

NAHAUFNAHME

„Wir handeln auf dem Markt gegen unsere eigenen Wertmaßstäbe, wir machen, was die anderen machen.“

Armin Falk

FOTO: UNIVERSITÄT BONN

Frag den Falk

Warum kaufen wir Kleider von Firmen, die Kinder ausbeuten?

Armin Falk interessiert sich für den Verrat des Menschen an eigenen Idealen. Warum kaufen Verbraucher Eier aus engen und dunklen Legebatterien, obwohl sie Tierquälerei verabscheuen? Warum kaufen sie billige Kleider aus Fabriken, die Kinder ausbeuten, obwohl sie eigentlich gegen Kinderarbeit sind? „Wir kaufen Waren, deren Produktionsbedingungen wir selbst nicht akzeptieren würden“, sagt Falk.

Es sind Phänomene aus dem Spannungsfeld von Markt und Moral, die ihn umtreiben. Der 46-jährige Falk hat Volkswirtschaft, Philosophie und Geschichte studiert und sich mit seinen ungewöhnlichen Experimenten einen Namen gemacht. Auch deshalb darf der Uni-Professor aus Bonn nun auch an der Elite-Universität Harvard unterrichten.

Falk begrüßt die Zuhörer am Montag in der 38. Etage des Opernturms in Frankfurt mit einer Warnung. „Was Sie gleich sehen werden, hat viele andere schockiert“, sagt er. „Geben Sie mir fünf Minuten, dann verstehen Sie es hoffentlich.“ In der Diskussionsrunde, anberaunt von der Schweizer Bank UBS, geht es um die „Ökonomie der Zukunft“. Auch der Philosoph Peter Sloterdijk ist als Diskutant dabei, auch er verfolgt einen Film an der Leinwand, in dem zu sehen ist, wie Mäuse durch Zuführung von Kohlenstoffdioxid getötet werden.

Es ist das Präludium zu Falks mittlerweile bekanntestem Experiment. Denn diesen Film haben im Jahr 2012 auch rund 1000 Studenten gesehen, bevor sie eine Entscheidung treffen mussten: entweder eine Maus dem Tod zuführen und dafür zehn Euro kassieren oder auf das Geld verzichten, um der Maus das Leben zu retten.

Profit kontra Moral. Schließlich geht es hier nicht um das Schlachten eines Tieres zum Verzehr oder einen medizinischen Test, der Menschen nutzen könnte. „Der Maus wird gegen Geld grundlos Leid zugefügt“, sagt Falk. Das Ergebnis des Experi-

ments war bemerkenswert. Frauen ließen die Maus häufiger leben als es Männer taten. „Im Schnitt nahmen 46 Prozent der Studenten in dem Versuch die zehn Euro“, sagt Falk. „Viele machten es auch für 2,50 Euro. Gleichzeitig weigerten sich viele, die Maus für 100 Euro zu töten.“

Im nächsten Versuch wollte Falk prüfen, ob sich das Verhalten der Studenten ändert, wenn sie nicht mehr allein über das Schicksal der Maus entscheiden, sondern im Kollektiv – auf dem Markt. Die Probanden konnten einen Preis für den Tod der Maus aushandeln – sie mussten aber nicht. Ergebnis: 70 Prozent schlossen einen Deal und nahmen Geld. „Wenn Verantwortung geteilt ist, werfen die Menschen ihre guten Vorsätze über Bord“, sagt Falk.

Der Ökonom gehört zur wachsenden Anzahl der Verhaltenswissenschaftler seiner Zunft, die der alten Vorstellung vom rational handelnden Homo oeconomicus nicht mehr trauen. Situation und Umfeld prägen die ökonomischen Entscheidungen der Menschen ebenso wie ihre Vernunft. Falks Experimente haben gezeigt, dass auch der Markt das Verhalten der Konsumenten verändert. „Wir handeln auf dem Markt gegen unsere eigenen Wertmaßstäbe, wir machen, was die anderen machen“, sagt Falk. Der Waffenhandel sei ein Beispiel, aber auch die wilden Spekulationen an den Finanzmärkten. Immer nach dem Motto: „Wenn ich es nicht mache, dann machen es andere. Also mache ich es“, so Falk, der feststellte, dass viele Probanden später Reue zeigten, gerade wenn sie viel Geld für den Tod der Maus kassiert hatten.

Doch wie kann man dieses Verhalten an den Märkten ändern? „Es muss sichtbar werden, wer ein bestimmtes Handeln verantwortet“, sagte Falk. Zur Beruhigung seiner Zuhörer fügte er dann noch hinzu. „Die Mäuse wären sowieso getötet worden. Unser Experiment hat vielen Tieren das Leben gerettet.“

MARKUS ZYDRA