

Kunstvoll stupsen Wie Nudging Entscheidungen beeinflusst



Themen: Nudging zwischen Motivation und Manipulation; Behavioral Governance; Selbsttäuschung in der Anlageberatung; Nudging und Big Data



Titelfoto:

*Nicht zu stark und nicht zu
sachte: Billard ist das Spiel mit
dem gekonnten Anstoß.*
[picture alliance / Koji Aflo]

Editorial

- 5 **Doppelte Vernetzung**
Jutta Allmendinger

Titelthema

- 6 **Die Politik des Anstupsens**
International gibt es viele Varianten
der Verhaltenspolitik
*Holger Straßheim und Rebecca Lea
Korinek*
- 10 **Debatte:**
Ist Nudging ethisch vertretbar?
Andrew Schotter: Ja!
Robert Lepenies: Nicht so schnell!
- 12 **Beeinflussen, aber nicht einschränken**
Wenn Verhaltensökonomie politisch
wird
*Interview mit Steffen Huck und
Dorothea Kübler*
- 15 **Big Data und Nudging**
Kommt der digitale Überwachungs-
staat?
Florian Irgmaier und Lena Ulbricht
- 18 **Verantwortung vs. Effizienz**
Warum der Emissionshandel so
unbeliebt ist
Dorothea Kübler
- 20 **Treffen sich Moral und Profit**
Ein Experiment zu Selbsttäuschung in
der Anlageberatung
Roel van Veldhuizen
- 23 **Guter Rat ist kurz**
Wie man einen Platz an der
gewünschten Schule oder Universität
bekommt
*Rustamdjan Hakimov und Dorothea
Kübler*
- 26 **Ein Stupser, um Gutes zu tun**
Wie Nudging die Spendenbereitschaft
erhöht
Maja Adena

- 29 **Spenden machen sich bezahlt**
Je wohlthätiger der Chef, desto
motivierter sind die Angestellten
Agne Kajackaite

Aus der aktuellen Forschung

- 31 **Ausbildungsmobilität**
Die Chancen junger EU-Bürgerinnen
und -Bürger im deutschen
Ausbildungssystem
Paula Protsch und Heike Solga
- 34 **Nachgefragt bei Marlien Schlaphoff:**
Was tun internationale Organisationen im
Kampf gegen den Terrorismus?

Aus dem WZB

- 35 **Konferenzberichte**
37 **Vorschau: Veranstaltungen**
- 38 **Wie Architekten Bauten entwerfen**
Der Wiederabdruck einer WZB-Studie
belebt die Berliner Hochhausdebatte
Kerstin Schneider
- 40 **Das WZB im Film**
60 Sekunden für Fragen, auf die es
ankommt
Claudia Roth
- 42 **Personen**
46 **Vorgestellt: Publikationen aus dem WZB**
48 **Nachlese: Das WZB im Dialog**

Zu guter Letzt

- 50 **Hausbesuch**
Niklas Luhmann hat seine Handschrift
im WZB-Archiv hinterlassen
Dirk Reimann

WZB-Mitteilungen
ISSN 0174-3120

Heft 158, Dezember 2017

Herausgeberin

Die Präsidentin des Wissenschaftszentrums
Berlin für Sozialforschung
Professorin Dr. h. c. Jutta Allmendinger Ph.D.

10785 Berlin
Reichpietschufer 50

Telefon 030-25 491-0
Telefax 030-25 49 16 84

Internet: www.wzb.eu

Die WZB-Mitteilungen erscheinen viermal im
Jahr (März, Juni, September, Dezember)
Bezug gemäß § 63, Abs. 3, Satz 2 BHO
unentgeltlich

Redaktion

Dr. Harald Wilkoszewski (Leitung)
Gabriele Kammerer
Claudia Roth
Kerstin Schneider
Dr. Paul Stoop

Korrektorat

Martina Sander-Blanck

Dokumentation

Ingeborg Weik-Kornecki

Übersetzungen

Gabriele Kammerer (S. 10-11, S. 29-30)
Paul Stoop (S. 20-22)
Stefan Ernsting (S. 23-25)

Texte in Absprache mit

der Redaktion
frei zum Nachdruck

Auflage

9.100

Abonnements: presse@wzb.eu

Foto S. 5: Inga Haar

Gestaltung

Kognito Gestaltung, Berlin

Satz und Druck

Bonifatius GmbH, Druck · Buch · Verlag,
Paderborn



Im Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) betreiben rund 160 deutsche und ausländische Wissenschaftler problemorientierte Grundlagenforschung. Soziologen, Politologen, Ökonomen, Rechtswissenschaftler und Historiker erforschen Entwicklungstendenzen, Anpassungsprobleme und Innovationschancen moderner Gesellschaften. Gefragt wird vor allem nach den Problemlösungskapazitäten gesellschaftlicher und staatlicher Institutionen. Von besonderem Gewicht sind Fragen der Transnationalisierung und Globalisierung. Die Forschungsfelder des WZB sind:

- Arbeit und Arbeitsmarkt
- Bildung und Ausbildung
- Sozialstaat und soziale Ungleichheit
- Geschlecht und Familie
- Industrielle Beziehungen und Globalisierung
- Wettbewerb, Staat und Corporate Governance
- Innovation, Wissen(schaft) und Kultur
- Mobilität und Verkehr
- Migration, Integration und interkulturelle Konflikte
- Demokratie
- Zivilgesellschaft
- Internationale Beziehungen
- Governance und Recht

Gegründet wurde das WZB 1969 auf Initiative von Bundestagsabgeordneten aller Fraktionen. Es ist Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft.





Doppelte Vernetzung

Zwischen faszinierend und verstörend. So dürften die meisten von uns kürzlich den Auftritt von Sophia vor den Vereinten Nationen empfunden haben. Verstörend sind nicht die Kabel, die aus Sophias Kopf ragen – schließlich ist sie eine Roboterin. Unbehagen lösen ihre menschlichen Züge aus: Mimik, Tonfall und die Fähigkeit, ein Gespräch zu führen. Vieles ist freilich noch ungenau. Bei einem früheren Auftritt kündigte Sophia an, die Menschheit zerstören zu wollen. Dennoch: Diese Roboterin zeigt eindrucksvoll, mit welch großen Schritten die Digitalisierung weiter in unser Leben tritt.

Sind wir darauf vorbereitet? Nur unzureichend. Wir tun uns hierzulande noch immer schwer mit grundlegenden Dingen, etwa dem Ausbau des schnellen Internets. Die Politik entdeckt das Thema erst langsam. Für die zukünftige Bundesregierung muss es aber höchste Priorität haben. Denn die Digitalisierung berührt zentrale Lebensbereiche, von der Zukunft der Arbeit bis zum Miteinander in der Gesellschaft. Die Vermächtnisstudie hat uns gezeigt: Die Menschen sind sich des Wandels bewusst. Aber sie wissen nicht, an wen sie sich wenden können, um beispielsweise die notwendigen Weiterbildungen anzugehen. Das schafft Unsicherheit.

Nur eine doppelte Vernetzung kann die Lösung sein. Die Brücke zwischen virtuell und reell muss geschlagen werden, indem wir die Digitalisierung gestalten und gleichzeitig wieder mehr Orte schaffen, an denen sich Menschen austauschen – auch über Möglichkeiten und Grenzen des technologischen Wandels. Die Sozialwissenschaften sind hier als Berater gefragt. Das WZB hat 2017 weitere Weichen dafür gestellt: Das neue Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft und das eben eröffnete Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung nehmen virtuelle wie reelle Räume menschlichen Miteinanders in den Blick.

Jutta Allmendinger

Die Politik des Anstupsens International gibt es viele Varianten der Verhaltens- politik

Holger Straßheim und Rebecca Lea Korinek

Summary: Over the past decade, public policies that are informed by behavioral insights have spread across the world. While we can distinguish a limited variety across Anglo-Saxon, Scandinavian, Continental and Latin-American countries, behavioral public policy has also reached the European and transnational level. We argue that the global rise of behavioral public policy can only be understood by taking into account boundary-crossing expert networks gaining political and scientific authority.

Kurz gefasst: Verhaltenspolitik hat sich in den letzten Jahren auf allen Kontinenten etabliert. Es geht um politische Instrumente, die auf verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnissen basieren. Im internationalen Vergleich lässt sich eine begrenzte Bandbreite von Varianten der Verhaltenspolitiken unterscheiden, die zunehmend auch auf europäischer und transnationaler Ebene eine Rolle spielen. Dieser globale Aufstieg ist nur zu verstehen, wenn er im Zusammenhang mit grenzüberschreitenden Expertennetzwerken gesehen wird, die politisch und wissenschaftlich an Autorität gewinnen.

Seit mehr als zehn Jahren beobachten wir die zunehmende Verbreitung von Verhaltenspolitik. In diesem Jahr kam die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) auf der Grundlage eines Surveys in 23 Staaten zu dem Schluss, es sei mittlerweile weit mehr als ein Modetrend. Zuvor hatten bereits die Europäische Union, die Weltbank und die Vereinten Nationen ihre Bemühungen um die Umsetzung verhaltenswissenschaftlicher Erkenntnisse in so verschiedenen Feldern wie der Entwicklungs-, Energie-, Verbraucher-, Gleichstellungs-, Migrations- oder Anti-Korruptionspolitik dokumentiert. Man könnte mit der OECD von einem Paradigmenwandel sprechen – oder eben doch in den sich rasant vermehrenden Bekenntnissen zur Verhaltenspolitik die typischen Merkmale von Modewellen erkennen. Paradigmenwandel oder Modewelle: Wir wissen es nicht, denn es existieren derzeit keine theoriegeleiteten, systematisch vergleichenden Studien zum Ausmaß, den Konstitutionsbedingungen und Folgen einer Globalisierung der Verhaltenspolitik.

Ansätze zu einer systematischen Analyse haben wir im Projekt „Studying the Changing Orders of Political Expertise“ (SCOPE) am WZB entwickelt. Diese wurden vertieft mit Netzwerkdaten des von der National University of Singapore geförderten Projekts „Global Networks of Behavioural Expertise“ an der Humboldt-Universität zu Berlin und der Lee Kuan Yew School of Public Policy. Viele Einsichten verdanken wir den Gesprächen mit Praktikerinnen und Praktikern auf einer eigens organisierten Villa-Vigoni-Konferenz im Frühjahr 2017.

Im Kern umfasst öffentliche Verhaltenspolitik („behavioral public policy“) all jene politischen Instrumente und Formen der Koordinierung, die auf individuelles oder kollektives Verhalten gerichtet sind und an Erkenntnisse der Verhaltensökonomie, der Psychologie, der Verhaltens- oder Neurowissenschaften anschließen.

Es gibt ein breites Spektrum von Instrumenten der Verhaltenspolitik. „Nudges“ zielen auf automatische, spontane Elemente des kognitiven Systems und bedienen sich wissenschaftlicher Erkenntnisse über mentale Kurzschlüsse („biases“). Die daraus resultierenden „Stupser“ sollen ohne Zwang und starke Anreize Verhaltensänderungen auslösen. Andere Maßnahmen sollen politische und administrative Kommunikation vereinfachen („simplification“). Genutzt werden auch Methoden der Risikoerziehung für die Entscheidungsfindung in unsicheren Situationen („boosts“) oder soziale Verhaltensnormen („social norms marketing“). Schließlich umfasst das Spektrum die staatliche Regulierung kommerziell motivierter Verhaltensinterventionen („budges“).

Der Aufstieg der Verhaltenspolitik ist eng verbunden mit dem Behavioural Insights Team (BIT), jener von der New York Times als „Britain’s Ministry of Nudges“ bezeichneten, speziell für die Entwicklung und Anwendung von Nudges geschaffenen ministeriellen Strategieeinheit. Das ursprünglich im britischen Cabinet Office angesiedelte BIT ist mittlerweile weltweit zum Vorbild ähnlicher Einrichtungen geworden. Handelte es sich im Jahre seiner Gründung in 2010 noch um ein Team von acht Personen, so expandierte das BIT rasch und beschäftigt gegenwärtig knapp 120 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in der Zentrale in London sowie in seinen Außenbüros.

Das früheste Beispiel einer verhaltenspolitischen Strategieeinheit allerdings findet sich in Singapur: Am Home Team (HT), einem Zusammenschluss der dem Innenministerium nachgeordneten Polizei-, Sicherheits- und Strafbehörden, wurde bereits 2006 das Home Team Behavioural Sciences Center (HTBSC) gegründet. Es gehört zusammen mit der Behavioural Insights and Design Unit im Arbeitsministerium (Ministry of Manpower, MOM) und weiteren verhaltenspolitischen Expertenteams in Singapurs Regierung zu den ersten internationalen Kooperationspartnern des BIT.

Dass Verhaltenspolitik auch im Kontext autokratischer Regierungssysteme auf fruchtbaren Boden fällt, ist bislang in der Forschung nicht thematisiert worden, obgleich sich gerade anhand dieses Falls die kultur- und ideologieabhängigen Konstitutionsbedingungen und demokratietheoretischen Implikationen untersuchen ließen.

Dieser knappe Überblick deutet die Vielfalt staatlicher Verhaltenspolitik an. Die „varieties of behavioural public policy“ folgen keineswegs einem einheitlichen Modell und weisen erhebliche internationale Unterschiede auf. Dabei lassen sich in einer allerersten, international vergleichenden Auswertung vier verhaltenspolitische Cluster beziehungsweise Länderfamilien ausmachen:

Die Regierungen angelsächsischer Länder und hier insbesondere die USA, Großbritannien, Neuseeland und Australien haben früh damit begonnen, Verhaltenspolitik systematisch und regierungsnah zu institutionalisieren. Der Nudge-Autor und Rechtswissenschaftler Cass Sunstein trieb als Direktor des US Office for Information and Regulatory Affairs (OIRA) zwischen 2009 und 2012 die Umsetzung des Ansatzes voran. Die von Barack Obama im September 2015 erlassene Executive Order 13707 weist alle Ministerien und Agenturen der amerikanischen Regierung an, Politiken und Programme auf die Anwendbarkeit verhaltenspolitischer Erkenntnisse zu überprüfen und entsprechende Verhaltensinterventionen umzusetzen. Einen Schwerpunkt bildet in den USA ein breites Spektrum der Verhaltenspolitik im Bereich des Verbraucherschutzes (zum Beispiel durch Regulierungen von Kreditkarten im Zuge des Credit CARD Act von 2009), in der Gesundheits-, Renten-, Steuer- und Bildungspolitik sowie in der Verwaltungspolitik. Ähnliche Schwerpunkte verfolgen die Behavioural Insights Unit des New South Wales' Department of Premier and Cabinet (NSW BIU), die Productivity Commission und das Behavioural Economics Team of the Australian Government (BETA) wie auch das Finanzministerium in Neuseeland – alle Organisationen in enger Kooperation mit BIT UK beziehungsweise mit BIT Australia.

In skandinavischen Ländern, insbesondere in Norwegen und Dänemark, sind es vor allem sektorübergreifende Netzwerke, die Verhaltenspolitik entwickeln und erproben. Das Danish Nudging Network (DNN), ein Zusammenschluss von zivilgesellschaftlichen, politisch-administrativen, wirtschaftlichen und verhaltenswissenschaftlichen Akteuren, wurde ursprünglich 2010 an der Roskilde University und der University of Southern Denmark gegründet und ist auch personell eng mit iNudgeyou, der „Danish Nudge Unit“ verbunden; zudem unterhält es Kooperationsbeziehungen zum MindLab, einem Politiklaboratorium, das von mehreren dänischen Ministerien und der Stadt Odense getragen wird. In ähnlicher Weise bringt auch das norwegische GreeNudge seit seiner Gründung 2011 in verhaltenspolitischen Projekten Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen, um Interventionen mit dem Ziel der Abfallvermeidung, gesunden Ernährung oder Lebensmittelsicherheit zu erproben. Zudem zeichnet der besondere Schwerpunkt auf ökologischen, energie-, umwelt- und gesundheitsbezogenen Interventionen die skandinavischen Ansätze aus.

Kontinentaleuropäische Länder wie Deutschland, Italien, Österreich oder die Niederlande adaptieren Verhaltenspolitik eher ressortbezogen. In Deutschland haben bisher vor allem das Umweltbundesamt, das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung in Kooperation mit dem Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit und das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz mit dem Sachverständigenrat für Verbraucherfragen bei der Entwicklung und beziehungsweise Bewertung politischer Maßnahmen auf verhaltenspolitische Expertise zurückgegriffen. Das derzeit intensiv diskutierte Konzept der



Holger Straßheim ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialwissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin und Gast der WZB-Forschungsgruppe Wissenschaftspolitik. Seine Forschungsinteressen gelten unter anderem der Politischen Soziologie, der Erforschung von Public Policy & Governance und der vergleichenden Politikfeldanalyse.

[Foto: David Ausserhofer]

holger.strassheim@hu-berlin.de

„Deutschlandrente“ greift auf verhaltensökonomische Erkenntnisse zurück. Ressortübergreifende Ansätze verfolgt im Kanzleramt seit 2015 die Projektgruppe Wirksam Regieren. Diese ist mutmaßlich aufgrund eines politisierten Medienechos allerdings bislang kaum öffentlich in Erscheinung getreten und sieht sich selbst in keiner zu den Nudging-Strategieeinheiten der angelsächsischen Länder vergleichbaren Rolle. Ähnlich dezentral läuft die Erprobung verhaltenspolitischer Interventionen in Italien ab. Hier manifestiert sich zudem eine auch verhaltenspolitisch inspirierte Verwaltungsvereinfachung in der Agenda per la Semplificazione 2015-2017 und in der Etablierung des entsprechenden Ministro per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione. In den Niederlanden hat der Wissenschaftsrat für Regierungspolitik (WRR) seit 2009 verstärkt auf die Bedeutung verhaltenspolitischer Erkenntnisse hingewiesen, die hier ebenfalls hauptsächlich ressortbezogen politische Anwendung finden. Besonders aktiv in der Entwicklung verhaltenspolitischer Maßnahmen war das Ministerium für Infrastruktur und Umwelt, aber auch die Steuerbehörde (Belastingdienst), die dem Finanzministerium untergeordnet ist. Das Wirtschaftsministerium fungiert als gemeinsames Sekretariat für die Koordination von verhaltenspolitischen Maßnahmen in den einzelnen Ministerien.

Eine vierte Länderfamilie umfasst die zunehmend verhaltenspolitisch aktiven Staaten Lateinamerikas. Den Schwerpunkt bilden hier Verhaltensinterventionen in der Steuer- und Sozialpolitik, die in enger Kooperation mit dem BIT und der Weltbank nun in Costa Rica und Guatemala umgesetzt werden. Mexiko ist mit dem 1997 etablierten Conditional Cash Transfer Programme (CCT) „Prospera“ ein besonders prominenter und auch einflussreicher Fall für die Erprobung verhaltensändernder Maßnahmen. In Zusammenarbeit mit dem Präsidialamt Mexikos, der zivilgesellschaftlichen Organisation Qué Funciona para el Desarrollo (QFD) und UNICEF erprobt BIT ein interaktives SMS-System, das schwangere Mütter zur Wahrnehmung von Untersuchungs- und Vorsorgeterminen anregen soll. „Prospera Digital“ wird seit 2015 in nunmehr über 300 Kliniken erprobt. Geplant sind außerdem Verhaltensinterventionen zur Bekämpfung von Korruption in Zusammenarbeit mit den Behörden in Argentinien, Mexiko und Kolumbien.

In weiteren Ländern ist die Einrichtung von verhaltenspolitischen Expertenteams nach dem Vorbild des BIT geplant oder bereits umgesetzt worden: Beispiele sind Indiens Think Tank NITI Aayog in Kooperation mit der Bill & Melinda Gates Foundation, die Regierung Qatars in Form der Qatar Behavioural Insights Unit (QBIU), das Umweltministerium Japans oder neuerdings NudgeLebanon.

Verhaltenspolitik auf der transnationalen und europäischen Ebene

Die Verbreitung von Verhaltenspolitik hat längst auch Organisationen auf der transnationalen Ebene erreicht. Die Weltbank legte mit ihrem „Mind, Behavior and Development (eMBed)“-Team, 2015 den Entwicklungsbericht „Mind, Society and Behaviour“ vor, der erstmals systematisch die Grundlagen, Anwendungsfelder und Entwicklungsmöglichkeiten von Verhaltenspolitik in einen globalen Zusammenhang gebracht hat. Die Vereinten Nationen haben die UN Behavioural Initiative (UNBI) etabliert und testen derzeit im Rahmen des Agenda-2030-Prozesses Verhaltensinterventionen in den Bereichen Armut, Gleichstellung, Umwelt und Migration. Die OECD hat nun auch einen Bericht vorgelegt, der Interventionen aus den Bereichen Energieeffizienz und Umwelt, Mobilität, Wassermanagement und Nahrungsmittelsicherheit präsentiert und sich damit auf den durch das Weltwirtschaftsforum in Davos 2011 erstmals thematisierten „Nexus“ zwischen diesen Politikfeldern konzentriert. Transnational agierende Nichtregierungsorganisationen wie die Bill & Melinda Gates Foundation, ideas42 oder das Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab (J-PAL) experimentieren ebenfalls mit Verhaltensinterventionen quer zu etablierten Politikbereichen.

Wie neuere Studien zeigen, engagiert sich die Europäische Kommission bereits seit mindestens zehn Jahren in diesem Bereich und entwickelt entsprechende

Interventionen in einem zunehmend größeren Spektrum von Politikbereichen, das von gesundheitspolitischen Strategien gegen Übergewicht und dem Einsatz von CO₂-Kennzeichnungen bis zur Bekämpfung der Online-Spielsucht reicht. Im Jahr 2014 gründete die Kommission die Foresight and Behavioural Insights Unit (FBIU), deren Aufgabe die Entwicklung, Koordination und Umsetzung verhaltenspolitischer Interventionen in Europa ist.

Zusammengefasst beruht die Inter- und Transnationalisierung der Verhaltenspolitik also auf Multiakteursnetzwerken, die nationale Grenzen, Regulierungsebenen und Politikfelder überschreiten und dabei Experten und politische Akteure aus verschiedenartigen Kontexten in wechselseitigen Austausch bringen. Sicherlich ist Verhaltenspolitik auch ein Ergebnis des „Zeitgeistes“. Ihr Aufstieg ist jedoch nur zu verstehen, wenn sie im Zusammenhang solcher grenzüberschreitenden Expertenkonstellationen analysiert wird, denen es gelingt, sowohl politisch als auch wissenschaftlich an Bedeutung und Autorität zu gewinnen.

Um die hier skizzierten Fragen und Thesen vertiefen zu können, bedarf es mindestens dreier Forschungslinien jenseits der bisherigen, mitunter etwas aufgeregten Nudging-Debatten: Erstens sollte mithilfe von Analysen der globalen Netzwerke der Verhaltenspolitik präziser ausgelotet werden, wer die zentralen Akteure sind und wie sie sich über die Zeit entwickelt haben. Zweitens wären im Hinblick auf die hier knapp dargestellten Varianten der Verhaltenspolitik die vielfältigen, teilweise gegenläufigen und teilweise einander verstärkenden Faktoren zu bestimmen, die auf nationaler und regionaler Ebene zu einer Übernahme und Übersetzung bestimmter Instrumente in lokale Politiken führen. Dann ließen sich auch Aussagen darüber treffen, unter welchen Bedingungen sich Verhaltenspolitik besonders rasch verbreitet und wo sie auf Widerstand stößt. Drittens wäre dann genauer zu untersuchen, zu welchen bislang unerkannten Nebeneffekten Verhaltenspolitik führt. Derzeit wissen wir noch sehr wenig über ihre langfristigen Folgen, ihre Kombinierbarkeit mit anderen politischen Instrumenten und über die Umstände, unter denen Verhaltenspolitiken schlicht versagen. Während Nudges vielfach in gut kontrollierten Situationen getestet werden, ist noch immer unklar, wie sie sich unter den zunehmend komplexen, vielschichtigen Bedingungen politischer Regulierung verhalten.

Literatur

Straßheim, Holger: „Die Globalisierung der Verhaltenspolitik“. In: Katharina Hirschbrunn/Gisela Kubon-Gilke/Richard Sturn (Hg.): Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik. Jahrbuch Band 16: Kapitalismus, Globalisierung, Demokratie. Marburg: metropolis 2017, S. 211–242.

Straßheim, Holger/Korinek, Rebecca Lea: „Cultivating ‚Nudge‘: Knowing Behavioural Governance in the UK“. In: Richard Freeman/Jan-Peter Voss (Hg.): Knowing Governance. The Epistemic Construction of Political Order. Palgrave Studies in Science, Knowledge and Policy. Houndmills et al.: Palgrave 2016, S. 107–126.



Rebecca Lea Korinek ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Forschungsgruppe Wissenschaftspolitik. Sie widmet sich vor allem der Verbraucherpolitik, der regulativen Politik und Expertise sowie Innovation, Wissen(schaft) und Kultur. *(Foto: Udo Borchert)*

rebecca-lea.korinek@wzb.eu

Ist Nudging ethisch vertretbar?



Andrew Schotter ist Inhaber der Forschungsprofessur Advice and Decision Making am WZB. Der Ökonom von der New York University untersucht, wie Ratschläge das Entscheidungsverhalten von Menschen und somit deren weiteren Lebensverlauf beeinflussen können. *(Foto: Martina Sander)*

andrew.schotter@nyu.edu

Andrew Schotter: Ja!

Manche behaupten, Nudges schränken unsere persönliche Freiheit ein. Für mich ist dieser Einwand schwer nachvollziehbar. Eine Person wird in ihren Freiheiten eingeschränkt, wenn die Optionen, die sie hat, beschnitten werden. Aber so funktionieren Nudges nicht. Die Wahlmöglichkeiten, die jemand hat, werden durch Nudging nicht weniger – sie werden nur neu arrangiert. Die Entscheidungsarchitektur wird verändert. Verschiedene Möglichkeiten sind immer irgendwie gewichtet – aufgrund von Zufällen, historischen Umständen oder bürokratischen Vorgaben. Nudges präsentieren die Wahlmöglichkeiten lediglich auf eine Weise, die manche gegenüber anderen hervorhebt. Man bezeichnet Nudges auch als „leichten Paternalismus“, da das Set der Möglichkeiten, die der Entscheider vor sich hat, nicht angetastet, sondern nur neu angeordnet wird. Spielt es eine Rolle, ob Sie eine betriebliche Altersvorsorge aktiv an- oder aber abwählen müssen? Hier geht es nicht um einen Verlust von Freiheit, denn Ihre Wahlmöglichkeiten sind nicht eingeschränkt.

Andere wenden ein, ein Mensch brauche nicht die Hilfe anderer, wenn er entscheidet, was das Beste für ihn ist. Jeder Mensch sei sein eigener bester Ratgeber. In einer Welt voller gänzlich rational Handelnder würde tatsächlich jeder für sich entscheiden. Die Art, wie eine Alternative präsentiert wird, hätte nämlich keinerlei Einfluss auf die rationale Entscheidung eines Einzelnen. Wenn das zuträfe, wären Nudges schlicht ungefährlich. Wenn man Nudges aber für gefährlich hält, dann muss man voraussetzen, dass Menschen irrational sind. Damit teilt man ironischerweise genau die Grundannahme jener, die sich für Nudges einsetzen. Menschen bewegen sich immer zwischen Wünschen und Notwendigkeiten.

Nehmen wir an, ich liebe Schokolade. In der Cafeteria stehen zuerst die Desserts, dann die Vorspeisen und schließlich Salate und Obst. Wenn mir das so präsentiert wird, tendiere ich dazu, das zu wählen, was ich mag: Dessert, und nicht, was ich vielleicht brauche: Salat. Menschen gehen also eher kurzfristig ihren Lüsten nach und essen Süßes, auch wenn sie langfristig betrachtet Vitamine bräuchten. Ein Nudge könnte helfen, das umgekehrt zu gewichten. Wenn nun jemand argumentiert, es komme einem Außenstehenden nicht zu, zwischen meinen Wünschen und meinen Bedürfnissen abzuwägen, dann hat er jedenfalls schon zugestanden, dass Menschen nicht völlig rational handeln. Darüber sollten wir diskutieren.

Die sanfte Methode der Verhaltensökonomien, das Verhalten von Menschen ohne Verbote und ohne starke ökonomische Anreize zu beeinflussen, bietet Raum für Missbrauch, für Manipulation. Sind Nudges ethisch zulässig? Ja, meint Andrew Schotter, denn sie entsprechen nun einmal der menschlichen Natur. Robert Lepenies hält dagegen, dass Nudging politischer wird, aber demokratische Debatten nicht ersetzen sollte.

Robert Lepenies: Nicht so schnell!

Einsichten der Verhaltenswissenschaften werden im öffentlichen wie im privaten Sektor immer häufiger angewandt. Die Verheißung, das Verhalten von Menschen könne effektiv beeinflusst werden, hat nicht nur bei Regierungen rund um die Welt zur Einrichtung verhaltenswissenschaftlicher Beratergremien geführt. Auch viele andere Akteure wollen Entscheidungsarchitekten werden: Banken, Versicherungsgesellschaften, Marketingfirmen. Nun sind einzelne Nudges nicht zwangsläufig problematisch – einige institutionelle Konsequenzen hingegen schon. Immer mehr Forscher, Behörden und Organisationen versuchen inzwischen, Einsichten und Methoden der Verhaltenswissenschaften (tatsächlich ist es meist nur die Verhaltensökonomie) in der Politik zum Tragen zu bringen. „Fragen Sie uns, wenn Sie Politik günstig, effektiv und streng nach wissenschaftlichen Erkenntnissen gestalten wollen!“, heißt es da. Oder: „Wenn doch überall Entscheidungsarchitekturen zu finden sind, ist es dann nicht unverantwortlich, Einsichten der Verhaltenswissenschaften nicht zu nutzen?“ Der verhaltenswissenschaftliche Zugang hat viele unbestreitbar positive Auswirkungen auf die Gesellschaft. Aber die schnellen Erfolge dieser Politik können die Frage nicht auf Dauer verdecken, in welcher Form spezialisierte verhaltenswissenschaftliche Teams zu demokratischen Prozessen passen.

Zum einen ist Verhaltenspolitik in der Praxis individualistisch: Nudging hat bislang das Individuum – sei es als Bürger, Verbraucher oder Angestellter – zum Adressaten. Nudges zur Verbesserung des Verhaltens größerer Gruppen oder politisch mächtiger Organisationen gibt es hingegen nur selten. Zum anderen stellen sich bei verhaltenswissenschaftlich informierter Politik immer stärker grundsätzliche Fragen zur Rolle von Experten in der Demokratie. Wie funktionieren Nudging-Teams? Wer entscheidet, welche Entscheidungsarchitektur den Vorzug bekommt? Auch wenn Nudge Units sehr interdisziplinär aufgestellt sind, gibt es doch innerhalb der Wirtschaftswissenschaften und der Psychologie (und nicht nur zwischen ihnen!) Streit darüber, welches Verständnis von menschlichem Verhalten überhaupt zugrunde liegen soll. Wer garantiert aber die Vielfalt wissenschaftlicher Expertise in den Teams? Aussagen zu den großen politischen Fragen werden schon jetzt erwartet: Wie können britische Firmen mithilfe von Einsichten der Verhaltenswissenschaften dazu gebracht werden, angesichts des Brexit doch verstärkt im eigenen Land zu investieren? Sollten sich Nudging-Teams in Deutschland prioritär mit der Integration von Flüchtlingen befassen? Diese Fragen sind politischer Natur und sollten offen diskutiert werden. Denn selbst der beste Nudge kann undemokratisch sein.



Robert Lepenies ist Postdoktorand am Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung (UFZ) und war am WZB A.SK Award Postdoctoral Fellow. Er forscht zur Politik des Nudging. (Foto: Martina Sander)

robert.lepenies@EUI.eu

Beeinflussen, aber nicht einschränken

Wenn Verhaltensökonomie politisch wird

Ausgerechnet ein etwas unappetitliches und überdies exklusives Beispiel muss immer wieder herhalten, wenn es um Nudging geht: die kleine aufgeklebte Fliege in Urinalen öffentlicher Männertoiletten. Durch die Zielfigur soll die Treffgenauigkeit um achtzig Prozent gestiegen sein, und das ohne Sanktionen, ohne Belehrungen, schlicht durch einen spielerischen Anreiz. Mit Informationen aus der Verhaltensökonomie menschliches Verhalten steuern: Das hat Konjunktur, nicht nur im Marketing, sondern auch in der Politik. Sogar der diesjährige Wirtschaftsnobelpreis trägt dem Rechnung. Er ging an Richard Thaler, der den Begriff „Nudging“ geprägt und bekannt gemacht hat. Gabriele Kammerer hat mit den WZB-Ökonomen Steffen Huck und Dorothea Kübler gesprochen – nicht über Stubenfliegen.

Herzlichen Glückwunsch zum Nobelpreis für Ihre Fachrichtung! Bestätigt der Preis Ihre Forschung?

Dorothea Kübler: Ja, auf jeden Fall. Die Verhaltensökonomik ist im Bereich der Wirtschaftswissenschaften und der Wirtschaftspolitik immer noch unterbelichtet. Wenn man sich die deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute anschaut – das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin, das ifo Institut in München, das Mannheimer Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung und auch die Hauptvertreter dort, dann sind die überwiegend nicht verhaltensökonomisch orientiert.

Steffen Huck: Man sollte sich allerdings von der Berichterstattung über den Preis nicht dazu verleiten lassen, die Verhaltensökonomie als den neuen Heilsbringer für die Ökonomie zu sehen. Sicher haben wir grade durch die experimentelle Forschung mit ihren vielen sehr robusten Erkenntnissen über Fairness, über Ungeduld, über Angst vor Verlusten bessere Modelle gewinnen können. Aber wir stehen noch ziemlich am Anfang, weil wir noch nicht genau wissen, wo die Demarkationslinien verlaufen: Wo brauchen wir die neuen Ansätze der Verhaltensökonomie, wo aber tun es die traditionellen Ansätze auch?

Lassen Sie uns über den neuen Ansatz des „Nudging“ reden.

Huck: Die Verhaltensökonomie geht davon aus, dass Menschen nicht einfach rational agieren, wenn sie wirtschaftliche Entscheidungen treffen, sondern „reichere Präferenzstrukturen“ haben, wie wir sagen. Ihre nichtrationalen Motive versuchen Verhaltensökonomien aufzuspüren. Nudging ist der Versuch, diese Erkenntnisse zu nutzen, um das Verhalten von Menschen zu beeinflussen.

Kübler: Nudging sind Maßnahmen, die das Verhalten beeinflussen, aber nicht einschränken. Es geht um kleine „Stupser“, also weder um Verbote noch um starke wirtschaftliche Anreize. Die Grenzen sind allerdings fließend: Richard Thaler und sein Koautor Cass Sunstein bezeichnen auch den Emissionshandel, in dem es um enorme Summen Geld geht, als eine Form des Nudging. Für sie ist auch das eine wirtschaftspolitische Maßnahme, die nur sanft reguliert, weil die Leute ja noch die Freiheit haben, CO₂ zu emittieren, wenn sie diese Zertifikate kaufen.

Auf welchen Feldern spielt Nudging eine Rolle?

Kübler: Da gibt es inzwischen schon klassisch gewordene Bereiche: Menschen sind ehrlicher bei der Steuererklärung, wenn sie zu Beginn unterschreiben, dass sie alles nach bestem Wissen und Gewissen ausfüllen. Viele Untersuchungen gibt es zu gesunder Ernährung: Wie muss ich in Kantinen das Essen anordnen, damit Kunden zum Nachtisch einen Apfel essen statt des Schokopuddings? Ein weiterer Bereich ist die Altersvorsorge. Leute sparen fürs Alter, wenn sie beim Eintritt in ein Unternehmen automatisch in der Altersvorsorge drin sind. Der Status quo wird undefiniert. An diesem Beispiel kann man übrigens auch zeigen, warum der Nudge-Hype, den wir gerade beobachten, von Amerika ausgeht. In den USA gibt es viel weniger wohlfahrtsstaatliche Regelungen – zum Beispiel zur Rente – und viel mehr Raum für sanft motivierende Maßnahmen. Wir haben weniger Hemmungen, wirtschaftspolitische Maßnahmen zu ergreifen oder zu dulden, die die individuelle Freiheit einschränken.



Dorothea Kübler ist Direktorin der Abteilung Verhalten auf Märkten und Professorin an der Technischen Universität Berlin. Sie forscht vor allem zu Verhaltensökonomik und experimenteller Wirtschaftsforschung, Matching-Märkten, Entscheidungsverhalten und strategischer Interaktion. (Foto: David Ausserhofer)

dorothea.kuebler@wzb.eu

Welche Rolle kommt dem Staat beim Nudging zu?

Kübler: Ursprünglich stammen die Methoden aus dem Marketing. Aber wie sagte der Chefökonom der Weltbank mal so schön? Wenn Unternehmen das können, dann ist es nicht fair, dass wir das im öffentlichen Bereich nicht auch nutzen. Der Weltentwicklungsbericht 2015 zum Beispiel war diesem Thema gewidmet: Wie kann man Verhaltensökonomik nutzbar machen für Entwicklungspolitik? Dahinter stand die Idee: Überall wird genudgt, von Unternehmen werden irgendwelche Tricks angewandt. Warum nicht auch für den guten Zweck?

Wer sagt denn, dass Vater Staat es besser weiß und Bürger bevormunden darf?

Kübler: Das ist ein wichtiger Einwand. Nicht umsonst spricht Richard Thaler vom „libertären Paternalismus“. Darauf gibt es verschiedene Antworten. Zunächst mal sind viele Gesetze in Deutschland paternalistisch. Die Helmpflicht beim Motorradfahren etwa ist einfach eine Vorschrift. Für Nudging-Maßnahmen gilt wie für alle anderen Vorgaben: Sie müssen politisch gut begründet sein. Die zweite Antwort ist, dass wir versuchen, systematisch zu verstehen, was Leute wollen und welche systematischen Fehler sie machen. Und dann sagen wir, wissenschaftlich fundiert: Okay, wir sind ziemlich sicher, dass dieses Verhalten den langfristigen Interessen dieser Personen widerspricht. Wir wissen es dann tatsächlich ein bisschen besser.

Es soll im Kanzleramt eine Abteilung namens „Wirksames Regieren“ geben ...

Kübler: Das ist eine kleine Gruppe von Leuten, soweit ich weiß drei, von denen sieht und hört man nicht viel. Sie haben wohl weniger den Auftrag, öffentlichkeitswirksam bestimmte Themen zu vertreten, wie das bei Nudging-Teams in anderen Ländern durchaus der Fall ist. Vielmehr bekommen sie aus den Ministerien Anfragen für bestimmte Projekte. Aber wie gesagt: Hier in Deutschland stehen wir nicht unter so einem großen Rechtfertigungsdruck, wenn wir Freiheiten einschränken. Nudging ist in den USA auch ein bisschen eine Notlösung. Wir haben nun mal nicht solche Skrupel, Waffen zu verbieten, zum Beispiel.

Für manche ist Nudging bedrohlich, gerade in der digitalisierten Welt befürchten sie Manipulation.

Huck: Und in Teilen durchaus zu Recht. Die wirklichen Großmeister des Nudging sind und bleiben Firmen. Gerade im Onlinebereich, wo es so leicht ist, enorme Mengen Daten zu sammeln, ist der Verbraucher gut beraten, ein wenig Skepsis an den Tag zu legen. Wir haben zur Darstellung von Preisen geforscht. Wir haben untersucht, wie sich Kaufverhalten ändert, wenn Preise zum Beispiel als „3 für



Steffen Huck ist Direktor der Abteilung Ökonomik des Wandels am WZB und Professor für Ökonomie am University College London. (Foto: David Ausserhofer)

steffen.huck@wzb.eu

2“ dargestellt oder in ihre verschiedenen Komponenten zerlegt werden, ein Grundpreis plus Kreditkartengebühr plus Versandkostenpauschale, und da zeigt sich auf erschreckende Weise, wie selbst hochintelligente und hochkonzentrierte Verbraucher in die Irre geführt werden können.

Kübler: Ein anderes drastisches Beispiel ist der New Yorker Taximarkt. Da wird einem bei der Kartenzahlung vorgegeben, wie viel Trinkgeld man geben kann. Man kann auch frei irgendwas eintippen, aber wenn man faul ist, drückt man auf einen der Knöpfe. Inzwischen steht da 20, 25 oder 30 Prozent. Diese Maßnahme hat das Trinkgeld verdoppelt! Das ist ein kleines Beispiel dafür, wie stark das Verhalten beeinflusst werden kann, wie Konsumenten ausgenommen werden können. Sensibilität für dieses Nudging durch Firmen kann auch eine Devise sein. Also: Anti-Nudging!

Was tun, um Schaden abzuwenden?

Huck: In manchen Fällen ist die Antwort darauf sicher: bessere Regulierung, die die Erkenntnisse der Verhaltensökonomie einbezieht. Aber man muss aufpassen, denn Regulierung kann auch nach hinten losgehen. Mein Kollege am University College London, Ran Spiegler, hat dafür sehr eindrucksvolle Beispiele ausgearbeitet. Er zeigt, dass es nicht genügt, die Existenz eines „Bias“ im Verhalten, also einer Abweichung von rationalem Entscheiden, zu kennen. Wir müssen den psychologischen Mechanismus, der der Abweichung zugrunde liegt, entschlüsseln. Und davon sind wir selbst bei vielen empirisch sehr gut belegten Abweichungen noch weit entfernt.

Die Forschung darf also nicht bei der Beschreibung von abweichendem Verhalten aufhören.

Kübler: In den ersten Jahrzehnten hat es oft für sehr gute Publikationen gereicht, einen merkwürdigen Verhaltenseffekt zu dokumentieren. Heute verlangen die guten Journals zum Glück meist mehr, und das bringt die Ursachenforschung schon voran.

Arbeiten Sie in Ihren Abteilungen an solcher Ursachenforschung?

Huck: Na klar. Augenblicklich beschäftigen wir uns vor allem mit den Wurzeln von nicht rationalen Erwartungen, zum Beispiel mit dem Phänomen des Überoptimismus, der oft bei Entrepreneuren zu finden ist. Wir schreiben ein Papier, das experimentell untersucht, inwiefern schlichtweg schlechte Datenanalyse solchen Überoptimismus generieren kann. Unternehmer sehen immer nur den Erfolg anderer Unternehmen, die tatsächlich gegründet worden sind. Wenn man vergisst, dass weitere vielleicht dieselbe Idee hatten, aber gar nicht erst gegründet haben, wird man schnell zu optimistisch.

Gibt es sowas auch in der Forschung?

Huck: Ja, absolut. Wann immer man meint, eine neue tolle Idee zu haben, die in der Literatur noch nicht vorkommt, sollte man sich fragen, ob das wirklich daran liegt, dass noch keiner auf denselben Gedanken gekommen ist. Es könnte doch auch sein, dass die Idee am Ende zu nichts führt. Wenn man das beherzigt, kann man sich viele Irrwege ersparen.

Aber es gibt sie noch, die ganz neuen Ideen in der Verhaltensökonomie?

Kübler: Ja, aber die ganz neuen und womöglich tatsächlich guten darf man nie verraten.

Big Data und Nudging Kommt der digitale Überwachungsstaat?

Florian Irgmaier und Lena Ulbricht

Zurzeit verschränken sich zwei Entwicklungen, die je für sich genommen das Potenzial haben, das individuelle und soziale Leben in modernen Gesellschaften deutlich zu verändern. Einerseits haben die Verhaltenswissenschaften und andere Disziplinen das Instrumentarium erweitert, mit dem sich das Verhalten von Menschen beeinflussen lässt: Methoden des Nudging sind in aller Munde. Auf der anderen Seite verspricht die Verbreitung informationstechnischer Systeme Innovationen in der Sammlung und Auswertung von Daten, die neues, detailliertes Wissen über Individuen, Gruppen und Gesellschaften schaffen. Zumeist wird den Ergebnissen solcher automatisierter Big-Data-Analysen ein hohes Maß an Objektivität, Repräsentativität und Vorhersagekraft zugeschrieben.

Die Schnittpunkte von Big Data und Nudging rücken seit einiger Zeit verstärkt ins Blickfeld öffentlicher Debatten. Besonderes Interesse gilt der Möglichkeit, Nudges für einzelne Gruppen oder Individuen maßzuschneidern und sie im zeitlichen Verlauf beständig anzupassen. *Nudgr* zum Beispiel ist ein Instrument, das Kunden und Kundinnen möglichst lange auf den Webseiten von Online-Shops halten soll. Zu diesem Zweck werden verschiedene Nutzerdaten erfasst, etwa die Bewegung der Maus über das Browserfenster, und durch lernende Algorithmen ausgewertet. Deuten diese Daten darauf hin, dass eine Kundin die Seite mit großer Wahrscheinlichkeit in Kürze verlassen wird, aktiviert *Nudgr* ein Pop-Up-Fenster, das die Kundin zum Beispiel mit einem Rabatt dazu animieren soll, weiterhin auf der Seite zu verbleiben und doch noch etwas zu kaufen. Statt allen Kund/-innen einen Rabatt anzubieten – also auch denjenigen, die den regulären Preis zu zahlen bereit wären –, lockt *Nudgr* nur jene Personen, die ansonsten gar keine Einnahmen generieren würden.

Die zunehmende Verschränkung von Big Data und Nudging weckt große Befürchtungen. Der Journalist und Autor Sascha Lobo bezeichnete die Kombination von Nudging und Big Data jüngst als „bedenkliches Gemisch“, „Amalgam der Bevormundung“ und „Gängelungsinstrument des digitalen Alltags“. Auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung ist von einseitigen und dabei wenig konkreten Schreckensvisionen geprägt. Beispielsweise entwirft Shoshana Zuboff mit ihrem Konzept des „Überwachungskapitalismus“ ein Szenario, in dem Menschen nicht mehr kognitiv angesprochen, sondern nur noch stimuliert werden und jegliche Autonomie einbüßen. Ihr zufolge könnte Google anderen Firmen oder staatlichen Akteuren die Möglichkeit verkaufen, unsere Kühlschränke zu verschließen, wenn wir zu viel Eiscreme essen. Dirk Helbing und Koautoren sehen gar ein „totalitäres Regime mit rosarotem Anstrich“ voraus. Solche Generalisierungen erschweren die Diskussion darüber, welche konkreten Kombinationen von Big Data und Nudging akzeptabel sind und welche nicht.

In welchen Bereichen, in welchem Ausmaß und mit welchen Folgen Big Data und Nudging tatsächlich verknüpft werden, bleibt zu untersuchen. Dabei gilt es, viele Fragen zu beantworten: Woher stammen die Daten, auf deren Grundlage Verhalten beeinflusst wird, und wie werden sie ausgewertet? Wer setzt die Instrumente ein – und zu welchen Zwecken? Wie genau wird das Verhalten der betroffenen Personen beeinflusst, das heißt, welche kognitiven Mechanismen machen sich einzelne Beeinflussungsversuche zunutze, und wie erfolgreich sind sie? Wieviel Autonomie verbleibt Individuen, und welche Folgen hat die Beeinflussung für sie? Antworten auf diese und weitere Fragen sind unerlässlich, wenn Gesellschaften ein gut begründetes Urteil darüber fällen wollen, welche Formen der Verhaltensbeeinflussung im Einklang mit ihren Werten stehen und welche nicht.

Summary: Nudge interventions increasingly draw on Big Data analyses. This combination raises major concerns among both journalists and scholars. More nuanced studies, however, are still lacking. Like other forms of social coordination, Big Data and Nudging can be thought of as a combination of „seeing“ and „steering“. Taking smart electricity meters as an example, we show how data-driven monitoring is intertwined with subtle influence, what is new about this combination, and which normative questions this combination poses.

Kurz gefasst: Nudging erfolgt immer öfter auf der Grundlage von Big-Data-Analysen. Diese Verbindung weckt sowohl in der journalistischen als auch in der wissenschaftlichen Debatte große Befürchtungen. Differenzierte Untersuchungen über konkrete Anwendungen fehlen jedoch weitgehend. Big Data und Nudging lässt sich, wie andere Formen gesellschaftlicher Koordination, als Kombination von „Sehen“ und „Lenken“ begreifen. Am Beispiel von intelligenten Stromzählern zeigen wir, wie datengestützte Beobachtung und subtile Beeinflussung ineinander greifen, was daran neu ist und welche normativen Fragen dies aufwirft.



Florian Irgmaier ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im neu gegründeten Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft. In der Forschungsgruppe „Quantifizierung und gesellschaftliche Regulierung“ arbeitet er unter anderem zu Regulierungspraktiken, die verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse mit der automatisierten Auswertung von Daten verbinden. (Foto: Thu-Ha Nguyen)

florian.irgmaier@wzb.eu

Für die wissenschaftliche Analyse alltagsnaher Beispiele schlagen wir einen begrifflichen Rahmen vor. Wir betrachten die Verbindung von Big Data und Nudging als eine spezifische Form des Sehens und des Lenkens. Die Analyseverfahren, die zurzeit unter der Bezeichnung Big Data firmieren, stellen eine bestimmte Art und Weise dar, sich ein Bild von Gesellschaften oder einzelnen Teilausschnitten zu machen – zu „sehen“. Bei Nudges wiederum handelt es sich um einen spezifischen Typus von Instrumenten, mit denen Menschen „gelenkt“ werden sollen. Diese Betrachtungsweise schärft den Blick dafür, was an der Kombination von Big Data und Nudging tatsächlich neu ist. Denn Sehen und Lenken an sich sind keine Erscheinungen des 21. Jahrhunderts. Mit diesem Begriffspaar lassen sich alle möglichen historischen wie zeitgenössischen Formen gesellschaftlicher Koordination beschreiben. Philipp Sarasins Untersuchung über die tayloristische Betriebsführung zu Beginn des 20. Jahrhunderts zeigt zum Beispiel, wie wissenschaftliche Beschreibungen des menschlichen Körpers als einer Maschine zu Managementpraktiken führen, die diese „Maschinen“ maximal effizient nutzen sollen. Je nachdem, wie ein bestimmtes Phänomen gesehen wird, variieren also auch die Arten, mit denen man versucht, es zu lenken.

Was ist nun die spezifische Ausprägung von Sehen und Lenken im digitalen Zeitalter? Ein Beispiel, das die automatisierte Sammlung und Auswertung großer Datenmengen mit der Beeinflussung von Verhalten verbindet, sind sogenannte Smart Meter, also intelligente Stromzähler, die mit Datennetzen verbunden sind und ihre Messdaten auf diese Weise direkt kommunizieren können. Ab 2020 wird ihr Einbau in Deutschland für viele Privathaushalte verpflichtend. Wie hängen im Fall der Smart Meter Sehen und Lenken zusammen? Mit Blick auf das Sehen kann man feststellen, dass Smart Meter umfangreiche Daten über den Stromverbrauch in Haushalten in unbekanntem Ausmaß sammeln. Bislang wurde von Energieunternehmen nur der aggregierte Stromverbrauch eines Haushalts gemessen – und meist nur jährlich; mit Smart Meter lässt sich der Verbrauch jedes einzelnen Geräts feststellen – und zwar mehrmals täglich. Diese Detailschärfe erlaubt Schlüsse, die weit über den Stromverbrauch hinausgehen: über Verhalten, Lebensstil und soziale Netze der Personen in den betreffenden Haushalten. Gerade im Aggregat von ganzen Gebäudekomplexen, Stadtteilen und gar Regionen können Daten über den Stromverbrauch große Aussagekraft entfalten, besonders dann, wenn sie mit weiteren Informationen kombiniert werden. Smart Meter legen somit prinzipiell die Grundlage für Big-Data-Analysen, eine Form des Sehens, die besonders akkurate und zeitnahe Abbilder von Personen verspricht.

Wie werden diese Daten für das Lenken, also zur Verhaltensbeeinflussung genutzt? In Großbritannien, wo mehrere Millionen Smart Meter in Privathaushalten angeschlossen sind, werden bereits konkrete Vorschläge entwickelt und erprobt. Meist ist das primär genannte Ziel, Strom zu sparen. Ein Vorschlag ist, den Nutzern und Nutzerinnen anzuzeigen, wie hoch ihr eigener Energieverbrauch im Vergleich zu anderen ist. Eine ähnliche Überlegung sieht vor, Nutzerinnen und Nutzer dazu anzuhalten, ihre Verbrauchsdaten in sozialen Netzwerken zu teilen und somit einen Energiesparwettbewerb auszulösen. Beide Versuche, den Energieverbrauch zu senken, machen sich den Umstand zunutze, dass Menschen sich in ihrem Handeln an anderen orientieren. Individuelle Entscheidungen zum Stromverbrauch werden also, und das ist neu, in einen Kontext des gesellschaftlichen Vergleichs gebracht. Neu ist zudem, dass Datenanalyse-Unternehmen wie ONZO Energieanbieter darin unterstützen, Haushalten nicht die gleichen, sondern vielmehr maßgeschneiderte Formate vorzuschlagen. Bei jedem wirkt etwas anderes: Die einen reagieren stärker auf Informationen über den Stromverbrauch der Nachbarn und Freunde, die anderen vielleicht auf regelmäßige Aufforderungen, wieder andere profitieren von Geräten, die sich regelmäßig abschalten. All diese Maßnahmen kommen ohne Zwang aus. Energieunternehmen profitieren zwar nicht unmittelbar von geringerem Stromverbrauch, sehen in entsprechenden Maßnahmen jedoch eine Strategie der Kundenbindung. Insofern Daten über den Stromverbrauch eines Haushalts dafür genutzt werden, um diesen erfolgreich zum Stromsparen zu animieren, können die jeweiligen Unternehmen durchaus mit der wohlüberlegten Zustimmung ihrer Kunden rechnen – sowohl aus finanziellem Eigeninteresse als auch aus ökologischem Verantwortungsbewusstsein. Zugleich muss man darauf achten, dass

diese Maßnahmen, selbst wenn sie Verbrauchern und dem Klima nützen, ihren Adressaten genügend Autonomie gewähren. Dies kann etwa sichergestellt werden, indem Verbraucherinnen und Verbraucher über entsprechende Prozesse in sinnvoller und verständlicher Weise informiert werden.

Dennoch bergen Smart Meter Gefahren für Grundrechte und Demokratien, wenn nämlich andere Lenkungszwecke verfolgt werden: Die durch Smart Meter gesammelten Daten sind nur zum Teil durch das Ziel des Stromsparens motiviert. Der zweite Verwendungszweck von Smart Meter ist das Geschäft mit den Verbraucherdaten. Energieunternehmen besitzen bereits umfassende Daten über ihre Kunden; durch Smart Meter werden diese noch detaillierter, leichter zugänglich und in der Folge für weitere Lenkungszwecke entdeckt. Sie werden etwa als Grundlage für datenbasierte Geschäftsmodelle gesehen. So hat zum Beispiel RWE eine Tochter gegründet (Innogy), die sich auf datengetriebene Innovationen konzentriert. Ein Vorbild ist das britische Unternehmen ONZO, das auf der Grundlage von Smart-Meter-Daten Haushaltsprofile errechnet, die wiederum für Werbezwecke genutzt werden sollen: Ein Haushalt etwa, in dem viel geduscht wird, ist empfänglicher für Shampoowerbung. Eine weitere Ebene des Lenkens ist schließlich dort erreicht, wo Smart Meter nicht nur als Datenlieferanten, sondern sogar selbst als Lenkungsinstrumente eingesetzt werden. Sie erlauben etwa eine Fernwartung, aber auch ein Abschalten des Stroms aus der Ferne. (Letzteres ist allerdings nicht mehr Nudging, sondern überschreitet die Schwelle zum Zwang.)

Aus Sorge, Smart Meter könnten für die Überwachung von Haushalten missbraucht werden, sei es durch staatliche Behörden oder durch Unternehmen, haben Verbraucher- und Datenschützer in Frankreich Proteste und eine Verbandsklage gegen die Einführung der intelligenten Stromzähler organisiert.

Wenn wir die Zusammenführung von Sehen durch Big Data und Lenken durch Nudging bewerten wollen, bedarf es stärkerer Nuancierung und wissenschaftlicher Evidenz. Im Fall der Smart Meter etwa ist zum einen bedeutend, ob die Verhaltensprofile, die durch Smart Meter erstellt werden, die Zustimmung von Betroffenen und Verbraucherverbänden erhalten. Wichtig ist auch die Frage, ob sie überhaupt zutreffend sind. Zum anderen muss man differenzieren, für welche Zwecke diese Informationen eingesetzt werden: Um Nutzern unter Wahrung ihrer Autonomie das Stromsparen zu erleichtern? Oder um ihre Neigungen und Umstände für kommerzielles Marketing auszunutzen? Die Grenzen zwischen beiden Zwecken sind allerdings fließend, wenn man bedenkt, dass Stromsparempfehlungen nicht selten den Kauf eines neuen, energieeffizienteren Geräts beinhalten.

Rechtliche Regulierung bietet die Möglichkeit, nützliche Formen datengestützter Verhaltensbeeinflussung zu fördern und potenziell schädliche Anwendungen auszuschließen. In jedem Fall benötigen wir nüchterne und detaillierte Analysen der verschiedenen Varianten von Big Data und Nudging, wenn wir die neuen technischen Möglichkeiten so nutzen wollen, dass sie die individuelle und die kollektive Selbstbestimmung fördern und nicht untergraben. Solche Analysen bilden einen Schwerpunkt der künftigen Arbeit des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft, an dem das WZB maßgeblich beteiligt ist.



Lena Ulbricht ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im neu gegründeten Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft. In der Forschungsgruppe „Quantifizierung und gesellschaftliche Regulierung“ befasst sie sich unter anderem mit dem Einsatz neuer Technologien für Regulierungszwecke.

(Foto: David Ausserhofer)

lena.ulbricht@wzb.eu

Literatur

Helbing, Dirk/Frey, Bruno S./Gigerenzer, Gerd/Hafen, Ernst/Hagner, Michael/Hofstetter, Yvonne/van den Hoven, Jeroen/Zicari, Roberto V./Zwitter, Andrej: „Digitale Demokratie statt Datendiktatur“. In: Carsten Könneker (Hg.): *Unsere digitale Zukunft*. Berlin/Heidelberg: Springer 2017, 3–21.

Lobo, Sascha: „Nudging: Du willst es doch auch. Oder?“ In: *Spiegel Online*, 11. Oktober 2017. Online: www.spiegel.de/netzwelt/web/nudging-sascha-lobo-ueber-das-prinzip-nudging-im-digitalen-zeitalter-a-1172423.html (Stand 27.11.2017).

Sarasin, Philipp: „Die Rationalisierung des Körpers. Über ‚Scientific Management‘ und ‚biologische Rationalisierung‘“. In: Philipp Sarasin: *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003, S. 61–99.

Zuboff, Shoshana: „Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization“. In: *Journal of Information Technology*, 2015, Jg. 30, H. 1, S. 75–89.

Verantwortung vs. Effizienz Warum der Emissionshandel so unbeliebt ist

Dorothea Kübler

Summary: The trade of emission permits faces public resistance. Such resistance may be driven by moral responsibility, where citizens prefer to tackle the environmental problems that they have caused by themselves, rather than delegating the task to others. We use a laboratory experiment to isolate moral responsibility from alternative explanations. It turns out that participants take actions that reduce the earnings of all participants in order to fulfill their duty and „clean up themselves“.

Kurz gefasst: Der Emissionshandel stößt auf Widerstand. Dieser könnte dadurch begründet sein, dass Menschen sich moralisch verantwortlich fühlen, die Umweltprobleme, die sie verursacht haben, auch selbst zu beseitigen, anstatt das an andere zu delegieren. Mithilfe eines Laborexperiments lässt sich moralische Verantwortung als Handlungsmotiv von anderen möglichen Motiven isolieren. Wir zeigen, dass die Teilnehmer bereit sind, auf höhere Auszahlungen für ihre Gruppe zu verzichten, um ihrer moralischen Verantwortung gerecht zu werden und selbst „aufzuräumen“.

Über Märkte und Moral wird viel diskutiert. Schwächen Märkte die Kraft moralischer Normen? Oder haben sie eine zivilisierende Wirkung auf die Marktteilnehmer, weil sie für alle Beteiligten Nutzen stiften? Andersherum, also im Blick auf das Marktergebnis, steht die Frage im Raum, inwiefern Märkte darauf angewiesen sind, dass ihre Teilnehmer gewisse moralische Überzeugungen mitbringen. Oder ist moralisches Verhalten gerade hinderlich, wenn es darum geht, ein für alle vorteilhaftes Marktergebnis zu erzielen? Die Antworten auf diese Fragen sind vielschichtig. Eine konkrete Situation, in der Markt und Moral in einem Spannungsverhältnis zueinander stehen, ist die Klimaschutzpolitik, wie wir mithilfe eines Experiments herausfinden konnten.

Die Reduktion von CO₂ ist eines der zentralen Ziele für den Klimaschutz. Die Festlegung einer Obergrenze für den CO₂-Ausstoß und die Aufteilung der zulässigen Menge von CO₂ auf Zertifikate, die gehandelt werden können, dient genau diesem Ziel. Diese Politik wird in vielen Teilen der Welt auf nationaler oder regionaler Ebene bereits praktiziert. Ein Emissionszertifikat erlaubt seinem Eigentümer, eine gewisse Menge CO₂ auszustoßen oder auf den Ausstoß zu verzichten und das Zertifikat weiterzuverkaufen. Aus ökonomischer Sicht hat der Handel von Emissionszertifikaten Vorteile gegenüber anderen Instrumenten wie etwa CO₂-Steuern, weil er dazu beiträgt die Emissionen dort zu reduzieren, wo es am kostengünstigsten ist.

Gleichzeitig hat sich aber Widerstand gegen den Handel von Zertifikaten formiert. Die Kritiker sind keineswegs nur Leugner des Klimawandels, sondern auch Leute, die sich für den Klimaschutz besonders engagieren. So schreibt der Klimaforscher und Aktivist James Hansen in seinem Buch „Storms of My Grandchildren“: „Eine erfolgreiche neue Politik darf nicht auf Emissionszertifikaten beruhen. (...) Die Öffentlichkeit muss nachdrücklich auf der Maxime beharren: ‚Keine Emissionszertifikate!‘ Denn das sind genau die Tricksereien, die Politiker so gern mögen und sich nicht nehmen lassen wollen. Das Zertifikat ist so etwas wie der Ablassbrief, den die Kirche im Mittelalter verkauft hat.“

Die Erleichterung des Gewissens durch den Kauf von Emissionszertifikaten spielt einem Beitrag des Journalisten George Monbiot in der Tageszeitung *Guardian* zufolge tatsächlich eine Rolle: „Wenn wir unser schlechtes Gewissen erst einmal beruhigt haben, tanken wir weiter unsere SUVs voll und fliegen ohne jeden Gedanken an die Folgen für den Planeten um die Welt.“

Der Papst in seiner 2015 veröffentlichten Enzyklika *Laudato Si'*, in der die globale Erwärmung als eine der wichtigsten aktuellen Herausforderungen für die Menschheit bezeichnet wird, argumentiert ähnlich: Das System des Handels mit Emissionszertifikaten sei eine Scheinlösung und bringe nicht die eigentlich benötigte radikale Veränderung mit sich. „Vielmehr kann es sich in einen Behelf verwandeln, der vom Eigentlichen ablenkt und erlaubt, den übermäßigen Konsum einiger Länder und Bereiche zu unterstützen.“

Wie ist diese Kritik zu verstehen? Eine Ursache könnte sein, dass die Kritiker die Vorteile des Marktmechanismus für die Eindämmung von CO₂-Emissionen nicht verstehen. Es ist aber auch möglich, dass die Annahmen der Theorie, die die Vorzüge des Emissionshandels zeigen, nicht erfüllt sind, sodass es sich um eine Kritik an der ökonomischen Theorie handelt. Eine weitere Hypothese ist: Die Kritik rührt daher, dass es eine moralische Verantwortung gibt, die Umweltverschmutzung, die man verursacht hat, auch selbst wieder zu beseitigen. Das

würde bedeuten, dass die Bezahlung anderer dafür, sich um die Verschmutzung zu kümmern, als unmoralisch angesehen würde. In einem Laborexperiment haben wir untersucht, ob diese Hypothese empirisch valide ist.

Dorothea Kübler ist Direktorin der Abteilung Verhalten auf Märkten. Siehe auch das Interview in diesem Heft.

Für das Experiment haben wir Studierende in unser Computerlabor eingeladen. Wie in ökonomischen Experimenten üblich, konnten die Teilnehmer Geld verdienen, und der Gesamtbetrag, den sie erhielten, hing von ihren Entscheidungen im Experiment ab. Die Probanden wurden in Zweier-Teams aufgeteilt. Eine der beiden Personen wurde nach der Zahl der Kichererbsen bezahlt, die sie aus einer Distanz in eine Schale werfen konnte. Die meisten Kichererbsen landeten dabei selbst bei geschickten Werfern auf dem Fußboden. Anschließend hatte diese Person die Möglichkeit, die Kichererbsen aufzuheben oder diese Arbeit ihrem Teampartner zu überlassen und stattdessen eine andere Aufgabe zu lösen. Die Teampartner konnten nicht besprechen, wer welche Aufgabe übernimmt; der Werfer der Kichererbsen musste das alleine entscheiden.

Der Trick des Experiments bestand nun darin, dass der Werfer der Kichererbsen doppelt so viel mit der Erledigung der anderen Aufgabe verdiente wie der Teampartner und dass die Einkünfte beiden Teampartnern gemeinsam ausgezahlt wurden. Es gab also einen Konflikt zwischen der Maximierung der Bezahlung für das Team und der möglichen moralischen Pflicht des Verursachers, selbst die Kichererbsen aufzuheben. Obwohl beide Teilnehmer aufgrund höherer Auszahlungen davon profitiert hätten, dass die andere Person aufräumt, entschieden sich 60 Prozent der Kichererbsen-Werfer dafür, selbst Ordnung zu schaffen.

Dieses Verhalten könnte verschiedene Ursachen haben. Beispielsweise könnten die Kichererbsen-Werfer fürchten, dass ihre Teampartner die Regeln nicht verstanden haben und deshalb die Kichererbsen nicht aufräumen. Wenn nicht aufgeräumt wird, würde nach den Regeln des Experiments das gesamte Team keine Auszahlungen erhalten, und das möchten die Kichererbsen-Werfer auf jeden Fall vermeiden. Um zweifelsfrei auf die Rolle der individuellen Verantwortung schließen zu können, wurde deswegen ein Kontrollexperiment durchgeführt. Die einzige Veränderung gegenüber der ersten Situation bestand darin, dass die Kichererbsen nicht von einem der beiden Teampartner auf den Boden geworfen wurden, sondern vom Experimentator. Hier entschieden sich nur 30 Prozent der Teilnehmer dafür, selbst aufzuräumen. In diesem Fall waren die Auszahlungen für beide Teilnehmer höher. Der signifikante Unterschied zu den 60 Prozent der Kichererbsen-Werfer, die selbst die Hülsenfrüchte eingesammelt hatten, lässt sich auf den Einfluss von individueller Verantwortung zurückführen. Denn der einzige Unterschied zwischen den beiden Situationen bestand ja darin, wer die Kichererbsen geworfen hatte.

Was bedeuten diese Ergebnisse nun für die Klimapolitik? Zunächst mal ist es natürlich ein großer Schritt von den Kichererbsen im Experimentallabor zum gesellschaftlichen Widerstand gegen den Emissionshandel. Aber der Abschluss des Experiments erwies sich als aufschlussreich. Den Probanden wurde ein Fragebogen mit mehreren Aussagen vorgelegt. Eine Aussage lautete: „Individueller Konsumverzicht (z. B. weniger Fleisch essen, weniger oder keine Flugreisen) ist ein wichtiges Mittel, um Klimawandel zu vermeiden.“ Es zeigte sich, dass Kichererbsen-Werfer, die im Experiment die Erbsen selbst aufgelesen hatten, besonders häufig dieser Aussage zustimmten. Das könnte darauf hinweisen, dass es einen Zusammenhang gibt zwischen dem Verhalten im Labor und den Einstellungen der Teilnehmer zur Klimapolitik.

Wenn nun das Verantwortungsprinzip mit dem Emissionshandel kollidiert, stellt sich die Frage, was zu tun ist. Es kann nicht darum gehen, Moralvorstellungen über Bord zu werfen, weil sie nicht wirtschaftlich effizient sind. Es wäre aber auch unrealistisch zu glauben, dass das individuelle Verantwortungsgefühl ausreicht, um den CO₂-Ausstoß weltweit zu verringern. Stattdessen sollten umweltpolitische Maßnahmen ergriffen werden, die nicht den Moralvorstellungen zuwiderlaufen. Für die Klimapolitik könnte das unter Umständen heißen, dass eine CO₂-Steuer leichter vermittelbar ist als der Emissionshandel.

Literatur

Jakob, Michael/Kübler, Dorothea/Steckel, Jan Christoph/van Veldhuizen, Roel: „Clean Up Your Own Mess: An Experimental Study of Moral Responsibility and Efficiency“. In: *Journal of Public Economics*, 2017, Jg. 155, S. 138–146.

Summary: Whenever we decide what product to buy, what investment to make, or what medical treatment to obtain, we often rely on expert advice. But, what happens when advisors receive bonus payments for recommending certain products, investments or treatments? In a series of experiments with university students, we provide evidence that advisors may in these cases engage in self-deception, convincing themselves that the bonus product is also the better one, which allows them to maximize their payment while maintaining a moral self-image.

Kurz gefasst: Bei Kaufentscheidungen sind wir meist auf externe Fachberatung angewiesen, ob wir elektronische Geräte erwerben, Geld anlegen oder eine Auswahl zwischen unterschiedlichen Therapien treffen wollen. Was passiert nun, wenn der Berater von dritter Seite für bestimmte Empfehlungen eine Prämie erhält? Laborexperimente mit Studierenden zeigen: Die Berater können sich in dieser Situation möglicherweise selbst täuschen, indem sie sich davon überzeugen, das Produkt, das eine Provision einbringt, sei das bessere. So ließe sich Eigeninteresse verfolgen, ohne das Selbstbild moralischen Handelns aufgeben zu müssen.

Treffen sich Moral und Profit Ein Experiment zu Selbsttäuschung in der Anlageberatung

Roel van Veldhuizen

Wir haben es als Verbraucher nicht leicht. Ob wir ein neues Smartphone oder ein Auto kaufen wollen, uns für eine Geldanlage entscheiden oder bei Rückenschmerzen die Art der Behandlung wählen müssen – die schiere Fülle der Wahlmöglichkeiten kann uns verwirren und überfordern. Die Verkaufsplattform amazon.de führt zum Beispiel mehr als 1.500 Produkte in der Kategorie „Smartphone“ auf. Sogar wenn es deutlich weniger Auswahlmöglichkeiten gibt, bleibt es manchmal schwer, die Vorzüge und Nachteile der verschiedenen Optionen zu beurteilen. Ist zum Beispiel die erweiterte Speicherkapazität des neuesten Smartphones den höheren Preis wert? Und wie sollen wir uns als Patient zwischen einer Rückenoperation und einer Physiotherapie entscheiden, wenn wir die Vorteile der beiden Behandlungen nicht kennen?

Um in solchen Situationen eine bestmögliche Entscheidung treffen zu können, verlassen wir uns als moderne Verbraucher oft auf den Rat von Experten. Wir fragen den Verkäufer, welches Auto passend für unsere Bedürfnisse wäre. Wir fragen Anlageberater nach Tipps. Und Ärzte bitten wir um Rat, welche Medikamente für körperliche Leiden er empfiehlt. Wir profitieren von der Fachkenntnis dieser Berater, und diese profitieren von den Gebühren, die wir für den Rat zahlen.

Diese Beziehung ist zwar häufig in beidseitigem Interesse, aber manchmal sind wir nicht die Einzigen, die den Berater für dessen Arbeit bezahlen. Der Verkauf bestimmter (teurer) Produkte kann sich für den Experten lohnen, wenn zum Beispiel der Finanzberater von einem Investmentfonds eine Prämie für die erfolgreiche Vermittlung bestimmter Finanzprodukte erhält oder ein Arzt von der Pharmaindustrie für die Verschreibung einer Arzneimitteltherapie einen Bonus bekommt. Diese Situation führt möglicherweise für den Berater zu einem Zwiespalt. Einerseits ist er innerlich gewillt, einen guten Rat zu geben, etwa weil das den professionellen Standards entspricht oder weil es gefühlsmäßig richtig erscheint. Andererseits kann eine hohe Provision verlockend sein. Es gibt also eine potenzielle Spannung zwischen Gewinnstreben und dem Wunsch, sich ehrlich zu verhalten.

Gemeinsam mit Uri Gneezy, Silvia Saccardo und Marta Serra-Garcia habe ich das Verhalten von Beratern in Situationen untersucht, in denen sie zwischen persön-

lichem Ertrag und Moral abwägen müssen. Wir unterscheiden zwischen drei Berater-Typen. Einmal gibt es den *homo oeconomicus*, der sich ganz vom Eigeninteresse leiten lässt und deshalb immer den Rat gibt, der ihm die höchste Provision einbringt. Zweitens gibt es den *homo moralis*, für den die Moral des eigenen Handelns höchste Priorität hat. Dieser gibt immer den Rat, der für den Kunden den größten Vorteil bringt. Drittens gibt es den Berater, der sich zwischen diesen beiden Typen befindet. Er möchte sich moralisch korrekt verhalten, ist sich aber nicht völlig sicher, was denn nun genau ehrliches Verhalten ist. Dieser Berater ist in der Lage, sich in manchen Fällen selbst vorzumachen, dass der für ihn selbst vorteilhafteste Rat auch im Interesse des Kunden optimal ist. So kann er sein Selbstbild eines ehrlichen Menschen aufrechterhalten und gleichzeitig seinen Ertrag maximieren. Er genießt also die Vorteile der beiden anderen Typen.

Wir haben diese Art der Selbsttäuschung in der Finanzberatung in einem Laborexperiment mit Studierenden der University of California, San Diego untersucht. Die Experimente waren einfach. Die Studierenden saßen in einem mit Computern ausgestatteten Zimmer und wurden gebeten, die Rolle des Finanzberaters oder des Kunden zu spielen. Jeder Berater hatte zwei Produkte (A und B) zur Auswahl auf seinem Bildschirm. Der Auftrag lautete: Geben Sie dem Kunden einen Rat, der so einfach formuliert ist: „Ich empfehle Ihnen, Produkt A/B zu wählen.“ Die Kunden hatten keine Informationen über die Qualität der beiden Produkte, waren also völlig auf die Empfehlung des Beraters angewiesen. Wir haben die Produkte so konstruiert, dass Produkt A immer risikoärmer war als Produkt B. Das Produkt B versprach dafür aber eine höhere Rendite. Keines der beiden Produkte war also eindeutig besser als das andere. In der ersten Variante des Experiments gab es für die Berater keine Provision für eines der Produkte. Das Ergebnis: Beide Produkte wurden tatsächlich von einer beträchtlichen Zahl von Beratern empfohlen.

Es gab außer diesem Experiment-Aufbau zwei weitere Varianten. In beiden wurde den Beratern eine Provision für den Verkauf des risikoärmeren Produkts A in Aussicht gestellt. Der Unterschied zwischen den Varianten lag in dem Zeitpunkt, zu dem sie über die Provision informiert wurden, nämlich am Anfang des Experiments – also bevor sie sich die beiden Produkte ansehen konnten – oder erst nach einer Prüfung der beiden Produkte. Alle anderen Elemente des Experiments waren exakt gleich, wie etwa die Höhe der Provision.

Wie wirkt sich der Zeitpunkt der Information über eine Provision auf die Entscheidung des Beraters aus? Für den *homo oeconomicus* und den *homo moralis* spielt das Timing keine Rolle. Der *homo oeconomicus* empfiehlt gerne das Produkt, das ihm eine Provision einbringt. Und der *homo moralis* wird ehrlich sein bei seiner Empfehlung, ganz gleich, wann er von der Provision erfährt. Der Zeitpunkt ist nur für den dritten Berater-Typus relevant, jenen also, der sich selbst täuschen kann. Wenn solche Berater zu Beginn des Experiments erfahren, dass es eine Provision gibt, können sie sich selbst vormachen, Produkt A sei tatsächlich das bessere. Das erlaubt ihnen, das für sie selbst profitablere Produkt zu empfehlen und gleichzeitig ihr Selbstbild eines ehrlichen Menschen aufrechtzuerhalten. Im Gegensatz dazu ist es für einen Berater, der erst gegen Ende des Experiments über die Provision informiert wurde, schwerer, sich selbst zu täuschen. Nachdem er sich selbst schon davon überzeugt hat, dass Produkt B das bessere ist, kann er sich nicht für Produkt A entscheiden, ohne sein positives Selbstbild infrage zu stellen. Daher ist es weniger wahrscheinlich, dass dieser Berater-Typus das Produkt mit der Provision empfiehlt, wenn er die Information über diesen persönlichen Vorteil erst am Ende des Experiments erfährt.

Die Ergebnisse sind ganz im Einklang mit diesen Überlegungen. Die zwei Versionen des Experiments führen zu erheblichen Unterschieden im Beraterverhalten. Von den Beratern, die schon zu Beginn des Experiments um die Provision wissen, empfehlen rund 60 Prozent das Produkt mit Provision. Dieses wird sehr viel seltener empfohlen, wenn erst am Ende des Experiments über die Provision informiert wird, nämlich nur von knapp 33 Prozent der Berater. Das bedeutet: Jeder Dritte der Berater in diesem Experiment täuscht sich selbst. Diese Berater empfehlen das Produkt mit einer Provision, wenn sie dabei gleichzeitig ein positives Selbstbild aufrechterhalten können. Wenn es diese Möglichkeit der Selbsttäuschung nicht gibt, empfehlen sie das Produkt ohne Provision.



Roel van Veldhuizen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilung Verhalten auf Märkten und Berlin Economics Research Associates Fellow. Er befasst sich mit Marktverhalten, Mikroökonomie und Wirtschaftspsychologie. [Foto: David Ausserhofer]

roel.vanveldhuizen@wzb.eu

Diese Ergebnisse zeigen: Unter den ausgewählten Studierenden in einem Experiment zur Anlageberatung kommt Selbsttäuschung vor. Die Zahlung einer Provision kann Entscheidungen der Anlageberater aus zweierlei Gründen beeinflussen: auf direkte Weise, weil die Provision ganz schlicht im Interesse des profitorientierten Beraters ist, oder auf indirekte Weise, wenn sie sogar nicht primär profitorientierte Berater davon überzeugen kann, das Produkt mit Provision sei tatsächlich das bessere. Für uns Verbraucher bedeutet das: Wir müssen doppelt aufpassen, wenn Anlageberater von Dritten eine Provision für einen Vertragsabschluss erhalten. Selbst wenn sie glauben, in unserem Interesse zu handeln, haben sie sich möglicherweise selbst getäuscht und verfolgen faktisch ihr eigenes Interesse.

Wir sehen also, dass kleine Unterschiede auf dem Weg zu einer Entscheidung – in diesem Fall der Zeitpunkt, zu dem eine Information gegeben wird – das Verhalten von Anlageberatern grundlegend beeinflussen können. In weiteren Arbeiten zeigen wir, dass die Wahl eines objektiveren Umfelds das Ausmaß an Selbsttäuschung verringern oder diese sogar ganz vermeiden könnte. Ein Kunde könnte zum Beispiel den Anlageberater über seine eigenen Präferenzen bei Anlageprodukten informieren. Dann wäre es für den Berater schwerer, sich vorzumachen, das Produkt mit Provision sei das bessere. Sogar in solchen Fällen sollte der Kunde aber wachsam sein und die Möglichkeit der Selbsttäuschung beim Berater bedenken.

Literatur

Gneezy, Uri/Saccardo, Silvia/Serra-Garcia, Marta/ Veldhuizen, Roel van: „Bribing the Self“. 2017 (unveröffentlichtes Manuskript).

Guter Rat ist kurz Wie man einen Platz an der gewünschten Schule oder Universität bekommt

Rustamdjan Hakimov und Dorothea Kübler

Unser Leben wird von Märkten bestimmt. Wenn wir im Supermarkt einkaufen, entscheiden wir anhand relativ einfacher Regeln, ob wir ein Produkt erwerben, zum Beispiel aufgrund von Preis und Qualität. In anderen Märkten können die Entscheidungen komplizierter sein: Im Fall von Finanzprodukten etwa ist es für den Verbraucher oft schwierig, den Wert des angebotenen Gutes einzuschätzen. Aber auch die Art und Weise, wie ein Markt gestaltet ist, erleichtert oder erschwert es, gute Entscheidungen zu fällen. Ein wichtiger Aspekt ist, wie gut die Marktregeln den Teilnehmern bekannt sind und inwieweit sie verstanden werden. Dies trifft vor allem auf nicht so vertraute „Märkte“ wie Schulwahl oder Hochschulzulassungen zu. Da diese Märkte Angebot und Nachfrage nicht über den Preis, also durch den Einsatz von Geld, koordinieren, müssen sie oft zentral organisiert werden, und das bedeutet, dass es häufig noch intransparenter ist, wie sie genau funktionieren. Viele Menschen müssen an diesen Märkten teilnehmen, und sie tun das nur wenige Male in ihrem Leben. Es gibt also nicht viele Möglichkeiten, aus Erfahrungen zu lernen. Gleichzeitig bestimmen die Schulwahl oder die Studienplatzvergabe wichtige Aspekte des Lebens: Bildungsnähe oder -ferne, Gleichheit oder Ungleichheit, Integration oder Segregation.

Um Eltern und (angehenden) Schülerinnen und Schülern oder Studierenden die Qual der Wahl zu erleichtern, nutzen zentralisierte Auswahl- und Aufnahmeverfahren für Schulen und Universitäten oft Mechanismen, die darauf abzielen, dass es für Eltern und ihre Kinder kein Risiko ist, ihre tatsächlichen Vorlieben preiszugeben. Das heißt, dass sie nicht aus strategischen Gründen beispielsweise die Reihenfolge der präferierten Schulen oder Universitäten ändern sollten. In der ökonomischen Theorie wird ein solcher Mechanismus als „strategiesicher“ bezeichnet. Allerdings hat sich herausgestellt, dass selbst bei einem strategiesicheren Mechanismus viele Leute ihre wahren Präferenzen eben doch nicht angeben. Das führt zu Nachteilen, nämlich dass sie möglicherweise nicht den Zuschlag für die Schule oder Universität erhalten, die sie bei wahrheitsgetreuer Offenlegung ihrer Vorlieben hätten erhalten können. Die Praxis kollidiert hier mit der traditionellen Wirtschaftstheorie, in der ein rational handelnder Konsument keine Schwierigkeiten haben sollte, zu verstehen, was für ihn am besten ist.

Eine wichtige Frage ist also, wie man Menschen dazu bringen kann, für sich selbst gute Entscheidungen zu treffen; oder, um beim Beispiel zu bleiben, wie man sie dazu anhält, in strategiesicheren Mechanismen ihre wahren Vorlieben von Schulen oder Universitäten preiszugeben. Dazu liegen eine Reihe von aufschlussreichen Laborexperimenten vor, die Antworten auf diese Frage liefern könnten.

Experimentalforscherinnen und -forscher verzichten in der Regel darauf, den Teilnehmern die optimale Wahl aufzuzeigen – sie wollen ja meistens gerade untersuchen, welche Entscheidungen die Menschen tatsächlich treffen. Bei unseren Experimenten zur Gestaltung von Märkten gilt dies jedoch nur bedingt, da hier die Wirksamkeit der Beratung untersucht werden soll. Dies ist ein relativ neuer Forschungsansatz. So waren Dorothea Kübler und ihre Koautoren Sebastian Braun, Nadja Dwenger und Alexander Westkamp die ersten, die den Teilnehmern im Labor Ratschläge zu strategiesicheren Marktmechanismen gegeben haben. Den Versuchspersonen wurde erklärt, dass sie ihr Ergebnis nicht durch Manipulation ihrer Berichte verbessern können. Dies wurde durch Beispiele

Summary: In some markets people need help to take the right decisions. When it comes to the assignment of school or university places there are certain mechanisms that make it easy for applicants to reveal their true rankings of preferred schools or universities in order to get the best possible result. Nevertheless, many participants still behave strategically by manipulating their rankings and in the end harm themselves. Experiments in laboratories and in the field have shown that simple short advice works better than elaborate explanations; the results also show, though, that people tend to follow wrong advice.

Kurz gefasst: In manchen Märkten brauchen Menschen Hilfe, um die richtigen Entscheidungen zu fällen. Bei Vergabeverfahren für Plätze an Schulen und Universitäten gibt es zwar Mechanismen, die einfach sind, weil die Teilnehmer nur ihre wahren Wunschlisten abgeben müssen, um das für sie beste Ergebnis zu erreichen. Viele Bewerber verhalten sich aber trotzdem strategisch, indem sie ihre Wunschlisten manipulieren, und schaden sich damit selbst. In Labor- und Feldexperimenten zeigt sich, dass kurze einfache Ratschläge besser funktionieren als ausführliche Erklärungen, aber auch dass Leute häufig falschen Ratschlägen folgen.



Rustamdjan Hakimov ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilung Verhalten auf Märkten. Hier beschäftigt er sich vor allem mit experimenteller und Verhaltensökonomie sowie Matching-Märkten. *(Foto: Udo Borchert)*

rustamdjan.hakimov@wzb.eu

Dorothea Kübler ist Direktorin der Abteilung Verhalten auf Märkten. Siehe auch das Interview in diesem Heft.

dorothea.kuebler@wzb.eu

veranschaulicht, und es wurde ihnen sogar eine intuitive Version des mathematischen Beweises zur Verfügung gestellt. Diese relativ niedrigschwellige Form der Beratung zeigte eine signifikante Wirkung: Probanden, die zuvor beraten worden waren, hatten eine höhere Wahrscheinlichkeit, ihre tatsächlichen Präferenzen während des Experiments anzugeben, als Probanden, die keine Beratung erhalten hatten.

Für die praktische Umsetzung des Befundes außerhalb der Laborsituation stellen sich zwei Fragen: Zum einen kann es sein, dass die Beispiele einer allgemeinen Öffentlichkeit schwerer zu erklären sind als den Studierenden im Experimentallabor. Zum anderen ist es möglich, dass Menschen im wirklichen Leben Ratschläge aller Art befolgen würden, auch wenn sie nicht durch gute Argumente und Beispiele untermauert werden.

Um Klarheit über diese Fragen herzustellen, führte Rustamdjan Hakimov zusammen mit seinem Koautor Pablo Guillen ein Feldexperiment über einen strategiesicheren Mechanismus durch. Im Experiment wurden dazu die Themen der Semesterprojekte in einer Lehrveranstaltung unter den Studierenden aufgeteilt. Um das bevorzugte Thema eines jeden Studenten unter drei möglichen Themen zu identifizieren, baten die Autoren die Studenten zunächst, ihr bevorzugtes Thema auszuwählen. Später gab der Professor bekannt, dass die Verteilung der Studierenden auf die verschiedenen Themengebiete nicht zufriedenstellend sei und daher ein Vergabeverfahren angewandt werden müsse. Die Studenten wurden daraufhin in drei Gruppen aufgeteilt, die unterschiedlich beraten wurden. Während der ersten Gruppe die Details des Mechanismus erklärt wurden, erhielt die zweite Gruppe zusätzlich den Ratschlag, wahrheitsgetreue Angaben über das präferierte Thema zu machen. Die Studierenden der dritten Gruppe erhielten nur den Ratschlag, ohne den Auswahlmechanismus genauer zu kennen. Das Experiment zeigte, dass die dritte Gruppe am ehrlichsten über ihre Präferenzen berichtete, der einfache Ratschlag ohne weitere Informationen hatte einen starken positiven Effekt. Interessanterweise führte die Erklärung, wie der Mechanismus funktioniert, zu Manipulationen bei einem Teil der Probanden. Da die Beratung in einer realen Situation erfolgte und die Studierenden nicht wussten, dass sie an einem Experiment teilnahmen, mag der Ratschlag als glaubwürdig angesehen worden sein. Gleichwohl hat sich ein erheblicher Teil der Studierenden trotz des Ratschlags noch immer dafür entschieden, ihre Präferenzen falsch anzugeben. Daraus kann man schlussfolgern, dass einfache Ratschläge wirkungsvoller sein können als aufwendige Erklärungen des Mechanismus – für die Entscheidungen mancher Menschen bleiben aber selbst solche Ratschläge wenig überzeugend.

Im wirklichen Leben erhalten Menschen oft Beratung von ihren sogenannten Peers, also anderen Menschen, die sich in ähnlichen Situationen befinden. Eltern, die eine Schule für ihre Kinder wählen müssen, beraten sich mit anderen Eltern, die die gleiche Entscheidung zu treffen haben. Tingting Ding und Andrew Schotter wählten deshalb ein weiteres Versuchsdesign: Sie untersuchten, wie sich die Möglichkeit, sich zuvor mit anderen Marktteilnehmern per Chat auszutauschen, auf eine wahrheitsgetreue Angabe von Präferenzen auswirkte. Jede Versuchsperson traf dazu zwei Entscheidungen im Experiment. Die erste davon war individuell, ohne sich mit anderen auszutauschen. Die zweite Entscheidung mussten die Probanden treffen, nachdem sie mit anderen Teilnehmern im Labor via Computer kommuniziert hatten. Eine Kontrollgruppe musste ihre Entscheidung – ohne die Möglichkeit des Chats – ebenfalls entweder bestätigen oder konnte sie revidieren. Das zentrale Ergebnis dieses Versuchs ist: Jene Probanden, die sich absprechen konnten, hatten eine deutlich höhere Wahrscheinlichkeit, ihre Entscheidung noch mal abzuändern, als jene, die keinerlei Möglichkeiten zur Abstimmung mit weiteren Teilnehmern hatten. Gleichzeitig waren die chattenden Versuchspersonen auch erfolgreicher, das heißt, ihre Entscheidungen führten im Vergleich zur Gruppe ohne Chatmöglichkeit eher zu Plätzen an bevorzugten Schulen, und das heißt zu höheren Auszahlungen am Ende des Experiments.

Eine andere Informationsquelle für Eltern und (angehende) Schüler und Studierende sind Ratschläge von Familien früherer Jahrgänge. Die Wirkung solch ge-

nerationenübergreifender Ratschläge war Gegenstand eines weiteren Experiments von Tingting Ding und Andrew Schotter. Die Teilnehmer mussten hier wiederum ihre Wunschliste für Schulen im Rahmen eines strategiesicheren Mechanismus einreichen. Nachdem sie sich entschieden und erfahren hatten, welcher Schule sie zugeteilt worden waren, konnten die Probanden die nächste Teilnehmergruppe beraten. Das überraschende Ergebnis: Beratung über Generationen hinweg führt zu einem deutlichen Rückgang der wahrheitsgetreuen Angabe der bevorzugten Schulen. Die Ergebnisse dieser Studie stehen damit in krassem Gegensatz zu den Resultaten des Chat-Experiments, bei dem der Austausch zwischen den Teilnehmern zu mehr wahrheitsgetreuen Angaben geführt hat. Wie kann man erklären, dass Ratschläge von einer Generation an die nächste nicht vorteilhaft sind? Erstens gibt ein Teil der beratenden Personen trotz finanzieller Anreize falsche Ratschläge (nämlich dahingehend, die Präferenzliste zu manipulieren). Zweitens neigen die beratenen Teilnehmer dazu, besonders die falschen Ratschläge zu befolgen. Dies mag daran liegen, dass Ratschläge zur Manipulation überzeugender klingen als Ratschläge, seine Präferenzen einfach wahrheitsgetreu mitzuteilen.

Die Experimente zeigen die Relevanz der Verhaltensökonomik für die Gestaltung von Märkten. Sie verdeutlichen, dass die theoretische Lösung eines Problems, in unserem Fall die Strategiesicherheit von Mechanismen, nicht ausreicht. Es stellen sich zusätzliche Herausforderungen für die Umsetzung in der Praxis. Damit die Teilnehmer keine Fehler machen, kann Beratung nützlich sein, aber auch die Möglichkeit, dass die Teilnehmer sich untereinander austauschen. Die Wirksamkeit der Beratung hängt von der Richtigkeit, der Überzeugungskraft und der Quelle der Ratschläge ab.

Literatur

Braun, Sebastian/Dwenger, Nadja/Kübler, Dorothea/Westkamp, Alexander: „Implementing Quotas in University Admissions: An Experimental Analysis.“ In: Games and Economic Behavior, 2014, Jg. 85, Mai, S. 232–251.

Ding, Tingting/Schotter, Andrew: Learning and Mechanism Design: An Experimental Test of School Matching Mechanisms with Intergenerational Advice. New York University 2016. Manuskript.

Ding, Tingting/Schotter, Andrew: „Matching and Chatting: An Experimental Study of the Impact of Network Communication on School-Matching Mechanisms.“ In: Games and Economic Behavior, 2017, Jg. 103, S. 94–115.

Guillen, Pablo/Hakimov, Rustamdjan: The Effectiveness of Top-down Advice in Strategy-proof Mechanisms: A Field Experiment. In: European Economic Review (Forthcoming).

Ein Stupser, um Gutes zu tun Wie Nudging die Spendenbereitschaft erhöht

Maja Adena

Summary: Nudging can increase social engagement, for example the willingness to donate to charities. There are a range of mechanisms, such as defaults or anchors, whose effectiveness have been analyzed in a number of large field experiments. The results show that the success of nudging depends on the fine-tuning of the mechanism according to the respective context of the donation. Small deviations can already decrease the willingness to donate and therefore narrow the scope of action for charities.

Kurz gefasst: Nudging kann soziales Engagement, zum Beispiel die Spendenbereitschaft, erhöhen. Dazu eignen sich verschiedene Techniken wie beispielsweise sogenannte Defaults oder Anker, deren Wirksamkeit in einer Reihe großer Feldversuche untersucht wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass es auf die Feinheiten im Design der Methode und den jeweiligen Kontext ankommt: Kleine Unstimmigkeiten können hier schnell zu einer geringeren Spendenbereitschaft führen und den Handlungsspielraum wohltätiger Organisationen deutlich einschränken.

Auch wenn der Dritte Sektor in Deutschland deutlich kleiner ist als in den USA, so ist er auch hierzulande von großer Bedeutung. Der Staat unterstützt vielfältig Organisationen, die gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke verfolgen und setzt gleichzeitig Anreize im Steuersystem, um die Bürger zu Spenden oder freiwilligem Engagement zur Unterstützung ebendieser Institutionen zu bewegen. Gemäß der „Bilanz des Helfens 2017“ des Deutschen Spendenrats spendeten im Jahr 2016 33 Prozent der deutschen Bevölkerung im Durchschnitt 35 Euro. Im Gegensatz dazu spendeten im Jahr 2010 in den USA 67 Prozent der Haushalte im Durchschnitt 1.872 US-Dollar. Der enorme Unterschied zwischen den beiden Ländern ist zum größten Teil auf die jeweilige Rolle des Wohlfahrtsstaats und die Spendenkultur zurückzuführen. Gleichzeitig deutet er darauf hin, dass das Spendenaufkommen in Deutschland potenziell ausbaufähig ist.

Wie kann die Spendenfreudigkeit also erhöht werden? Das sogenannte Nudging bietet hier mehrere Möglichkeiten. Bildlich gesprochen bedeutet Nudging ein leichtes Stupsen von Individuen in eine bestimmte Richtung – ohne Verbote oder Gebote und ohne relevante wirtschaftliche Faktoren wie etwa Preise zu ändern. Das Konzept wurde von Richard Thaler, dem diesjährigen Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften, einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Weil es weder in die Entscheidungsfreiheit des Einzelnen eingreift noch die vorhandenen Entscheidungsstrukturen wesentlich verändert, könnte Nudging nicht nur eine vielversprechende Strategie für Bereiche wie gemeinnützige Organisationen bieten, sondern auch auf breite Zustimmung der Betroffenen stoßen – vorausgesetzt das Anstupsen funktioniert auch wirklich. Um diese Frage zu beantworten, werden im Folgenden eine Reihe einzelner Nudging-Techniken am Beispiel von Spenden betrachtet: Welche verhaltensökonomischen Belege gibt es für ihre Wirksamkeit?

Die wahrscheinlich bekannteste Technik sind die sogenannten Defaults. Das sind Voreinstellungen, die dem potenziellen Spender bereits einen gewissen Betrag, den Standard, vorgeben. Dieser kann zwar geändert werden, soll aber bereits eine „gute“ Alternative darstellen. Wenn es um Geldspenden an gemeinnützige Organisationen geht, liegt der Default allerdings in den meisten Fällen bei „nicht spenden“. Ein Default, der einen automatisch zum Spender macht, ist eher selten. Richard Thaler präsentiert in seinem Blog (nudges.org) ein solches Beispiel, das vom Land Washington in dessen Onlineservice für Bürgerangelegenheiten verwendet wird. Wenn eine Bürgerin oder ein Bürger zum Beispiel Autokennzeichen erneuern möchte, so wird bei einem der letzten Schritte des Formulars auf eine Seite weitergeleitet, die zu einer Spende für die amerikanischen Nationalparks aufruft. Der Default ist dabei auf „Ja, ich möchte 5\$ spenden.“ gesetzt. Der Nutzer kann nun sowohl den Betrag ändern oder auch „Nein, ich möchte die Nationalparks nicht unterstützen“ auswählen. Diese expliziten Entscheidungen können deutliche Wirkung auf das Spendenverhalten zeigen: In einem Online-Experiment haben wir einer Gruppe von Nutzern einer Website mit Spendenauftrag die Möglichkeit gegeben, einfach auf „Weiter“ zu klicken, um mit dem Navigieren fortzufahren. Eine weitere Gruppe wurde direkter mit der Spendenfrage konfrontiert. Um, ohne zu spenden, weiter navigieren zu können, mussten sie den Button „Nein, danke“ betätigen. Die Gruppe, die sich aktiv für oder gegen eine Spende entscheiden musste, spendete doppelt so oft wie die erste Gruppe.

Defaults werden besonders oft in einem weiteren Bereich diskutiert: Organspenden. Auch hier liegt der Default in den meisten Ländern, so auch Deutschland, bei „Nichtspender“. Es gibt aber auch Ausnahmen. So ist in Österreich der

Default, ein Organspender zu sein. Aber alle Bürgerinnen und Bürger haben die Möglichkeit des Opt-outs, in dem sie explizit ihre Ablehnung gegen die Entnahme der eigenen Organe äußern. Dieses Nudging zeigt Wirkung: In Österreich sind 99 Prozent der Bevölkerung als Organspender registriert, während es in Deutschland nur 12 Prozent sind.

Eine schwächere Form des Defaults ist eine Empfehlung, auch Anker genannt. In einem unserer Feldexperimente haben wir Online-Käufer von Opernkarten um Spenden für ein soziales Projekt für Kinder aus benachteiligten Familien gebeten. Es gab drei Versionen der Briefe. Eine Version enthielt keinen Vorschlag zur Spendenhöhe, in der zweiten wurde erläutert, dass eine Spende von 100 Euro einem Kind die Teilnahme an dem Projekt ermöglichen könnte. Die dritte Version informierte, dass eine Spende von 200 Euro zwei Kindern eine Teilnahme ermöglichen würde. Diese Empfehlungen zur Spendenhöhe haben die Entscheidungen der Opernkunden wesentlich beeinflusst. Denn ohne sie wählten die meisten (36 Prozent) der angeschriebenen Personen den Spendenbetrag von 50 Euro. Im Fall der 100-Euro-Empfehlung spendeten 54 Prozent der Probanden exakt 100 Euro – ein Anstieg von 23 Prozentpunkten gegenüber der Gruppe, die keinen Anker erhalten hatte. Und nach der 200-Euro-Empfehlung wählten 22 Prozent der Kontaktierten exakt diesen Betrag im Vergleich zu nur 3 Prozent in der Gruppe ohne Empfehlung. Insgesamt brachte die 100-Euro- und 200-Euro-Empfehlung eine kleine, statistisch nicht signifikante Erhöhung des Spendenaufkommens. Warum blieb eine deutliche Erhöhung des Spendenaufkommens aus? Dazu trugen zwei Gründe bei. Erstens spendeten weniger Personen als Reaktion auf eine relative hohe Empfehlung. Zweitens blieben mit einer Empfehlung sehr hohe Spendenbeträge aus. Sowohl Groß- wie auch Kleinspenden wurden in die Nähe der empfohlenen Beträge verschoben.

In einem unserer anderen Experimente führten Anker mit höheren Geldbeträgen sogar zu einer deutlichen Verminderung der Spendenbereitschaft. Bei diesem Versuch ging es um die Kunden des Online-Ticketshops eines Opernhauses. Die Kunden, die sich nach einer entsprechenden Aufforderung entschieden hatten zu spenden, konnten die Höhe ihrer Spende anhand verschiedener festgelegter Beträge wählen, wobei die Gesamtspende auch aus verschiedenen Kategorien kombiniert werden konnte. Beliebige Beträge konnten die Kunden nicht auswählen, sondern waren an die Vorschläge der Plattform gebunden. Wir testeten zwei Varianten: Bei der ersten begann die niedrigste Spendenkategorie bei 20 Euro, in der zweiten starteten die empfohlenen Spendenbeträge bei 10 Euro. Es stellte sich heraus, dass bei der ersten Variante deutlich weniger Kunden spendeten, sodass das Gesamtsammlungsergebnis um 50 Prozent kleiner ausfiel. Anker haben also durchaus Potenzial, das Spendenverhalten zu beeinflussen, allerdings in beide Richtungen. Bei der Gestaltung der Empfehlungen bedarf es deshalb viel Feingefühl.

Der klassische Weg, Menschen zum Spenden zu bewegen, und damit auch eine Form von Nudging, sind Spendenbriefe. Man ordnet sie der Untergruppe „Information und Framing“ zu. Diese Briefe so zu verfassen, dass sie auch erfolgreich Wirkung entfalten, ist seit jeher alles andere als trivial. Die Herausforderung ist, genau die Informationen in adäquater Art und Weise zu übermitteln, die die Briefempfänger erwarten und benötigen, um eine sie zufriedenstellende Entscheidung zu treffen. Hier könnte man zunächst annehmen, dass es umso besser ist, je umfangreicher die bereitgestellten Informationen sind. Verhaltensökonomische Analysen zeigen jedoch: Es gibt auch ein Zuviel an Information, das dann die Spendenbereitschaft mindert. Eines unserer großen Feldexperimente, erneut mit einem Opernhaus, hat dies belegt. In dem Versuch haben wir an die Kunden des Opernhauses zwei Briefversionen verschickt: einen „Standardbrief“ und einen Brief, der zusätzlich spezielle Ausdrücke an verschiedenen Stellen aufführte: „Premiere: Erster Spendenbrief“, „dauerhaft“, „langfristig“, „jedes Jahr aufs Neue“, „im Jahr 2015“, „in diesem Jahr“. Sie sollten suggerieren, dass das zu finanzierende Projekt langfristig angelegt ist und dass es der erste in einer Reihe jährlicher Spendenbriefe sein würde. Diese zusätzliche Information senkte die durchschnittliche Höhe der Spenden deutlich: Sie war im Vergleich zu jenen Spendern, die den Standardbrief erhalten hatten, um 40 Prozent kleiner. Es ist anzunehmen, dass die Spender, in der Erwartung nun jährlich zur Spende



Maja Adena ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Ökonomik des Wandels. Mittels großer Feldexperimente untersucht sie Spendenverhalten und Fundraising sowie den Einfluss der Medien auf Wahlverhalten, Radikalisierung und Widerstand. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Armut- und Ungleichheitsforschung mit ihren Ursachen und Folgen.

[Foto: Udo Borchert]

maja.adena@wzb.eu

aufgefordert zu werden, etwaige zukünftige Spenden bei der Entscheidung der Spendenhöhe berücksichtigten. Allerdings scheinen sie es ein Jahr später vergessen zu haben. So gaben Vorjahresspender die gleichen Beträge im zweiten Jahr. Das heißt, die 40-prozentige Reduktion blieb bestehen, obwohl zu diesem Zeitpunkt beide Gruppen den wiederholenden Charakter der Spendenkampagne erfahren hatten. Dahingegen spendeten die Personen, die im Vorjahr nicht gespendet hatten, im zweiten Jahr im Durchschnitt gleich viel. All diese Beispiele zeigen, dass es auf die Kleinigkeiten im Design von erfolgreichem Nudging ankommt. Sie zeigen auch, dass eine Aufforderung zum Spenden auch ohne Nudging nie neutral sein kann. Die schärfste Kritik am Nudging, die es auf die gleiche Stufe wie Manipulation stellt, ist somit nicht gerechtfertigt. Jeder Spendensammler wendet Strategien und Techniken an, die er aus eigener Erfahrung kennt oder auf professionellen Seminaren gelernt hat. Trotz dieser Techniken braucht es ein äußerst feines Sensorium für mögliche Verhaltensmuster der Adressaten von Spendenaufrufen. Nudging kann positive Auswirkungen auf die Spendenbereitschaft haben – sie aber auch nachhaltig vermindern. Es kommt immer auf den jeweiligen Kontext an. Und den Willen der Spendegeber.

Literatur

Adena, Maja/Huck, Steffen: *Online Fundraising, Self-Deception, and the Long-Term Impact of Ask Avoidance*. WZB Discussion Paper SP II 2016–306. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung 2016.

Adena, Maja/Huck, Steffen: *Giving Once, Giving Twice: A Two-Period Field Experiment on Narrow Framing in Charitable Giving*. WZB Discussion Paper SP II 2017–305. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung 2017.

Adena, Maja/Huck, Steffen/Rasul, Imran: „Charitable Giving and Nonbinding Contribution-Level Suggestions. Evidence from a Field Experiment“. In: *Review of Behavioral Economics* 2014, Jg. 1, H. 3, S. 275–93. DOI: 10.1561/105.00000010.

Thaler, Richard H./Sunstein Cass R.: *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press 2008.
DOI: 10.1007/s10602–008–9056–2.

Spenden machen sich bezahlt Je wohl-tätiger der Chef, desto motivierter sind die Angestellten

Agne Kajackaite

Berühmt ist der Ausspruch des amerikanischen Ökonomen Milton Friedman, der 1970 erklärte, die soziale Verantwortung von Unternehmen liege darin, ihren Profit zu steigern. Viele Firmen wenden allerdings große Beträge für soziale Projekte auf – unternehmerische Gesellschaftsverantwortung (kurz: CSR für *Corporate Social Responsibility*) ist das Schlagwort. Oft haben sie richtige CSR-Abteilungen und machen ihre sozialen Aktivitäten in CSR-Berichten bekannt (zu verweisen wäre hier zum Beispiel auf Google, BMW oder Disney). Da Unternehmen also Teile ihrer Gewinne für soziale Belange ausgeben, stellt sich die Frage, ob sie schlicht Gutes tun wollen oder ob es sich für sie auszahlt, Gutes zu tun. Zahlreiche Untersuchungen zeigen einen (wenn auch schwachen) Zusammenhang zwischen dem finanziellen Erfolg einer Firma und dem Maß ihrer sozialen Aktivitäten. Aber niemand hat bislang gezeigt, ob es einen Einfluss auf die Angestellten hat, wenn der Arbeitgeber sich sozial verhält und CSR betreibt.

In einem Artikel, den ich mit Dirk Sliwka von der Universität Köln im „Journal of Economic Behavior & Organization“ veröffentlicht habe, diskutieren wir, ob und unter welchen Bedingungen sich die karitative Tat eines Arbeitgebers positiv auf die Arbeitsmotivation seiner Angestellten auswirkt. Dafür haben wir unter Laborbedingungen untersucht, welche Auswirkung die Spende eines Teilnehmers am Experiment auf die Arbeitsleistung eines anderen Teilnehmers hat. Wichtig ist hier zu betonen, dass unser Ziel nicht war, eine realistische Arbeitssituation zu simulieren. Wir wollten vielmehr ein experimentelles Setting schaffen, das es uns erlaubt, verschiedene Verhaltensstränge aufzuspüren, die die Entscheidung des Arbeitgebers, für eine gute Sache zu spenden, und die Reaktion des Angestellten auf diese Entscheidung bestimmen.

Wir haben eine sehr einfache Situation untersucht: Je ein Arbeitgeber wurde einem Angestellten zugeordnet, und vor der Arbeit des Angestellten ging vom Konto des Chefs entweder eine wohl-tätige Spende ab – oder eben nicht. Der Angestellte beobachtete die Spendenentscheidung und entschied dann, wie sehr er sich anstrengen wollte. Wir argumentieren, dass über verschiedene Mechanismen die Anstrengung des Angestellten steigen sollte, wenn der Arbeitgeber über eine Spende entscheidet. Dabei ist unser Hauptinteresse herauszufinden, wie der Mechanismus der Reziprozität, der Gegenseitigkeit, funktioniert. Reziprozität kommt ins Spiel, da ein spendender Arbeitgeber signalisiert, dass er eine soziale Einstellung hat: Bei Angestellten, die auf Gegenseitigkeit bedachte Altruisten sind, müsste das zu verstärkter Anstrengung führen.

In unserem Basis-Szenario entschieden Arbeitgeber, ob sie Geld für einen wohl-tätigen Zweck spenden wollten oder nicht. In einem zweiten Szenario bestimmte eine Zufallsmaschine, ob der Chef spendete oder nicht. Durch diesen Unterschied konnten wir beobachten, welche Rolle der reziproke Altruismus spielt: Wenn der Zufall entschied, konnte der Arbeitgeber keine Aussage über seine Einstellung machen. Wenn reziproker Altruismus tatsächlich eine Rolle spielt, müsste dann die Reaktion des Angestellten auf eine Spende schwächer sein. Jetzt steht nämlich keine Absicht dahinter, die der Angestellte spiegeln könnte.

Wir fanden heraus, dass Angestellte insgesamt nennenswert mehr leisteten, wenn die Arbeitgeber spendeten. Wie vorhergesagt, motivieren Spenden also die Angestellten. Im Blick auf die Motive fanden wir heraus, dass reziproker Al-

Summary: Companies spend high amounts of money on Corporate Social Responsibility (CSR) activities. Many of them have CSR departments and make these activities public through CSR reports. Since companies spend money on social causes, does it mean that they want to do good? And does it pay to do good? In a controlled laboratory experiment, it can be found that CSR activities motivate employees and lead to increased profits.

Kurz gefasst: Unternehmen geben große Summen für karitatives Engagement aus, sie haben eigene Abteilungen für unternehmerische Gesellschaftsverantwortung (kurz: CSR für Corporate Social Responsibility) und machen ihr Engagement in Berichten öffentlich. Wollen Unternehmen Gutes tun, wenn sie Geld für soziale Zwecke ausgeben? Oder macht sich das bezahlt? Eine Reihe von Laborexperimenten zeigt, dass karitatives Engagement des Arbeitgebers die Angestellten motiviert und so zu Profitsteigerung führt.



Agne Kajackaite ist Leiterin der Nachwuchsgruppe Ethics and Behavioral Economics. In ihrer Forschung untersucht sie mittels Experimenten unethisches Verhalten, vor allem das Lügen. Weitere Forschungsinteressen sind Anreize, Risikoneigung und Ignoranz.
(Foto: David Ausserhofer)

agne.kajackaite@wzb.eu

truismus tatsächlich das Verhalten beeinflusst. Die Auswirkung einer Spende auf die Anstrengung ist kleiner, wenn die Spende von außen angeordnet wird: In dem experimentellen Setting, in dem keine Absichten handlungsleitend waren, sind die Anstrengungen nach einer Spende weniger hoch als im Experiment, in dem der Chef entscheidet. Umgekehrt sind sie beim Ausbleiben der Spende höher als im Absichts-Experiment. Daraus folgt: Angestellte werden durch gute Taten ihrer Chefs angespornt. Eine Firma könnte also mehr Geld machen, wenn sie etwas Gutes tut. Kurz: Es zahlt sich aus, Gutes zu tun!

Nun haben wir auch untersucht, ob Firmen Gutes tun, weil es sich bezahlt macht oder einfach deswegen, weil sie Gutes tun wollen. Zu diesem Zweck führten wir ein Experiment durch, in dem – anders als in dem bereits beschriebenen Experiment – der Arbeitgeber zum Zeitpunkt seiner Spendenentscheidung nicht wusste, dass später ein Angestellter über den Grad seines Engagements entscheiden musste. In diesem Fall sind die Spenden also nicht mit strategischen Zielen verbunden. Es ist ausgeschlossen, dass der Chef spendet, weil er will, dass der Angestellte mehr arbeitet.

Wie erwartet, finden wir heraus, dass im nicht strategischen Setting weniger Chefs spenden (53 Prozent im Vergleich zu 77 Prozent im obigen Experiment). Arbeitgeber gehen also davon aus, dass sich eine Spende bezahlt machen wird. Aber es bleiben immer noch gut 50 Prozent der Arbeitgeber, die einfach Gutes tun wollen! Einige Arbeitgeber wollen also nicht einfach mehr Geld einnehmen, indem sie spenden, sondern sie sind tatsächlich sozial eingestellt.

Interessanterweise scheint es den Angestellten ziemlich gleichgültig zu sein, ob die Spenden einen strategischen Hintergrund haben oder nicht – sie veränderten ihre Anstrengung nicht, wenn sie vom ersten zum zweiten Experiment übergingen. Offensichtlich ist eine gute Tat eine gute Tat. Die Absicht, die dahintersteht, ist weniger wichtig als die Tat selbst. Allerdings spielt sehr wohl eine Rolle, dass die Tat auf einer Entscheidung beruht. Bei einer zufällig ausgelösten Spende greift der Mechanismus der Gegenseitigkeit nicht. Diese Beobachtung ist wichtig für CSR-Aktivitäten in Firmen: Unsere Ergebnisse zeigen, dass Corporate Social Responsibility die Motivation von Angestellten sogar dann beeinflussen kann, wenn die eigentlich zugrunde liegende Motivation zu einem gewissen Grad instrumentell ist. Und Zweckdenken wird bei Unternehmen, die nach Profit oder Steigerung des Unternehmenswertes streben, selten auszuschließen sein.

Literatur

Kajackaite, Agne/Sliwka, Dirk: „Social Responsibility and Incentives in the Lab: Why Do Agents Exert More Effort When Principals Donate?“ In: *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2017, Jg. 142, Heft C, S. 482–493.

Friedman, Milton: „The Social Responsibility of Firms Is to Increase Its Profits“. In: *New York Times*, 1970, 13. September, S. 32–33.

Imas, Alex: „Working for the ‚Warm Glow‘: On the Benefits and Limits of Prosocial Incentives“. In: *Journal of Public Economics*, 2014, Jg. 114, Juni, S. 14–18.

Margolis, Joshua D./Elfenbein, Hillary Anger/Walsh, James P.: *Does It Pay to Be Good? A Meta-analysis and Redirection of Research on the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance*. Working Paper. Cambridge MA: Harvard Business School 2007.

Ausbildungsmobilität Die Chancen junger EU-Bürgerinnen und -Bürger im deutschen Ausbildungssystem

Paula Protsch und Heike Solga

Durch die jüngste Wirtschafts- und Finanzkrise haben sich in vielen südeuropäischen Ländern die Arbeitsmarktchancen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen stark verschlechtert. 2013 betrug die Jugendarbeitslosenquoten in Griechenland und Spanien über 50 Prozent, und auch heute noch ist die Lage sehr angespannt. Anders ist es in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Diese Länder werden aufgrund ihres dualen Systems der Berufsausbildung häufig als Beispiele für eine gelungene Arbeitsmarktintegration von Jugendlichen genannt. Zum einen sind junge Menschen als Auszubildende in Beschäftigung und damit nicht arbeitslos. Aus individueller und gesellschaftlicher Perspektive bedeutet das Erlernen eines Berufs längerfristig eine Investition in Bildung, in die Kompetenzen und Fertigkeiten junger Menschen.

Mit dem Ziel, die Situation von Jugendlichen in den krisengeplagten EU-Ländern zumindest ein wenig zu entschärfen, wurden in der Europäischen Union einige transnationale Programme entwickelt. Sie sollen die Mobilität junger Menschen nach Deutschland und deren Integration in das duale Ausbildungssystem fördern. Gleichzeitig wird die Anwerbung von europäischen Ausbildungsinteressierten als Möglichkeit gesehen, Fachkräfteengpässen auf dem deutschen Arbeitsmarkt entgegenzuwirken. Ein bekanntes Programm zur Förderung der Migration aus anderen EU-Ländern nach Deutschland ist z. B. das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales und der Bundesagentur für Arbeit geförderte Programm MobiPro-EU. Es bietet keine finanziellen Anreize für Betriebe, sondern den volljährigen Ausbildungsinteressierten Unterstützungsleistungen für den Umzug, eine Ergänzung des Ausbildungsgehalts und Deutschkurse.

Wie aber verhalten sich die Ausbildungsbetriebe? Würden sie junge Europäer und Europäerinnen ausbilden, oder bevorzugen sie in jedem Fall Auszubildende, die in Deutschland aufgewachsen und zur Schule gegangen sind? Was sind von betrieblicher Seite aus Hindernisse, die den Zugang junger Menschen aus Südeuropa zum deutschen Ausbildungsmarkt erschweren?

Um diese Fragen zu untersuchen, haben wir Personalverantwortliche und Arbeitgeber aus über 650 Betrieben zu den Ausbildungschancen junger Spanierinnen und Spanier befragt. Das Vignettenexperiment wurde in Zusammenarbeit mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) in die Erhebung 2014 des Betriebspanels zu Qualifizierung und Kompetenzentwicklung (kurz BIBB-Qualifizierungspanel) integriert.

Bei Vignettenstudien werden Befragten mehrere zufällig ausgewählte kurze Beschreibungen von fiktiven Situationen oder Personen vorgelegt. In unserer Studie handelte es sich dabei um fünf tabellarische Beschreibungen von jungen Erwachsenen, die sich beim jeweiligen Betrieb schriftlich um einen Ausbildungsplatz bewarben. Die Bewerbungen bezogen sich auf den wichtigsten Ausbildungsberuf des Betriebs, also den Beruf, in dem der Betrieb am meisten ausbildet. In den Vignetten wurden Merkmale der fiktiven Personen experimentell variiert. Auf diese Weise lässt sich untersuchen, welchen Einfluss ein bestimmtes Bewerbermerkmal auf die Einschätzung der Befragten hat. Die Arbeitgeber und Personalverantwortlichen wurden gebeten, auf einer Skala von 1 (sehr un-

Summary: The integration of young Europeans into the dual apprenticeship system in Germany could alleviate the situation of the crisis-hit youth labor markets in Southern Europe and also counteract skills shortages in Germany. Employers' willingness to hire these applicants is a crucial factor. Very high German language skills requirements and apprenticeship training for investment are key barriers: employers who hire many of their previous apprentices as skilled workers seem to fear that these young people do not plan to stay in Germany for a longer period.

Kurz gefasst: Die Integration junger Europäerinnen und Europäer in das duale Ausbildungssystem in Deutschland könnte helfen, die krisengeplagten Jugendarbeitsmärkte in Südeuropa zu entlasten und hierzulande Fachkräfteengpässen entgegenzuwirken. Entscheidend dabei ist die Bereitschaft der Ausbildungsbetriebe, diese Bewerber und Bewerberinnen einzustellen. Als hinderlich erweisen sich sehr hohe Ansprüche an Deutschkenntnisse und eine investitionsorientierte Ausbildungsmotivation: Betriebe, die viele ihrer Auszubildenden als Fachkräfte übernehmen, scheinen zu befürchten, dass diese jungen Menschen nicht planen, längerfristig in Deutschland zu bleiben.



Paula Protsch ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt und forscht im Brückenprojekt „Rekrutierungsverhalten von Unternehmen auf Ausbildungs- und Arbeitsmärkten“.

[Foto: David Ausserhofer]

paula.protsch@wzb.eu

wahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich) zu bewerten, ob die Personen zum nächsten Auswahlsschritt in ihren Betrieb eingeladen würden. Dabei handelte es sich in der Regel um ein Vorstellungsgespräch oder einen Einstellungstest.

Alle Bewerberinnen und Bewerber haben spanische Wurzeln. Ein Teil von ihnen kommt aus Spanien und möchte nach Deutschland ziehen. Der andere Teil ist in Deutschland geboren und aufgewachsen. Letztere sind Angehörige der zweiten oder dritten Migrantengeneration, deren Familie aus Spanien stammt. Es geht bei unserem Experiment nicht um ethnische Diskriminierung seitens der Betriebe, da alle Bewerberinnen und Bewerber spanische Wurzeln haben. Vielmehr zeigt uns der Vergleich der Bewertungen von verschiedenen Bewerbertypen, welche Rolle der Migrationsstatus – Neueinreisende versus in Deutschland Geborene – und damit verbundene Faktoren wie Sprache und Bleibewahrscheinlichkeit in Deutschland spielen.

Die Ausbildungsinteressierten unterscheiden sich nach Geschlecht und im Bildungsniveau. Zusätzlich wurden in der Gruppe der potenziell Neueinreisenden die Deutschkenntnisse differenziert. Zudem wurde der Bezug von finanziellen Unterstützungsleistungen und Möglichkeiten der sozialen Integration durch Verwandte im Ort variiert, um mögliche Bedenken der Arbeitgeber in dieser Hinsicht eruieren zu können.

In der Forschung werden mangelnde Kenntnisse der Landessprache häufig als eine der wesentlichen Ursachen für schlechtere Arbeitsmarktchancen von Migrantinnen und Migranten genannt. Wir haben daher das Sprachniveau der jungen Erwachsenen aus Spanien unterschieden in 1.) Grundkenntnisse durch Schulunterricht, 2.) ein mittleres Niveau durch Schulunterricht und Intensivkurs sowie 3.) fließende (verhandlungssichere) Deutschkenntnisse durch den Besuch einer deutschen Schule in Spanien. Der letztgenannte Bewerbertyp hat somit ebenso wie der Bewerbertyp, der in Deutschland geboren und aufgewachsen ist, hervorragende Deutschkenntnisse und einen deutschen Schulabschluss. Unser experimentelles Forschungsdesign ermöglicht es so, den Migrationsstatus Neueinreisende versus in Deutschland Geborene von Sprachkenntnissen zu trennen – ein Unterfangen, das mit herkömmlichen Individualbefragungen kaum möglich ist. Außerdem können wir Forschungsergebnisse berücksichtigen, die zeigen, dass ausländische Bildungszertifikate ein Hindernis auf dem inländischen Arbeitsmarkt darstellen können. Wir knüpfen an diese Forschung an und untersuchen, welches Sprachniveau erwartet wird und was neben ausländischen Bildungsabschlüssen weitere Hindernisse auf betrieblicher Seite sein könnten.

Eine Annahme ist, dass die Ausbildungsstrategie der Betriebe eine Rolle spielen könnte. Betriebe haben unterschiedliche Motivationen, warum sie ausbilden. Sie können das Ziel verfolgen, eigene zukünftige Fachkräfte auszubilden und daher möglichst viele ihrer erfolgreichen Ausbildungsabsolventen zu übernehmen („Investitionsstrategie“). Anderen Betrieben ist es wichtiger, die Auszubildenden bereits während der Ausbildungszeit als Arbeitskräfte in betriebliche Produktions- und Arbeitsprozesse einzusetzen („Produktionsstrategie“). Sie übernehmen daher deutlich seltener ihre Absolventinnen und Absolventen, sondern stellen eher neue Auszubildende ein. In der Realität bewegen sich die betrieblichen Strategien zwischen diesen beiden Polen.

Unsere Analysen zeigen, dass Betriebe deutlich zwischen Bewerberinnen und Bewerbern unterscheiden, die spanische Wurzeln haben, aber in Deutschland geboren und aufgewachsen sind, und jenen, die aus Spanien einreisen möchten. Für die in Deutschland Aufgewachsenen geben Betriebe höhere Werte an als für Neueinreisende. Sie sehen es also als wahrscheinlicher an, dass in Deutschland geborene Bewerberinnen und Bewerber mit spanischen Wurzeln zur nächsten Stufe im Auswahlprozess eingeladen würden. Selbst im Vergleich zu Neueinreisenden mit hervorragenden Deutschkenntnissen (durch den Besuch einer deutschen Schule in Spanien) erhalten Ausbildungsinteressierte der zweiten oder dritten Migrantengeneration eine im Durchschnitt um einen halben Punkt bessere Bewertung auf der zehnstufigen Bewertungsskala. Schlechtere Deutschkenntnisse vergrößern diesen Bewertungsunterschied: Neueinreisende mit Deutschkenntnissen aus dem Schulunterricht und einem zusätzlichen Intensivkurs werden im

Vergleich zu den in Deutschland Geborenen um 1,7 Punkte schlechter bewertet, und jene mit Grundkenntnissen sogar um durchschnittlich 2,2 Punkte.

Hinter den genannten Durchschnittswerten verbergen sich weitere interessante Unterschiede in Bezug auf das Bildungsniveau und das Geschlecht der Vignettenpersonen sowie die Ausbildungsstrategie der Betriebe. Die Hauptzielgruppe von deutschen Ausbildungsbetrieben sind Bewerberinnen und Bewerber mit mittlerem Schulabschluss. Sie erhalten auch die besten Bewertungen. Bringen ausländische (oder auch inländische) Ausbildungsinteressierte einen höheren Bildungsabschluss mit (wie beispielsweise das Abitur oder einen Bachelorabschluss), so haben sie dadurch keinen Vorteil. Das bedeutet zugleich, dass schlechtere Chancen aufgrund geringerer Deutschkenntnisse durch höhere Bildung nicht ausgeglichen werden können. Betriebe mit einer Investitionsstrategie (also einer hohen Übernahmequote) bevorzugen auch dann Bewerbungen aus Deutschland, wenn die Neueinreisenden fließende Deutschkenntnisse und durch den Besuch einer deutschen Schule in Spanien einen deutschen Schulabschluss vorweisen können. Anders bei Betrieben mit geringer Übernahmequote: Hier gibt es zwischen den Migranten der zweiten und dritten Generation und Neueinreisenden mit hervorragenden Deutschkenntnissen keinen Unterschied in der Einladungswahrscheinlichkeit. Betriebe mit einer Investitionsstrategie scheinen zu befürchten, dass junge Spanier und Spanierinnen nach der Ausbildung in Deutschland wieder in ihr Heimatland zurückkehren könnten – eine Befürchtung, die die Ausbildungsmotivation der Betriebe mit einer Produktionsstrategie weniger berührt.

Des Weiteren konnten wir feststellen, dass die Wahrscheinlichkeit, zur nächsten Auswahlstufe eingeladen zu werden, für junge Frauen niedriger ist als für junge Männer – und zwar unabhängig von der betrieblichen Ausbildungsstrategie sowie dem Migrationsstatus. Die Gründe für diesen Unterschied müssen noch genauer untersucht werden. Die Präferenz für männliche Bewerber scheint jedoch nicht über das Vorurteil einer geringeren Arbeitsmarktnähe von Frauen erklärbar zu sein. Sonst wären Unterschiede nach der Ausbildungsstrategie zu erwarten gewesen: Bei Betrieben mit Investitionsstrategie hätten die Geschlechterunterschiede größer sein müssen als bei jenen mit einer Produktionsstrategie.

Welche Implikationen haben unsere Befunde? Sozial- und Arbeitsmarktpolitiken zur Förderung der transnationalen Mobilität versuchen, durch die Investition in (berufliche) Bildung die Situation von jungen Menschen aus krisengeplagten EU-Ländern zu verbessern. Auch könnten auf diese Weise Fachkräfteengpässe in Deutschland entschärft werden. Was auf den ersten Blick – auch von Seiten der Betriebe – wie eine Win-win-Situation aussieht, offenbart sich bei näherem Hinsehen als ein Vorhaben mit Hindernissen. Neben sehr hohen Ansprüchen an die Deutschkenntnisse von ausländischen Bewerberinnen und Bewerbern kann auch die betriebliche Ausbildungsstrategie das Gelingen infrage stellen. Wenn Betriebe sich an der beruflichen Ausbildung beteiligen, weil sie langfristig in eigene Fachkräfte investieren möchten, stehen sie Bewerbungen aus dem europäischen Ausland eher zurückhaltend gegenüber.

Allgemeiner deuten unsere Befunde darauf hin, dass es eine wichtige Rolle für die Integration von jungen EU-Bürgerinnen und -Bürgern spielt, ob die Betriebe davon ausgehen, dass die jungen Menschen planen, in Deutschland zu bleiben. Ferner sind hohe Erwartungen der Betriebe an die Deutschkenntnisse eine Barriere – selbst Personen mit Deutschunterricht in der Schule und einem zusätzlichen Intensivkurs haben geringe Chancen, zu einem Vorstellungsgespräch oder Einstellungstest eingeladen zu werden. Hier wäre es sinnvoll zu hinterfragen, welches Deutschniveau tatsächlich für die Aufnahme einer Berufsausbildung notwendig ist. Zum anderen wäre nach Wegen zu suchen, wie der Erwerb von Deutschkenntnissen während und durch eine Ausbildung oder Erwerbstätigkeit unterstützt werden kann.

Literatur

Protsch, P. & H. Solga (2017): *Going across Europe for an apprenticeship? A factorial survey experiment on employers' hiring preferences in Germany*. *Journal of European Social Policy*, Jg. 27, Heft 4, S. 387–399.



Heike Solga ist Direktorin der Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt am WZB und Professorin für Soziologie mit dem Schwerpunkt Arbeit, Arbeitsmarkt und Beschäftigung an der Freien Universität Berlin.

[Foto: David Ausserhofer]

heike.solga@wzb.eu

Nachgefragt bei Marlien Schlaphoff: Was tun internationale Organisationen im Kampf gegen den Terrorismus?

Wie ist der Begriff Terrorismus definiert? Es gibt global leider keine einheitliche Definition von Terrorismus. Manche Organisationen wenden einen sehr breiten Terrorismusbegriff an. Unter Terrorismusbekämpfung können daher manchmal Maßnahmen fallen, die sich politisch etwa gegen die eigene Opposition richten. **Steht Terrorbekämpfung bei allen Organisationen auf dem Plan?** Ich habe für die Jahre 2015 und 2016 die Strategien von 37 regionenübergreifenden Organisationen gegen den Terrorismus untersucht, wie die von NATO, EU und Afrikanischer Union. Bei vielen spielt Terrorismusbekämpfung eine große Rolle. **Wie stark ist das Engagement?** Insgesamt bleibt das Aktivitätslevel bei vielen Organisationen auf niedrigem Niveau. Manche Bereiche werden nur oberflächlich abgedeckt, oder die Maßnahmen beschränken sich auf einen bestimmten Bereich. **Welche Themen sind das?** Viele Organisationen konzentrieren sich auf reaktive Maßnahmen wie die Aufdeckung der Finanzierungsquellen von Terrorismus und die Polizei-Zusammenarbeit, während Grenzschutz und Schritte zur De-Radikalisierung hintanstehen. **Was müsste sich ändern?** Erstens müssten präventive Ansätze stärker in den Mittelpunkt rücken. Wir müssten dafür hinterfragen, warum sich Menschen mit unterschiedlichen Lebensumständen in verschiedenen Ländern radikalieren. Zweitens wäre eine Bündelung der Ressourcen wichtig. Man kann durch Kooperation vermeiden, dass mehrere Organisationen in einer Region unkoordiniert das Gleiche tun. Drittens wäre eine einheitlichere Definition von Terrorismus auf internationaler Ebene enorm wichtig, auch um Menschenrechtsverstößen unter dem Deckmantel des Anti-Terror-Kampfes entgegenzuwirken.



Marlien Schlaphoff, Gastwissenschaftlerin in der Abteilung Global Governance, hat in ihrer Dissertation untersucht, wie regionale Organisationen bei der Terrorbekämpfung aufgestellt sind.

Die Fragen stellte Kerstin Schneider.

Foto: David Ausserhofer

Konferenzberichte

Weißer Nächte im WZB

Johannes Leutgeb

Erster WZB oTree Hackathon, 26. bis 29. Oktober 2017 am WZB, organisiert von Johannes Leutgeb (WZB), Daniel Friedman (University of California, Santa Cruz und WZB) und James Pettit (google, vormals Santa Cruz) und gefördert aus Mitteln der Deutschen Forschungsgemeinschaft (SFB/Transregio 190 „Rationalität und Wettbewerb“)

Um computergestützte Experimente in kontrollierter Laborumgebung durchzuführen, setzen Sozialwissenschaftler eine Software ein, mit deren Hilfe Teilnehmer Entscheidungen treffen und miteinander interagieren können. In der experimentellen Ökonomie ist zTree (Zurich toolbox for ready-made economic experiments) die Softwareumgebung, die von den meisten Forschern und Forscherinnen verwendet wird. zTree ist noch immer ein zentrales Handwerkszeug der Disziplin, doch mittlerweile stößt das Programm an seine Grenzen: Neuere Entwicklungen wie multimediale Darstellung, hochfrequente Interaktionen und Internetexperimente oder der Einsatz auf mobilen Endgeräten sind damit nicht möglich. In den letzten Jahren bekam oTree als Alternative zu zTree mehr Aufmerksamkeit. oTree ist eine quelloffene Software, deren Code auf der Programmiersprache Python basiert, die sich mittlerweile als Standard in der IT-Branche etabliert hat. Das Programm kann flexibel eingesetzt werden – Experimente können klassisch in der kontrollierten Umgebung eines Computerlabors oder mit minimaler Anpassung im Feld auf Smartphones durchgeführt werden. Zurzeit arbeitet eine Gruppe rund um Dan Friedman (University of California, Santa Cruz, USA, und Forschungsprofessor am WZB) daran, Umgebungen in oTree zu integrieren, in denen Teilnehmer kontinuierlich miteinander interagieren können.

Da sich oTree eines wachsenden Interesses in der Experimentalökonomie erfreut und mehrere Forschungsprojekte der Abteilung Ökonomie des Wandels in oTree programmiert werden, wurde die Idee geboren, einen oTree Hackathon am WZB zu veranstalten. Ziele waren die Weiterentwicklung des Programms und die Vernetzung der Community. Ein Hackathon ist ein im IT-Bereich übliches Event, bei dem mehrere Gruppen einige Tage (und Nächte)

lang im Wettbewerb stehen und programmieren. Üblicherweise wird vom Veranstalter ein Ziel ausgegeben, wie beispielsweise eine Funktionalität für eine App zu programmieren. Nach Ablauf der Zeit wird die Arbeit der Gruppen von Juroren bewertet.

Zum WZB oTree Hackathon reisten gut 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus ganz Europa und Abu Dhabi mit sehr unterschiedlichen Vorkenntnissen an. Nach einer allgemeinen Einführung zu oTree am Donnerstagnachmittag und einer Programmierführung für die Anfänger am Freitagvormittag fanden sich selbstständig Gruppen, die gemeinsam ein Projekt formulierten und daran bis Sonntag früh arbeiteten. Für drei Tage und Nächte waren die WZB-Seminarräume, in denen der Hackathon stattfand, bis tief in die Nacht Orte hochkonzentrierter Arbeit – wohlversorgt durch das WZB-Casino mit Kalorien und Koffein.

Am Sonntagvormittag schließlich präsentierten die Gruppen ihre Ergebnisse. Nach den Präsentationen agierten alle Teilnehmenden als Juroren und kürten in einer demokratischen Abstimmung die besten Projekte in drei Kategorien. In der Kategorie Best Overall gewann das Projekt „MTurk Utils“ von Essi Kujansuu, Philipp Chapkovski und Nicolas Gruyer. Bei Onlineexperimenten, bei denen mehrere Teilnehmer interagieren müssen, kommt es manchmal zu Wartezeiten, bis alle Teilnehmer online sind. Um die Wartezeit produktiv zu nutzen und die Teilnehmer aktiv zu halten, implementierte die Gruppe die Möglichkeit, Fragebögen ausfüllen zu lassen, die später verwendet werden können. In der Kategorie Best Design gewann das Projekt „A Widget For Submitting Ordered Preferences Over A Set Of Options“ von Inácio Bó. Sein Projekt war ein Interface, mit dessen Hilfe Optionen aus einem Pool ausgesucht und per Drag & Drop in eine präferierte Reihenfolge gebracht werden können. Schließlich gewann das Projekt „Treatment Allocation“ von David Hardt und Tobias Aufenanger in der Kategorie Most Original. In diesem Projekt programmierten die Teilnehmer ein Feature, durch das ein Experimentator Teilnehmende anhand von Charakteristika wie Gender automatisch verschiedenen Treatments zuweisen kann, um unter einigen theoretischen Annahmen den Erkenntnisgewinn des Experiments zu maximieren.

Die Ergebnisse ihrer Projekte können die Teilnehmer des Hackathons nun für ihre eigenen Forschungsprojekte verwenden. Darüber hin-

aus haben wir eine Website geschaltet, damit die Ergebnisse der gesamten oTree Community zugutekommen können. <https://leeps-lab.github.io/hackatron2017.html>

Interdisziplinärer Blick auf Ungleichheiten in der Hochschule

Claudia Finger und Oliver Winkler

Internationaler Workshop „Higher Education and (In)Equality of Opportunity“ am 9. und 10. November 2017 am WZB, organisiert von Claudia Finger, Guido Neidhöfer, Frauke Peter und Oliver Winkler, gefördert durch das College for Interdisciplinary Educational Research (CIDER) und die Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt des WZB

Steigende Studierendenzahlen, zunehmender Wettbewerb, Differenzierung und Internationalisierung sind gegenwärtige Trends, die Hochschulsysteme vor neue Herausforderungen stellen. Mehr denn je gilt Hochschulbildung als wichtige Voraussetzung für soziale Mobilität. Allerdings bleiben die Chancen für Zugänge zur Hochschulbildung allgemein sowie zu ertragreichen Fächern oder Universitäten ungleich verteilt. Die Chancenungleichheit beim Übergang in ein Studium sowie während des Studiums selbst stellen gesellschaftliche Herausforderungen dar. Die Diskussion aktueller Befunde zu deren Ursachen und Auswirkungen bildeten den zentralen Inhalt des Workshops.

Dieses Problemfeld wird sowohl in der Ökonomie als auch in der Soziologie aus unterschiedlichen theoretischen Blickwinkeln und mit unterschiedlichen methodischen Ansätzen umfassend beforscht; der Austausch zwischen beiden Disziplinen ist aber eher eingeschränkt. Um diesen zu fördern und Wissenstransfer und Erkenntnisgewinn zu intensivieren, waren Forscherinnen und Forscher beider Disziplinen eingeladen, über aktuelle Ergebnisse zu berichten, die von Diskutantinnen und Diskutanten der jeweils anderen Disziplin kommentiert wurden. In ihren Keynote Lectures gaben Lorraine Dearden (University College London) und Carlo Barone (SciencesPo, Paris) einen Überblick über Ausmaß, Entwicklung und Konsequenzen ungleicher Zugangschan-

cen zur Hochschulbildung und richteten Fragen einer fairen Ausgestaltung des Hochschulzugangs an die Bildungspolitik.

Die Beiträge ergründeten zwei wesentliche Fragenkomplexe: (1) Wie sozial selektiv sind der Hochschulzugang und der weitere Studienverlauf? Was sind die Gründe für soziale Ungleichheit im Hochschulsystem, und wie können Nachteile bestimmter sozialer Gruppen reduziert werden? Dabei wurden Fragen der herkunfts- und geschlechtsspezifischen Wahl des Studienfachs und der Hochschulinstitution, von Mobilitätsentscheidungen und Studienabbruch diskutiert. Die Vorträge bestätigten unter anderem einen ungleichen Informationsstand bei den Studieninteressierten. Es konnte gezeigt werden, dass Informationskampagnen, beispielsweise in Schulen, helfen können, Ungleichheiten bei der Studien(fach)wahl zu verringern. Außerdem zeigte sich, dass Finanzierungshilfen dazu beitragen, die Studienleistung und die Abschlusswahrscheinlichkeit einkommensschwächerer Studierender zu erhöhen. Ein Thema war auch die Zulassung zum Studium, die vor allem auf Leistungskriterien beruht. Kontrovers diskutiert wurde dabei, inwiefern ein System, das vorwiegend den „Besten“ Zugang gewährt, auf Grundlage normativer und effizienzbasierter Überlegungen als erstrebenswert angesehen werden kann, wenn Leistung wiederum stark von verfügbaren Ressourcen und somit der sozialen Herkunft abhängt.

(2) Reproduzieren sich Ungleichheiten nicht nur beim Zugang zum Studium und im Studienverlauf, sondern auch später im Erwerbsleben und bei der Familiengründung? Identifiziert wurden langfristige Einflüsse der sozialen Herkunft, aber auch des Geschlechts, die sich – trotz Hochschulstudium – in den späteren Einkünften und Berufsverläufen zeigen: In ihrem späteren Erwerbsleben profitieren sozial privilegierte Hochschulabsolventinnen und -absolventen stärker sowohl von einem Studienabschluss an sich als auch von spezifischen Studienentscheidungen, zum Beispiel von der Wahl bestimmter Fächer wie Medizin oder Rechtswissenschaften oder von Auslandsaufenthalten. Hochschulbildung wird ihren Erwartungen als „the great equalizer“ also auch nach Jahren der Hochschulexpansion nur zum Teil gerecht.

Nähere Informationen können auf der Webseite des Workshops abgerufen werden: sites.google.com/site/ciderworkshop1

Veranstaltungen

15. und 16. Dezember 2017

Political Economy of Development

Research Workshop The Political Economy of Development research area will host a joint WZB-Columbia University workshop to present and discuss ongoing research, completed research, and research designs. Presentations by members of the Institution and Political Inequality research unit and doctoral students at Columbia will include work on gender empowerment in Uganda, bureaucratic organization in Sierra Leone, gender-based violence in Congo, community policing in Papua New Guinea. The workshop takes the form of small group focused discussions on research and will generally not include presentations. Participants will be expected to read in advance and contribute to discussion. **Veranstalter:** Professor Macartan Humphreys, WZB; **Informationen bei Marion Obermaier/Stefanie Roth, E-Mail:** ipi.office@wzb.eu

17. Januar 2018

Reflections on Post-Truth Lecture

by John Keane in the series „Achtung: Demokratie“. There are many signs that we have entered a „post-truth“ era defined by the burial of „objective facts“ thanks to a public avalanche of „appeals to emotion and personal belief“, as the Oxford English Dictionary states. Critics of this post-truth trend like to stress the political dangers of growing government secrecy, the lies of politicians, corporate bullshit, media silence, and populists' talk of fake news. They call for a recovery of truth in public life. John Keane, Professor of Politics at the University of Sydney and at the WZB, will discuss the current situation. He asks how credible the appeal by journalists and others to recapture truth in our public lives is. What exactly is truth? Why is it important? Or is it less important than we imagine? Does truth-telling have its limits? Might truth be fading from our lives, and might bidding farewell to truth be a good thing? His lecture will be combined with a presentation of „fake news“ and facts by Sylvia Höhne, staff member of the WZB Research Information unit. **Veranstalter:** Dr. Harald Wilkoszewski; **Informationen bei Friederike Theilen-Kosch, E-Mail:** friederike.theilen-kosch@wzb.eu

1. und 2. Februar 2018

Manifesto Corpus Conference

Der Manifesto Corpus ist die digitale Textsammlung von über 2.000 Wahlprogrammen aus 40 Ländern in mehr als 30 Sprachen. Das seit Jahrzehnten am WZB angesiedelte und seit 2009 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderte Manifesto-Projekt bereitet diese Daten auf und stellt sie der wissenschaftlichen Gemeinschaft zur Verfügung. Die Konferenz bringt Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zusammen, die den Textkorpus in verschiedenen Disziplinen nutzen (Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre, Informatik). Die Konferenzbeiträge behandeln zum einen neue computergestützte Methoden der Textanalyse, zum anderen inhaltliche Fragestellungen aus den Bereichen Parteien, Populismus und Kampagnen. In ihrer Keynote Lecture fragt Margaret E. Roberts (University of California, San Diego), inwiefern die Verwendung computergestützter Textanalyseverfahren die Identifikation kausaler Zusammenhänge ermöglichen, aber auch erschweren kann. Auf der Konferenz wird außerdem der beste Konferenzbeitrag mit dem Manifesto Corpus Award ausgezeichnet. Der Award wird zum ersten Mal verliehen und ist mit 1.000 Euro dotiert. **Veranstalter:** Projekt Manifesto Research on Political Representation; **Informationen bei** manifesto-conference@wzb.eu

8. Februar 2018

The Moral Economy of Sabotage: Corporate Power and the New Nationalism Lecture

by Will Davis, Goldsmiths, University of London, in the series „Great Crisis of Capitalism“. As the case of Brexit demonstrated, new populist movements seem intent on sabotaging existing models of regulation and growth, without necessarily providing alternatives in their place. This appears like irrational „self-harm“ from the perspectives of utilitarian economic traditions and technocrats. However, we need to think carefully about the logic and moral appeal of sabotage. This paper returns to Veblen's observations of sabotage as a business strategy, and the role of intellectual property and trade secrets in preventing the success of one's rivals. The processes Veblen was describing originated at the same time that Nietzsche was writing about moral „ressentiment“. We need to consider the urge to punish and to harm as a long-existing source of capitalist legitimation, identified by Veblen in the management class, but arguably now present in anti-utilitarian populist attacks on neoliberalism. **Veranstalter:** Professor Macartan Humphreys, WZB; **Informationen bei Marion Obermaier/Stefanie Roth, E-Mail:** ipi.office@wzb.eu

Wie Architekten Bauten entwerfen Der Wiederabdruck einer WZB-Studie belebt die Berliner Hochhausdebatte

Kerstin Schneider

„Sollen wir mal ein Hochhaus bauen?“ Das klingt nach Bauklötzchen und lustigen Spielereien. Genauso vergnüglich liest sich neben allen theoretischen Herleitungen und genauen Beobachtungen das gleichnamige WZB Discussion Paper von Jörg Potthast, das 1998 veröffentlicht und jetzt als Faksimile wiedergedruckt wurde. Da sind – die Namen sind anonymisiert – der Tom, der Formulierungskünstler Claus, die Frances, der Alfred und natürlich Prof. X, der Leiter des Büros. Gemeinsam entwirft das Team Ende der 1990er ein Hochhaus für den Berliner Westen, ganz ohne Auftrag und mit wenig Chancen auf Realisierung. Dabei werden sie über Wochen von dem angehenden Soziologen Jörg Potthast beobachtet, von dem am Anfang niemand so recht weiß, wer ihn geschickt hat, der aber bald ihr Vertrauen und „einen schwachen Teilnehmerstatus“ erwirbt.

Es ist ein Glücksfall, dass Jörg Potthasts Feldstudie (und Diplomarbeit) jetzt 20 Jahre nach ihrer Erstveröffentlichung wieder zugänglich ist. Das haben wir



Designprozesse können länger dauern: 2017 wurde das Hochhaus „Upper West“ (links im Bild) am Berliner Breitscheidplatz eröffnet, 20 Jahre nach den ersten Plänen. (Foto: picture alliance)

Christian Berkes von *botopress, plattform für architekturen, städte, technologien & fiktionen*, zu verdanken. Er griff einen Vorschlag von Bernward Joerges auf, dem ehemaligen Leiter der damaligen Forschungsgruppe Metropolenforschung am WZB. Die Gruppe erforschte „den Moment der materiellen Neugestaltung des Neuen Berlins“ in ihren Studien, wie ihr Leiter in seinem Begleitessay zum Hochhaus-Band schreibt.

Potthasts wiederaufgelegte Studie über das „Architekturbüro als Labor der Stadt“ belebt die gerade wieder aufgeflammete Berliner Hochhausdebatte. Zum einen lädt das Buch dazu ein, über die zeitliche Dimension von Designprozessen nachzudenken. Denn das Berliner Hochhaus, um dessen Entwurf es in der Studie geht, ist im Sommer 2017 fertiggestellt worden, auch wenn es völlig anders aussieht. Aus dem vor mehr als 20 Jahren designten Entwurf, der drei Turmhäuser mit einem paradiesischen Garten vorsah, wurde das „Upper West“, ein 119 Meter hohes Gebäude, das zusammen mit dem Hochhaus des Waldorf-Astoria-Hotels seit diesem Jahr ein völlig neues Entree für den Breitscheidplatz – und damit für die Berliner City West – bietet.

Zum anderen werden Hochhäuser gerade auf dem aufgeheizten Berliner Immobilienmarkt als Mittel gegen die Wohnungsnot ins Spiel gebracht. Manche Diskussionen, etwa um den Bau von Hochhäusern am Alexanderplatz, ziehen sich seit Jahren hin. Andere, wie die über neue Pläne für den Ernst-Reuter-Platz, sind gerade erst angestoßen worden. Jetzt arbeitet der Berliner Senat an einem Hochhausrahmenplan, der sicherstellen soll, dass sich Hochhäuser sinnvoll in die Stadtgestaltung einfügen. Auch auf dem Kunstmarkt sind Hochhausentwürfe begehrt: Die Fotografien des nie realisierten Hochhauses „Projekt Wabe“, das Ludwig Mies van der Rohe 1921 in der Friedrichstraße plante, erzielten bei einer Berliner Auktion kürzlich Höchstpreise.

In dem Band kommen neben Bernward Joerges auch Jörg Potthast selbst, heute Soziologieprofessor in Siegen, und der Soziologe Michael Guggenheim von der Londoner Goldsmiths University zu Wort. Damit werden der empirischen Feldforschung von damals weitere Perspektiven zur Seite gestellt, die sich mitunter genauso mitreißend und amüsant lesen wie die Ursprungsstudie.

„Was tun Architekten, wenn sie entwerfen?“, ist die einfache Frage, die sich Jörg Potthast am Anfang seiner Untersuchung stellt. Welche Zwänge gibt es? Wie werden Ideen dokumentiert? Wie wird ganz konkret gearbeitet? Wie entstehen die Proportionen eines Gebäudes? Wie politisiert ist das Feld? Seine Arbeit wirft jenseits von fachwissenschaftlichen oder stadtpolitischen Debatten einen ethnografischen Blick auf die Praxis architektonischen Entwerfens und macht dabei den Architekten zum Untersuchungsobjekt. Damit war der junge Soziologe 1998 einer der ersten, der „das Architekturbüro als Analogon zum Labor“ studiert hat. Das unter Beobachtung stehende Labor wird dabei zum Pars pro Toto: „In zahllosen Architekturbüros wird pausenlos, nicht selten rund um die Uhr, an Alternativen für den bestehenden baulichen Bestand der Städte und Gemeinden gearbeitet. Nur ein verschwindend geringer Anteil der Projekte wird realisiert. So gesehen sind Architekturbüros Stauräume, in denen auf unterschiedliche Weise komprimiert nicht realisierte Projekte lagern“, heißt es bei Jörg Potthast.

Die Pointe ist, dass der Bau dann schließlich doch von demselben Architekten realisiert wurde, dem Potthasts Untersuchung galt. Christoph Langhof oder „Prof. X“, wie er in der Studie heißt, war der einzige Berliner Architekt, der den Ethnografen damals als Beobachter in sein „Labor“ ließ. Über Umwege erhielten Langhof und sein Team Jahre später doch noch den Zuschlag für den Bau des Hochhauses am Breitscheidplatz. Und so können der Diplomand von damals und der Architekt heute ganz entspannt beim Dinner über die Architekturstudie räsonieren und von den Berliner Hochhauskonjunkturen reden, die „sich in einem für Hochhäuser schon immer ungastlichen Milieu in Wellen bewegt“ haben.

Literatur

Potthast, Jörg (Hg.): *Sollen wir mal ein Hochhaus bauen?* Faksimileausgabe. Berlin: botopress 2017.



Kerstin Schneider ist Medienreferentin am WZB und Journalistin. (Foto: David Ausserhofer)

kerstin.schneider@wzb.eu





Wieviel Ungleichheit verkraftet eine Gesellschaft? Szene aus dem WZB-Film.

[Foto: Filmstill]

Das WZB im Film 60 Sekunden für Fragen, auf die es ankommt

Claudia Roth

Und was machen die Sozialwissenschaften? Gut, man könnte von den über 200 Forscherinnen und Forschern am WZB erzählen, den vielen Disziplinen, den sieben Forschungsschwerpunkten, viermal so vielen Forschungsgruppen, unserem einzigartigen Methodenmix. Könnte nur sein, dass das Gegenüber schnell keine Lust mehr auf Sozialforschung hat. Wie bringt man ein Forschungsinstitut wie das WZB Menschen nah, die noch nie von ihm gehört haben? Manchmal können Bilder den Worten helfen. Manchmal braucht es ein wenig Pathos, ein großes Gefühl, eine Prise Ironie vielleicht auch. Wissenschaft darf Menschen doch berühren, oder?

Hier nun beginnt unser Projekt, einen Film über das WZB zu machen, in einer wunderbaren Kooperation mit der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg. Diese bildet nicht nur den Filmmachwuchs aus. Seit vielen Jahren realisiert sie auch Auftragsproduktionen für Kunden aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Davon haben beide Seiten etwas. Die Studierenden, weil sie ihre Kreationen am und für den Markt erproben können. Und die Kunden profitieren von den besten Ideen, um die in einem Konzeptwettbewerb für ihren Auftrag gerungen wird. Am Pitch für den WZB-Film haben 15 Teams aus Studierenden und Absolventen der Filmakademie teilgenommen. Drei Minuten WZB sollten es ursprünglich werden. Bei 1:30 liefen wir auf der Zielgeraden ein, am Ende ist es eine ultraknappe Minute geworden. Das WZB in 60 Sekunden. Kann das gut gehen?

Die Idee dafür lieferte Regiestudent Willi Kubica, Sieger des Wettbewerbs. Sein Konzept stellt die Fragen des WZB in den Mittelpunkt. Es sind die großen Fragen unserer Zeit, die sich jeder so oder anders schon einmal gestellt hat. Was und wie müssen wir lernen, um frei und selbstbestimmt zu leben? Wieviel Ungleichheit verkraftet eine Gesellschaft? Was bedeutet Integration und was macht uns Angst? „Für mich war es zunächst wichtig zu verstehen, was Sozialforschung ausmacht. Schnell wurde mir klar, dass sie eigentlich in jedem Moment unseres

Claudia Roth ist Medienreferentin im WZB und koordiniert das WZB-Film-Projekt.

Alltags eine Rolle spielt“, sagt der 27-jährige gebürtige Berliner. Acht Fragen sind es schließlich geworden, die wir gemeinsam für den Film entwickelt haben. Gerungen haben wir um jedes einzelne Wort in diesen Fragen, die für die WZB-Forschung und stellvertretend für die Sozialwissenschaften stehen.

Jede Frage findet ihr Pendant in einem starken Bild. Die Suche nach den Bildern war der schwierigste Part, gesteht Willi Kubica, der neue und subtile Bilder wollte, die „oberflächliche Gefälligkeiten“ vermeiden. Entstanden sind die Filmbilder schließlich auf einer Deutschlandreise. Sie begann für die Filmemacher in den Straßen von Ludwigsborg, führte sie zu Bulle und Bär vor die Frankfurter Börse, in die Kuppel des Reichstags und endete schließlich in Ahrenshoop an der Ostsee. Hier landete für uns ein Einkaufswagen im Meer, ein verstörendes Bild, das den WZB-Spot eröffnet.

Der Film beginnt düster und bleibt über weite Strecken schwer. Die Bilder strahlen ein kühles Blaugrau aus. Die Fragen werden getragen von einer emotionalen Musik, die langsam aus der Stille beginnt, stetig anwächst und schließlich mit großer Trommel und Tamtam den Zuschauer überwältigt. „Ich hatte beim Komponieren Naturgewalten im Kopf, einen Wasserfall zum Beispiel“, erzählt Meike Katrin Stein, die die Filmmusik geschrieben hat. Ein 50-stimmiges Sinfonieorchester hatte die Absolventin der Filmakademie für die in den Babelsberger Filmstudios aufgenommene Musik.

Der überraschende Bruch vollzieht sich kurz vor Ende. Die letzte Frage zerstört die hoch aufgeladene Bilder- und Klangwelt. „Warum wird eigentlich alles mit tragender Musik und schwebenden Bildern begleitet?“, fragt die Stimme. Die Musik kratzt, wie einst, als die Nadel über dem Plattenspieler abrutschte. Die Bilder spulen im Zeitraffer zurück. Was soll das? Der Effekt entzaubert. Die Botschaft dahinter: Forschung hinterfragt, lässt sich nicht manipulieren. Sie liefert Fakten und nüchterne Analyse. Und stimmt bei unerwarteter Entwicklung nicht sofort ein in die Krisenrufe. „Das WZB als Instanz dieser Forschung hat in einer Zeit der Schnelllebigkeit und Fake News etwas Beruhigendes“, so beschreibt es Willi Kubica. Sein Konzept hat uns überzeugt, wie auch die Jury des Deutschen Wirtschaftsfilmpreises. Sie nominierte den WZB-Film im Sommer für einen Preis in der Kategorie Nachwuchs.

Und was machen die Sozialwissenschaften nun? Sie stellen Fragen, auf die es ankommt.

Zum Film: vimeo.com/223612754



WZB - Tacheles - Score

Dauer: 01:00 Min.

Partitur in C

Instrumentarium:
Flöten (2) / Piccolo
Oboen (2)
Klarinetten in B (2)
Fagotte (2)
Hörner in F (4)
Trompeten in B (3)
Posaunen (3)
Bassposaune
Pauken
Große Trommel
Paarbecken
Becken (hängend)
Tam-tam
Wind Chimes
Röhrenglocken
Harfe
Klavier
Violine I
Violine II
Viola
Violoncello
Kontrabass

WZB - Tacheles -Score Meike Katrin Stein



Regisseur Willi Kubica beim Dreh an der Ostsee. [Fotos: Julia Deumling]



Das Filmorchester Babelsberg spielt unsere Filmmusik.

Personen

Gäste

Stefan Beljean, Doktorand am Department of Sociology an der Harvard University, ist bis Juli 2018 in der Projektgruppe der Präsidentin zu Gast. Sein Dissertationsprojekt ist eine vergleichende Untersuchung von Schülern und Schülerinnen und deren Umgang mit Leistungsdruck an sozial privilegierten Schulen in Boston und Berlin. Während seines Aufenthalts wird er qualitative Daten an bis zu fünf Berliner Schulen erheben und auswerten. Ein Teil seines Aufenthalts wird ermöglicht durch das „WZB International Alumni Fellowship“-Programm, das die Alexander von Humboldt-Stiftung finanziert.

Simone Cremaschi studiert Politik- und Sozialwissenschaft am European University Institute (EUI) in Florenz und ist für drei Monate, bis Dezember 2017, Gast der Abteilung Migration, Integration, Transnationalisierung. Während seines Aufenthalts wird er in seinem Dissertationsprojekt zur Integration von Wanderarbeitern forschen, die in der Landwirtschaft Italiens beschäftigt sind.

Primavera De Filippi Ph.D. ist bis Juni 2018 Gastwissenschaftlerin der Projektgruppe International Citizenship Law. Sie ist Forscherin am National Center for Scientific Research (CNRS), Paris, Gastwissenschaftlerin am Robert Schuman Centre for Advanced Studies des European University Institute sowie Associate am Berkman Klein Center for Internet & Society der Harvard University. Ihr Buch „Blockchain and the Law“

(zusammen mit Aaron Wright) wird 2018 von der Harvard University Press veröffentlicht. Ihre Forschungsinteressen gelten den rechtlichen Herausforderungen dezentralisierter Technologien und deren Nutzung für neue Governance-Modelle und partizipative Entscheidungsfindung sowie dem Konzept des Governance by Design.

Mervyn Frost, Professor Department of War Studies des King's College London, ist im Januar und Februar 2018 Gastwissenschaftler in der Abteilung Global Governance. Während seines WZB-Aufenthalts wird er sich in seiner Forschung mit „Normative International Relations Theory“ beschäftigen, insbesondere über ethische Fragen, die sich im Hinblick auf den zunehmenden Einsatz privater Militär- und Sicherheitsfirmen durch Regierungen ergeben haben.

Philipp Hacker Ph.D., LL.M. (Yale), Max Weber Fellow am European University Institute, ist seit November als A.SK-Fellow Gast am WZB. Er wird für drei Monate in der Projektgruppe Politikfeld Internet arbeiten und dann bis August beim Center for Global Constitutionalism. Philipp Hacker wird sich während seines Aufenthalts am WZB vornehmlich mit Fragen der Diskriminierung durch Algorithmen beschäftigen und dazu ein regulatorisches Governance-System entwickeln.

Philip Hainbach, Doktorand, juristische Fakultät, Universität Melbourne, ist bis Dezember 2017 Gastwissenschaftler in der Abteilung Global Governance. Während seines Forschungsaufenthalts am WZB widmet er sich Problemen der Fragmentierung der internationalen Rechtsordnung im Hinblick auf die Implementierung von Klimaschutzziele.

Professorin **Jutta Heckhausen** von der UCI School of Social Ecology, University of California, Irvine (USA), war im September/Oktober Gast bei Forschungsprofessorin Ingrid Schoon. Die beiden arbeiten international vergleichend zu Mustern beim Übergang ins Erwachsenenalter, speziell bei jungen Menschen, die besser oder schlechter abschneiden, als es ihre vorige Ausbildung oder ihr sozialer Status erwarten ließen.

Alexander Horn, Assistant Professor am Department for Political Science der Aarhus University, erhält ein A.SK-Fellowship für die Zeit von Dezember 2017 bis September 2018 für sein Projekt „Varieties of Egalitarianism: Mapping the Political Roots of Inequality“. Er wird im Frühjahr einen Monat als Gast der Abteilung Demokratie und Demokratisierung am WZB verbringen.

Brückenschlag: Edgar Grande erforscht die Zivilgesellschaft

Der Grundstein des neuen Zentrums für Zivilgesellschaftsforschung ist gelegt. Die Einrichtung, aus der Kooperation von WZB und der Freien Universität Berlin entstanden, hat ihren Sitz am WZB und wird von der Stiftung Mercator, der VolkswagenStiftung und dem WZB finanziert. Am 27. November wurde sie feierlich eröffnet. Gründungsdirektor ist Edgar Grande, der den Lehrstuhl für Vergleichende Politikwissenschaft an der Ludwigs-Maximilian-Universität in München innehat. Sein Standing in Politikwissenschaft und Soziologie, in nationalen wie internationalen Zusammenhängen wird er brauchen, denn das neue Zentrum zielt aufs Ganze: die Erforschung von Rahmenbedingungen und Wandlungen der Politik in Europa. Vernetzt werden sollen Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik. Die komplexe Vielfalt kollektiver Handlungen und Beziehungen jenseits von Staat und Markt ist schon jetzt im Blickfeld der Wissenschaften. Aber die Zivilgesellschaftsforschung ist bisher hoch spezialisiert und fragmentiert: Während Arbeiten zum Sozialkapital vor allem den kooperativen, produktiven Charakter von Vernetzung und bürgerschaftlichem Engagement



Edgar Grande

[Foto: David Ausserhofer]

betonen, analysiert die Bewegungsforschung den Konfliktgehalt von Protestereignissen. Das neue Zentrum will eine Brücke zwischen diesen Ansätzen schlagen. Erforscht werden politische Konfliktstrukturen, die Organisation von Konflikten durch soziale Bewegungen und politische Parteien und der Wandel zivilgesellschaftlicher Organisationen insgesamt. Geplant ist außerdem der Aufbau einer Dateninfrastruktur zu politischem Protest in Europa. Das Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung will mit der Langzeitbeobachtung gesellschaftlicher Entwicklungen Antworten auf Fragen der Zukunft der Demokratie und des sozialen Zusammenhalts finden. „Problemorientierte Grundlagenforschung“ at its best – willkommen unter dem Dach des WZB!

Yair Osheroff, Doktorand am Department of Political Science der Hebrew University of Jerusalem, ist von August 2017 bis März 2018 Gastwissenschaftler der Projektgruppe Globalisierung, Arbeit und Produktion. Er forscht über die Regulierung von Berufen und kombiniert dabei politologische, ökonomische und soziologische Theorien und Ansätze. Während des Aufenthalts am WZB entwickelt er einen international vergleichenden Ansatz, der Regulierungsformen und -mechanismen, ihre historische Entstehung und ihre Auswirkungen untersucht.

Mari Liis Räis ist bis Dezember Gastwissenschaftlerin der Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt. Sie promoviert im Fach Soziologie an der Universität Tallinn und forscht zu Ungleichheiten in Systemen der Erwachsenenbildung mit Bezug auf das Wechselverhältnis von Bildungsangebot und Nachfrage. Während ihres Gastaufenthalts am WZB schreibt sie an ihrer Dissertation, in der sie diverse europäische Länder vergleichend untersucht, Estland und Deutschland eingeschlossen.

Christoph H. Stefes Ph.D., Associate Professor an der University of Colorado, Denver, und Senior Associate des Ecologic Institut in Berlin, ist bis Ende Januar 2018 Gast in der Abteilung Demokratie und Demokratisierung. Er arbeitet zusammen mit Alexander Schmotz an einem Buchmanuskript im Rahmen des inzwischen abgeschlossenen Autokratieprojekts der Abteilung.

Jingdong Yuan, Associate Professor am Department of Government and International Relations der University of Sydney, wird im Januar und Februar 2018 als Gastwissenschaftler in der Abteilung Global Governance am WZB sein. In seiner Forschung beschäftigt er sich mit „The Current State and Future Development

of the European Union-China Strategic Partnership over the Past 15 Years, and its Implications for Australia“.

Berufungen

Lena Hipp Ph.D., Leiterin der Nachwuchsgruppe Arbeit und Fürsorge und Leiterin des Themenbereichs Gute Arbeit und Lebensqualität im WZB-Promotionskolleg „Gute Arbeit“, hat den Ruf auf die gemeinsame W2-Professur für Sozialstrukturanalyse, insbesondere



(Foto: David Ausserhofer)

Lena Hipp

re Arbeit und Organisation, von WZB und Universität Potsdam angenommen. Die Professur ist an der dortigen Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät angesiedelt. In diesem Jahr wurde die Sozialwissenschaftlerin bereits in die Junge Akademie der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften und der Deutschen Akademie der Naturforscher Leopoldina aufgenommen. In ihren Forschungen beschäftigt sich Lena Hipp mit Organisationssoziologie, Arbeit und Arbeitsmarkt, Geschlecht und Familie, Wohlfahrtsstaat und sozialer Ungleichheit.

Professor **Markus Promberger**, WZB-Fellow in der Projektgruppe der Präsidentin, ist seit Oktober 2017 Professor für Soziologie an der Universität Erlangen.

Professorin **Heike Solga** wurde in den Aufsichtsrat der LEO-Grundbildungsstudie der Universität Hamburg berufen und ist Jurymitglied für den Preis der Fritz Thyssen Stiftung für sozialwissenschaftliche Auf-

Ehrungen / Preise

Nadine Bernhard, frühere wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt, hat für ihre Dissertation „Durch Europäisierung zu mehr Durchlässigkeit? Veränderungsdynamiken des Verhältnisses von beruflicher Bildung zur Hochschulbildung in Deutschland und Frankreich“ im November den Friedrich-Edding-Preis für Berufsbildungsforschung 2017 erhalten. Sie arbeitet jetzt als Postdoktorandin in der Abteilung für Vergleichende und Internationale Erziehungswissenschaft an der Humboldt Universität Berlin.

Dr. Christian Brzinsky-Fay, wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilung Bildung und Arbeitsmarkt, ist während der Jahrestagung der Society for Longitudinal and Life Course Studies im britischen Stirling mit dem LIVES Award for Young Scholars ausgezeichnet worden. In seinem preisgekrönten Artikel in der Zeitschrift *Research in Social Stratification and Mobility* analysiert er das berufliche Bildungssystem, wie es in Deutschland und in der Schweiz praktiziert wird, mit Blick auf den Zugang zum Arbeitsmarkt, die Arbeitsmarktsituation und Geschlechterunterschiede.

Dr. Mareike Bünning, wissenschaftliche Mitarbeiterin der Nachwuchsgruppe Arbeit und Fürsorge, ist für ihre Dissertation mit dem „ECSR Prize for Best PhD Thesis 2017“ ausgezeichnet worden, den das European Consortium for Sociological Research jedes Jahr für herausragende akademische Qualifikationsarbeiten vergibt. In ihrer Dissertation hat die Soziologin untersucht, wie sich die Elternzeit von Vätern auf deren Arbeit, Arbeitszeit und Engagement in der Familie auswirkt.

„Integration und Bildung“ heißen die Themenschwerpunkte

eines Journalisten-Stipendiums, mit dem die Stiftung Mercator aufwendige investigative Recherchen und multiperspektivische Arbeiten, etwa durch Zusammenarbeit mit Forschern und Forscherinnen, fördert. Professor **Marcel Helbig** bewarb sich gemeinsam mit dem RBB-Journalisten Matthias Funk und dem chilenischen Datenjournalisten Cristian Hernández erfolgreich um eines der mit 28.000 Euro dotierten Stipendien. Ziel ihres Vorhabens ist es, die Verfügbarkeit von Bildungs- und Sozialdaten in Deutschland und den öffentlichen Zugang zu diesen Daten zu untersuchen. Außerdem sollen journalistische Formate zum Thema Personalabdeckung und Unterrichtsausfall im Berliner Schulsystem entwickelt werden.

Professor **Marc Helbling**, WZB Fellow in der Abteilung Migration, Integration, Transnationalisierung und Inhaber des Lehrstuhls für Politische Soziologie an der Universität Bamberg, hat anlässlich der Jahrestagung 2017 der American Political Science Association zusammen mit Richard Traummüller (Goethe-Universität Frankfurt am Main) den Best Article Award (Honorable Mention) der Migration and Citizenship Section für folgende Publikation erhalten „How State Support of Religion Shapes Attitudes Toward Muslim Immigrants“ (*Comparative Political Studies*, 2016).

Stefanie Jähnen und **Marcel Helbig** sind für ihre Studie zum Einfluss schulrechtlicher Reformen auf die Bildungsungleichheiten zwischen den Bundesländern mit dem diesjährigen Nachwuchspreis der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (ASI) ausgezeichnet worden. Die Studie untersucht, wie sich die Einführung beziehungsweise Abschaffung von verbindlichen Übergangsempfehlungen auf die absolute Beteiligung an gymnasialer Bildung einerseits und sozia-

le Ungleichheiten beim Gymnasialübergang andererseits auswirkt. Die Studie erschien 2015 als Aufsatz in der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie.

Professor **Hans Dieter Klingemann**, emeritierter WZB-Direktor, ist in die Slovenian Academy of Sciences and Arts aufgenommen.

Professor **Liav Orgad**, Leiter der Projektgruppe International Citizenship Law und Direktor des Projekts „Global Citizenship Governance“ am Robert Schuman Centre for Advanced Studies, European University Institute, wurde im September 2017 zum Mitglied der Young Academy of Europe ernannt. Die Junge Akademie Europas ist eine paneuropäische Initiative von hervorragenden jungen Wissenschaftlern, deren Ziel es ist, den wissenschaftlichen Austausch zu intensivieren und die Vernetzung der Wissenschaftler untereinander zu fördern sowie eine EU-weite Wissenschaftspolitik für die Zukunft mitzugestalten.

Im November 2017 wurden Dr. **Jan Paul Heisig** und Dr. **Christian Kreuder-Sonnen** mit dem „Friends of the WZB Award 2017“ ausgezeichnet. Dieser Preis würdigt akademische Beiträge von WZB-Nachwuchsforschenden, die beispielhaft für die Grundlagenforschung des WZB stehen, gesellschaftliche Relevanz zeigen und auch für die breitere Öffentlichkeit verständlich sind. Er ist mit einem Preisgeld der Freunde von 500 Euro verbunden und wird vom WZB mit Forschungsmitteln in Höhe von weiteren 500 Euro ergänzt.

Für seine Dissertation hat **Stefan Stuth** den Friedrich-Edding-Preis 2017 für Berufsbildungsforschung erhalten. Der Preis zeichnet Abschlussarbeiten aus, die in herausragender Weise praktische Anwendungen aufweisen und unterschiedliche disziplinäre

Ansätze integrieren. Stuths Dissertation „Closing in on Closure. Occupational Closure and Temporary Employment in Germany“ beleuchtet das Problem der befristeten Beschäftigung erstmals unter dem Aspekt der beruflichen Schließung.

Personalien

Bernd Beber ist seit September wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilungen Institutionen und politische Ungleichheit sowie Migration, Integration, Transnationalisierung. Er erhielt seinen Ph.D. in Politikwissenschaften von der Columbia University und arbeitete als



(Foto: David Ausserhofer)

Bernd Beber

Assistant Professor an der New York University. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Gewalt, Interventionen durch Drittparteien und in der Rolle internationaler Institutionen in laufenden Konflikten und ehemaligen Konfliktgebieten sowie in den Ursachen und Folgen konfliktbezogener Migration.

Clara Bicalho ist seit September wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit. Sie hat an der New York University in Abu Dhabi Politikwissenschaft studiert und in der Wirtschaftsforschung gearbeitet. Sie wird am WZB insbesondere für verschiedene Forschungsprojekte der Abteilung statistische Analysen durchführen und an der Entwicklung neuer Instrumente für Datensammlungen mitarbeiten.

Sebastian Bödeker, wissenschaftlicher Mitarbeiter in der

Abteilung Global Governance, wechselte zum 1. November 2017 als Gewerkschaftssekretär zur IG-Metall.

Constantin Manuel Bosancianu Ph.D. ist seit September wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit. Seine Dissertation beschäftigt sich mit der Dynamik und dem Zusammenspiel parteiideologischer Veränderungen, ökonomischer Ungleichheit und individueller politischer Partizipation im Zeitverlauf. In seiner aktuellen Forschung befasst er sich auf der Makroebene mit den Determinanten politischer Ungleichheit zwischen sozioökonomischen Gruppen.

Hande Erkut, Ph.D. der Universität Maastricht, ist seit Oktober wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Verhalten auf Märkten. Ihre Forschungsthemen umfassen die Verhaltens- sowie die experimentelle Ökonomie. Im Besonderen ist sie an Allokations- und Verhandlungsproblemen in geldfreien Bereichen interessiert, wobei sie die Effekte formeller (z. B. Tarifparteien) und nicht formeller Institutionen (z. B. soziale Normen) auf Verhalten betrachtet und den Beitrag in Public Good Games mit der Hilfe von Netzwerken untersucht.

Matthias Flohr ist seit November 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Ausbildung und Arbeitsmarkt. Zusammen mit Paula Protsch forscht er im Projekt „Matching Young People to Apprenticeships in Challenging Times“ und wird in diesem Kontext seine Dissertation verfassen. Das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderte Projekt ist Teil des Schwerpunktprogramms 1764 „The German Labor Market in a Globalized World. Challenges through Trade, Technology, and Demographics“.

Johanna Hase ist seit 1. September 2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin der Projektgruppe International Citizenship Law. Sie erwarb einen Masterabschluss in Immigration Management der Universität Pompeu Fabra Barcelona sowie einen Master in Soziologie der Université de Liège. In ihrem Promotionsprojekt befasst sie sich mit dem Begriff der Verfassungsidentität, dem Einfluss von Migration auf kollektive Identität und den möglichen Implikationen für ein zukünftiges internationales Staatsangehörigkeitsrecht.

Ana García Hernández ist seit September 2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit und Doktorandin der Ökonomie an der NOVA Universität Lissabon. Ihre aktuelle Forschung am WZB beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern sich eine wachsende politische Beteiligung von Frauen in Entwicklungsländern auf gemeinschaftliche Ergebnisse auswirkt. Unter Verwendung eines Lab-in-the-Field-Experiments untersucht sie die Auswirkungen von Empowerment auf die Versorgung mit öffentlichen Gütern im Kontext informeller Institutionen.

Cédric Koch ist Doktorand der Berlin Graduate School for Transnational Studies (BTS) und Stipendiat in der Abteilung Global Governance. Seine Forschung konzentriert sich auf internationale Integrationsprozesse und deren Konsequenzen für demokratische Legitimität und populistische Tendenzen in liberalen Demokratien.

Matthias Kötter, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Center for Global Constitutionalism, übernimmt im Wintersemester 2017/18 die Vertretung für die Professur für Öffentliches Recht, Recht und Theorie der Medien der Goethe Universität in Frankfurt am Main.

Lily Medina hat ihr Masterstudium in Statistik an der Humboldt-Universität zu Berlin abgeschlossen und ist seit September 2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit. Sie wird zusammen mit Clara Bicalho für verschiedene Forschungsprojekte der Abteilung statistische Analysen durchführen und an der Entwicklung neuer Instrumente für Datensammlungen mitarbeiten.

Natalie Mevissen und **Lisa Ruhrort** arbeiten seit dem 1. August 2017 in dem von der Mercator Stiftung geförderten Forschungsprojekt „Energie- und Verkehrswende als Herausforderung für die sozialwissenschaftliche Forschung“. In dem international angelegten Projekt analysieren sie Gelingensbedingungen komplexer Innovationsprozesse („grand challenges“) und konkret die als sozio-technisch verstandene Energie- und Verkehrswende. Auf theoretischer Ebene werden die Rolle sozialwissenschaftlichen Wissens sowie die Voraussetzungen für dessen praktische Umsetzung eruiert und auf der praktischen Ebene werden Akteure und Bedingungen des Wandels identifiziert und Erfolgsfaktoren für die Umsetzung einer nachhaltigen Energie- und Verkehrswende formuliert.

Dr. **Ines Michalowski**, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Migration, Integration und Transnationalisierung, vertritt im Wintersemester 2017/18 und im

Sommersemester 2018 die Professur für Soziologie mit Schwerpunkt Religionssoziologie von Professor Matthias Koenig an der Georg-August-Universität Göttingen.

Alexandra Scacco Ph.D. ist seit September 2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit. Sie wurde an der Columbia University in Politikwissenschaften promoviert und war als Assistant Professor an der New York University. Ihre Arbeit konzentriert sich auf vergleichende und ethnische Politik und politische Gewalt, mit einem regionalen Fokus



Alexandra Scacco

auf Afrika südlich der Sahara. Ihr aktuelles Buchprojekt befasst sich mit der Frage, warum Menschen sich an religiösen Konflikten im heutigen Nigeria beteiligen. Andere Forschungsprojekte untersuchen die Auswirkungen basisorientierter friedensstiftender Interventionen, die von Landesteilungen verursachten menschlichen Kosten, die Politik ethnischen Identitätswandels und effektive Methoden, um sensible Fragen in der Umfrageforschung zu stellen.

Christian Scherf ist seit September wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungs-

gruppe Wissenschaftspolitik und im Projekt „Energie- und Verkehrswende als Herausforderung für die sozialwissenschaftliche Forschung“, das durch die Stiftung Mercator gefördert wird. Dabei prüft er unter anderem die Möglichkeiten des Einbezugs von Big-Data-Ansätzen in die Mobilitätsforschung. Nach dem Soziologiestudium an der TU Berlin arbeitete er acht Jahre am Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ) und promovierte über integrierte Mobilitätsdienstleistungen.

Marlien Schlaphoff, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Global Governance, wechselte im Oktober 2017 als wissenschaftliche Mitarbeiterin/geschäftsführende Koordinatorin der Berlin Graduate School for Transnational Studies an die Freie Universität. Sie bleibt als Gast der Abteilung Global Governance weiterhin mit dem WZB verbunden.

Michael Seese ist seit September 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Institutionen und politische Ungleichheit. Er hat sein Studium der Politikwissenschaften an der University of California San Diego abgeschlossen. Unter Berücksichtigung der politischen Geografie und der Geostatistik untersucht er in seiner Dissertation die Entwicklung staatlicher Kontrolle über Gebiete in afrikanischen Staaten.

Silvio Suckow ist seit August 2017 wissenschaftlicher Mit-

arbeiter der Forschungsgruppe Wissenschaftspolitik und arbeitet im Projekt „Interdisziplinarität und Forschungskreativität“, welches das Spannungsverhältnis zwischen interdisziplinärem Wissen und disziplinären Strukturen im deutschen Wissenschaftssystem untersuchen wird. In diesem Projektkontext wird er eine Dissertation verfassen.

Seit dem 1. November 2017 ist **Vanessa Wintermantel** wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Projektgruppe International Citizenship Law. Zuvor studierte sie Internationale Beziehungen im gemeinsamen Studiengang der Freien Universität Berlin, der Humboldt-Universität zu Berlin und der Universität Potsdam und forschte als studentische Mitarbeiterin in unterschiedlichen Projekten am WZB und an der Universität Potsdam. In ihrem Promotionsprojekt beschäftigt sie sich mit den Grenzen des Konzepts der Staatsbürgerschaft im Internationalen Recht.

Hendrik Woiwode ist seit Oktober 2017 wissenschaftlicher Mitarbeiter der Forschungsgruppe Wissenschaftspolitik und arbeitet im Projekt „Interdisziplinarität und Forschungskreativität“, das das Spannungsverhältnis zwischen interdisziplinärem Wissen und disziplinären Strukturen untersuchen wird.

Vorgestellt

Publikationen aus dem WZB

Die Logik hinter der Politik **Macartan Humphreys** Für ihr Handeln haben Menschen verschiedene Optionen, und sie beziehen sich mit ihrem Handeln auf die Optionen anderer. Politische Situationen lassen sich also lesen wie etwa Sequenzen aus Schachspielen – das jedenfalls will Macartan Humphreys mit seinem Buch belegen. In 49 Fallbeispielen nutzt der Politikwissenschaftler Einsichten aus der mathematischen Spieltheorie, um so unterschiedliche Interaktionen wie Steuerdebatten im Parlament, Auseinandersetzungen um Umweltschutz, Wahlen oder den Streit über die Entsendung von Truppen zu analysieren und in Grafiken umzusetzen. Unkompliziert ist das freilich nicht, denn: „Mit anderen zu leben, ist schwer; vorherzusagen, wie andere leben, ist noch schwerer.“ *Macartan Humphreys: Political Games. Mathematical Insights on Fighting, Voting, Lying & Other Affairs of State. New York: W. W. Norton & Company 2016.*



Im Grunde lassen sich alle politischen Auseinandersetzungen auf logische Grundmuster zurückführen – behauptet Macartan Humphreys in seinem Buch zur Spieltheorie. Der Anspruch gilt selbst für handfeste Auseinandersetzungen wie diese im ukrainischen Parlament im Dezember 2012. (Foto: picture alliance / Sergey Dolzhenko)

Wahlverhalten – vielfach durch Kontexte geprägt **Harald Schoen, Sigrid Roßteutscher, Rüdiger Schmitt-Beck, Bernhard Weßels, Christof Wolf** Wie werden Wähler und Wählerinnen durch Kontexte in ihrem Wahlverhalten bei den Bundestagswahlen beeinflusst? Das ist die Leitfrage der Autorinnen und Autoren dieses Bandes. Sie greifen in ihren Analysen auf die Daten zurück, die im Rahmen der German Longitudinal Election Study (GLES) gesammelt wurden. Der Band untersucht unter anderem die Auswirkungen von Kampagnenkommunikation auf den Zeitpunkt der Wahlentscheidung sowie die Rolle der Medienberichterstattung und der Strategien der Kandidatinnen und Kandidaten. Ziel ist es, den Wandel des Wahlverhaltens zu erkennen und neue Muster zu identifizieren. *Harald Schoen/Sigrid Roßteutscher/Rüdiger Schmitt-Beck/Bernhard Weßels/Christof Wolf (Hg.) Voters & Voting in Context. Multiple Contexts and the Heterogeneous German Electorate. Oxford: Oxford University Press 2017.*

Wann lebenslanges Lernen lohnt **Martin Ehlert**

Das stete Bemühen um berufsbegleitende Weiterbildung gilt als zuträglich für Gehalt und Karriere. Bildungsforscher Martin Ehlert hat diesen Zusammenhang mithilfe von Daten des Nationalen Bildungspanels (NEPS) für den deutschen Arbeitsmarkt überprüft. Seine Ergebnisse bieten ein differenziertes Bild: Vom Arbeitgeber angeordnete Kurse wirken sich positiv auf das Fortkommen aus, vor allem innerhalb des Betriebs. Auch in Berufsfeldern, die nicht durch feste Abschlüsse und Zertifikate bestimmt sind, helfen Weiterbildungen. Allein die individuelle Bereitschaft, sich weiterzubilden, ist also nicht ausreichend für den Ertrag der Maßnahmen. Entscheidend kommt es auf das berufliche und betriebliche Umfeld des Einzelnen an. **Martin Ehlert: „Who Benefits from Training Courses in Germany? Monetary Returns to Non-formal Further Education on a Segmented Labour Market“**. In: *European Sociological Review*, 2017, Jg. 33, Juni, S. 436–448.

Plädoyer für den produktiven Streit **Anna Holzscheiter**

Von einer „German Debate“ werde gerne gesprochen, wenn im Forschungsfeld der Internationalen Beziehungen die Frage nach Sprache, Kommunikation und Diskurs aufgeworfen wird. Anna Holzscheiter zeichnet nach, wie die vom deutschen Philosophen Jürgen Habermas entwickelte Theorie des kommunikativen Handelns – spät genug, ab 1990 – den Weg nach Amerika gefunden hat, als „Teil eines transatlantischen Versöhnungsprogramms zwischen kontinentaleuropäischen Sozialkonstruktivist/-innen und US-amerikanischen Rationalist/-innen“. Ihr Beitrag bleibt nicht bei der Rückschau stehen. Holzscheiter hört den Nachhall der kommunikativen Wende in mehreren aktuellen Forschungsprogrammen: in der Diskussion über die Umstrittenheit von Normen, im translational turn, der die Machtasymmetrien im internationalen Dialog betont, in der Analyse von Praxis und Praktiken und in den Debatten darüber, wer überhaupt in welchen Debatten repräsentiert ist. **Anna Holzscheiter: „Was vom arguing übrigblieb ... Der Nachhall der kommunikativen Wende in den Internationalen Beziehungen“**. In: *Zeitschrift für Internationale Beziehungen*, 2017, Jg. 24, H. 1; S. 143–159.

Die Hürden für die zweite Generation **Camilla Borgna**

Von einer „German Debate“ werde gerne gesprochen, wenn im Forschungsfeld der Internationalen Beziehungen die europäischen Staaten sind in den letzten Jahren von der Aufgabe herausgefordert, sehr viele Einwanderer gesellschaftlich zu integrieren. Was Bildung und Einkommen betrifft, sind diese immer noch schlechter gestellt als die übrige Bevölkerung. Dieser Band befasst sich mit den Einwanderern, die schon im Aufnahmeland geboren sind, der zweiten Generation. Sie haben den Rückstand im Vergleich zur Gesamtbevölkerung noch nicht aufgeholt. Camilla Borgna wertet die Daten aus 17 westeuropäischen Ländern aus. Soziale Nachteile („penalties“) gibt es für Migranten in all diesen Ländern, aber sie sind unterschiedlich stark. Überraschenderweise sind die Benachteiligungen größer in den Ländern, in denen die Bildungsungleichheit insgesamt weniger stark ausgeprägt ist. **Camilla Borgna: *Migrant Penalties in Educational Achievement. Second-Generation Immigrants in Western Europe***. Amsterdam: Amsterdam University Press 2017.

Steinige Wege in den Beruf **Anne Christine Holtmann, Laura Menze, Heike Solga**

Wer ohne Abschluss die Schule verlässt, hat es beim Übergang auf den Arbeitsmarkt schwer. Die jungen Menschen verfügen aber über ganz unterschiedliche persönliche und soziale Ressourcen. Ob Arbeitgeber bei der Einstellung solche kognitiven und nicht kognitiven Potenziale erkennen und berücksichtigen, haben die Autorinnen anhand von Daten des Nationalen Bildungspanels (NEPS) untersucht. Die Analyse der Daten von fast 3.500 Schülerinnen und Schülern, die höchstens einen niedrigen Sekundärschulabschluss haben, zeigt: Die Übergangsphase in den Beruf eröffnet den meist 16- bis 17-Jährigen Entwicklungschancen, aber dies gilt vor allem für jene, die eine klare berufliche Orientierung haben und sich höhere Ziele stecken – und daher besondere Mühe in die Bewerbungen stecken. Auf Arbeitgeberseite spielen Zeugnisse und Noten weiterhin eine wichtige Rolle bei der Auswahl, mehr als Kompetenzen, nicht kognitive Merkmale und der jeweilige Familienhintergrund. **Anne Christine Holtmann/Laura Menze/Heike Solga: „Persistent Disadvantages or New Opportunities? The Role of Agency and Structural Constraints for Low-Achieving Adolescents' School-to-Work Transitions“**. In: *Journal of Youth and Adolescence*, 2017, Jg. 46, H. 10, S. 2091–2113.



Nachlese Das WZB im Dialog: Medien, Podien und Begegnungen

Gabriele Kammerer, Claudia Roth, Paul Stoop und Harald Wilkoszewski

Im WZB tut sich viel: öffentlich durch Publikationen, Vorträge und Diskussionen, auf wissenschaftlichen Fachkonferenzen und in Workshops, durch persönlichen Austausch. WZB-Forscherinnen und -Forscher bringen auf vielfältige Weise ihre Expertise ein. Wir lassen einige Begegnungen, Stellungnahmen und Reaktionen darauf Revue passieren.

Deutschland normal

Volksparteien als Wahlverlierer, gescheiterte Koalitionssondierungen und eine schwierige Suche nach Alternativen. Was ist los mit Deutschland, so lange ein Hort der Stabilität, kaum unberührt von den populistischen Schockwellen, die so viele andere Staaten in Europa erlebt haben? Die *New York Times* wollte es genauer wissen (24. November 2017). Die Berechnung stimmt nicht so ganz, wenn das Weltblatt vor der Bundestagswahl vier, nach der Wahl sieben Parteien im Bundestag zählt. Oder sie stimmt doch in einer subtilen Weise: Aus der bisherigen einen „Union“ wären dann jetzt mit CDU und CSU zwei Parteien geworden. Treffsicher aber charakterisiert die Zeitung die aktuelle Lage als „verwirrt und verunsichernd“. Sie fragte Politiker und Wissenschaftler, darunter WZB-Demokratieforscher **Wolfgang Merkel**, „nicht verwandt mit der Kanzlerin“. Merkel sieht durchaus Belebendes in der verwirren Situation: „Die großen Fragen werden jetzt wieder diskutiert. Man könnte von einer Wiederbelebung des Pluralismus, eines pluralistischen Diskurses sprechen.“ Was manche als Destabilisierung sähen, ordnet er als Anpassung an Entwicklungen in europäischen Partnerstaaten ein.

Immer noch nicht normal

Dass Familienfreundlichkeit in der akademischen Welt ein Top-Thema ist, erfuhren wir im Spätsommer via Twitter – dank 100 Zeichen unserer Gastforscherin **Nicole de Silva**. Diese lobte über den Kurznachrichtendienst die Kinderbetreuung am WZB, die wir für Abendveranstaltungen seit Jahren anbieten. So etwas sei ihr auf ihren akademischen Reisen noch nie begegnet, schrieb sie erstaunt. Wir antworteten prompt: Ein solches Angebot sei doch selbstverständlich für ein Institut, das sich familienfreundlich nennt. Ist es aber offensichtlich nicht. Im Sekundentakt wurde unsere Nachricht von der *Academia* geteilt, mit „gefällt mir“ markiert, kommentiert – über 350 Mal, wenn wir den Twitter-Analyse-Zahlen mal glauben. Da scheint

es noch viel Nachholbedarf zu geben. Hiermit geben wir gern und ausdrücklich die Erlaubnis, unser Angebot zu kopieren. Es ist nicht teuer und schwer, es uns gleichzutun. Nachhilfe gern auch telefonisch.

Nicht-Sein

Eine neue Buchveröffentlichung können wir hier leider nicht auf der visuellen Höhe des Originals präsentieren. Wir müssten dafür Löcher in die Seite lasern lassen, was nicht nur Konsequenzen fürs Budget, sondern auch für die Gestaltung der Rückseite hätte. **Katharina Schwarz**, Absolventin der Fachklasse Visuelle Systeme an der Universität der Künste Berlin (UdK), legt als Masterarbeit das Buch *Nichtsein*. Über Suizide und mögliche Ursachen vor. Die Tatsache, dass jeder Selbstmord eine Lücke reißt, hat die Gestalterin zu ganz neuen Formen der Wiedergabe von Statistiken inspiriert: Löcher, Lücken, Durchbrüche prägen die Seiten des Bandes. Die Arbeit ist ein weiteres Ergebnis des Visual Society Program, einer Kooperation von WZB und UdK. Von WZB-Seite war **Ellen von den Driesch** beteiligt. Die Demografin forscht zu Suiziden in der DDR. Sie will wissen, warum die DDR eine der höchsten Suizidraten in Europa hatte. Um die Vermutung zu bestätigen, dass die repressive Politik des autoritären Regimes nicht die einzige Ursache dafür ist, steigt von den Driesch tief in die Archive, um räumliche und zeitliche Schwankungen auszumachen.

Aus der Blogosphäre

Unsere WZB-Blogfamilie bekommt Zuwachs. Die Abteilung von Direktor **Michael Zürn** baut in diesen Wochen eifrig am Gerüst für ihren neuen Blog. Sein Thema ist das Thema der Abteilung: die globalisierte Welt, neudeutsch auch *Global Governance*. Anfang 2018 soll der Blog online gehen. Ein abteilungsinterner Pitch ergab einen vielversprechenden Namen: „Orders beyond Borders“. Wir freuen uns schon – und werden im Heft berichten.

Vorlese

Das Märzheft 2018 der WZB-Mitteilungen spannt einen weiten Bogen. Schwerpunktthema ist „Kooperation“: Was bringt Menschen/Institutionen/Staaten dazu, zusammenzuarbeiten? Was

hindert sie daran? Was haben sie davon? Wir freuen uns auf politikwissenschaftliche, ökonomische, forschungspolitische und viele weitere Perspektiven.

Auf die Ohren

Vielleicht trägt ja auch Demokratieforscherin **Theres Matthieß** etwas bei? Kooperationsbereitschaft ist jedenfalls ein wichtiges Stichwort, wenn es um Minderheitsregierungen geht. Das erläuterte die Wissenschaftlerin als Gast im WZB Democracy Podcast, der über die Webseite der Abteilung Demokratie und Demokratisierung zu finden ist. Aktuelle Wissenschaft zu aktuellen Themen gibt es hier im Gespräch: Moderator **Ilyas Saliba**, auch er ein WZB-Forscher, befragt in etwa zwanzigminütigen Episoden seine Kolleginnen und Kollegen zu Entwicklungen der Demokratie- und Regimeforschung. Die nächste Staffel – sechs Folgen sind geplant – widmet sich dem Thema Autokratien. Die vorhergehende Folge zu Minderheitsregierungen aber ist immer noch aktuell. Sie ist durchaus als Kommentar zur ungewöhnlich kniffligen Regierungsbildung in Deutschland zu hören. Beruhend auf Analysen zu Nordrhein-Westfalen, aber auch anhand internationaler Beispiele macht Theres Matthieß eigentlich Lust auf Experimente: Minderheitsregierungen seien krisenanfällig, räumt die Politikwissenschaftlerin ein. Aber sie lösen auch starre Konfliktlinien auf und erzwingen ganz neue Debatten im Bundestag und in der Gesellschaft.

Neue Mobilität

„Nach der Idylle. Reportage aus einem verunsicherten Land“ heißt ein neues Buch des in Berlin lebenden Publizisten **Thomas Medicus**, erschienen bei Rowohlt Berlin. Mit dem Zug reiste Medicus durch Deutschland, Antworten auf die Frage suchend: Was ist das für ein Land, in dem wir leben? Dafür er traf er Menschen mit besonderem Blick, auch WZB-Forscher **Weert Canzler**, unseren Experten für Mobilität. Ein ganzes Kapitel widmet Medicus der Zukunft des Verkehrs und dem Auto, immer noch liebster Spielzeug der Deutschen. Schließlich waren es deutsche Ingenieure wie Carl Benz, Gottfried Daimler und Rudolf Diesel, die dem fossilen Verbrennungsmotor zu seiner Karriere verhelfen. Das prägt ein Land, technologisch wie strukturell. Aber glänzende Karossen mit hochgezüchteten Motoren stellten heute eben keine glänzende Aussicht mehr dar, weiß Canzler. Mit seiner Forschung bohrt an sehr dicken, harten Brettern. Seit den 1990er Jahren entwirft und prüft er alternative Mobilitätskonzepte, in denen das private Auto seine Hauptrolle an den öffentlichen Verkehr abgibt. Den langen Atem, den es für diese Energie- und Verkehrswende braucht, hat unser Canzler allemal.

Was bleibt

Deutschland braucht dringend Fachkräfte und sucht händeringend nach Auszubildenden. Betriebe sollten bei der Auswahl von Bewerbern also einen zweiten Blick wagen, um die Potenziale junger Menschen besser zu erkennen. So einfach ist das aber nicht, haben das Bundesinstitut für Berufsbildung und das WZB in einer Studie herausgefunden. Ausgewählten Betrieben wurden 500 fiktive Bewerbungen für einen Ausbildungsplatz zugeschickt. Das Ergebnis des Experiments: Immer noch spielen die Noten von Bewerbern und Bewerberinnen eine wichtige

Rolle, und zwar die Fachnoten wie die „Kopfnoten“ (dpa, 20. Oktober 2017). Sogar bei einem akuten Mangel an Auszubildenden bleiben die Noten für Leistungen und Verhalten relevant für die Entscheidung des Arbeitgebers. Allerdings haben dann Bewerberinnen mit schlechteren Noten etwas bessere Chancen, zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden.

Geräuschloser Endspurt

Im Dezember werden die Arbeitstage am Reichpietschufer voller, dichter, manchmal auch hektisch. Das Jahresende als Mutter aller Deadlines zollt seinen Tribut, schließlich möchte man möglichst ohne Altlasten in das neue Jahr starten. In diesem Advent befindet sich das Haus zudem im Endspurt zur Evaluation durch die Leibniz-Gemeinschaft – ein wichtiges Ereignis, das alle sieben Jahre die Arbeit des WZB unter die Lupe nimmt. Dank der guten Zusammenarbeit vieler Kolleginnen und Kollegen laufen die Vorbereitungen erfreulich geräuschlos, etwa für den mehrere hundert Seiten umfassenden Bericht, der die 13 nationalen und internationalen Sachverständigen mit der Dokumentation der vergangenen sieben Jahre versorgt. Am 13. und 14. März 2018 macht sich die Bewertungsgruppe ein Bild vor Ort, bei Vorträgen, Gesprächen und – als neueste Entwicklung – der Präsentation von eigens produzierten Videos, die einzelne Forschungsprojekte vorstellen.

Hausbesuch Niklas Luhmann hat im WZB-Archiv seine Handschrift hinterlassen

Dirk Reimann

Das Wissenschaftszentrum Berlin – den Namenszusatz „für Sozialforschung“ erhielt es erst 1985 – war von Anfang an groß gedacht. Das im Februar 1969 durch eine interfraktionelle Gruppe von Bundestagsabgeordneten in Form einer gemeinnützigen Gesellschaft mbH gegründete Zentrum sollte – so hält es ein Memorandum zur WZB-Gründung fest – mit mehreren Institutsvorschlägen eine international besetzte und multidisziplinär ausgerichtete Einrichtung für neuartige Forschungen nach amerikanischem Muster werden. Zunächst wurde jedoch nur ein „Internationales Institut für Management und Verwaltung“ (IIMV) für die Management- Aus- und Weiterbildung realisiert. Dieses könne, wie der Wissenschaftsrat in einer wohlwollend-kritischen Stellungnahme konstatierte, mit der Erforschung von Planungs- und Entscheidungsprozessen in Verwaltung und Wirtschaft eine wissenschaftspolitische Lücke in der Grundlagenforschung schließen. Vorgesehen waren anfangs noch wissenschaftliche Institute für Friedens- und Konfliktforschung, Linguistik und Lebensweltforschung, Urbanistik sowie ein Berliner Zentrum für fortgeschrittene Studien. Die angestoßenen Ideen und Pläne zur Errichtung dieser Institute konnten jedoch allesamt nicht durchgesetzt werden.

Ein Jahr vor der Gründung des WZB war Niklas Luhmann (1927–1998) an die Universität Bielefeld berufen worden. An der von Helmut Schelsky auf den Weg gebrachten „Reformuniversität“ wirkte er maßgeblich am Aufbau der bundesweit ersten Fakultät für Soziologie mit. Ursprünglich war Luhmann für einen Sitz im sogenannten Fachausschuss im Gespräch, jenem Gremium, das den Gründungsprozess des ersten Instituts unter dem organisatorischen Dach des WZB beratend begleiten sollte. Dieses Gremium setzte sich aus Wissenschaftlern, Beamten der Ministerialbürokratie, Unternehmensvertretern sowie Management-Experten zusammen. Im weiteren Verlauf ist Niklas Luhmann, der in den Wirtschaftswissenschaften augenscheinlich einen guten Ruf genoss, vom Kreis der WZB-Initiatoren jedoch darum gebeten worden, als Mitglied einer fünfköpfigen Arbeitsgruppe – bestehend unter anderem aus

dem amerikanischen Managementforscher Richard M. Cyert von der Carnegie School – den eigentlichen IIMV-Gründungsplan zu verfassen (das maschinell vervielfältigte Typoskript befindet sich im WZB-Archiv). Das empfohlene Management-Institut nahm im August 1970 unter der Leitung von James E. Howell, zuvor Dekan der privaten Stanford University in Kalifornien, seine Arbeit auf; ihm folgten in den Jahren 1973/74 Fritz W. Scharpf und Walter H. Goldberg als Ko-Direktoren.

Parallel dazu bildete sich in Berlin eine zweite Arbeitsgruppe zur Vorbereitung des im Memorandum aufgeführten „Internationalen Instituts für Friedens- und Konfliktforschung“. Zu dieser Vorbereitungsgruppe gehörte Luhmann ebenso; weitere Mitglieder waren sein Bielefelder Kollege Peter Christian Ludz, Richard Löwenthal vom Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft (OSI) der Freien Universität Berlin, Wolfgang Zapf von der Universität Frankfurt (ab 1987 Präsident des WZB), Pierre Hassner aus Frankreich sowie der deutsch-amerikanische Sozialwissenschaftler Hans Speier. Auch diese Gruppe hat einen Gründungsplan entworfen, der mit Gerd Brand, neben seiner hauptberuflichen Tätigkeit als Direktor des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik seit 1969 Generalsekretär des WZB, als wichtigstem Strippenzieher diskutiert wurde. Ein Fachausschuss, dem das Papier vorgelegt wurde, sprach Empfehlungen zur Institutsgründung aus.

Der fertig redigierte Entwurf des Plans stieß allerdings, als er 1970 in der Öffentlichkeit zirkulierte, auf heftigste Kritik aus linken Hochschulkreisen. Zahlreiche in den Berliner Uni-Archiven verwahrte Flugblattexemplare und ein handgemaltes Protestplakat, das zu einem Teach-In gegen das WZB im Audimax der Technischen Universität aufruft, belegen den Unmut der Studenten. Im typischen '68er-Politikjargon wurde das WZB als „Ausbeuter- und Kriegstreiber-GmbH“, „postuniversitäre Funktionselite-Schule“ und „Technokraten-Olymp für die ‚Mandarine der Zukunft‘“ verächtlich gemacht. Diese scharfzüngigen Angriffe und die in Statements von den beiden West-Berliner Universitätspräsidenten Rolf Kreibich

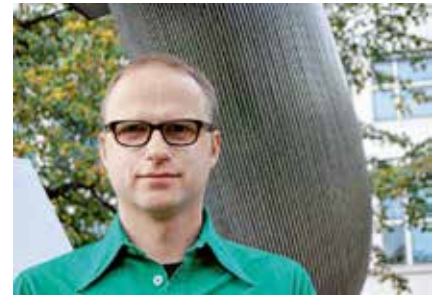
(Freie Universität) und Hans Wever (Technische Universität) noch einmal bekräftigten Argumente gegen eine privatrechtlich betriebene Forschungseinrichtung, die als kapitalistische „Gegenuniversität“ angesehen wurde, blieben nicht ohne Folgen, auch personeller Natur. Der engagierte Frankfurter Politikwissenschaftler Iring Fetscher und sein Tübinger Kollege Frieder Naschold (der – Ironie der Geschichte – kurze Zeit danach als Direktor ans WZB berufen wurde), verließen den hochrangig besetzten Beraterkreis für das geplante Institut, da auch sie eine eigenständige Trägerorganisation für außeruniversitäre Forschung zu diesem Zeitpunkt nicht befürworteten. Wolfgang Zapf und Niklas Luhmann wurden von mehreren linken und radikaldemokratischen Studentengruppen gedrängt, ihre Aktivitäten für das WZB in gleicher Weise „öffentlich und demonstrativ“ einzustellen. Die beiden Ordinarien blieben jedoch von einer unter anderem vom AstA der Universität Frankfurt initiierten Flugblatt-Kampagne unbeeindruckt. Insbesondere der von den Erfahrungen mit einer projektweisen Förderung empirischer Forschung – nach eigenem Bekunden – geradezu deprimierte Luhmann sah im WZB „die Chance, komplexere theoretische Modelle in langfristiger Arbeit zu operationalisieren und in das Stadium empirischer Überprüfung zu bringen“ [1]. Nach dem letztlich gescheiterten Gründungsplan für ein Friedensforschungsinstitut unterstützten Luhmann und Zapf zusammen mit dem OSI-Dozenten Löwenthal den Bielefelder Philosophen Hermann Lübbe und seinen Universitätskollegen Peter Christian Ludz bei der Ausarbeitung des darauf aufbauenden Konzepts zur Gründung eines „Internationalen Instituts für Vergleichende Gesellschaftsforschung“ (IIVG).

Mit der Schaffung dieses Instituts wollten die damaligen Gesellschafter des WZB, als deren Sprecher der Sozialdemokrat Gerhard Jahn (Bundesminister der Justiz) und der Christdemokrat Johann B. Gradl (Bundesminister a. D.) auftraten, insbesondere eine personelle Bindung der Professoren Lübbe und Ludz bewirken, die in Erwähnung zogen, Bielefeld zu verlassen (Lübbe, der die moderne, auf wenige Fächer spezialisierte Forschungsuniversität in der ostwestfälischen Metropole mit ins Leben gerufen hatte, ging dann tatsächlich 1973 nach Zürich, Ludz wechselte nach München.) Außerdem sollten Luhmann und Zapf in Berlin gehalten werden. Hermann Lübbe und Peter Christian Ludz waren zunächst bereit, als Gründungsdirektoren die IIVG-Leitung zu übernehmen, Niklas Luhmann wiederum sollte Institutsmitarbeiter werden.

Im November 1974 hält Luhmann das Einleitungsreferat „Theoretische und praktische Probleme der anwendungsbezogenen Sozialwissenschaften“ bei der gleichnamigen Konferenz

des WZB und der OECD im Berliner Reichstag (nachlesbar im 1977 erschienenen Tagungsband). Dann aber endet aus im Einzelnen nicht mehr nachvollziehbaren Gründen die Verbindung zwischen ihm und dem WZB. Die Gründung eines dritten Internationalen Instituts, nämlich „für Umwelt und Gesellschaft“, das ab 1975 existierte, ging ohne ihn vonstatten. Nach der Evaluation der Pilotphase des IIVG nahm Luhmann Anfang 1977 nur noch an den Diskussionen über die Entwicklung eines mittelfristigen Forschungsprogramms teil. Ob die Anstellung Niklas Luhmanns währenddessen weiter vorbereitet wurde oder ob die Verhandlungen an einem bestimmten Punkt gescheitert waren, kann anhand der verfügbaren Archivalien nicht herausgefunden werden. Der ehemalige Präsident Friedhelm Neidhardt, der selbst allerdings erst ans Haus kam, nachdem sich das WZB als Sozialforschungseinrichtung bereits etabliert hatte, erwähnt in einer Interviewreihe mit Persönlichkeiten der WZB-Geschichte bloß, dass, trotz aller Bewunderung, der als systemischer Denker weit über die Fachgrenzen hinaus rezipierte Luhmann (ähnlich wie sein Theoriekonkurrent Habermas) vom Typus her nicht zum WZB gepasst hätte und im weiteren Rekrutierungsprozess mithin auch keine Rolle gespielt habe.

Die Beziehungsfäden haben sich also hier, gegen Mitte der 1970er-Jahre, gelöst. Was als flüchtige Erinnerung an die turbulente und arbeitsintensive Gründungsphase des WZB bleibt, ist ein Luhmann-Eintrag in dem jetzt wiederentdeckten Gästebuch des Internationalen Instituts für Management und Verwaltung, das sich in einem Stoß Unterlagen befand, die Hansvolker Ziegler, der frühere Referatsleiter für den Bereich Sozialwissenschaften im Bundesforschungsministerium, dem WZB vor einiger Zeit überließ. Der Band aus den Jahren 1974 bis 1980 enthält die Einträge zahlreicher Gäste, die im ältesten Institut des WZB ein- und ausgingen. Gemeinsam mit der zentralen Geschäftsführung war das IIMV zunächst in einer Villa in der Griegstraße in Berlin-Grünwald untergebracht, bevor es an den Platz der Luftbrücke zog. Am 1. März 1974 findet sich im Gästebuch dieses Hauses die gut lesbare und prägnante Unterschrift: „Niklas Luhmann“. Im Gefolge Luhmanns befanden sich an diesem Tag Hermann Lübbe, der Bevölkerungssoziologe Franz-Xaver Kaufmann, ebenfalls ein Bielefelder Reformier der ersten Stunde, Wolfgang Zapf sowie der neue WZB-Generalsekretär Helmut G. Meier: Der Rest ist Wolke.



Der Historiker Dirk Reimann baut als Mitarbeiter der Abteilung Wissenschaftliche Information das Archiv des WZB auf. Der Text über Niklas Luhmann ist zuerst im September 2017 als Beitrag im Blog „Archive in der Leibniz-Gemeinschaft“ (leibnizarc.hypotheses.org) erschienen. (Foto: Udo Borchert)

dirk.reimann@wzb.eu

Literatur

Hirsch, Joachim/Leibfried, Stephan: *Materialien zur Wissenschafts- und Bildungspolitik*. Berlin: Suhrkamp 1971.



„Du bist so gemein!“ Kinder fühlen sich oft ungerecht behandelt. Dabei wissen sie meist nicht genau, welche Rechte sie haben. Ein neues Kartenspiel hilft ihnen, ihre Rechte kennenzulernen und sich so besser gegenüber Erwachsenen zu behaupten. Zum Beispiel gegenüber Gert Garstig, der einem Kind verbietet, seine Meinung zu äußern, oder Nina Neugierig, die heimlich im Tagebuch ihres Kindes liest. Ziel des Spieles ist es, traurige Kinder glücklich zu machen. Ein Kind im Spiel ist glücklich, wenn es alle drei Rechte kennt: sein Schutzrecht, sein Beteiligungsrecht und sein Förderrecht. Dann nämlich ist es sicher vor den Erwachsenen. Entwickelt wurde das Kartenspiel von Michael Wrase, Rechtswissenschaftler am WZB, und Ferdinand Weigel, Student der visuellen Kommunikation an der Universität der Künste (UdK) – ein Projekt im „Visual Society Program“ von WZB und UdK, das Sozialwissenschaftler*innen und Gestalter*innen zusammenbringt.

Leserinnen und Leser, die ein Kind glücklich machen wollen: Wir verlosen drei Kartenspiele. Schreiben Sie uns einfach an presse@wzb.eu, wen Sie beschenken möchten. Die ersten drei Zuschriften gewinnen.

[Foto: Ferdinand Weigel]