

STUDIEN
DER PROFESSORIN
NORA SZECH
UND IHREM TEAM
WEISEN NACH:
WENN GRUPPEN
ENTSCHEIDEN,
SINKT DIE MORAL
VON JUTTA WITTE

Einer Maus **DAS LEBEN RETTEN** oder **ZEHN EURO** kassieren?





Moral oder Profit?
Wenn Menschen
Entscheidungen in Gruppen
treffen müssen, wählen sie
meist den eigenen Profit

Moral values or profit?
When people have to make
decisions in groups, they
usually choose their own
profit

Zielkonflikte, die eine gefestigte Moral erfordern, gibt es in vielen Entscheidungssituationen vom Kauf des teureren, aber fair produzierten T-Shirts bis hin zu Waffenlieferungen an Staaten, die Menschenrechte verletzen. Professorin Nora Szech, Inhaberin des Lehrstuhls für Politische Ökonomie am KIT, hat untersucht, was passiert, wenn der Einzelne seine Überzeugung über Bord wirft, weil er glaubt, dass seine Stimme ohnehin nicht zählt. Ihr Fazit: Wenn Menschen nicht allein, sondern in Gruppen abstimmen, siegt meist der Profit über die Moral.

„Die Ergebnisse unserer neuesten Studie zeigen, wie moralisch herausfordernd Situationen sind, in denen der Einzelne sich hinter anderen verstecken kann und Verantwortung verwässert“, erklärt Szech. Die Wissenschaftlerin befasst sich seit vielen Jahren mit der Frage, wie Märkte gestaltet werden und von welchen Werten vermeintlich neutrale Entscheidungen in der Wirtschaft und die Menschen, die dahinterstehen, angetrieben werden. Im Laufe ihrer Forschungen hat sich der Eindruck verfestigt, dass die Akteurinnen und Akteure sich innerhalb eines Gremiums oder einer Marktsituation völlig anders verhalten als außerhalb. „Dieses Verhalten wollten wir tiefer verstehen.“

Im Rahmen der Studie „Diffusion of Being Pivotal and Immoral Outcomes“ haben Szech und ihr Team die Probandinnen und Probanden vor eine folgenschwere Entscheidung gestellt. Sie konnten entweder das Leben einer gesunden, aber überzähligen Labormaus retten, die für die Forschung nicht gebraucht

wurde und deshalb getötet worden wäre, oder für den Tod des Tieres votieren und damit zehn Euro verdienen. Die Situation war real, das heißt, die geretteten Mäuse durften unter guten Bedingungen weiterleben, die anderen wurden getötet. Über die Tötung, bei der Gas zum Einsatz kam, wurden die Teilnehmenden detailliert, unter anderem mithilfe eines Kurzvideos, aufgeklärt. Diejenigen, die sich gegen das Mäuseleben entschieden, bekamen das Geld zusammen mit ihrer Teilnahmevergütung in einem verschlossenen Umschlag sofort bar ausgezahlt.

Warum verhalten sich Menschen in einer Situation, in der es um Geld oder Leben geht, moralisch oder unmoralisch? Um dies zu beantworten, haben die Ökonomen und Ökonomen die Studienteilnehmenden in verschiedene Szenarien versetzt. Im ersten entschied jede und jeder individuell, trug also auch die alleinige Verantwortung für das Votum. Im zweiten anonymen Gruppenszenario entschieden acht Personen simultan über acht Mäuse. Wenn sich nur eine Person für die zehn Euro Profit entschied, wurden alle Tiere getötet. Das heißt, die Verantwortung lag auf mehreren Schultern und die einzelne Stimme verlor an Gewicht.

Im ersten Szenario entschied sich die Mehrheit für das Leben der Mäuse, im zweiten zogen die meisten den persönlichen Profit vor. Zudem zeigt sich: Je weniger die Probandinnen und Probanden daran glaubten, dass ihre Stimme noch einen Unterschied machen kann, desto profitorientierter stimmten sie ab. Das Ergebnis findet Nora Szech ebenso ernüchternd wie entlarvend: „Nur wenige Menschen zeigen bei solchen Gruppenabstimmungen Prinzipientreue und das Argument, man könne selbst nicht wirklich den Ausschlag geben, dient offenbar auch der Selbstrechtfertigung.“

Eine Folgeerhebung erhärtete die Befunde. Im zweiten Beispielfall mussten neue Teilnehmende zwischen einem persönlichen Profit



*Professorin
Nora Szech
vom Institut
für Volkswirtschaftslehre
des KIT (ECON)*

*Professor
Nora Szech from
the Institute of
Economics
of KIT (ECON)*

FOTO: MANUEL BALZER

Zur Studie

Die Studie „Diffusion of Being Pivotal and Immoral Outcomes“ wurde in enger Kooperation zwischen dem Institut für Volkswirtschaftslehre (ECON) des KIT und dem Institute on Behaviour & Inequality (briq) der Universität Bonn durchgeführt und im Rahmen des Leibniz-Programms der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und vom European Research Council (ERC) gefördert. An der Erhebung zum Mäuseparadigma nahmen 252 Studierende aus allen Fächern teil. 124 stimmten individuell ab, 46 % entschieden sich dabei für den Tod ihrer Maus. 128 stimmten simultan und anonym in einer achtköpfigen Gruppe ab, 58,6 % davon stimmten für den Tod der acht Mäuse. Bei den ergänzenden Erhebungen zum Spendenparadigma votierten von den insgesamt 481 Studierenden 121 individuell, davon 39,7 % gegen die Spende von 15 Euro. Von den 120 Probandinnen und Probanden, die simultan und anonym in einer achtköpfigen Gruppe über 120 Euro abstimmten, entschieden sich 58,3 % gegen die Spende, von den 240 Personen, die nacheinander und anonym in einer achtköpfigen Gruppe votierten, stimmten 72,1 % gegen die Spende von 120 Euro.

von zehn Euro und einer größeren Spende für krebskranke Kinder entscheiden. Individuell ging es um eine Spende von 15 Euro. In der Gruppe ging es analog um insgesamt 120 Euro Spendengeld. Auch diese Situation war real. Das Forschungsteam informierte im Vorfeld detailliert, an welche Organisation die Spende fließen sollte und welche Projekte diese verfolgt. Bei der Einzelabstimmung entschied sich die Mehrheit dafür, zu spenden. In der Gruppensituation nahmen die meisten lieber das Geld mit nach Hause als die Spende zu unterstützen – wohlwissend, dass sie diese damit insgesamt zum Scheitern brachten.

Das Ergebnis verschlechterte sich noch deutlich, als Teilnehmende in einem weiteren Gruppenszenario nicht simultan, sondern nacheinander abstimmten. Bekannt war ihnen dabei, an welcher Position in der Gruppe sie abstimmen und wie die Voten vor ihrem eigenen ausgefallen waren. „Das bestätigt unsere Annahme: Wenn Menschen wissen, dass das Kind schon in den Brunnen gefallen ist, geben sie offenbar bis auf wenige Ausnahmen die eigene Überzeugung auf und nehmen das Geld“, erläutert Szech. „Selbst, wer in der Gruppe als erster abstimmte, zeigte nicht mehr Einsatzbereitschaft für die nun viel höhere Gruppenspende als in der individuellen Bedingung.“

Es scheint an vielen Stellen leichter zu sein, sich aus der Verantwortung zu ziehen, wenn man sagen könnte „ich kann es sowieso nicht ändern“, schlussfolgert die Wissenschaftlerin. Beispiele aus dem wirklichen Leben für eine





Save the Life of a Mouse or Receive Ten Euros?

Studies by Professor Nora Szech and Her Team Reveal that Moral Standards Decline When Groups Decide

TRANSLATION: MAIKE SCHRÖDER

Professor Nora Szech, who holds the Chair for Political Economy at KIT, has for many years studied how markets are shaped and which values drive the people who make supposedly neutral decisions in business. In the course of her research, she has formed the strong impression that actors in a certain market situation behave in ways that completely differ from those of actors outside. Within the study "Diffusion of Being Pivotal and Immoral Outcomes," Szech and her team asked test subjects to make a momentous, but important decision. They could either save the life of a healthy laboratory mouse not needed for research or decide to let the animal die and receive ten euros in return. Why do humans behave morally or immorally in a situation of life or money? To answer this question, the economists defined various test scenarios. In the first scenario, every test subject decided individually and, hence, had the sole responsibility for their vote. In the second, anonymous group scenario, eight persons simultaneously decided about eight mice. When a single person decided in favor of the ten euros, all the animals were killed. While the majority favored the lives of the mice in the first scenario, most preferred personal profit in the second scenario. The study also revealed: The less the test subjects believe that their vote can make a difference, the more profit-oriented they are. Nora Szech considers this result to be as sobering as it is revealing. "Only few people remain true to their principles in group voting. Obviously, the argument that one's own judgment will not make a difference is used for self-justification."

According to Szech, the watering down of responsibility may become a problem in all situations, i.e. in governments, administrations, companies, parties, churches, sports clubs, or other social institutions and groups. To counter this tendency, the expert recommends clearly defining and assigning responsibility, as well as analyzing character when identifying the people expected to contribute to moral decisions. When selecting decision-makers, a closer look is needed, she thinks. ■

Contact: nora.szech@kit.edu

solch utilitaristische Haltung hat Szech einige mitgebracht. Sie zeige sich nicht nur, wenn Konsumentinnen und Konsumenten, in dem Bewusstsein, dass es sowieso alle machen, zur günstigen „Hard Fashion“ greifen oder Sportlerinnen und Sportler sich mit Blick auf das Verhalten anderer dopen, obwohl sie eigentlich dagegen sind. Sie zeige sich auch, wenn eine Regierung Waffenexporte in ein autokratisches Land damit begründe, dass es ansonsten ein anderer Staat tun würde, oder ein Beamter sich korrumpieren lasse, weil er vermute, dass seine Kollegen ebenfalls Bestechungsgelder annehmen.

Die Verwässerung von Verantwortung kann nach ihrer Überzeugung also überall zum Problem werden – in Regierungen, Verwaltungen, Unternehmen, Parteien, Kirchen, Sportverbänden oder anderen gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen. Um dem entgegenzuwirken empfiehlt die Expertin, nicht nur Verantwortung klar zu benennen und zuzuordnen. Sie rät vor allem dazu, zu analysieren welche Charakteristika und welche Personen dazu beitragen, dass mehr moralische Entscheidungen getroffen werden, und bei der Auswahl von Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern genau hinzuschauen.

„Es kommt sehr auf die Persönlichkeit an“, sagt sie. Dominieren in Vorständen oder Aufsichtsräten die „Machiavellis“ oder Menschen, die per se einen starken moralischen Kompass haben? Frauen zum Beispiel nehmen nach Szechs Beobachtung eher eine moralisch-ethische Perspektive ein und lassen sich auch in heiklen Entscheidungssituationen seltener auf Kompromisse ein, wenn es um ihre Überzeugungen geht. „Divers besetzte Gremien könnten also durchaus ein ethisch besseres Wirtschaften erreichen.“

Trotz der ausgeprägten Profitorientierung, die ihr allerorten entgegenschlägt, bleibt die Ökonomin optimistisch, dass die Gesellschaft viel bewegen kann, um Moral und Verantwortungsbewusstsein aufzubauen und zu stärken. Letztendlich hänge sehr viel davon ab, wie Menschen erzogen und sozialisiert worden seien. Ihnen schon im Kindergarten oder in der Schule vermitteln, dass Geld nicht alles ist, dass man aufeinander achten und Dinge teilen muss: Was eigentlich selbstverständlich klingt, kann nach Szechs Überzeugung am Ende mit darüber entscheiden, ob jemand eine moralische Haltung entwickelt oder nicht: „Empathie kann man lernen.“ ■

Kontakt: nora.szech@kit.edu