energieschweiz

Nudging in Gemeinden

Diese Fragen und Antworten helfen Ihnen, Nudging im Energie- und Klimabereich einzuordnen und seinen Einsatz in Ihrer Gemeinde zu prüfen. Sie erläutern die Grundlagen, zeigen Möglichkeiten und Grenzen auf und geben Orientierung zu rechtlichen und ethischen Fragen.

Grundlagen: Begriff, Abgrenzung und Verbreitung

1. Was bedeutet «Nudging» oder «Anstupsen»?

Nudging bedeutet, Entscheidungssituationen so zu gestalten, dass beispielsweise energie- und klimabewusstes Verhalten einfacher und naheliegender wird. Dabei gibt es weder Gebote noch Verbote oder finanzielle Anreize. Ein «Nudge» ist ein freundlicher «Stups», Anreiz oder Anregung zu einem bestimmten Verhalten.

Ausgewählte Beispiele:
- Ökostrom als Standardeinstellung (Opt-out statt Opt-in)
- Energieetiketten für einfachere Entscheidungen
- Verbrauchsvergleiche auf Stromrechnungen: «Ihr Verbrauch liegt 10 % über dem Durchschnitt Ihres Quartiers.»

2. Worin unterscheidet sich Nudging von anderen Massnahmen?

Nudges knüpfen an automatischen, intuitiven Entscheidungsmustern an. Dazu gehören Gewohnheiten, Voreinstellungen und einfache «Faustregeln», nach denen Menschen im Alltag entscheiden. Ein Nudge erleichtert eine bestimmte Entscheidung, ohne andere Möglichkeiten auszuschliessen oder finanzielle Anreize zu verändern. Das Ziel wird offen kommuniziert. Anders als reine Informationskampagnen stützt sich Nudging auf Erkenntnisse aus der Verhaltenspsychologie. Damit können gezielt Hürden abgebaut werden, die einer Verhaltensänderung im Weg stehen.

3. Warum ist Nudging für Schweizer Gemeinden interesant?

Viele Nudges lassen sich mit geringem Aufwand und ohne gesetzliche Anpassungen umsetzen. Gemeinden können damit schnell und mit bestehenden Mitteln starten. Die Massnahmen wirken im Alltag und ergänzen bisherigen Aktivitäten sinnvoll.

4. Funktioniert Nudging im Energiebereich?

Ja, für einzelne Anwendungen ist die Wirkung gut belegt.

- Vergleiche des eigenen Stromverbrauchs mit Nachbarhaushalten («soziale Norm») senken den Verbrauch nachweislich um einige Prozent. Die Wirkung ist moderat und kann mit der Zeit nachlassen.
- Im Bereich Photovoltaik zeigen Studien, dass Nudging-Massnahmen, die gezielt mit Verlustaversion arbeiten – etwa mit dem Hinweis auf bislang ungenutztes Potenzial des eigenen Dachs – sowie Peer-Effekte («Nachbarschaftseffekte») das Interesse an Photovoltaikanlagen und deren Zubau deutlich steigern können.
- Auch beim Warmwasserverbrauch zeigen verschiedene Studien, dass Nudging zu messbaren Einsparungen führen kann.

5. Setzen öffentliche Verwaltungen in anderen Ländern Nudging ein?

Nudging wird von öffentlichen Verwaltungen weltweit eingesetzt.

Die OECD hat über 300 Institutionen in 63 Ländern erfasst, die verhaltenswissenschaftliche Ansätze in der Politikgestaltung einsetzen. Mehr als 200 davon gehören Regierungen an. Für den Umweltbereich hat die OECD rund 100 Anwendungen in 30 Ländern ausgewertet (OECD, «Mind Shift, Green Lift», 2025).

Grossbritannien gründete 2010 mit dem «Behavioural Insights Team» die erste staatliche «Nudge Unit». Dem britischen Beispiel folgten u. a. Australien, Kanada, USA, die Niederlande und Deutschland.

Konkrete Anwendungsbeispiele ausserhalb des Energiebereichs haben

- die Steuerehrlichkeit in Grossbritannien und den USA erhöht.
- das Littering in Schottland reduziert.
- Menschen im US-Bundesstaat Oregon zum Sparen fürs Alter motiviert.
- Menschen in Bogotá vom Bei-Rot-Loslaufen abgehalten.

Auf Bundesebene gibt es in der Schweiz bisher keine fest etablierte «Nudge Unit» nach britischem Vorbild. Einzelne Bundesstellen, Kantone und Gemeinden arbeiten aber projektbezogen mit verhaltensökonomischen Ansätzen

6. Ersetzt Nudging bestehende Regulierungen, Förderungen oder Informationen?

Nein. Nudging ergänzt bestehende Instrumente, ersetzt sie aber nicht. Dazu gehören:

- Regulatorische Vorgaben (Gesetze, Verordnungen, Verbote)
- Förderprogramme
- Lenkungsmassnahmen und Steuern
- Informationskampagnen

Die höchste Wirkung entsteht durch die Kombination dieser Instrumente.

Recht und Datenschutz

1. Ist Nudging mit Rechtsgleichheit und Gleichbehandlung vereinbar?

Ja, sofern der Nudge alle Personen gleich behandelt und niemanden ohne sachlichen Grund benachteiligt.

Die öffentliche Hand ist an das Gebot der Rechtsgleichheit (Art. 8 BV) und an das Willkürverbot gebunden. Das gilt auch bei verhaltensorientierten Massnahmen.

Konkret heisst das:

- Der Nudge muss an ein sachliches, offen kommuniziertes Ziel anknüpfen (z. B. Energiesparen, Förderung erneuerbarer Energien).
- Die Wahlfreiheit bleibt für alle erhalten.
- Keine Gruppe darf gezielt benachteiligt oder ausgeschlossen werden.

2. Was gilt es datenschutzrechtlich zu beachten?

Für Gemeinden gilt in erster Linie das kantonale Datenschutzrecht; das revidierte Bundesgesetz (revDSG, 2023) richtet sich an private Personen und Bundesorgane. Klären Sie Ihr Vorhaben deshalb frühzeitig mit der zuständigen kantonalen oder kommunalen Datenschutzstelle ab.
Folgende Grundsätze sind besonders wichtig:

- **Transparenz:** Betroffene Personen wissen, welche Daten erhoben werden und wofür.
- **Zweckbindung:** Daten dürfen nur für den kommunizierten Zweck genutzt werden (z. B. Verbrauchsvergleich).
- **Datenminimierung:** Es werden nur so viele Daten wie nötig verwendet. Wo möglich, werden Daten zusammengefasst oder anonymisiert (z. B. Durchschnittsverbrauch pro Quartier statt pro Haushalt).
- **Rechtsgrundlage:** Bei Personendaten ist eine gesetzliche Grundlage (z. B. kantonales Energiegesetz) oder Einwilligung nötig.

3. Brauchen Nudges Personendaten?

Nicht unbedingt. Viele Nudges funktionieren ohne Personendaten.

Personalisierte Rückmeldungen wie Verbrauchsvergleiche setzen hingegen Daten voraus. Dabei müssen die geltenden Datenschutzbestimmungen eingehalten werden.

4. Dürfen Gemeinden Stromverbrauchsdaten oder Gebäudedaten für Nudges nutzen?

Ja, aber mit klarer Rechtsgrundlage oder Einwilligung sowie sorgfältiger rechtlicher Prüfung im Einzelfall (kantonale Datenschutzbeauftragte).

Ethik – wo liegen die Grenzen?

1. Ist Nudging nicht Manipulation?	Nein. Ein legitimer Nudge ist transparent und respektiert die Wahlfreiheit. Manipulation dagegen geschieht verdeckt, täuscht oder verfolgt Interessen, die den betroffenen Personen nicht offengelegt werden.
2. Untergräbt Nudging die Mündigkeit der Bürgerinnen und Bürger?	Nein. Nudging kann aber ethische Fragen aufwerfen. Entscheidend ist deshalb, wie ein Nudge gestaltet und eingesetzt wird. Kritik: Die Gemeinde behandle Menschen wie Unmündige. Gegenargument: Entscheidungen fallen immer in einem Gestaltungskontext. Die Frage ist nicht ob, sondern wie verantwortungsvoll dieser gestaltet wird.
3. Wie begegne ich der Kritik der «Bevormundung» in der politischen Debatte?	Der Vorwurf lässt sich sachlich entkräften: · Nudges schreiben nichts vor und verbieten nichts – die Wahlfreiheit bleibt erhalten. · Entscheidungssituationen sind nie vollständig «neutral»: Es gibt immer eine «Voreinstellung», eine Reihenfolge, eine Darstellung. Die Frage ist nur, ob diese bewusst und transparent gestaltet wird. · Demokratische Legitimation (z. B. Gemeinderatsbeschluss) und offene Kommunikation des Ziels stärken die Legitimation. Hilfreich ist, das konkrete Vorhaben, sein Ziel und die Ausstiegsmöglichkeit frühzeitig und transparent zu kommunizieren.
4. Wer entscheidet, in welche Richtung «gestupst» wird?	Bei Gemeinden und Städten braucht es eine demokratische Legitimation (z. B. Beschluss des Gemeinderates) sowie ein offen kommuniziertes Ziel (z. B. Netto-Null-Ziele).
5. Was unterscheidet einen «guten» von einem «schlechten» Nudge?	Ein guter Nudge ist transparent, mit legitimem Ziel, leicht umkehrbar und respektiert die Wahlfreiheit des Einzelnen. Problematisch wird es bei versteckten Absichten (Profit), einseitigen Interessen, Täuschungsabsichten und wenn Menschen sich dem Nudge nicht entziehen können.
6. Sollte man den Einwohnenden sagen, dass sie angestupst werden?	Ja. Studien zeigen, dass Transparenz die Wirkung in der Regel nicht oder nur geringfügig schwächt. Aus ethischer Sicht spricht viel für Offenheit, gerade bei Vorhaben der öffentlichen Hand.

7. Was, wenn das Anstupsen gegen die finanziellen Interessen der Personen wirkt?

In diesem Fall ist besondere Vorsicht nötig.
- Legitime Nudges im Energie- und Klimabereich zielen auf Win-Win-Situationen (Energiesparen senkt auch Kosten).
- Wo Zielkonflikte bestehen, sollten diese offen dargelegt und Alternativen angeboten werden.

8. Welche ethischen Leitplanken gelten und wer kontrolliert sie?

Als Orientierung dienen folgende Prinzipien:
- **Transparenz:** Ziel und Vorgehen werden offengelegt.
- **Legitimes Ziel:** Das Vorhaben dient dem öffentlichen Interesse und ist demokratisch abgestützt.
- **Wahlfreiheit:** Der Nudge lässt sich einfach umgehen oder rückgängig machen.
- **Verhältnismässigkeit:** Wählen Sie die mildeste geeignete Massnahme und verzichten Sie auf Täuschung.

Für die Kontrolle sorgen die zuständige politische Behörde (Beschluss und Aufsicht), bei der Datennu zung die (kantonalen) Datenschutzbeauftragten sowie die übliche demokratische und rechtliche Au sicht. Eine begleitende Evaluation hilft, Wirkung und Nebenwirkungen zu überprüfen. Hierbei können auch verschiedene Bildungsinstitutionen helfen.

Wirksamkeit und Risiken: Was bringt Nudging?

1. Wie gross ist die Wirkung tatsächlich?

Nudges haben oft moderate, aber messbare Effekte, besonders im Energiebereich. Einzelne Nudges haben jedoch auch sehr hohe oder gar keine Effekte. Deshalb ist es wichtig, den Nudge gezielt auf die jeweilige Situation abzustimmen und wenn möglich auf Erfahrungen anderer Gemeinden oder auf wissenschaftliche Erkenntnisse zurückz greifen. Auch die Art des Nudges beeinflusst seine Wirkung. Dabei können bereits kleine Veränderungen einen relevanten Beitrag leisten: Wird der Stromverbrauch beispielsweise um wenige Prozent gesenkt, kann sich dies über eine ganze Gemeinde zu einer beträchtlichen Einsparung summieren.

2. Hält die Wirkung von Nudges an?

Das hängt vom Nudge ab. Manche Effekte lassen nach, sobald die Intervention endet (z. B. steigt der Verbrauch wieder, wenn der Vergleich fehlt). Gewöhnungseffekte können die Wirkung ebenfalls beei flussen. Bei Investitionsentscheidungen kann dagegen bereits ein einzelner gut gewählter Zeitpunkt entscheidend sein (z. B. Heizungsersatz mit erneuerbaren Energien statt Öl und Gas).

Für dauerhafte Veränderungen ist häufig eine Kombination verschiedener Instrumente sinnvoll, zum Beispiel:
- Nudges (Vergleiche)
- Anreize (Förderungen)
- Infrastruktur (Ladestationen)

3. Kann Nudging Klimapolitik ersetzen?

Nein.
Nudges sind ein ergänzendes Instrument. Die grossen Hebel erfordern strukturelle Massnahmen und einen politischen Willen.

4. Gibt es Risiken?

Ja.
Mögliche Risiken sind:

- «Rebound-Effekte»: Effizienzgewinne werden durch höheren Verbrauch ausgeglichen.
- «Moralischer Freikauf»: Eine gute Tat rechtfertigt subjektiv eine schlechte.
- Ausbleibende Wirkung: Der Nudge zeigt keinen messbaren Effekt.

5. Welche Ressourcen braucht es – gerade für kleine Gemeinden?

Der Aufwand hängt stark von der Massnahme ab:

- **Niederschwellig:** Formulare, Standardeinstellungen oder Kommunikationstexte lassen sich häufig mit bestehendem Personal und geringem Budget anpassen.
- **Mittlerer Aufwand:** Verbrauchsvergleiche auf Rechnungen setzen Datenzugang, Abstimmung mit dem Energieversorgungsunternehmen und datenschutzrechtliche Prüfung voraus.
- **Höherer Aufwand:** Massnahmen mit eigener Evaluation oder Infrastruktur (z. B. Anzeigen) brauchen Projektbudget und Fachbegleitung.

Für kleinere Gemeinden empfiehlt es sich, mit einer einfachen und gut belegten Massnahme zu beginnen, bestehende Kanäle zu nutzen und von Erfahrungen anderer Gemeinden zu profitieren (siehe Beispiele). Auch Projekte von Studierenden können eine gute Möglichkeit sein.

6. Wie lässt sich die Wirkung von Nudges messen?

Saubere Messung braucht einen Vergleich zwischen einer Gruppe mit und einer ohne Nudge.
Bewährte Ansätze:

- **Vergleichsgruppe:** Eine Gruppe erhält den Nudge, eine vergleichbare nicht. Der Unterschied zeigt die eigentliche Wirkung.
- **Vorher-Nachher mit Referenzwert:** Verbrauch vor und nach der Massnahme messen und mit dem allgemeinen Trend (z. B. Gemeindedurchschnitt) abgleichen.
- **Witterungs- und Preisbereinigung:** Verbrauchsdaten um Heizgradtage und Preisveränderungen korrigieren.

Bereits eine einfache Kontrollgruppe kann die Aussagekraft deutlich erhöhen. Bei Bedarf kann eine Zusammenarbeit mit einer Fachhochschule oder Universität sinnvoll sein.

7. Was, wenn ein Nudge unerwünschte oder gegenteilige Effekte auslöst?

Unerwünschte Effekte sind möglich und sollten mitbedacht werden:

- **Bumerang-Effekt:** Personen, deren Verbrauch unter dem Durchschnitt liegt, könnten ihren Verbrauch erhöhen. Eine positive Rückmeldung für sparsames Verhalten (z. B. ein anerkennendes Zeichen) kann diesem Effekt entgegenwirken.
- **Reaktanz:** Personen können ablehnend reagieren, wenn sie sich bevormundet fühlen. Kommunizieren Sie deshalb offen und betonen Sie die Wahlfreiheit.

8. Kann Nudging soziale Ungleichheit verstärken?

Ja, das Risiko besteht.

Nicht alle Gruppen sind gleich gut erreichbar. Sprachliche oder digitale Hürden können dazu führen, dass einzelne Gruppen weniger profitieren. Auch Massnahmen, die eigene finanzielle Mittel vo aussetzen (z. B. Investitionen), sind nicht für alle Haushalte gleich gut zugänglich.

Nutzen Sie deshalb verschiedene Kanäle, formulieren Sie möglichst einfach und prüfen Sie nach Möglichkeit, wie der Nudge bei unterschiedlichen Gruppen wirkt. Gestalten Sie die Massnahme so, dass niemand zusätzlich benachteiligt wird.

9. Was tun, wenn die gewünschte Wirkung ausbleibt?

Auch das gehört dazu: Nicht jeder Nudge erzielt die gewünschte Wirkung. Ohne eine entsprechende Messung lässt sich dies jedoch kaum beurteilen. Ein transparenter Umgang mit den Ergebnissen ist deshalb Teil eines seriösen Vorgehens und hilft, unwirksame Ansätze nicht unnötig zu wiederholen.

Wenn die gewünschte Wirkung ausbleibt:

- Prüfen Sie, ob die Massnahme wie geplant umgesetzt wurde und die Zielgruppe erreicht hat.
- Gestaltung anpassen (Formulierung, Zeitpunkt, Kanal) und erneut testen.
- Kombinieren Sie den Nudge bei Bedarf mit anderen Instrumenten (Anreize, Infrastruktur).
- Beenden Sie die Massnahme, wenn keine Wirkung erkennbar ist, und dokumentieren Sie die Erkenntnis.

10. Wie unabhängig und wissenschaftlich abgestützt ist dieses Toolkit?

Die Toolbox von EnergieSchweiz wurde in Zusammenarbeit mit Fachleuten der Universität Lausanne erarbeitet. Sie stützt sich auf etablierte verhalten ökonomische Forschung und internationale Erfahrungen (u. a. OECD).

Die Toolbox ist eine praxisorientierte Hilfestellung und keine wissenschaftliche Studie.

Für die Anwendung gilt:

- Die zentrale Aussage: Moderate, aber nachweisbare Wirkungen im Energiebereich sind gut belegt.
- Wo Wirkung im Einzelfall zählt, empfiehlt sich eine eigene Überprüfung.
- Quellen und weiterführende Literatur sind nac folgend aufgeführt.

Praxisbeispiele

1. Welche Nudges haben sich im Energiebereich bewährt?

- Opt-out-Ökostrom (Ökostrom als Standard)
- Verbrauchsvergleiche auf der Stromrechnung
- Vereinfachte Förderanträge (Online-Formularemit Vorab-Check)
- Echtzeit-Anzeigen des Stromverbrauchs (Smart-Meter-Display)
- Energieetiketten (Gebäude, Lampen, Personenwagen, Haustechnik u.a.)

2. Welche Nudging-Beispiele gibt es im Energiebereich in der Schweiz?

- Konkrete Beispiele aus der Schweiz finden Sie in den Steckbriefen der Nudging-Toolbox.

Weiterführende Informationen

- Steckbriefe zu konkreten Beispielen in derSchweiz und Checkliste
- OECD Behavioural Insights:
- Wikipedia zum Thema Nudging
- Stories zum Thema bei EnergieSchweiz von Gemeinden
- **Bundesamt für Energie (BFE):** www.bfe.admin.ch (Rechtliche Rahmenbedingungen)
- **Konferenz der schweizerischen Datenschutzbeauftragten:** www.privatim.ch (Datenschutz in Kantonen und Gemeinden)

