsumentensouveränität haben also nicht nur mit der Frage zu tun: Welche Arten staatlicher Eingriffe sind aus der Absicht erklärbar, (wirklich oder vermeintlich) selbstschädigendes Verhalten paternalistisch zu korrigieren – und sind diese Korrekturen normativ zu rechtfertigen? Grenzen der Konsumentensouveränität haben vielmehr auch mit den Grenzen der Politik, aber auch den Grenzen des Marktes als Formen der Regelung des sozialen Zusammenlebens zu tun.

Von normativem Interesse sind dabei Antworten auf Fragen wie: In welchen Fällen und auf welchen Ebenen soll der *homo politicus* den Vorrang vor dem *homo oeconomicus* bekommen? Welches sind die Bestimmungsgründe, die den diskursiven Widerspruch und das Votum des als Souverän begriffenen Kollektivs der Stimmbürger/innen bei einer politischen Abstimmung als plausiblen Modus erscheinen lassen – und in welchen Fällen spiegeln die Abwanderung (also die „Abstimmung“ auf Märkten mit der Kaufkraft souveräner Konsumenten) am getreuesten das wider, was die Menschen wirklich wollen?

Aber zurück zum erstgenannten Aspekt, jener der *Korrektur individueller Entscheidungen*. Dieser ist in den letzten Jahren zunehmend Gegenstand von Diskussionen in der Ökonomik und darüber hinaus. Hintergrund hierfür sind die Fortschritte in der Verhaltensökonomik (insb. der experimentellen Ökonomik und Neuroökonomik), welche die Formulierung und Konkretisierung eines weithin als attraktiv empfundenen libertären (oder weichen) Paternalismus (Thaler/Sunstein 2003) erlaubte.

Nudge – Stupser, Schubser – nichts deutete bis vor kurzem auf eine wissenschaftliche Karriere dieses Begriffs in der Ökonomik hin. Das Buch von Richard H. Thaler und Cass R. Sunstein *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* (2008) verlieh den einschlägigen Fachdebatten breitere Resonanz. Mitunter werden sozial- und

gesundheitpolitische Ansätze etwa der Obama-Administration damit in Verbindung gebracht. Der Untertitel „Entscheidungen verbessern“, oder wie es in der deutschen Übersetzung formuliert ist „Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt“ (2009), gibt einen Hinweis auf die Hauptanliegen des libertären Paternalismus. Dieses besteht darin, Korrekturen zu ermöglichen, ohne die Wahlfreiheit einzuschränken (starker Paternalismus), ja ohne das als problematisch erachtete Verhalten (z.B. Rauchen oder Konsum von *junk food*) kostspieliger zu machen, etwa durch steuerliche Anreize (*sin taxes*). Rauchen ist insofern ein besonders interessantes Beispiel, da es sich dabei um eine Gemengelage aus selbstschädigendem Verhalten und externen Effekten für Dritte durch die Folgen des Passivrauchens handelt.

Daher beschäftigt sich eine ganze Reihe von Aufsätzen in diesem Band resümierend, kritisch oder konstruktiv mit dem Beitrag, den jene Entwicklungen in der Verhaltensökonomik im Kontext einer präziseren Auffassung der Grenzen der Konsumentensouveränität und deren institutionellen Implikationen leisten.

Richard Sturn versucht in seinem Einleitungsaufsatz den Beitrag der Verhaltensökonomik zur Auslotung der Grenzen der Konsumentensouveränität in einen allgemeineren Rahmen einzuordnen. Nach einem Rück- und Überblick auf Konzepte der Meritorik werden die unterschiedlichen Ebenen von Souveränität, Wahlfreiheit und Autonomie in einen Rahmen gebracht, in dem mehrere Ebenen Präferenzen höherer Ordnung unterschieden werden.

Gebhard Kirchgässner setzt sich in einem sorgfältig differenzierenden Aufsatz mit den Perspektiven der Rekonstruktion der meritorischen Argumente in einem individualistischen Ansatz auseinander, wie sie durch das Konzept kollektiver Selbstbindung einerseits und den sanften Paternalismus der Verhaltensökonomik andererseits ermöglicht wird. Dabei bietet er auch eine fein abwägende Einschätzung radikal-libertärer Kritik am sanften Paternalismus.

Jonathan F. Schulz und Christian Thöni geben einen Überblick über einige der interessantesten einschlägigen Befunde der experimentellen Ökonomik zu suboptimalem Verhalten und stellen Möglichkeiten libertär-paternalistischer Interventionen dar. Auch erörtern sie die Frage, in-

wiefern Menschen empirisch eine Neigung zum Paternalismus, also zur besserwisserischen Bevormundung anderer haben.

Werner Güth und Hartmut Kliemt übertragen die klassische Konsumentensouveränität auf die kollektive Ebene. Dies wird durch Mechanismen der kollektiven Interaktion bewerkstelligt, deren Verfahren gewissen normativen Anforderungen genügen, die zur Konsumentensouveränität analoge individualistisch-egalitäre Werte zur Geltung bringen. Sie schlagen damit eine axiomatisch basierte Alternative zum *Mechanism Design* vor, eine Alternative, die *prozedurale* Eigenschaften zum Kriterium macht. Sie verbinden dies mit der Präsentation einschlägiger experimenteller Evidenz.

Manfred Holler blickt hinter den Schleier der auf Märkten artikulierten Konsumpräferenzen, indem er anhand einer theoretischen Struktur, die aus der Kollektiventscheidungstheorie übernommen ist, folgendes verdeutlicht: Viele Konsumententscheidungen sind mehrdimensional. Bei mehrdimensionalen Konsumententscheidungen drohen nicht nur spezifische Formen von Inkonsistenz, sondern auch Manipulationsgefahr.

Christian Hiebaum geht ganz explizit auf die eingangs dargestellte Doppelnatur der Grenzen der Konsumentensouveränität ein. Hieraus wird u.a. deutlich, dass zum einen nicht jede Art von staatlichem Umgang mit solchen Grenzen mit Paternalismus zu assoziieren ist. Zum anderen arbeitet er heraus, dass vielmehr auch der Modus des vorgängigen kollektiven Handelns entscheidend dafür ist, wie politisch durchgesetzte Beschränkungen aus der Perspektive von Autonomie und Freiheit zu beurteilen sind. Es gibt eben auch *von den Individuen kollektiv gewählte* Selbstbindungen (worauf auch Gebhard Kirchgässner in seinem Beitrag zu diesem Band hinweist). Deren Autonomieverträglichkeit hängt wiederum mit der Qualität der entsprechenden kollektiven Prozeduren zusammen (vgl. auch den Beitrag von Sturm).

Lucia A. Reisch diskutiert Kernelemente und Instrumente einer verhaltensorientierten Energienachfragepolitik. Sie stellt Überlegungen an, wie Energienachfragepolitik auf der Grundlage verhaltensökonomischer Erkenntnisse konzipiert werden kann und welche Rolle Konsumenten dabei einnehmen können.

Marlene Haupt konkretisiert das Spannungsfeld marktförmiger Konsumentensouveränität vs. politikförmiger Strukturgestaltung in Bezug auf die Altersvorsorge, wobei ebenfalls verhaltensökonomische Einsichten

zum Tragen kommen. Sie stellt dabei auf den mittlerweile gut dokumentierten Befund ab, dass gerade der Bereich der Alterssicherung einer ist, in dem Konsumentensouveränität als Prämisse relativierungsbedürftig ist.

Notburga Ott berührt mit ihrem Beitrag zu familiären Entscheidungen in mehrfacher Weise die Kernthematik dieses Bandes. Zum einen sind Familien ein zentraler Ort, indem Bildungsprozesse jener persönlichen Identitäten stattfinden, die als Träger von Autonomie und verschiedener Formen von Souveränität überhaupt erst in Frage kommen. Zum anderen sind familienbezogene Entscheidungen in unterschiedlichem Grad und auch auf unterschiedliche Weise mit Irreversibilität verbunden – dies fängt schon mit Entscheidungen zur Gründung einer Familie an. Wie Ott zeigt, ergeben sich daraus interessante Schlussfolgerungen für Familienpolitik im weitesten Sinne, aber auch für die Behandlung von Familie in der Ökonomik.

Stefan Schlag diskutiert subtile Differenzierungen in der Verbraucherpolitik anhand der Regulierung von Substanzen, die (auch) dem Psychopharmakologischen Enhancement dienen (können). Hier ergibt sich die Frage, ob und inwiefern eine Analogisierung zur Regulierung von Medikamenten gerechtfertigt und angezeigt ist. Daran lässt sich die interessante Frage anschließen, inwiefern sich Unterschiede ergeben, weil sich Patienten in einer anderen Entscheidungssituation befinden als Personen, die auf *Enhancement* aus sind.

Werner Pascha und Markus Taube diskutieren Besonderheiten wirtschaftlichen Verhaltens in Ostasien, wobei sie einen expliziten Bezug zu verhaltensökonomischen Ansätzen mit Überlegungen verbinden, die zu einer Rechtfertigung von *Nudging* führen.

Ulrich Witt und Christian Schubert liefern eine differenzierende Kritik der normativen Perspektiven, die sich aus der Verhaltensökonomik und der Glücksforschung ergeben. Sie schließen ihren Aufsatz mit einer evolutorisch gerahmten, motivations- und lerntheoretischen Perspektive auf Fragen der normativen Ökonomik ab.

Aus den hier versammelten Aufsätzen wird deutlich, wie komplex und vielfältig das Thema der Grenzen der Konsumentensouveränität ist. Nicht alle Entwicklungen, die in den letzten zwei Jahrzehnten auf verschiedenen Ebenen interessante und forschungsstrategisch weiterführende Per-

spektiven aufgezeigt haben, kommen in diesem Band angemessen zur Sprache. Auf der Ebene der positiven Theorie betrifft dies etwa die *Economics of Identity*, wie sie vor allem von Rachel Kranton gemeinsam mit dem Nobelpreisträger George Akerlof (2000) inauguriert wurde. Auf der normativ-konstitutionentheoretischen Ebene wäre etwa eine ausführlichere Auseinandersetzung mit Robert Sugdens Überlegung lohnend, Konsumentensouveränität sei auch bei inkohärenten individuellen Präferenzen ein plausibler Ausgangspunkt.

Des Weiteren werden auch Ansätze zu einer nicht-welfaristischen normativen Ökonomik im Anschluss an Amartya Sen nur kurz gestreift (etwa im Beitrag Sturns). Sen versucht hierbei, Rechte und Freiheiten, bzw. *Capabilities* und *Functionings* in die Wohlfahrtsökonomik zu integrieren. Seine Perspektive zielt auf die Lösung eines schwierigen Dilemmas ab. Objektive Indikatoren für gelingendes menschliches Leben (und *Capabilities* und *Functionings* haben diesen Aspekt) werden bei Anwendung in der Praxis *nolens volens* die Reichweite von Konsumentensouveränität einschränken. Denn Bereiche wie Bildung, Gesundheit oder Mobilität müssen im Rahmen solcher Ansätze zum Gegenstand spezifischer kollektiver Politiken werden. Damit ist die Gefahr verbunden, dass dem Eigensinn subjektiver Präferenzen und der Individualität von Bedürfnissen nicht mehr genügend Raum gelassen wird. Sen erkennt diese Gefahr und versucht, den Stärken des individualistischen Ansatzes der Wohlfahrtsökonomik ebenso gerecht zu werden wie seinen Schwächen.

Eine ähnliche Absicht ist auch mit dem vorliegenden Band verbunden, dessen Beiträge allerdings in höherem Maß auf Diskussionen Bezug nehmen, die einen empirisch-verhaltensökonomischen Hintergrund haben. Den Kern des Jahrbuchs 12 „Grenzen der Konsumentensouveränität“ bilden anonym begutachtete und überarbeitete Fassungen der Tagungsbeiträge (Originalbeiträge) der gleichnamigen Veranstaltung der Evangelischen Akademie Tutzing (7. bis 9. März 2012), die um weitere Beiträge ergänzt wurden. Wir danken den Kommentatoren aus dem Kreis des Herausgeberbeirats sowie weiteren Gutachtern sehr herzlich für ihre Unterstützung.

Literatur

- Akerlof, George A. und Kranton, Rachel E. (2000): Economics and Identity. *Quarterly Journal of Economics* 65 (3), S. 715-753.
- Arrow, Kenneth (1951): *Social Choice and Individual Values*. New York: Wiley.
- Musgrave, Richard (1959): *The Theory of Public Finance*. New York: McGraw Hill.
- Sen, Amartyo (2002): *Rationality and Freedom*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Thaler, Richard H. und Sunstein, Cass R. (2003): Libertarian Paternalism Is Not An Oxymoron. *University of Chicago Law Review* 70 (4), S. 1159-1202.
- Thaler, Richard H. und Sunstein, Cass R. (2008): *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press [(2009): Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt. Ullstein].