

Was zählt das Leben einer Maus?

Die KIT-Professorin Nora Szech forscht zum Thema „Markt und Moral“

Welche Faktoren siegen, wenn wir uns beim Einkaufen für ein Produkt entscheiden – der Preis oder vielleicht doch die Produktionsbedingungen? Diese Frage versucht Nora Szech mit dem Mittel der Experimentalforschung zu beantworten. Die Professorin ist Inhaberin des Lehrstuhls für Politische Ökonomie am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Im Gespräch gibt sie einen Einblick in diese Untersuchungen, erklärt den Zusammenhang zwischen Markt und Moral und wie viel den Menschen das Leben einer Maus wert ist.

Frau Szech, wenn ein Mensch in den Supermarkt geht und die freie Auswahl hat, worauf achtet er dann primär? Auf den Preis, die Qualität oder die Produktionsbedingungen?

Szech: Für einen Großteil der Menschen in unserer Gesellschaft spielt tatsächlich der Preis eine sehr wichtige Rolle. Auch die Qualität des Produkts ist sicherlich relevant. Was allerdings oft in den Hintergrund rückt, sind die Produktionsbedingungen.

Welche Einflüsse auf uns beim Kauf einwirken und warum wir diese moralischen Faktoren oft vergessen, das ist die Leitfrage Ihrer Forschung.

Szech: Ganz genau. Um das herauszufinden, haben wir Teilnehmer eingeladen, die per Zufall entweder die Rolle eines Käufers oder eines Verkäufers einnehmen sollten. Verhandelt wurde immer über das Leben einer Maus – das waren Labormäuse, die ansonsten sicher getötet worden wären. Jeder Teilnehmer konnte nun frei entscheiden: Entweder die Maus retten und dafür auf eigenen Profit verzichten oder stattdessen Geld bekommen. Und wenn die Leute individuell entschieden haben, hat auch die Mehrheit auf diesen Profit verzichtet.

... und sich stattdessen für das Leben der Maus entschieden.

Szech: Richtig. Es ging dabei um zehn Euro und diese Teilnehmer haben dann lieber die Maus gerettet. Im Nachhinein waren sie auch nahezu alle mit ihrer Entscheidung zufrieden und haben sie nicht bereut. Anders war das Entscheidungsverhalten bei Teilnehmern, die in Märkten entschieden haben.

ZUR PERSON

Nora Szech (Jahrgang 1980) hat 2006 ihr Diplom in Wirtschaftswissenschaften in Bonn gemacht und wurde 2010 promoviert. Im Jahr darauf erhielt sie den Reinhard-Seiten-Preis des Vereins für Sozialpolitik. 2012 wurde sie Professorin für Industrieökonomik an der Uni Bamberg. Seit 2013 ist Nora Szech Lehrstuhlinhaberin für Politische Ökonomie am KIT. Derzeit befindet sie sich in einem Forschungssemester.



„Als Marktteilnehmer verhalten sich Menschen gieriger und egoistischer als sie es als Einzelne tun“, hat Nora Szech herausgefunden. Die Professorin für politische Ökonomie am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) will mit ihrer Forschung dazu beitragen, die Märkte fairer zu machen. Foto: KIT

Wenn Sie von Märkten reden, meinen Sie dann einen kleinen Markt, wie wir ihn beispielsweise im Einzelhandel sehen, oder einen großen, börsenähnlichen Markt?

Szech: Sowohl als auch. Wir hatten zum einen Situationen, bei denen die Maus direkt vom Verkäufer zum Käufer übergeben und quasi auf dem Weg getötet wurde. Aus diesem Handel entstand dann ein Profit. Und wir hatten einen großen, börsenähnlichen Markt, bei dem man am Computer konkrete Angebote machen und auch mit anderen Käufern konkurrieren konnte. Das Ergebnis war, dass schon bei den kleinen Märkten etwa drei Viertel der Teilnehmer bereit waren, die Maus zu opfern – bei den größeren Märkten war die Tötungsbereitschaft sogar noch etwas höher. Hier entschieden sich viele bereits für fünf Euro gegen das Leben der Maus.

Das klingt ziemlich erschreckend. Wie kommt es, dass wir in Kaufsituationen die Moral vergessen? Sinkt die Hemmschwelle, wenn sich viele andere genauso entscheiden?

Szech: Das kann man schon so sagen. Wir haben die Teilnehmer danach auch zu ihrer Entscheidung befragt und oft Sätze gehört wie: „Na ja, andere haben es ja auch gemacht, dann kann es nicht so schlimm sein.“ Auch der Wettbewerbsgedanke hat großen Einfluss auf unser Verhalten.

Welche Rolle spielt die Verdrängung? Die Arbeiter in der Textilfabrik in Indonesien beispielsweise sind für uns ja erst einmal emotional und physisch weit weg.

Szech: Wir konnten mittlerweile in Folgestudien sehen, dass tatsächlich alleine die physische Distanz eine große Rolle spielt. Das ist sicherlich auch in vielen anderen Situationen der Fall, wenn es zum Beispiel darum geht, wie verantwortlich wir uns für Menschen in Not fühlen.

Welche Personen haben sich bei Ihrem Experiment moralischer Verhalten? Männer oder Frauen? Wohlhabende oder ärmere Leute?

Szech: Prinzipiell geht die Tendenz typischerweise in die Richtung, dass Frauen moralischer handeln. Wichtig scheint die Erziehung der Menschen zu sein. Hier gibt es allerdings noch reichlich Forschungsbedarf.

Ihr Kollege, der Wirtschaftswissenschaftler Armin Falk, sagte 2013, dass der Markt die Moral zerstört. Wie sehen Sie diese Entwicklung heute?

Szech: Es gibt schon Branchen, wo wir Verbesserungsversuche beobachten können. Auch vonseiten der Politik gibt es Ideen, stärker zu regulieren, welche Produkte überhaupt in unseren Markt eingeführt werden dürfen. Insgesamt glaube ich aber, dass es hier noch sehr viel Potenzial gibt.

Stellen Sie denn gravierende Unterschiede in einzelnen Branchen fest?

Szech: Also wir sehen in der Lebensmittelbranche schon einen Trend zur Nachhaltigkeit, aber man spricht hier immer noch von einer Lücke zehn zu eins. Das heißt, sehr viele Menschen sagen: „Massentierhaltung, das wollen wir keinesfalls.“ Schaut man sich aber den Inhalt der Einkaufswagen an, so sieht man von diesen Bekundungen nur etwa zehn Prozent umgesetzt.

Was muss aus Ihrer Sicht also geschehen, damit die Moral wieder mehr Gewicht bei unseren Kaufentscheidungen erlangt?

Szech: Ich finde es immer gut, wenn es den Konsumenten einfach gemacht wird, die Fairtrade-Schokolade also im Regal direkt neben dem konventionellen Produkt steht. Natürlich ist auch wichtig, den Menschen zu zeigen, unter welchen Bedingungen ihre Produkte hergestellt werden. Letztlich dürfen wir aber auch nicht glauben, dass der Markt das alles von alleine löst. Man muss überlegen, welche Regeln wir für die Einfuhr von Waren haben wollen, damit wir die Arbeitsbedingungen auch in anderen Ländern zumindest auf ein Mindestlevel bringen können.

Die Fragen stellte Philipp Kungl.