

Wie Einschätzungen von der Art der Frage abhängen

Ein Unfalltoter steht vor dem Himmelstor. Petrus fragt ihn: "Du behauptest also, Du hättest einen Filmriss für die Sekunden direkt vor Deinem Ableben. Soso... Für Deinen Antrag auf den Passierschein ins Himmelsreich müssen wir dennoch verstehen, warum Du, als Dein Unfallgegner an der einspurigen Stelle plötzlich aus dem Nebel auftauchte, auf den Acker ausgewichen bist, anstelle auf der anderen Seite Richtung Graben auszuweichen. Für wie hoch hältst Du die Wahrscheinlichkeit, dass der andere ebenfalls in Richtung des Ackers ausgewichen ist? Sprich!"

Der Unfalltote wird auf diese Frage vermutlich mit einer ziemlich niedrigen Prozentzahl antworten, denn immerhin wäre es ja ziemlich ungünstig, hier zuzugeben, in die Richtung gefahren zu sein, in der er auch das entgegenkommende Auto vermutet hätte. Wie aber wäre wohl die Antwort ausgefallen, hätte Petrus die Frage anders gestellt? Hätte Petrus stattdessen gefragt: "Für wie hoch hältst Du die Wahrscheinlichkeit, dass andere Autofahrer jeweils in Richtung des Ackers ausweichen? Sprich!" So legt eine jüngst publizierte Studie nahe, dass die Antwort vermutlich eine viel höhere Prozentzahl gewesen wäre. Wie die Forscher Dominik Folli und Irenaeus Wolff vom Thurgauer Wirtschaftsinstitut in ihrer Studie zeigen, weckt eine derart gestellte Frage in erster Linie den sogenannten "Consensus-Effekt": Wer nicht weiss, was andere so tun (und die anderen womöglich eine nicht weiter eingegrenzte Gruppe von Leuten sind), der vermutet, dass diese sich im Grossen und Ganzen verhalten wie er selbst. Wie Folli und Wolff in der Studie zeigen, wird dieser Effekt ebenfalls geweckt, wenn sich die Frage auf den konkreten "Unfallgegner" bezieht. Allerdings wird der Effekt in diesem Fall sofort wieder "wegrationalisiert". Wenn die Antwort ein ungünstiges Licht auf das vorangegangene Verhalten werfen würde, so wird sie



entsprechend korrigiert, und zwar sogar dann, wenn es eigentlich klare monetäre Anreize gibt, die Wahrheit zu sagen. Was man nicht weiss, ist, ob die Antwort dann nicht sogar möglicherweise in die andere Richtung verzerrt sein könnte, weil die „Korrektur“ noch stärker ausfällt als der Consensus-Effekt.

Nun wirkt das Einführungsbeispiel reichlich konstruiert. Wie sich die Frage nach einer Einschätzung aber auf die Antwort auswirkt, ist für viele Bereiche der Wissenschaft enorm wichtig – und nicht nur für diese. Es betrifft die Gestaltung von Umfragen und die Interpretation der Umfrageantworten. Insbesondere bedeuten die Forschungsergebnisse, dass Antworten auf die Frage nach dem Tun anderer kaum zu interpretieren sind, wenn man sie nicht zum Tun der Antwortenden selbst in Relation setzen kann. Gleichzeitig sind Einschätzungen, wie sich andere wohl verhalten haben, überall dort von grosser Bedeutung, wo es um die Frage geht, warum sich die Befragten auf eine bestimmte Art und Weise verhalten haben. Und das fängt schon lange vor dem Treffen am Himmelstor an.

Die Studie wird in der Ausgabe vom Januar 2022 des Journal of Economic Psychology publiziert und kann unter diesem Link heruntergeladen werden: <https://www.twi-kreuzlingen.ch/publikationen/biases-in-belief-reports/>