Über die richtige Art, Psychologie zu betreiben
Hrsg. von K. Grawe, R. Hänni, N. Semmer & F. Tschan
Göttingen: Hogrefe, 1990

Von Einstellungen zum Verhalten: Der Beitrag der Ökonomie zum psychologischen Modell [1]

Wolfgang Stroebe & Bruno S. Frey

Wenn Psychologen sich für Ökonomie interessieren, geschieht dies meist mit dem erklärten Ziel, das ökonomische Verhaltensmodell durch psychologische Konstrukte anzureichern, um eine Verbesserung von ökonomischen Verhaltensvorhersagen zu bewirken. Derartige Programme, wie sie nicht nur von Seiten der Psychologie (z.B. Katona, 1975; Simon, 1957; Stroebe & Frey, 1980) sondern auch der Ökonomie (z.B. Duesenberry, 1949; Leibenstein, 1976; Scitovsky, 1976) vorgestellt wurden, hatten aber wenig Einfluß auf die Entwicklung mikroökonomischer Theorien. Obwohl wir die Meinung teilen, daß eine Anreicherung der mikroökonomischen Theorie durch psychologische Prinzipien sinnvoll ist (z.B. Foppa & Frey, 1986, 1988; Frey & Stroebe, 1980; Stroebe & Frey. 1980), sind wir auch der Ansicht, daß interdisziplinäre Forschung keine Einbahnstraße sein darf. Statt erneut auf die Schwachstellen der herkömmlichen neoklassichen Wirtschaftstheorie zu verweisen, möchten wir deshalb in diesem Beitrag zeigen, daß auch die Psychologie von einer interdisziplinären Zusammenarbeit mit der Ökonomie profitieren könnte.

Dieser Beleg soll am Beispiel sozialspychologischer Verhaltensmodelle geführt werden. Es wird argumentiert werden, daß eine Orientierung am Verhaltensmodell der Ökonomie nicht nur dazu beigetragen hätte, die «Krise» zu verhindern, die Anfang der siebziger Jahre das Vertrauen in sozialpsychologische Verhaltensvorhersagen erschütterte, sondern daß sich auch für die gegenwärtig akzeptierten Modelle Verbesserungsmöglichkeiten ergeben würden (z.B. Ajzen, 1988; Ajzen & Madden, 1986; Fishbein & Ajzen, 1975). Diese Analyse beschränkt sich auf sozialpsychologische Verhaltensmodelle, da diese mit den ökonomischen Modellen die Grundannahme teilen, daß indivi-

1 Dieser Aufsatz ist stark durch die Diskussionen bei den seit über 10 Jahren stattfindenden Tagungen der Interdisziplinären Sozialwissenschaftlichen Arbeitsgruppe (ISAG) geprägt worden, für die wir den Mitgliedern H. Albert, Klaus Foppa, Willi Meyer, Karl-Dieter Opp und Kurt Stapf danken möchten. Wir sind weiterhin Klaus Jonas, Norbert Semmer und Franziska Tschan für wichtige Anregungen zu einer früheren Version des Manuskriptes dankbar.

duelles Handeln der Maximierung des eigenen Nutzen dient. Für Theorien des zielgerichteten Handelns (z.B. v. Cranach, Kalbermatten, Indermühle & Gugler, 1980), die von ganz anderen motivationalen Annahmen ausgehen, ist ein Vergleich mit dem ökonomischen Modell weniger fruchtbar.

1. Die Krise des sozialpsychologischen Verhaltensmodelles

Gemäß dem sozialpsychologischen Verhaltensmodell sind soziale Einstellungen zentrale Determinanten des Verhaltens. Einstellungen werden als Tendenzen definiert, ein Einstellungsobjekt positiv oder negativ zu beurteilen. Sie sind hypothetische Konstrukte, die «sowohl einen affektiven Gefühlskern von Mögen und Nicht-Mögen, wie auch kognitive oder Meinungselemente, die den Einstellungsgegenstand, seine Eigenschaften und seine Beziehung zu anderen Objekten beschreiben» (Katz, 1967, S. 459). Daß Einstellungen das menschliche Verhalten beeinflussen, wurde als selbstverständlich unterstellt. Es schien einleuchtend, daß positive Bewertungstendenzen auch mit positivem Verhalten einhergehen, daß etwa Bürger Politiker wählen, die sie positiv beurteilen und Waren kaufen, die sie für gut halten.

Seit den dreißiger Jahren häuften sich jedoch Befunde, die diese einfache Annahme in Frage stellten. So berichtete LaPiere (1934) in seinem klassischen Aufsatz, daß ihm und dem chinesischen Ehepaar, mit dem er durch Kalifornien reiste, nur einmal die Aufnahme in ein Hotel oder Restaurant verweigert worden war, obwohl 92% der von ihm später angeschriebenen Betriebe schriftlich mitteilten, daß sie Chinesen als Gäste nicht akzeptieren würden. Ähnliche Inkonsistenzen berichteten etwa Kutner, Wilkins und Yarrow (1952) und Minard (1952).

Zur Krise der Einstellungsforschung kam es dann Ende der sechziger Jahre, als Wicker (1969) in einer Übersicht über die Forschung zum Zusammenhang von Einstellung und Verhalten zu folgendem Urteil kam: «Taken as a whole, these studies suggest that it is considerably more likely that attitudes will be unrelated or only slightly related to overt behaviors than that attitudes will be closely related to actions». Die Erkenntnis, daß zwischen Einstellungen und Verhalten kein konsistenter Zusammenhang zu bestehen schien, trug auch wesentlich zu der kollektiven Depression bei, die als «Krise der Sozialpsychologie» bekannt wurde.

2. Die Unterscheidung von Präferenzen und Einschränkungen

Das ökonomische Verhaltensmodell geht von der Annahme aus, daß Verhalten sowohl von *Präferenzen* als auch von *Einschränkungen* beeinflußt wird. Ökonomen hätten deshalb nie erwartet, daß sich Verhalten allein aus den Präferenzen, ein den Einstellungen verwandtes Konzept, vorhersagen lassen würde. Von einigen Ökonomen (insbesondere Stigler und Becker, 1977) wird sogar die Auffassung vertreten, daß Änderungen im menschlichen Verhalten ausschließlich auf Änderungen in den Einschränkungen zurückgeführt werden können und sollten. Der Grund dafür liegt in der Schwierigkeit, die Präferenzänderungen, die zur Erklärung von Verhaltensänderungen herangezogen werden, empirisch unabhängig von der zu erklärenden Verhaltensänderung zu erfassen. Die Situation ist hingegen bei Änderungen in den Einschränkungen anders, zumindest was die für ökonomisches Verhalten relevanten Einschränkungen betrifft. Insbesondere können Preisänderungen etwa für Güter oder Dienstleistungen leicht beobachtet und quantitativ erfaßt werden. In vielen der für Sozialpsychologen interessanten Verhaltensbereichen sind Einschränkungen allerdings weniger leicht erfassbar.

Das skizzierte Vorgehen sei an einem einfachen Beispiel illustriert (vgl. ausführlich Frey, 1990): Angenommen, es würde beobachtet, daß vermehrt kleinere Autos als früher erworben werden. Diese Verhaltensänderung wird in der Ökonomie nun nicht damit erklärt, daß die Käufer ihre Werte (z.B. im Sinne einer «postindustriellen Wende») geändert hätten. Vielmehr wird die Änderung im Verhalten auf beobachtete Änderungen in den Einschränkungen zurückgeführt. Als Möglichkeiten bieten sich z.B. an: Eine Erhöhung der Benzinpreise (kleinere Autos brauchen weniger Benzin); eine im Vergleich zu großen Autos günstiger werdende Besteuerung oder Versicherungsprämien für Kleinwagen; staatliche Vorschriften zu Ungunsten großer Autos (z.B. Geschwindigkeitsbeschränkungen); oder eine Änderung anderer Umweltbedingungen (wie etwa eine Verkleinerung öffentlicher Parkflächen). In allen Fällen nehmen die Kosten (oder «Preise») für größere im Vergleich zu kleineren Autos zu, was den potentiellen Käufern Anreiz gibt, vermehrt kleinere Autos zu erwerben. Die durch solche Preisänderungen bewirkten Verhaltensänderungen sind als *Nachfragegesetz* bekannt: Das relativ teurer werdende Gut—oder allgemeiner die teurer werdende Aktivität—wird im Vergleich zu anderen Gütern und Aktivitäten (ceteris paribus) weniger nachgefragt und konsumiert (der sogenannte Substitutionseffekt). Dieses Nachfragegesetz dient in der Ökonomik für eine große Zahl von Verhaltensvoraussagen und ist empirisch (ökonometrisch) überzeugend belegt.

In der ökonomischen Theorie wird unterstellt, daß die Einschränkungen von den Individuen im wesentlichen richtig erkannt werden. Weicht die Perzeption (d.h. die subjektive Sicht der Einschränkungen) von den real gegebenen Einschränkungen ab, wird angenommen, daß die Individuen lernen, so daß nach einiger Zeit die Diskrepanz verschwindet und die subjektive und objektive Sicht der verhaltensrelevanten Einschränkungen übereinstimmen. Wie Foppa (1987, vgl. auch Frey & Foppa, 1986) hervorgehoben hat, existieren jedoch Bereiche, in denen ein Individuum die ihnen selbst gesetzten oder «ipsativen» Einschränkungen *systematisch* verkennt. So glaubt zum Beispiel eine überwiegende Mehrheit von Autofahrern, daß sie überdurchschnittlich gut fahren. Ebenso ist zwar vielen Personen das Risiko einer Herzattacke oder eines Überfalls bekannt, sie sind aber überzeugt, daß diese unerfreulichen Ereignisse nicht sie selbst, sondern andere treffen werden (für empirische Evidenz, vgl. Weinstein, 1980; 1989). In diesen Fällen werden die zum Verhalten zur Verfügung stehenden Möglichkeiten überschätzt. Es gibt jedoch auch Situationen, in denen die realen Einschränkungen von den Individuen für sich selbst unterschätzt und damit der für Handlungen zur Verfügung stehende Raum als kleiner angesehen wird, als er in Wirklichkeit ist. Der von einer Veränderung von Einschränkungen auf das Verhalten schließende ökonomische

Ansatz kann diese wichtige Erweiterung durch ipsative Über- oder Unterschätzungen der individuellen Möglichkeiten ohne Schwierigkeiten verarbeiten.

Nahezu ein Jahrzehnt nach der Wickerschen Kritik erkannten auch Sozialpsychologen die Bedeutung von Einschränkungen für die Verhaltensvorhersage. Nach dem von Fishbein und Ajzen (1975) entwickelten Modell der überlegten Handlung hängt die Ausführung oder Nicht-Ausführung eines Verhaltens von der Absicht ab, dieses Verhalten auszuführen. Die Absicht wiederum läßt sich aus zwei Komponenten vorhersagen, nämlich der Einstellung zur Ausführung des Verhaltens und den subjektiven Normen. Bei dem Modell der geplanten Handlung (Ajzen, 1988; Ajzen & Madden, 1986), das eine Erweiterung des Modells der überlegten Handlung darstellt, wird die wahrgenommene Kontrolle über die Ausführung des Verhaltens als zusätzliche Einschränkung berücksichtigt.

Indem statt globaler Einstellungen die Einstellung zur Ausführung eines spezifischen Verhaltens zu einem spezifischen Zeitpunkt als Verhaltensdeterminante angenommen wird, werden manche Einschränkungen zumindest *implizit* berücksichtigt. So wird etwa die Kenntnis der Kosten eines bestimmten Verhaltens in die Einstellung zur Durchführung dieses Verhaltens eingehen. Explizit berücksichtigt das Modell jedoch nur zwei Arten von Einschränkungen, nämlich aufgrund von negativen oder positiven Sanktionen durch andere und aufgrund von mangelnder Kontrolle über das Verhalten. Der Kontrollbegriff ist ein Sammelkonzept, das sich sowohl auf unzureichende Fähigkeit als auch auf Störfaktoren der Umgebung bezieht. So wird ein Student im Winter manche Vorlesung verpassen, wenn sein Auto bei winterlichen Temparaturen nicht anspringt. In einer Prüfung mag er hingegen das sich gesteckte Ziel einer sehr guten Note verfehlen, weil ihm die dafür notwendigen Fähigkeiten abgehen. Inzwischen wurde in einer Vielzahl von empirischen Untersuchungen belegt (vgl. Fisbhein & Ajzen, 1975; Ajzen, 1988; Ajzen & Fishbein, 1980), daß die Modelle der überlegten und geplanten Handlung gute Verhaltensvorhersagen ermöglichen. Allerdings werden diese Vorhersagen auf induktivem Wege erzielt und setzen eine detaillierte Befragung der handelnden Personen über die wahrgenommenen Vor- und Nachteile der ihnen offen stehenden Handlungsalternativen sowie über das Ausmaß der Kontrolle voraus. Aus den Modellen lassen sich keine Vorhersagen darüber ableiten, welche Verhaltenskonsequenzen, welche Einschränkungen und welche Kontrollmöglichkeiten für die Ausführung eines Verhaltens relevant sind.

Ansätze, die dem verallgemeinerten Nachfragegesetz der Ökonomik entsprechen, sind bisher in der Sozialpsychologie kaum entwickelt worden. Es gibt nicht einmal eine Klassifikation der wichtigsten Verhaltenseinschränkungen, die in einem sozialpsychologischen Verhaltensmodell berücksichtigt werden müßten. Dies liegt allerdings weniger am mangelnden Interesse als an den erheblichen Schwierigkeiten, die die Systematisierung und Klassifikation von Einschränkungen im nichtmonetären Bereich bereiten (für einen Ansatz, siehe Foa & Foa, 1974, 1980). Deshalb behilft man sich mit summarischen Einschätzungen der voraussichtlichen Einschränkungen durch die handelnde Person.

3. Die Rolle der Opportunitätskosten

Ökonomen definieren die Kosten der Wahl einer bestimmten Verhaltensalternative durch den Wert der Alternativen, auf die aufgrund dieser Entscheidung verzichtet werden muß. So bestehen die (Opportunitäts-) Kosten einer Urlaubsreise in den Dingen, die mit dem auf den Urlaub verwendeten Geld hätten gekauft werden können, sowie den anderen Tätigkeiten, die in dieser Zeit hätten vollbracht werden können.

Obwohl es den Anschein hat, als ob Sozialpsychologen bei der Verhaltensvorhersage ähnlich vorgehen, bestehen dennoch gravierende Unterschiede. Wenn Sozialpsychologen Verhalten aufgrund von Einstellungen vorhersagen, gehen sie davon aus, daß die Wahrscheinlichkeit, daß jemand ein Verhalten ausführt umso größer ist, je positiver die Einstellung dieser Person zu dem Verhalten ist. Wenn also vorhergesagt werden sollte, ob eine bestimmte Personengruppe am Sonntag zur Kirche gehen wird, würde man diese Gruppe nach ihrer Einstellung zum Kirchenbesuch in eine Rangordnung bringen und erwarten, daß diese Rangordnung den tatsächlichen Kirchenbesuch vorhersagt.

Diese Verfahrensweise vernachlässigt die Opportunitätskosten und entspricht somit nicht dem ökonomischen Vorgehen. So sind die Opportunitätskosten des Kirchenbesuchs für einen an Schlaflosigkeit leidenden älteren Junggesellen, der an einem Sonntag Vormittag nichts mit sich anzufangen weiß, wesentlich geringer als für einen Ehemann, der gerne lange schläft, um dann in aller Ruhe im Kreise seiner Familie zu frühstükken. Auf diese Genüsse, die ihm während der Woche verwehrt sind, müßte er wegen des sonntäglichen Kirchenbesuchs verzichten. Es ist somit möglich, daß der Junggeselle trotz wenig positiver Einstellung zur Kirche am Sonntag den Gottesdienst besucht, während der Ehemann, trotz möglicherweise viel positiverer religiöser Einstellung, wegen der hohen Opportunitätskosten auf einen Kirchenbesuch verzichtet[2] Gemäß dem ökonomischen Modell würde man also die (in diesem Falle nichtmonetären) Kosten eines Kirchenbesuchs mit der Einstellung zu den konkurrierenden Verhaltensweisen vergleichen und vorhersagen, daß sich die Person umso eher zum Kirchenbesuch entschließt, je geringer die Kosten eines Kirchenbesuchs (d.h. der Nutzen einer alternativen Zeitverwendung) sind. Diese Vorgehensweise wäre natürlich auch mit den dem ökonomischen Modell verwandten Entscheidungstheorien wie etwa der Theorie der «Subjective Expected Utilities» (SEU; Edwards, 1961) vereinbar.

In einer Untersuchung des Zusammenhanges von Einstellungen zur Benutzung bestimmter Methoden der Empfängnisverhütung und tatsächlichem Verhalten fanden Davidson und Morrison (1983), daß die aus dem ökonomischen Modell ableitbare Vorgehensweise bessere Verhaltensvorhersagen ermöglichte als das traditionelle sozial-

2 In den Modellen der überlegten Handlung und der geplanten Handlung von Fishbein und Ajzen (1975; Ajzen, 1988) würden die Opportunitätskosten bei der Erfassung der für die Einstellung zur Durchführung des spezifischen Verhaltens relevanten «salient beliefs» berücksichtigt.

psychologische Vorgehen. So war etwa die Benutzung der Pille besser vorherzusagen, wenn man die Einstellung einer Person zur Benutzung der Pille mit seiner oder ihrer Einstellung zu allen alternativen Empfängnisverhütungsmethoden verglich als mit den Einstellungen anderer Personen zur Pille. In einer Untersuchung, die sich an der SEU-Theorie (Edwards, 1961) orientierte, konnten Sutton und Kollegen (z.B. Sutton & Hallet, 1988) zeigen, daß sich die Entscheidung, das Rauchen aufzugeben, gut aus dem Unterschied im individuellen subjektiven Nutzen von Rauchen und Nichtrauchen vorhersagen ließ.

4. Die Rolle der Substitution

Zwei Güter sind «Substitute» füreinander, wenn der Anstieg im Preis des einen Gutes zu einem Anstieg in der Nachfrage nach dem anderen Gut führt. Mit ökonometrischen Methoden läßt sich auch die Substitutionsrate empirisch schätzen, das heißt die Menge eines Gutes, die die beobachteten Personen bereit sind, für ein anderes Gut aufzugeben. Mit dem Konzept der Substitution können paradox erscheinende Phänomene erklärt werden, wie der Anstieg in der Nachfrage für ein bestimmtes Gut, obwohl der (absolute) Preis dieses Gutes gestiegen ist.

Viele Weinkenner trinken zum Beispiel mehr «bürgerliche» Gewächse (cru bourgeois) aus dem Bereich des Medoc als sie dies in den frühen sechziger Jahren taten, obwohl für diese Weine heute wesentlich mehr als damals bezahlt werden muß. Ein Grund besteht darin, daß sie als Ersatz für klassifizierte Hochgewächse getrunken werden, deren Preise sich in den letzten zwei Jahrzehnten noch drastischer erhöht haben (d.h. der Preis der «bürgerlichen» Gewächse ist vergleichsweise gesunken).

Ein interessantes sozialpsychologisches Anwendungsgebiet der ökonomischen Überlegungen zur Substitution findet sich im Bereich der Partnerwahl. Die meisten Menschen würden einen Partner, der gutaussehend, wohlhabend, intelligent und nett ist einem Partner vorziehen, der nur wenige oder keine dieser Eigenschaften besitzt. Da Partnerwahl aber eine beiderseitige Entscheidung voraussetzt, wird man derartige «ideale» Partner kaum gewinnen können, wenn man selbst nur über wenige dieser Eigenschaften verfügt. Deshalb geht die sozialpsychologische Forschung auch davon aus, daß wir uns Partner suchen, die uns im Ausmaß ihrer Attraktivität gleichen. Tatsächlich läßt sich zeigen, daß sich Ehepartner etwa im Grad ihrer physischen Attraktivität ähnlicher sind als dies nach Zufallsgesichtspunkten zu erwarten wäre (Aron, 1988; Cavior & Boblett, 1972, Kalick & Hamilton, 1986; 1988; Murstein & Cristy, 1976) und daß Ähnlichkeit im Ausmaß der physischen Attraktivität die Beziehungsentwicklung fördert (z.B. Folkes, 1982; White, 1980). Darüberhinaus erweist sich gutes Aussehen für die Partnerentscheidung von Frauen weniger bedeutsam als für die von Männern (z.B. Stroebe, Insko, Thompson & Layton, 1971; Walster, Aronson, Abrahamson & Rottmann, 1966). Dies wird gewöhnlich mit der Annahme erklärt, daß Frauen mehr Wert auf innere menschliche Qualitäten legen, während Männer in ihrer Partnerwahl von eher oberflächlichen Gesichtspunkten geleitet werden.

Werden jedoch Substitutionseffekte mitberücksichtigt, läßt sich dieser Geschlechterunterschied auch anders interpretieren. Da es wenige Menschen gibt, die so attraktiv sind, daß sie selbst von einem in allen Qualitäten idealen Partner gewählt würden, müssen die meisten Heiratswilligen Kompromisse schließen. Sie müssen sich entscheiden, welche Qualitäten ihnen vergleichsweise wichtiger sind, wieviel Intelligenz sie beispielsweise für ein etwas höheres Einkommen oder besseres Aussehen aufgeben würden. Da der sozioökonomische Status von Frauen in der traditionellen Familie von dem des Mannes abhängt, ist einleuchtend, wenn Frauen hinsichtlich sozioökonomischer Merkmale wie Einkommen und gesellschaftliche Position weniger zu Substitution bereit sind als Männer. Dies würde sie zu Kompromissen in anderen Bereichen, also etwa beim Aussehen zwingen. Soweit noch die traditionellen Familienrollen bestehen, können es sich Frauen nicht leisten, das Aussehen des Partner zu stark zu gewichten.

Wenn diese These zutrifft, sollten Frauen, die ihre eigene Karriere verfolgen oder über eigenes Vermögen verfügen (d.h. finanziell unabhängig sind) sich so verhalten wie dies traditionellerweise die Männer tun: sie sollten größeres Gewicht auf Aussehen legen. Dafür, daß dies zumindest für reiche Frauen zutrifft, fallen einem viele Belege ein.

5. Die Unterscheidung von öffentlichen und privaten Gütern

Als öffentliche Güter bezeichnen Ökonomen Güter wie saubere Luft oder reines Wasser, die auch von solchen Personen konsumiert werden können, die nichts zum Erstellen dieser Güter beigetragen haben. Das klassische Beispiel für ein öffentliches Gut waren die Gemeindeweiden im historischen New England, auf denen alle Gemeindemitglieder ihr Vieh weiden lassen konnten. Diese Weiden wurden gewöhnlich dadurch zugrunde gerichtet, daß die Gemeindemitglieder ihren Viehbestand zu sehr vergrößerten. Obwohl diese Katastrophe durch Selbstbeschränkung hätte verhindert werden können, war es doch für jedes einzelne Gemeindemitglied vernünftig, seine Herde zu vergrößern, da es vom Verkauf des Viehs alleine profitierte, während die Kosten der Überweidung von allen getragen wurden (Hardin, 1968).

Die Reinhaltung der Luft durch Einbau von Katalysatoren ist ein zeitgemäßeres Beispiel für ein öffentliches Gut. Obwohl sicherlich die Mehrheit der Autofahrer eine positive Einstellung zur Luftqualität hat, hielten (vor Einführung der Steuerminderung) die Kosten des Erwerbs und Einbaus eines Katalysators viele davon ab, den eigenen Wagen mit einem Katalysator auszurüsten. Der Grund für dieses Verhalten liegt darin, daß zwar alle von der Reinhaltung der Luft profitieren, die Kosten hingegen von jedem Einzelnen getragen werden müßte. Ohne Einführung steuerlicher Anreize wären Wagen mit Katalysatoren weit weniger verbreitet. Wegen der Schwierigkeit, den Konsum von öffentlichen Gütern auf jene Personengruppen zu beschränken, die zur Herstellung dieses Gutes beigetragen haben, besteht immer die Versuchung zum Trittbrettfahren. Das Angebot an öffentlichen Gütern wird deshalb in aller Regel unter der entsprechen-

den Zahlungsbereitschaft (d.h. dem gesamten Nutzen für alle Beteiligten) liegen (Samuelson, 1954).

Bei öffentlichen Gütern ist somit ein Auseinanderklaffen zwischen Einstellung und Verhalten eher die Regel als die Ausnahme[3]. Während bei privaten Gütern wie Automobilen oder Genußmitteln davon ausgegangen werden kann, daß sich Individuen diese Güter selbst erwerben und finanzieren, wenn der erwartete Nutzen dieser Güter die entstehenden Kosten übertrifft, ist diese Annahme für öffentliche Güter häufig falsch. Selbst wenn eine Person ein Gut wünscht, wird sie in der Regel nichts zu seiner Produktion beitragen, weil sie hofft, von den Bemühungen anderer profitieren zu können.

Es gibt verschiedene Lösungsmöglichkeiten für diese Problematik. So könnte man etwa das Gut privatisieren, (d.h. private Eigentumsrechte schaffen), um somit den Einzelnen Anreize zu geben, sich für die Herstellung des Gutes einzusetzen. Die einem selbst gehörende Weide wird man eher pflegen als eine, die allen Bürgern gehört. Eine andere Regelung besteht darin, die Bürger durch gesetzliche Regelungen zu einem Beitrag zur Schaffung des öffentlichen Gutes zu veranlassen. Dies kann durch Zwang geschehen oder durch positive Anreize. So hätte man etwa ein Gesetz erlassen können, das den Einbau von Katalysatoren in allen Neuwagen vorschreibt, statt diesen Einbau durch steuerliche Anreize zu fördern (vgl. Dawes & Orbell, 1981; Stroebe & Frey, 1982).

6. Implikationen für die Beeinflussung von Verhalten

Der Königsweg zur Verhaltensänderung besteht nach Ansicht der Sozialpsychologie in der Überredung. Indem durch persuasive Kommunikationen die Einstellungen einer Zielgruppe in die gewünschte Richtung verändert werden, glaubt und hofft man, diese auch in ihrem Verhalten zu beeinflussen. Obwohl die Wirksamkeit von Überredungsstrategien in experimentellen Untersuchungen vielfach belegt wurde (z.B. Petty & Cacioppo, 1986 a, b), sind die Ergebnisse von Felduntersuchungen weniger überzeugend. So waren etwa Versuche, Autofahrer über die Massenmedien zum Anlegen von Sicherheitsgurten zu überreden wenig effektiv (Fhaner & Hane, 1979). Auch Programme, in denen versucht wurde, Menschen zur Verringerung ihres Alkoholkonsums (Ashley & Rankin, 1988) oder ihres Zigarettenkonsums (Warner, 1977) zu bewegen, waren ähnlich erfolglos.

---

3 Bei Verhaltensvorhersagen mit den Modellen der überlegten und der geplanten Handlung wird dieses Problem durch Herstellung der «Korrespondenz» von Einstellungs- und Verhaltensmaßen umgangen (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen, 1988). Beispielsweise würde das Verhalten (Einbau eines Katalysators) nicht aus globalen Einstellungen zur Umwelt oder Luftverschmutzung vorhergesagt, sondern aus der Einstellung zum Einbau eines Katalysators in das eigene Fahrzeug innerhalb eines bestimmten Zeitraums.

Nach den zuvor angestellten Überlegungen ist das Vertrauen in eine generelle verhaltenssteuernde Wirkung von Einstellungen verfehlt. Damit sind für uns die Fehlschläge einer Strategie der Verhaltensänderung durch Überredung auch nicht unerwartet. Wird davon ausgegangen, daß Verhaltenseinschränkungen häufig wichtigere Determinanten des Verhaltens darstellen als soziale Einstellungen, scheint es sinnvoll, Verhalten durch Veränderungen der Einschränkungen zu beeinflussen, statt sich auf die unsichere Wirkung von Überredung zu verlassen.

Viele Belege sprechen für die Richtigkeit dieser Strategie. Als beispielsweise die schwedische Regierung nach dem Fehlschlag von Sicherheitskampagnen in den Massenmedien ein Gesetz erließ, das die Nichtbenutzung der Gurte in den vorderen Sitzen von Privatwagen unter Strafe stellt, stieg die Gurtennutzung innerhalb weniger Monate von 30% auf 85%. Bemerkenswert ist, daß die Einführung des Gesetzes nachträglich eine Änderung der Einstellungen der schwedischen Autofahrer gegenüber der Nutzung von Gurten bewirkte (Fhaner & Hane, 1979).

Statt mit Strafandrohung können auch mit monetären Anreizen vergleichbare Effekte erzielt werden. So führte etwa eine Steuererhöhung, die im Jahre 1981 den Verbrauch von Alkoholika in Großbritannien wesentlich verteuerte, zu einer deutlichen Senkung des Alkoholkonsums selbst bei passionierten Trinkern (Kendell, de Roumanie & Ritson, 1983). Eine vom US Kongreß 1982 beschlossene Verdopplung der Bundessteuer auf Zigaretten sollte nach Schätzungen zu einer 3-prozentigen Senkung der Raucherzahlen bei Erwachsenen und zu einer 15prozentigen Senkung bei Jugendlichen führen (Harris, 1982).

Zum Abschluß sollten wir darauf hinweisen, daß wir hier nicht dafür plädieren, Überredungsversuche zugunsten einer meist staatlichen Gängelung mittels Veränderung von Einschränkungen völlig aufzugeben. Dies wäre schon insofern wenig sinnvoll, als viele der Verhaltenseinschränkungen im nichtmonetären Bereich nicht hinreichend bekannt und/oder einer Beeinflussung schwer zugänglich sind. Unsere Analyse will vielmehr auf die Grenzen von Überredungsversuchen hinweisen, also vor einer indiskriminanten Anwendung von persuasiven Kommunikationen warnen. Dieses Vorgehen ist häufig zum Scheitern verurteilt, insbesondere etwa bei der Schaffung von öffentlichen Gütern (z.B. Reinerhaltung der Luft) oder in Situationen, in denen sichere sofortige Kosten ertragen werden müssen, um nur wahrscheinliche zukünftige Schädigungen (z.B. Schäden durch Autounfälle, Alkoholkonsum oder Zigarettenkonsum) zu vermeiden. In diesen Situationen, in denen Überredung wenig effektiv ist, empfiehlt es sich, die gewünschten Verhaltensänderungen über eine Beeinflussung von Restriktionen zu erzielen.

Literatur

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes, UK: Open University Press.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting behavior*. Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Ajzen, I. & Madden, T.J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology, 22*, 453-474.
Aron, A. (1988). The matching hypothesis reconsidered again: Comment on Kalick & Hamilton. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 441-446.
Ashley, M.J. & Rankin, J.G. (1988). A public health approach to the prevention of alcohol-related health problems. *Annual Review of Public Health, 9*, 233-271.
Cavior, N. & Boblett, P.J. (1972). Physical attractiveness of dating versus married couples. *Proceedings of the 80th Annual Convention of the American Psychological Association, 7*, 175-176. (Summary).
Cranach, M. von, Kalbermatten, U., Indermühle, K. & Gugler, B. (1980). *Zielgerichtetes Handeln*. Bern: Huber.
Davidson, A.R. & Morrison, D.M. (1983). Predicting contraceptive behavior from attitudes: A comparison of within- versus across-subjects procedures. *Journal of Personality and Social Psychology, 45*, 997-1009.
Dawes, R.M. & Orbell, J. (1981). Social Dilemmas. In G.M. Stephenson & J. H. Davis (Hrsg.), *Progress in applied social Psychology*, (Band 1, S. 37-65), Chichester: Wiley.
Duesenberry, J.S. (1949). *Income, saving, and the theory of consumer behavior*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Edwards, W. (1961). Behavioral decision theory. *Annual Review of Psychology, 12*, S. 473-498.
Fhaner, G. & Hane, M. (1979). Seat belts: Opinion effects of law-induced use. *Journal of Applied Psychology, 64*, 205-212.
Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
Foa, E.B. & Foa, U.G. (1980). Resource theory: Interpersonal behavior as exchange. In K.J. Gergen, M.S. Greenberg & R.H. Willis (Hrsg.), *Social exchange: Advances in theory and research*. (pp. 77-101) New York: Plenum.
Foa, U.G. & Foa, E.B. (1974). *Societal structures of the mind*. Springfield, IL: Thomas.
Folkes, V. (1982). Forming relationships and the matching hypothesis. *Personality and Social Psychology Bulletin, 8*, 631-636.
Foppa, K. (1987). Individual resources, objective constraints and the ipsative theory of behavior. Unveröffentl. Manuskript, Universität Bern, Psychologisches Institut.
Foppa, K. & Frey, B. S. (1986). Menschliches Handeln: Entscheidungsvorbereitung und subjektiver Möglichkeitsraum. *Jahrbuch des Wissenschaftskollegs zu Berlin*.
Foppa, K. & Frey, B.S. (1988). Determinants of human action: Possibility sets and the actor's knowledge! *Poetics Today, 9*, 223-237.
Frey, B.S. (1990). *Ökonomie ist Sozialwissenschaft*. München: Vahlen.
Frey, B.S. & Stroebe, W. (1980). Ist das Modell des Homo Oeconomicus unpsychologisch? *Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 136*, 82-97.
Frey, B.S. & Foppa, K. (1986). Human behavior: Possibilities explain action. *Journal of Economic Psychology, 7*, 137-160.
Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science, 162*, 1243-1248.
Harris, J.E. (1982). Increasing the federal excise tax on cigarettes. *Journal of Health Economics, 1*, 117-120.
Kallick, S.M. & Hamilton, T.E. (1986). The matching hypothesis reexamined. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*, 673-682.
Kallick, S.M. & Hamilton, T.E. (1988). Closer look at a matching simulation: A reply to Aron. *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 447-451.
Katz, D. (1967). The functional approach to the study of attitude. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement*. (pp. 457-468) New York: Wiley.
Katona, G. (1975). *Psychological Economics*. New York, Amsterdam: Elsevier.
Kendell, R.E., de Roumanie, M. & Ritson, E.B. (1983). Effects of economic changes on scottish drinking habits 1978 - 1982. *British Journal of Addiction, 78*, 365-379.
Kutner, B., Wilkins, C. & Yarow, P.R. (1952). Verbal attitudes and overt behavior involving racial prejudice. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 47*, 649-652
LaPiere, R.T. (1934). Attitudes versus actions. *Social Forces, 13*, 230-237.

Leibenstein, H. (1976). *Beyond Economic Man: A new foundation for microeconomics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Minard, R.D. (1952). Race relations in the pocahontas coal field. *Journal of Social Issues, 8*, 29-44.
Murstein, B.J. & Christy, P. (1976). Physical attractiveness and marriage adjustment in middle-aged couples. *Journal of Personality and Social Psychology, 34*, 537-542.
Petty R.E. & Cacioppo, J.T. (1986a). *Communication and persuation: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer.
Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986b). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 19, pp.124-205). Orlando: Academic Press.
Samuelson, P.A. (1954). The pure theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics, 36*, 387-390.
Scitovsky, T. (1976). *The joyless economy: An inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction*. London: Oxford University Press.
Simon, H. A. (1957). *Models of man*. New York: Wiley.
Stigler, G.I. & Becker, G.S. (1977). De gustibus non est disputandum. *American Economic Review, 67*, 76-90.
Stroebe, W. & Frey, B.S. (1980). In defence of economic man: Towards an investigation of economics and psychology. *Schweizerische Zeitschrift für Volkswirschaft und Statistik*, 119-148.
Stroebe, W. & Frey, B.S. (1982). Self-interest and collective action: The economics and psychology of public goods. *British Journal of Social Psychology, 21*, 121, 137.
Stroebe, W., Insko, C. Thompson, V. & Layton, B. (1971). Effects of physical attractiveness, attitude similarity and sex on various aspects of interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology, 18*, 79-91.
Sutton, S. & Hallet, R. (1988). Understanding the effect of fear-arousing communications: The role of cognitive factors and amount of fear aroused. *Journal of Behavioral Medicine, 11*, 353-360.
Walster, E., Aronson, V., Abrahamson, D. & Rottmann, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 4*, 508-516.
Warner, K.E. (1977). The effects of the anti-smoking campaign on cigarette consumption. *American Journal of Public* Health, *67*, 645-650.
Weinstein, N.D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*, 806-820.
Weinstein, N.D. (1989). Effects of personal experience on selfprotective behavior. *Psychological Bulletin, 105*, 31-50.
White, G.L. (1980). Physical attractiveness and courtship progress. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*, 660-668.
Wicker, A.W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues, 25*, 41-78.