

Gefühlte Moral

Menschen schummeln, was das Zeug hält – oder doch nicht? Laut Wirtschaftswissenschaftlern sind die Höhe eines möglichen Profits und das Risiko aufzufliegen die entscheidenden Mogelfaktoren. Psychologen halten dies jedoch für zu simpel gedacht – und legen ihr Augenmerk auf subtilere Mechanismen.

VON JOCHEN PAULUS

AUF EINEN BLICK

Kleine Flunkerlehre

- 1 Menschen betrügen nicht streng nach Kosten-Nutzen-Erwägungen, sondern nach psychologischen Regeln.
- 2 Wer sich etwa ungerecht behandelt fühlt, mogelt eher – vor allem wenn der Betrug zu Lasten reicher Personen geht.
- 3 An moralische Grundsätze erinnert zu werden, senkt dagegen die Schummelrate.

Mit ehrlichen Mitteln war das lockende Spielzeug kaum zu gewinnen: In einem Experiment sollten fünf- bis neunjährige Probanden mit einem Ball ein vorgegebenes Ziel treffen – sie mussten dabei aber mit der linken Hand werfen und das Ganze auch noch mit dem Rücken zum Ziel. Fast jedes zweite Kind trug daher den Ball zur richtigen Stelle, sobald der Psychologe Jared Piazza von der University of Kent (England) den Raum verlassen hatte.

Wenn er den Kindern allerdings vorher erzählte, auf dem leeren Stuhl im Versuchsraum säße die unsichtbare Prinzessin Alice, ging der Versuch anders aus: Von den elf Kindern, die an Alice glaubten, mogelte dann nur eines. Lediglich skeptische Kinder schummelten weiter – vergewisserten sich freilich erst, ob die Prinzessin auch wirklich nicht da war: Sie prüften beispielsweise mit der Hand den Stuhl, auf dem sie angeblich saß (siehe Bild S. 17).

Die lieben Kleinen können solchen Versuchsungen offenbar kaum widerstehen. Und Erwachsene? Auch sie neigen erschreckend oft zum Betrug. Fast jeder dritte Deutsche, so eine repräsentative Umfrage von TNS Emnid aus dem Jahr 2007, habe binnen zwölf Monaten einen Schwarzarbeiter beschäftigt und damit den Staat betrogen. Jeder fünfte habe selbst schwarzgearbeitet. So wurden etwa 150 Milliarden Euro am Fiskus vorbei erwirtschaftet. Das entsprach sechs Prozent des Bruttoinlandsprodukts, wie Dominik Enste vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln errechnete. Das Sein bestimmt hier das Bewusstsein – drei Viertel der Deut-

schen halten Schwarzarbeit nicht für verwerflich, so eine andere Umfrage von 2007.

Auch Versicherungen werden routinemäßig betrogen. Etwa fünf bis zehn Prozent der Mittel, die sie für Schadensfälle auszahlen, erschleichen sich die Kunden durch falsche Angaben. Besonders frappant: In jedem vierten Fall weiß der Versicherungsvertreter, dass der Kunde betrügt. In jedem siebten half er sogar beim Ausfüllen der Formulare. Das berichtete der Kölner Psychologe Detlef Fetchenhauer im Jahr 1999.

Wie verbindlich sind Gesetze?

Doch der Normalbürger betrügt nicht einfach munter drauflos. Er macht vielmehr feine Unterschiede, je nachdem, wann er Gesetze für verbindlich hält und wann nicht. Das zeigte sich, als Fetchenhauer Testpersonen verschiedene Szenarien beurteilen ließ. Darin ging es etwa um einen Herrn X, der seiner Versicherung einen Einbruch während seines Urlaubs meldete. Wenn gar keiner stattgefunden hatte, hielten das nur vier Prozent der Befragten für akzeptabel. Hingegen fanden 45 Prozent nichts dabei, wenn Herr X nach einem wirklichen Einbruch das Geld durch Falschangaben »herausschlug«.

Er hatte nämlich vergessen, die Rollos herunterzulassen – und deshalb keinen Versicherungsschutz. Für die Versicherung ist der Schaden in beiden Fällen gleich groß. Doch die Befragten hielten ein falsches Detail für harmloser als eine komplett fingierte Schadensmeldung.

Auch wenn jemand nach einem Brand einen deutlich höheren Schaden meldet als den tat-



HINTERS LICHT GEFÜHRT
Je mehr es sich lohnt, desto
eher betrügen Menschen –
dieses Diktum der Sozial-
ökonomie ziehen Psychologen
heute in Zweifel.

Charakterfrage

Wer vor allem Entdeckung und Strafe fürchtet, mogelt unterm Strich häufiger als Menschen, die aus innerer Überzeugung korrekt bleiben. Das berichtet ein Team um den Psychologen Arden Miller von der Missouri State University in Springfield (USA). Eine weitere Studie von 2009 hatte darüber hinaus einen Zusammenhang mit der Persönlichkeit offenbart: So genannte Sensation Seeker, die nach neuen, aufregenden Reizen streben, neigen eher zum Betrügen. Männer fielen laut David DeAndrea und seinen Kollegen besonders häufig in diese Kategorie.

(Miller, A. et al.: Reasons Not to Cheat, Academic-Integrity Responsibility, and Frequency of Cheating. In: Journal of Experimental Education 79, S. 169–184, 2011; DeAndrea, D.C. et al.: The Relationship between Cheating Behavior and Sensation-Seeking. In: Personality and Individual Differences 47, S. 944–947, 2009)

sächlich erlittenen, zeigen sich viele moralisch flexibel: Sind persönliche Tagebücher oder Fotoalben in Flammen aufgegangen, hat etwa jeder Vierte Verständnis und würde eventuell ebenso handeln.

Mit einem Wort: Betrug ist unmoralisch, aber Rechtfertigungen dafür gibt es viele. Ein guter Grund ist beispielsweise, dass der Betrogene zu viel Geld hat. Die Wirtschaftswissenschaftlerin Francesca Gino von der Harvard Business School erweckte diesen Eindruck für ein Experiment im Jahr 2009 ganz gezielt. Auf einem Tisch stapelte sie entweder 7000 Dollarscheine – oder aber gerade so viel Geld, wie für den Versuch nötig war. Jeder Teilnehmer bekam 24 Dollar und musste wie beim Scrabble aus bestimmten Buchstaben Wörter bilden. Für jede erfolgreiche Runde durften die Versuchsteilnehmer drei Dollar behalten, das restliche Geld sollten sie zurückgeben.

Die Probanden wussten allerdings nicht, dass die Forscherin kontrollierte, ob sie richtig abrechneten. Denn für jeden Teilnehmer gab es eine Aufgabe, die nur er erhielt. So konnte Gino die Abrechnung mit dem jeweiligen Arbeitsheft abgleichen. Resultat: Wenn auf dem Tisch ein Vermögen lag, mogelten die Teilnehmer doppelt so oft, als wenn bloß der für das Experiment erforderliche Betrag zu sehen gewesen war.

Gino hält es daher für problematisch, wenn eine Firma ein luxuriöses Ambiente für Kunden und Chefs schafft, während die einfachen Beschäftigten vom Wohlstand nicht viel abbekommen. Sie könnten sich unfair behandelt fühlen und sich rächen. Tatsächlich zeigen Studien, dass Angestellte weniger engagiert arbeiten und öfter fehlen, wenn sie sich für unterbezahlt halten. In einer Untersuchung kürzte eine Firma in der Krise die Gehälter, jedoch nur bei einem Teil der Belegschaft. Der klauten fortan mehr, wie der Psychologe Jerald Greenberg 1990 herausfand. Die Diebstähle fielen geringer aus, wenn die neue Lohnstruktur gründlich erklärt wurde und so weniger Grund zum Neid bestand.

Menschen lassen allerdings nicht nur dann fünf gerade sein, wenn sie sich selbst unredlich behandelt fühlen. Sie helfen auch nach, wenn

sie andere benachteiligt sehen. Auf diesen »Robin-Hood-Effekt« stieß Gino 2011 bei der Autoabgas-Kontrolle: Die Inspektoren ließen kleine Luftverschmutzer auf vier Rädern eher durchkommen als qualmende Luxuskarossen.

Manchmal mogeln Menschen sogar mehr, wenn andere ebenfalls profitieren, als wenn sie den Gewinn allein einstreichen können. So übertreiben Versuchspersonen ihre Leistung stärker, wenn sie und ein Fremder pro angeblich gelöster Aufgabe je 35 Cent bekommen, als wenn sie die ganzen 70 Cent behalten dürfen. Das hat der Ökonom und Psychologe Scott Wiltermuth von der University of Southern California 2011 nachgewiesen. »Ich tue das ja nicht nur für mich«, scheint hier das Motto zu sein.

Cola verschwindet, Geld bleibt

Normalbürger haben eben häufig andere Maßstäbe als Juristen. Im Alltag dominiert die gefühlte Moral. Der Verhaltensökonom Dan Ariely von der Duke University in Durham (US-Bundesstaat North Carolina) demonstrierte dies in einem kleinen Feldversuch. Er deponierte Coladosen in Wohnheim-Kühlschränken, welche die Studenten gemeinsam nutzten. Dann sah er regelmäßig nach, ob die Büchsen noch da waren. Die so gemessene »Halbwertszeit« war ziemlich kurz, die Cola schnell getrunken. Doch Ariely legte zum Vergleich auch Teller mit Dollarscheinen in die Kühlschränke. Siehe da: Kein einziger verschwand.

Natürlich hatte auch die Cola Geld gekostet – sie zu stibitzen lief also auf das Gleiche hinaus. Doch »es fühlt sich offenbar ganz anders an«, sagt Ariely. In einer Serie von Studien gingen er und andere Forscher solchen Phänomenen auf den Grund. In einem typischen, 2008 veröffentlichten Experiment bekamen Studenten Blätter mit Aufgaben, von denen jeder so viele lösen sollte, wie er in der vorgegebenen Zeit schaffte.

Ein Teil der Studenten lieferte die Resultate beim Versuchsleiter ab. Der zahlte für jede richtige Lösung eine Belohnung. Die anderen Probanden durften ihre Arbeit hingegen selbst kontrollieren und bekamen ihre Vergütung auf Treu und Glauben. Trotzdem konnten die Forscher durch Vergleich mit den Leistungen der Kontrollgruppe herausfinden, wie sehr betrogen wurde.

Ergebnis: Wenn sie konnten, schwindelten die Studenten im Schnitt bei jeder sechsten ungelösten Aufgabe. Doch das galt nur, wenn sie die 50 Cent pro richtiger Lösung direkt ausgezahlt bekamen. Eine kleine Variation des Ver-

Normalbürger legen häufig andere Maßstäbe an als Juristen. Im Alltag dominiert die gefühlte Moral



MIT FREI. GEN. VON JARED PIAZZA, UNIVERSITY OF KENT

DIE UNSICHTBARE PRINZESSIN

In einer Studie des britischen Psychologen Jared Piazza sollten Kinder einen kniffligen Wurf test absolvieren, wobei sie mit einer versteckten Kamera gefilmt wurden. Sobald der Testleiter den Raum verlassen hatte, moegelten die Kleinen oft – es sei denn, man hatte ihnen zuvor erzählt, die unsichtbare Prinzessin Alice beobachte sie. Hier prüft ein Junge, ob die fiktive Aufpasserin tatsächlich auf ihrem Stuhl Platz genommen hat.

suchs änderte das Bild: Die Teilnehmer bekamen zunächst kein Geld, sondern eine Art Pokerchip. »Dann sind sie zu einem Mitarbeiter gleich nebenan gegangen und haben sie gegen Dollars getauscht«, erklärt Ariely. Die Studiosi betrogen nun doppelt so oft. Offenbar sagten sie sich: Es geht ja nur um Chips. Dabei wussten sie genau, dass sie dafür einen Moment später Bargeld erhalten würden.

Ariely vermutet, dass dieser Effekt in der Welt der Banken noch weit stärker wirkt und seinen Teil zur jüngsten Finanzkrise beigetragen hat. Aktien, Optionen, Derivate – »all das ist noch viel mehr Schritte und für viel länger von Geld entfernt. Könnte es nicht sein, dass die Leute dadurch mehr betrügen?«

Natürlich schummeln Menschen auch aus weniger subtilen Gründen. Viele Finanzjongleure verdienen am meisten, wenn sie ihren Kunden Anlagen verkaufen, bei denen die Bank besonders profitiert – aber nicht unbedingt die Kunden. Schüler mogeln vor allem, wenn sie ansonsten den Erwartungen nicht gerecht werden, die Lehrer, Eltern oder sie selbst an sie haben. Bei der Tour de France wiederum rechnen sich viele Radler ohne Doping offenbar keine Chancen aus.

Dass Leistungsdruck der Ehrlichkeit nicht unbedingt bekommt, lässt sich auch im Experiment nachweisen. Die Psychologin Christiane Schwioren von der Universität Heidelberg ließ 2009 Studierende am Computerbildschirm durch virtuelle Labyrinth irren. Dabei konnten sie eine leichtere Schwierigkeit einstellen, den Rechner die Aufgabe selbst lösen lassen oder einfach eine bessere Leistung als die tatsächli-

che notieren. Was die Probanden nicht wussten: Ein Spionageprogramm hielt alles fest.

Schlechte Spieler betrogen bei dieser Aufgabe weitaus mehr als gute. Das galt vor allem dann, wenn nicht einfach jedes korrekt gelöste Labyrinth einzeln honoriert wurde, sondern die besten Spieler den ganzen Gewinn kassierten. Nach der Theorie »Konkurrenz belebt das Geschäft« sollte derartige Wettbewerb eigentlich die Leistung erhöhen. Doch zumindest in dieser Studie verdoppelte er lediglich die Mogelrate.

Frauen schummelten in der Konkurrenzbedingung im Schnitt besonders viel – aber nur, weil sie die Aufgabe schlechter meisterten. Schwache Spieler wollten ihr Gesicht wahren, vermutet Christiane Schwioren, oder sie »fühlten sich berechtigt, in einem System zu mogeln, das ihnen keine Chance gibt, auf ehrliche Art zu gewinnen«.

Furcht vor dem Erwischtwerden ist nicht entscheidend

Solche psychologischen Erklärungen des Betrugs sind weit weg von den Überlegungen von Ökonomen wie dem Nobelpreisträger Gary Becker. Nach deren Meinung betrügen Menschen, wenn der Gewinn im Verhältnis zur Strafe hoch ausfällt und die Wahrscheinlichkeit, erwischt zu werden, gering ist.

Ariely hält dies für zu schlicht gedacht. Er stützt sich auf ein Experiment von 2005, in dem er die Gefahr aufzufliegen variierte. Erst versuchten sich alle Versuchspersonen an schriftlichen Quizfragen. Dann trennten sich ihre Wege: Bei manchen kontrollierte der Versuchsleiter die Antworten. Die zweiten werteten

BLOGGEWITTER

»Ehrlichkeit in der Wissenschaft«

Angesichts der Plagiatsaffären um eine Reihe prominenter Träger von Dokortiteln diskutierten die Blogger von Scilogs.de über ethische Standards und die Glaubwürdigkeit im heutigen Wissenschaftsbetrieb:

www.scilogs.de/artikel/1064849

Kleine Gaunereien begehen alle. Doch wird eine gewisse Schwelle überschritten, ist das Selbstbild bedroht

QUELLEN

Gino, F.: The Abundance Effect: Unethical Behavior in the Presence of Wealth. In: Organizational Behavior and Human Decision Processes 109, S. 142–155, 2009

Mazar, N. et al.: The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. In: Journal of Marketing Research 45, S. 633–644, 2008

Piazza, J. et al.: »Princess Alice is Watching You«: Children's Belief in an Invisible Person Inhibits Cheating. In: Journal of Experimental Child Psychology 109, S. 311–320, 2011

Schwieren, C., Weichselbaum, D.: Does Competition Enhance Performance or Cheating? A Laboratory Experiment. In: Journal of Economic Psychology 31, S. 241–253, 2010

Shu, L.L.: Dishonest Deed, Clear Conscience: When Cheating Leads to Moral Disengagement and Motivated Forgetting. In: Personality and Social Psychology Bulletin 37, S. 330–349, 2011

Weitere Literaturhinweise im Internet: www.gehirn-und-geist.de/artikel/1120595

selbst aus, trugen aber Aufgaben- und Auswertungsblatt zum Versuchsleiter – ein Betrug flog also leicht auf. Die dritten lieferten nur das Auswertungsblatt ab. Dem Versuchsleiter konnten mithin ungewöhnlich viele korrekte Antworten auffallen, auch wenn dies nichts bewies. Die vierten erledigten nicht nur die ganze Auswertung allein, sondern honorierten sich auch noch selbst aus einem Glas mit Geld.

»Betrügen? Ich doch nicht!«

In allen Gruppen, die selbst auswerten durften, schummelten Versuchspersonen – jedoch nicht umso stärker, je geringer die Gefahr war, erwischt zu werden. Und sie übertrieben ihre Leistungen nur relativ bescheiden; sie hätten fünfmal so viel ergaunern können. Anders als manche Ökonomen glauben, geht es beim Betrug also nicht einfach nur darum, gefahrlos möglichst viel Geld einzuheimsen.

Die Marketingprofessorin Nina Mazar von der University of Toronto (Kanada) vertritt gemeinsam mit Ariely eine andere Theorie: Die meisten Menschen halten sich selbst für ehrliche Leute und wollen sich nicht als Betrüger sehen müssen. Kleine Gaunereien bedrohen dieses Selbstbild nicht; die begehen schließlich alle. Doch sobald eine gewisse Schwelle überschritten wird, wäre das eigene Selbstbild bedroht.

Es kommt also beispielsweise nicht in Frage, im Experiment bei sämtlichen ungelösten Aufgaben zu schwindeln – dann wäre man ja ein Halunke! Für einen sehr hohen Betrag würden das viele womöglich in Kauf nehmen, vermuten die Forscher, aber den konnten sie ihren Versuchspersonen nicht bieten.

Während gegen größere Delikte daher wohl nur engagierte Staatsanwälte helfen, lässt sich den alltäglichen kleinen Mogeleyen durch überraschend einfache Maßnahmen vorbeugen. Man kann Betrugerei beispielsweise als etwas präsentieren, was dubiose andere tun, aber nicht unseresgleichen. In einem ihrer 2009 veröffentlichten Hörsaalexperimente ließen Gino

und Ariely einen Studenten auftreten, der ganz offensichtlich schummelte. Schon nach einer halben Minute stand er auf, behauptete alle Aufgaben gelöst zu haben und ging mit der Höchstsumme heim. Trug der öffentliche Mogler ein T-Shirt der Heimatuni, ging die Betrugsrate hoch. Doch falls sein T-Shirt ihn als Mitglied der konkurrierenden University of Pittsburgh auswies, sank die Betrugsrate. Die Probanden erkannten schlagartig: Mogeln ist eigentlich nicht richtig.

Auch andere Maßnahmen rücken die Moral ins Bewusstsein. So ließen Gino und Ariely in einer Untersuchung von 2005 Versuchspersonen zunächst so viele der Zehn Gebote aufschreiben, wie ihnen einfelen. Selbst Atheisten schummelten anschließend nicht mehr.

Für öffentliche Einrichtungen ersannen die Forscher eine Variante der Studie. Sie ließen ihre Teilnehmer bei einem Versuch am Massachusetts Institute of Technology (MIT) unter anderem den Satz »Mir ist bekannt, dass diese Studie unter den Ehrenkodex des MIT fällt« unterschreiben. Wieder war keinerlei Betrug zu registrieren. (Dabei besitzt das MIT überhaupt keinen Ehrenkodex, wie Ariely ironisch anmerkt.)

Müssen die Versuchspersonen den Ehrenkodex zwar lesen, aber nicht unterschreiben, tricksen manche immer noch. Die Psychologin Lisa Shu von der Harvard University hat hier vor allem Menschen in Verdacht, die zu »moralischer Loslösung« neigen. Sie bejahen Aussagen wie »Manchmal ist vorwärtskommen wichtiger, als sich an Regeln zu halten« oder »Der Zweck heiligt die Mittel«. Die Betroffenen konnten sich bei einem kleinen Test deutlich schlechter an den Ehrenkodex erinnern als andere oder taten zumindest so. Und je stärker die Moral in Vergessenheit geriet, desto mehr wurde gemogelt.

Was also tun, damit moralische Loslösung und Betrug unterbleiben? Nina Mazar und Dan Ariely sind davon überzeugt, dass die meisten Menschen Normen durchaus akzeptieren. Nur denken sie im entscheidenden Moment oft nicht daran. Daher empfehlen die Forscher der Steuerbehörde, die Leute einen Ehrenkodex unterschreiben zu lassen, bevor sie ihre Steuererklärung ausfüllen. Oder sie könnten vorab in einem Fragebogen ankreuzen, wie wichtig ihnen ihr Land ist und wie sie sich den typischen Steuerbetrüger vorstellen. ~

Jochen Paulus ist Diplompsychologe und freier Wissenschaftsjournalist in Frankfurt am Main.