

Freiwillig, gerecht und effizient

Gunter Stephan

Oeschger Centre for Climate Change Research

Universität Bern

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
Berlin

Nachhaltigkeit erfordert Wachstum

- Heutige Wirtschaftsweise ist nicht nachhaltig
Klimawandel "Abbrandzeit" von Mineralien
- Nachhaltig Wirtschaften heisst, wirtschaftliche Tätigkeit von Ressourcen- und Umweltverbrauch zu entkoppeln
- Entkoppeln erfordert technologischen, institutionellen, strukturellen Wandel
- Investitionen sind notwendig

Nachhaltigkeit erfordert Wachstum

- Wachstum erleichtert Investitionen in die Zukunft
mehr Wohlfahrt, weniger Umwelt- und Ressourcenverbrauch
- Anreize und Rahmenbedingungen so setzen, dass
 - (1) Wandel stattfindet
Investitionen in alternative Technologien müssen sich lohnen
 - (2) der Ressourcenverbrauch sinkt
Gefahr des Reboundeffektes

Preise als Anreize

- Ökonomie ist Anreiztheorie
Souveräne Individuen fällen, geleitet von Preisen, Entscheidungen, die Märkte zum Wohl aller koordinieren
- Preise setzen extrinsische Anreize. Damit es zu optimalen Allokationen kommt, muss Kostenwahrheit herrschen
- Kostenwahrheit heisst
Preise erfassen die betriebswirtschaftlichen Kosten und alle Aufwendungen, die direkt und indirekt entstehen

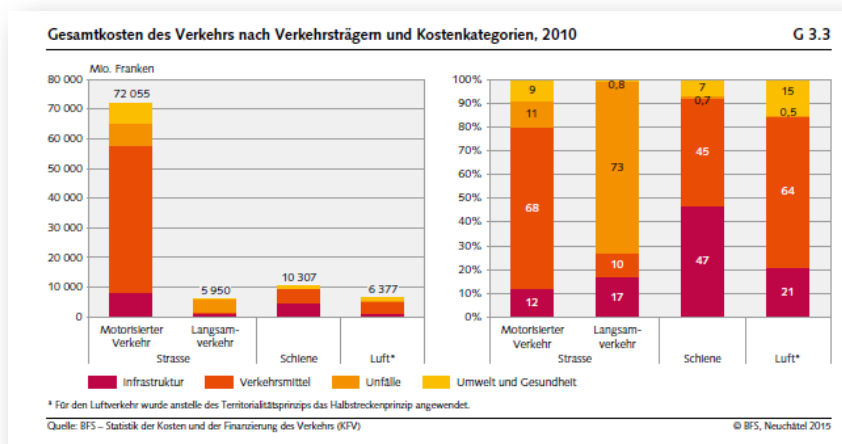
Ökologische Wahrheit

- Sagen Preise nicht die ökologische Wahrheit, sind die gesellschaftliche Kosten höher als die privaten
 - Fossiler Energie: Marktpreise decken kaum die Kosten der Förderung und des Transport. Kompensieren nicht Umweltbeeinträchtigungen und künftige Knappheit
- Sind die Preise zu niedrig, folgt die Übernutzung
- Ökonomen empfehlen
 - Preise und damit die Fehlfunktion der Märkte korrigieren

Preise als Anreize

Was in der Theorie einfach erscheint, ist in der Praxis häufig schwierig

Beispiel Verkehr und Mobilität

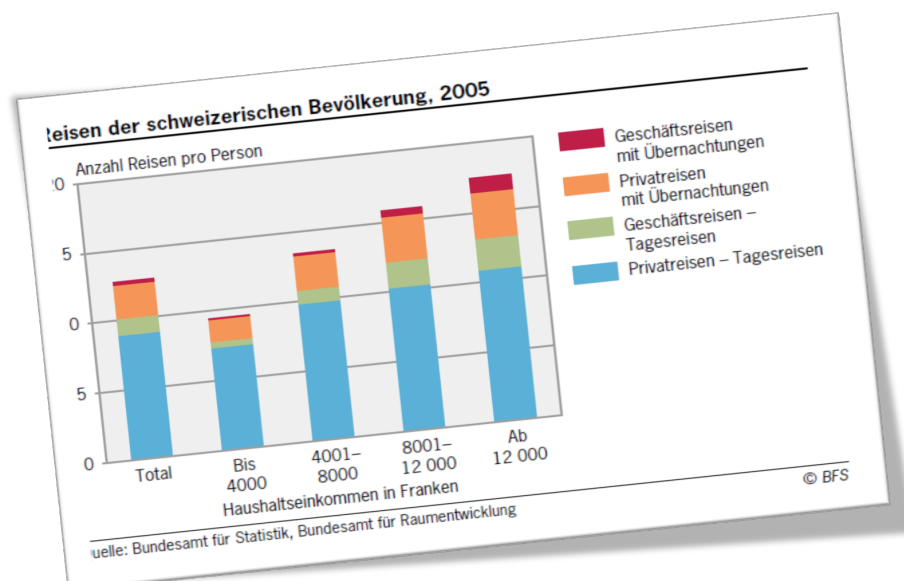


Probleme

Drei wesentliche Probleme

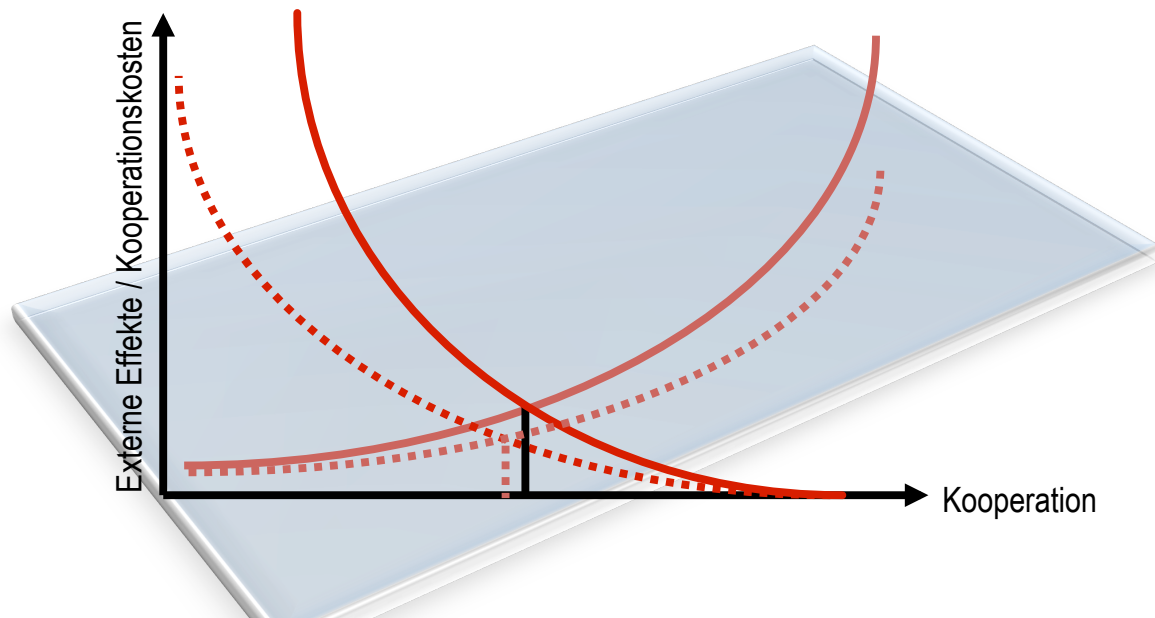
- (1) Die Illusion vom „richtigen“ Preis
Monetarisierung und vollständige Internalisierung externer Effekte
- (2) Fairness versus Effizienz
Menschen wehren sich gegen Massnahmen, die sie als ungerecht empfinden
- (3) Normen und Motivation Crowding out
Bereitschaft, Blut zu spenden nimmt ab, wenn dafür gezahlt wird

Und die Gerechtigkeit? Verteilungseffekte



Motivation Crowding Out

Handeln aus Überzeugung (intrinsisch) und/ oder reagieren auf äussere Impulse (extrinsisch)



Motivation Crowding Out

- Menschen reduzieren ihre intrinsische Motivation, weil sie glauben, andere (der Staat) kümmern sich darum, oder weil sie ja schon ein Entschädigung zahlen
Freiwillige Kompensation für CO2 Emissionen
- Legitimierung durch Wahl
- Preise in kleinen Schritten anheben, kann negativ wirken, weil extrinsische Motivation den Abbau an intrinsischer nicht kompensiert

Preise als Anreize

- Empirisch belegt: die meisten sind kooperativ
 - Kooperieren wenige, nimmt die Kooperationsbereitschaft ab.
 - Kooperieren viele, verstärkt dies die Kooperationsbereitschaft
- Umweltsteuern steigern die Kooperationsbereitschaft, wenn sie nicht als „Freikaufen“ angesehen werden
 - Abholen aus Kindergarten, Nudging, Framing , Anerkennung
- Zudem
 - Mit Moral allein lässt sich kein Umweltproblem lösen. Zustimmung zu Regulierungen ist Selbstbindung

Und jetzt...

Preise wirken als Lenkungsinstrumente und Anreize, wenn

- Zusammenhang zwischen Mitteleinsatz und Ziel klar ersichtlich wird
- Kompensationsmechanismen entwickelt werden und Ungleichheit reduziert wird
- Eigenes und das Verhalten anderer beobachtbar und kontrollierbar ist