

Wirtschaftspsychologie: Wie trifft der Mensch die richtige Entscheidung?

Weshalb wurde die Volksinitiative der grünen Wirtschaft abgelehnt?

Irene Gasper

Die Schweizer Wirtschaft soll künftig nur noch die Menge an Ressourcen verbrauchen, die auf der Erde auch tatsächlich verfügbar ist. Die Volksinitiative vom 25. September 2016 „für eine nachhaltige und ressourceneffiziente Wirtschaft“ forderte bis 2050 einen ökologischen Fussabdruck, der nur eine Erde beträgt. Heute beträgt er drei Erden wenn alle Menschen weltweit so viele natürliche Ressourcen verbrauchen wie die Menschen in der Schweiz. Mit dieser Initiative soll die Schweiz ihrer Vorreiterrolle in Sachen Umweltschutz wieder gerecht werden.

So weit so gut. Klingt einleuchtend, oder? Dem ist nicht so. Die Vorlage wurde mit 63,6% ganz deutlich abgelehnt. Was hat zu diesem Volksentscheid geführt?

Homo Oeconomicus?

Die ökonomische Theorie besagt, dass Menschen immer rational entscheiden und ihren Nutzen maximieren.

Dem zu Folge haben die Wähler alle Informationen gesammelt und deren Quellen überprüft. Sie haben das ganze Bild vor Augen gehabt, Ziele und mögliche Ergebnisse genügend hinterfragt und nach Alternativlösungen gesucht. Sie haben zum Beispiel berücksichtigt, dass der Bundesrat die Ziele der Volksinitiative für nicht realistisch hält. Sie haben die Stimme der Gegner stärker gewichtet, die vor Konsumbeschränkungen, neuen Vorschriften und höheren Preisen und Abgaben warnen.

Das heisst, sie haben die Situation ausreichend analysiert und dann ihre Entscheidung rational getroffen. Vielleicht. Vielleicht aber auch nicht!

Oder doch eher ökonomische Psychologie?

Gemäss der ökonomischen Psychologie verhalten Menschen sich nicht immer rational. Vielmehr werden bei Entscheidungen selten alle Informationen gesucht und berücksichtigt. Es wird nicht die beste, sondern nur die zufriedenstellende Alternative gewählt. Urteile kommen spontan zu Stande. Menschen wenden Abkürzungen in ihren Denkprozessen (Heuristiken) an, um Ressourcen zu sparen und Entscheide zu vereinfachen. Häufig sogar ganz sinnvoll und erfolgreich. Auch in diesem Fall?

Was ist mit Urteilsverzerrungen?

Die Initiative der grünen Wirtschaft war komplex und vielschichtig. Die Auswirkungen der Entscheidung nicht eindeutig vorhersehbar. Dabei haben die Wähler eventuell einige Information über- oder unterbewertet was zu fehlerhaften Entscheidungen führen kann. In diesem Fall spricht man von einer Urteilsverzerrungen (Bias). War es bei diesem Abstimmungsresultat so?

Wie wurden die Argumente formuliert?

Spannend ist, dass zu Beginn der Abstimmung noch 61% der Schweizer Bevölkerung JA gesagt hätten. Dann wurde die Nein-Kampagne richtig lanciert.

Die Gegner haben die Aufmerksamkeit stark auf die Verluste (sinkende Konsumkraft durch höhere Kosten, rückläufige Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit) gelenkt. Sie haben die Argumente in einem negativen Rahmen präsentiert. Dies nennt man den Framing-Effekt. Durch unterschiedliches Beschreiben einer Situation kann die Auswahl der Alternativen manipuliert und die Entscheidung stark beeinflusst werden.

Ganz legitim also haben die Gegner der grünen Initiative die Entscheidungsträger für sich eingenommen. Dieses Prinzip haben auch die Befürworter verwendet. Jedoch haben sie stärker auf den Gewinn (einfach besser leben, eine Zukunft für die nächste Generation) hingewiesen. Sie haben eher einen positiven Rahmen gewählt.

War die Verlustangst zu gross?

Der Gewinn wiegt jedoch weniger stark als der Verlust. Die Prospect Theory sagt, dass das zu sichern, was man bereits besitzt ein stärkeres Motiv ist als neue Gewinne zu erzielen. Hier wollten die Wähler wohl lieber den Spatz in der Hand, als die Taube auf dem Dach. Was zu einer weiteren möglichen Urteilsverzerrung führt.

Was kümmert mich die Zukunft?

Die Menschen bevorzugen die momentane gegenüber der langfristigen Besserstellung und handeln inkonsistent. Dieser Effekt des Melioration-Prinzip

könnte hier eine Rolle gespielt haben, weil die Wähler die langfristige Besserstellung (weiterhin eine intakte Natur und genügend Ressourcen) vielleicht gar nicht mehr erleben.

Am Ende nehme ich doch lieber das Auto zur Arbeit

Ein JA zur Grünen Wirtschaft hätte eigentlich ganz dem ökologischen Trend unserer Gesellschaft entsprochen. Gäbe es da nicht den Attitude-Behavior-Gap. Dieser besagt, dass ich eine sehr umweltbewusste Einstellung haben kann, mein Verhalten aber dann doch anders aussieht.

Wie treffe ich die richtige Entscheidung?

Wir alle unterliegen der ökonomischen Psychologie mit ihren Heuristiken und Biases. Meist unbewusst. Daher gilt es bei schwierigen und komplexen Problemstellungen sich dem Unbewussten bewusst zu werden und ein bisschen mehr Zeit zu investieren.

Hier ein paar Tipps für Ihre nächste wichtige Entscheidung:

Klären Sie die Absichten der Beteiligten und hinterfragen Sie deren Ziele. Welche Motive könnten dahinter stecken?

Gibt es Alternativlösungen?

Achten Sie auf mögliche Manipulation. Gerade wenn Verluste in den Vordergrund gerückt werden. Welcher Rahmen wurde benutzt?

Behalten Sie das ganze Bild im Auge. Führt Ihre Entscheidung in eine gute Richtung? Versuchen Sie eine emotionale Distanz zur Situation aufzubauen.

Trennen Sie Wesentliches von Unwesentlichem. Was ist wirklich wichtig?

Hinterfragen Sie ihre Annahmen und Meinungen. Warum weiss ich das?

Falls Sie schon eine präferierte Meinung haben, nehmen Sie bewusst die Gegenposition ein oder bestimmen Sie einen Devil's Advocate.

Hat das Volk bei der Initiative zur grünen Wirtschaft nun richtig entschieden? Wie wäre die Abstimmung wohl ausgegangen wenn alle Wähler diese Tipps befolgt hätten?

Vertiefungsliteratur

Kirchler, E. (2011). Wirtschaftspsychologie. Göttingen: Hogrefe

Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin Heidelberg: Springer Verlag



Autorin: Gasper, Irene