

Verbraucherschutz | 25.07.2016 | Lesezeit 4 Min.

## Wie Menschen bessere Entscheidungen treffen

*Ungesundes Essen, ungenutzte Fitness-Abos, unrentable Finanzanlagen: Wenn Menschen etwas kaufen oder Verträge unterschreiben, handeln sie nicht immer zum eigenen Vorteil. Für den Schutz der Verbraucher – auch vor sich selbst – gibt es nun neue Ansätze. Sie verbessern die Entscheidungen der Menschen, ohne ihre Wahlfreiheit zu beschneiden.*

---

Bisherige Maßnahmen zum Verbraucherschutz setzen vor allem auf die Aufklärung der Konsumentinnen und Konsumenten. Die Idee dahinter: Wenn die Menschen über alle Produkteigenschaften detailliert Bescheid wissen, treffen sie immer die beste Kaufentscheidung. Die Praxis zeigt allerdings, dass dem nicht so ist. So belegen empirische Untersuchungen der Verhaltensökonomik, dass der Mensch beim Einkauf nur begrenzt rational handelt. Oft gibt es einfach viel zu viele Informationen. Hinzu kommen Fehleinschätzungen, die zu spontanen und langfristig schädlichen Entscheidungen verleiten.

Während das Problem der eingeschränkten Rationalität nicht neu ist, mehren sich weltweit die Versuche, mit einem praxistauglicheren, modernen Verbraucherschutz gegenzusteuern. Die Grundidee ist, den Verbrauchern weiterhin die Entscheidungen zu überlassen, diese aber zu verbessern. Wie das gehen kann, zeigen vier typische Beispiele (Grafik):

# Verbraucherschutz: Neue Lösungen für alte Probleme

---

| <b>Problem</b>                      | <b>Verhaltensökonomischer Ansatz</b>   |
|-------------------------------------|--|
| Übergewicht und ungesunde Ernährung | <ul style="list-style-type: none"><li>– Ausgewogene Menüs in der Kantine</li><li>– Soziale Belohnung durch gemeinsamen Sport</li><li>– Auffällige und leicht zugängliche Platzierung gesunder Lebensmittel</li></ul> |
| Informationsdefizite                | <ul style="list-style-type: none"><li>– Grafische Darstellung von Informationen</li><li>– Gütesiegel</li><li>– Standardisierte Informationen</li></ul>   |
| Kaum Anbieterwechsel                | <ul style="list-style-type: none"><li>– Einfache, standardisierte Informationen</li><li>– Schulfach Wirtschaft</li></ul>   |
| Mangelhaftes Finanzwissen           | <ul style="list-style-type: none"><li>– Finanzwissen weniger textlastig, sondern mehr in Videos und Bildern vermitteln</li><li>– Motto: „Vertrauen statt Formulare“</li></ul>  |

## Alte Probleme - neue Lösungen

**Übergewicht.** Mehr als jeder zweite Deutsche ist übergewichtig. Erfahrungsgemäß fällt es den Menschen trotz guter Vorsätze sehr schwer, ihre Ernährungsgewohnheiten umzustellen. Um das zu ändern, führte Dänemark 2011 eine Steuer auf fetthaltige Lebensmittel ein - und zeigte damit ungewollt, wie man es nicht machen sollte. Denn statt ihr Essverhalten zu ändern, kauften viele Dänen im Ausland ein. Nach zwei Jahren wurde die Steuer wieder abgeschafft.

Die verhaltensökonomische Forschung schlägt andere Lösungen vor. Sinnvoll ist zum Beispiel der Erfahrungsaustausch mit anderen Betroffenen. Auch gesunde Menüs in Schulen und Kantinen - als Standardangebot, nicht als Ausnahme - sind ein probates Mittel. Voraussetzung ist aber immer die freiwillige Teilnahme, denn sonst kann die gute Absicht Trotzreaktionen auslösen. So ernteten die Grünen mit ihrem „Veggie-Day“ für Kantinen im Wahljahr 2013 so viel mediale Entrüstung, dass sie den Vorschlag im nächsten Jahr in der Versenkung verschwinden ließen.

**Informationsdefizite.** Um die Verbraucher leichter durch die Flut an Informationen zu lotsen, sind Gütesiegel sehr verbreitet. Mittlerweile gibt es jedoch so viele davon, dass sie selbst als Teil des Problems empfunden werden. Deshalb wären Vereinfachungen und staatlich geprüfte Qualitätsstandards für die Siegelvergabe hilfreich. Auch könnten die Unternehmen selber das Vertrauen in ihre Produkte aufbauen, indem sie zum Beispiel freiwillig mit Nichtregierungsorganisationen wie Greenpeace zusammenarbeiten.

---

Nur 10 Prozent der Bundesbürger wissen, wie Aktien und Investmentfonds funktionieren.

---

**Kaum Anbieterwechsel.** Viele Verbraucher bleiben lange bei ein und demselben Vertragspartner für ihr Handy, den Strom oder das Fitnessstudio - selbst wenn sie durch einen Wechsel viel Geld sparen könnten. Laut einer kalifornischen Studie zahlen zum Beispiel die Kunden von Fitnessstudios per Abonnement im Schnitt 70 Prozent mehr, als wenn sie einen Tarif gewählt hätten, bei dem sie für jeden Besuch einzeln zahlen. In Deutschland gab 2013 jeder dritte Haushalt zu viel Geld für Strom aus, berichtet die Bundesnetzagentur.

Allein den Wettbewerb zwischen den Anbietern zu intensivieren, löst das Problem nicht, denn darauf reagieren die Verbraucher nicht. Vielmehr muss ihr Wissen gestärkt werden – etwa darüber, dass sie ihren Willen, mehr Sport zu treiben, bei Vertragsabschluss oft überschätzen. Eine hilfreiche Verbraucherschutzmaßnahme ist die inzwischen eingeführte gesetzliche Begrenzung von Vertragslaufzeiten auf zwei Jahre. Zudem haben Fitnessstudio-Kunden ein Sonderkündigungsrecht bei Krankheit oder Schwangerschaft.

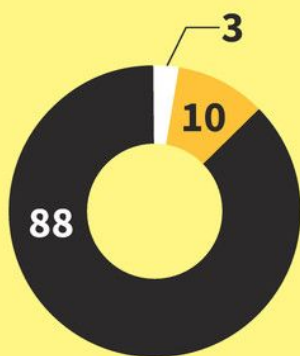
**Mangelhaftes Finanzwissen.** Die Deutschen investieren viel sicherheitsbewusster – und damit weniger gewinnträchtig – als Anleger aus anderen Ländern. Die aktuellen Niedrigzinsen und das sinkende Rentenniveau verschärfen das Renditeproblem zusätzlich. Doch um erfolgreich am Börsenhandel teilnehmen zu können, fehlt es an Kenntnissen. Eine Befragung des Bundesverbands der Verbraucherzentralen zeigt (Grafik):

**Nur 10 Prozent der Bundesbürger wissen, wie Aktien und Investmentfonds funktionieren – bei Lebens- und Rentenversicherungen sieht es kaum besser aus.**

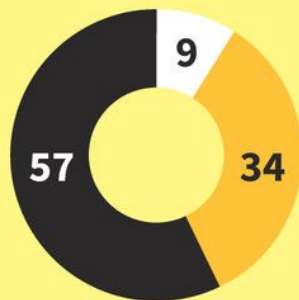
# Mangelhafte Kenntnisse über Finanzprodukte

So viel Prozent der 620 Befragten in Deutschland gaben folgende Antwort

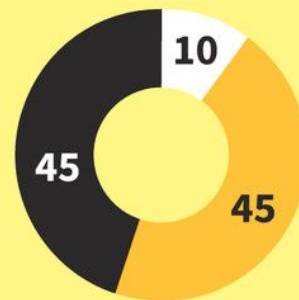
- Kenne diese Produkte und weiß, wie sie funktionieren
- Kenne die Begriffe, weiß aber nicht, wie die Produkte funktionieren
- Habe keine Kenntnisse



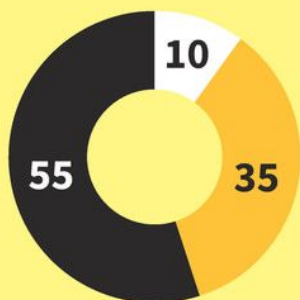
Zertifikate, Optionsscheine



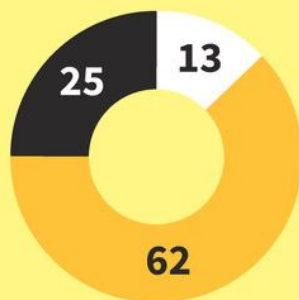
Festverzinsliche Wertpapiere



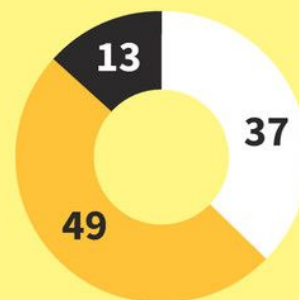
Investmentfonds



Aktien



Lebens- oder Rentenversicherungen



Einlagengesicherte Anlagen

Stand: 2014/2015

Quelle: Verbraucherzentrale Bundesverband  
© 2016 IW Medien / iwd 26

Damit Banken und Versicherungen diese Wissenslücken nicht ausnutzen, hat der Gesetzgeber als Reaktion auf die Finanzkrise die Regulierung der Finanzberatung verschärft. Beratungsprotokolle und Produktinformationsblätter sollten die Position der Verbraucher stärken. Weil diese Regulierungen jedoch aufwendig und bürokratisch sind, verabschiedet sich manche Bank ganz aus der Aktienberatung für Kleinanleger. Laut Deutschem Aktieninstitut verzichtete 2014 gut ein Fünftel der Banker auf Beratungen über einzelne Aktien. Als wesentlichen Grund nannte die Hälfte von ihnen das Beratungsprotokoll, dem sie zudem nur einen geringen Einfluss auf die Beratungsqualität bescheinigten.

Damit neue Regulierungen möglichst nur jene Wirkungen haben, die im Sinne der Verbraucher sind, können sie zuvor in verhaltensökonomischen Untersuchungen überprüft werden. Bei der Geldanlage wäre zudem eine bessere Finanzbildung vonnöten und die Banken müssten alles daransetzen, das Vertrauen der Menschen zurückzugewinnen.

Einige Regierungen setzen die neuen Vorschläge zum Verbraucherschutz bereits praktisch um. So beraten Verhaltensökonomien die Regierungen der USA und Großbritanniens – und seit März 2015 auch das Bundeskanzleramt.

## **IW-Analysen Nr. 106**

[Dominik H. Enste, Mara Ewers, Christina Heldman, Regina Schneider:  
Verbraucherschutz und Verhaltensökonomik – Zur Psychologie von Vertrauen und Kontrolle](#)

### **Kernaussagen in Kürze:**

- Empirische Untersuchungen der Verhaltensökonomik zeigen, dass der Mensch beim Einkauf nur begrenzt rational handelt – oft gibt es einfach viel zu viele Informationen.
- Ein moderner Verbraucherschutz versucht deshalb, die Entscheidungen der Menschen zu verbessern, ohne ihre Wahlfreiheit einzuschränken.
- Diesen Ansatz unterstützt inzwischen auch die Bundesregierung – sie lässt sich von Verhaltensökonomien beraten.