

Fragen Sie die BWL!

Behavioral Ethics & Sustainability – wie kommen Entscheidungen und Verhalten zustande?

VHB expert Philipp Schreck zu Nachhaltigkeit und Behavioral Ethics aus Sicht der BWL

Um nachhaltiges Verhalten zu fördern, müssen wir zunächst verstehen, wie Entscheidungen und Verhalten zustande kommen — und wie sie sich beeinflussen lassen. Zu diesen Fragen liefert *Behavioral Ethics* wichtige verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse. Philipp Schreck, Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmensethik und Controlling an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, nennt drei zentrale Ansatzpunkte.

Entscheidungen sind weitgehend unbewusst

Verhalten ist meist *nicht* Ergebnis rationaler Abwägungen: Unsere Urteile sind von Intuitionen getrieben, derer wir uns gar nicht bewusst sind. Sogenannte kognitive Verzerrungen führen zu systematischen Abweichungen unserer Entscheidungen vom rationalen Ideal, und wir verwenden Entscheidungsheuristiken, die zwar meist hilfreich, aber oft auch suboptimal sind. Mit solchen Erkenntnissen verschiebt sich der Ansatzpunkt zur Förderung nachhaltigen Verhaltens. Ob es um ökologisch schädliche Entscheidungen geht, um die Verletzung von Compliance- oder auch von Integritätsstandards: Das Problem ist häufig nicht fehlende Gesinnung oder Motivation — sondern unbewusste Hürden auf dem Weg zu nachhaltigem Verhalten. Diese gilt es zu analysieren und auszuräumen.

Nachhaltigkeit erfordert Kooperation

Nachhaltiges Wirtschaften erfordert Kooperation in und zwischen Unternehmen. Diese scheitert aber häufig am Trittbrettfahrerproblem: Während einige moralisch motiviert in Vorleistung gehen, halten sich andere wohl überlegt zurück, frei nach dem Motto „Hannemann, geh Du voran!“. Empirische Forschungsarbeiten legen nahe, dass die Antwort auf dieses Problem in der Überwindung der Ausbeutbarkeit moralischer Vorleistungen liegt. Anreize müssen so gestaltet werden, dass die Ehrliche — hier: die Nachhaltige — nicht die Dumme ist.

Entscheidungen durch Nudging beeinflussen

Bei der Überwindung von kognitiven Verzerrungen und Kooperationsproblemen können Nudges helfen. Nudges sind Veränderungen des Entscheidungskontexts, die auch ohne starke Anreize große Wirkungen entfalten können. Z.B. beeinflusst die Art, wie Entscheidungsalternativen präsentiert werden, die Häufigkeit ihrer Wahl. So werden Nudges eingesetzt, um Führungsverhalten zu verbessern, Entscheidern die ökologischen Konsequenzen ihres Handelns bewusst zu machen, oder den Fleischkonsum in Kantinen zu reduzieren. Dabei sind gut durchdachte Nudges beides: wirkungsvoll und legitim.

Werden die genannten Ansatzpunkte verstanden und berücksichtigt, können Entscheidungen und Verhalten effektiver in Richtung Nachhaltigkeit beeinflusst werden.

2.744 Zeichen inkl. Leerzeichen

--

Professor Schreck ist einer von rund [180 VHB experts](#).

Nehmen Sie Kontakt über unsere Suchfunktion auf!

Sie recherchieren zu einem anderen BWL-Thema? Den richtigen Ansprechpartner für Ihren journalistischen Beitrag finden Sie [hier](#), unter 0551-7977 8566 oder experts@vhbonline.org.

Wir freuen uns über Ihr Interesse!

Über die VHB experts

Mehr BWL-Wissen in die Medien: Um dieses Ziel zu erreichen, hat der VHB im Oktober 2020 einen ständig erweiterten und aktualisierten Pool von rund 180 Expertinnen und Experten aus den insgesamt 18 Fachgebieten der BWL eingerichtet. Die Expertise unserer engagierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler wird aktiv von großen überregionalen Zeitungen wie Süddeutsche und FAZ nachgefragt. Den VHB experts begegnen Sie auch, wenn Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#) folgen.

Über den VHB

Der Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) ist mit rund 2.800 Mitgliedern eine wachsende, lebendige Plattform für wissenschaftlichen Austausch, Vernetzung und Nachwuchsförderung in allen Bereichen der BWL und darüber hinaus. Ziel des VHB ist die Förderung und Weiterentwicklung der BWL als gesellschaftlich relevante, international anschlussfähige und zukunftsweisende Wissenschaftsdisziplin. 1921 gegründet, ist der VHB heute die führende wissenschaftliche Verbandsinstitution der BWL im deutschsprachigen Raum (<https://vhbonline.org/>).

Für weitere Auskünfte

Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Bianca Volk: Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, SBUR

Reitstallstraße 7

D - 37073 Göttingen

Tel: +49 (0)551 7977 8566

Email: bianca.volk@vhbonline.org

url: <https://vhbonline.org>