

**„Ich will so bleiben wie ich bin“.
Ökonomische Werte und unsere Tendenz zum Status Quo**

SABINE KUESTER

1. Hürden bei der Schaffung ökonomischer Werte

Eine entscheidende Triebfeder wirtschaftlichen Wachstums sind Innovationen. Für die Mehrzahl der Unternehmen ist deshalb das Schaffen von Innovationen ein Imperativ, um langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Schon Drucker [2001], einer der prägenden Management-Denker unserer Zeit, stellte ihre Bedeutung heraus. Sich der Schaffung dieser ökonomischen Werte zu stellen, wird dabei als große unternehmerische Herausforderung gesehen. Das liegt insbesondere daran, dass viele der an den Markt gebrachten Neuerungen ihr Ziel verfehlen und keine oder nicht genügend Nachfrage generieren, um sich am Markt zu behaupten [Gourville, 2006]. Kunden lehnen sie schlichtweg ab. Das geschieht oft, weil die Neuerung eben doch nicht besser ist als der Vorgänger oder ganz einfach als zu teuer empfunden wird. Häufig jedoch werden Innovationen abgelehnt, obwohl sie in der Tat besser sind. Die Solaranlage auf dem Dach mag – von der individuellen Warte aus betrachtet sowie aus volkswirtschaftlicher Sicht – einer konventionellen Heizung ökonomisch und ökologisch überlegen sein und trotzdem bleibt die Hauseigentümerin bei der vorhandenen Anlage. Oder der Computernutzer behält seine veraltete, ineffiziente Software, obwohl die neue und sogar kostenlose Freeware ihm ein viel besseres Arbeiten ermöglichen würde. Auch in anderen Bereichen des Lebens treffen Menschen Entscheidungen, die als eher unvernünftig bezeichnet werden können. Bei der Schaffung von Werten, die für das Alter auf die hohe Kante gelegt werden, bedeutet beispielsweise unsere Präferenz für die aktuelle Situation, dass wir einmal beschrittene Versorgungswege nicht mehr hinterfragen, auch wenn sich unsere Lebenssituation geändert hat. Wenn wir dann entsprechende Anpassungen nicht vornehmen, kann das auch durchaus negative Konsequenzen haben.

Ein rational handelnder *Homo oeconomicus* würde sich wahrscheinlich zugunsten der Innovation entscheiden oder sein Investitionsportfolio an geänderte Rahmenbedingungen anpassen. Die Verhaltenswissenschaften gehen aber nicht immer davon aus, dass wir in unserem Entscheidungsverhalten rational agieren. Im Gegenteil, oft sind unsere Entscheidungen von einer rationalen Warte aus schwer erklärbar. Zu diesem Phänomen trägt auch der Status-Quo-Effekt bei. Dieser besagt, dass wir eine Tendenz haben, eine gegebene und gegenwärtige Situation – den Status Quo – über zu bewerten und dass unsere Entscheidungen von der Präferenz beeinflusst werden, diese beizubehalten [Samuelson & Zeckhauser, 1988]. Wie in den folgenden Ausführungen geschildert, widerspricht dieses Verhalten der Annahme des rational handelnden Individuums und trotzdem kommt es in vielen verschiedenen Lebenslagen häufig zum Tragen.

Wie erklärt die Wissenschaft, dass wir uns ungern verändern? Kann dieser Hang zum Status Quo überwunden werden und wenn ja, ist das wünschenswert?

2. Der Status-Quo-Effekt

Der Status-Quo-Effekt bezeichnet die nicht rational begründbare Tendenz eines Entscheiders, aus den zur Verfügung stehenden Alternativen den Status Quo zu wählen [Samuelson & Zeckhauser, 1988]. Die Irrationalität dieser Tendenz liegt in der Tatsache begründet, dass die Wahl des Status Quo oft trotz des Vorliegens einer anderen, objektiv optimalen, Option erfolgt. Da die klassische Ökonomie von der Annahme eines rational handelnden Individuums – eben dem *Homo oeconomicus* – bestimmt wird, widerspricht ein solches Verhalten dem, was gemäß der Modelle der normativen Entscheidungstheorie rational zu entscheiden wäre. Neuere, verhaltenswissenschaftliche Ansätze gehen jedoch grundlegend von einer begrenzten Rationalität des Menschen aus und beschreiben, in welchen Situationen und unter welchen Umständen die Annahmen einer vollkommenen Rationalität systematisch verletzt werden. Dies ist bei dem Status-Quo-Effekt der Fall, weswegen er auch als Entscheidungsanomalie bezeichnet wird [Kahneman, 2003].

2.1 Wann tritt der Status-Quo-Effekt auf?

Der Status-Quo-Effekt ist besonders ausgeprägt, wenn Individuen generell zufrieden mit der gegenwärtigen Situation sind [Ellen, Bearden & Sharma, 1991] oder lange Erfahrung mit dieser Situation haben [Inman & Zeelenberg, 2002]. Außerdem liegt es im Wesen mancher Menschen, ihre Ziele eher auf Prävention, d.h. auf die Bewahrung von Sicherheit und Geborgenheit auszurichten, während andere Promotionsziele und somit vorwiegend Wachstum und Entwicklung verfolgen. Es überrascht nicht, dass auf Prävention fokussierte Menschen eine stärkere Tendenz haben, beim Status Quo zu bleiben [Chernev, 2004]. Besonders die Komplexität des Entscheidungsproblems und die daraus resultierende Unsicherheit haben einen wesentlichen Einfluss auf den Status-Quo-Effekt [Luce, 1998]. Sei es bei der Entscheidung für eine neue Software oder für eine Geldanlage in stürmischen Börsenzeiten: Sobald unser Gehirn in einer Situation überfordert ist, entscheiden wir uns mit großer Regelmäßigkeit für das Gewohnte. Wir belassen unser Geld also wie gehabt auf dem Tagesgeldkonto und hoffen, dass zu einem späteren Zeitpunkt die Entscheidung leichter fällt, es so anzulegen, dass es mehr Zinsen bringt. Die Wahl des Status Quo kann somit bedeuten, schlicht keine Entscheidung zu treffen (die sogenannte „no-choice option“) und einen eigentlich geplanten Kauf auf unbestimmte Zeit zu vertagen.

Der Status-Quo-Effekt kann also interpretiert werden als Entscheidungsheuristik, einer vereinfachenden Regel, die vorgibt, welche Alternative gewählt werden soll, wenn schwierige Entscheidungen unter Unsicherheit zu treffen sind. Entscheidungsheuristiken sind nicht per se schlecht, denn sie helfen uns, mit minimiertem Aufwand ein akzeptables Ergebnis zu erreichen. Ein Einkauf im Supermarkt wäre ohne den Einsatz von Heuristiken schwer vorstellbar, da jede Kaufentscheidung auf Basis aller zur Verfügung stehender Informationen und in strenger Abwägung aller Produktattribute und des Preises getroffen werden müsste. Der Aufwand und die erforderliche Zeit wären immens. Stattdessen kaufen wir das Brot, welches uns schon das letzte Mal geschmeckt hatte und den Wein von dem bekannten Winzer aus der Pfalz und erreichen dadurch oft ein zumindest zufriedenstellendes Ergebnis. Heuristiken können jedoch auch zu empfindlichen Fehleinschätzungen führen, wenn wichtige Informationen unberücksichtigt bleiben. Da ist der Status-Quo-Effekt keine Ausnahme. Bei der Entscheidung für die richtige Geldanlage könnte ein Beibehalten des Status

Quo unter Umständen signifikante Nachteile mit sich bringen. Sollte man nicht die optimale Entscheidung treffen wollen, unabhängig vom Status Quo?

Versetzen Sie sich in folgende Situation: Sie erben von Ihrem verstorbenen Großonkel einen erheblichen Geldbetrag, den Sie nun anlegen wollen. Es stehen Ihnen verschiedene alternative Geldanlagen mit unterschiedlichem Risiko und Zinssatz zur Verfügung: Aktie A mit hohem Risiko und der Chance auf hohe Kursgewinne, Aktie B mit mittlerem Risiko und der Chance auf moderate Kursgewinne sowie nahezu risikolose Staatsanleihen mit fester Verzinsung. Nehmen Sie zur Vereinfachung an, dass Sie sich für eine Alternative entscheiden müssen, das Risiko also nicht streuen können. Welche Alternative präferieren Sie? Nun stellen Sie sich eine sehr ähnliche Situation vor. Wieder erben Sie von Ihrem Großonkel einen erheblichen Geldbetrag, den Sie anlegen wollen. Sie haben exakt dieselben Alternativen wie im vorigen Beispiel, mit einem einzigen Unterschied: Das Geld ist bereits in Aktie A angelegt. Sie können nun das Geld in Aktie A belassen, oder (ohne Entstehung weiterer Kosten) die Entscheidung treffen, das Geld abzuziehen, um es in eine der genannten Alternativen zu investieren. Ändert dieses Szenario Ihre Präferenz für eine bestimmte Option? Sie sollte es zumindest nicht, denn nach rationalen ökonomischen Maßstäben sind beide Entscheidungssituationen gleich. Solange durch einen Abzug des Vermögens aus einer der verfügbaren Alternativen keine zusätzlichen Kosten entstehen, dürfte sich die Präferenz für eine bestimmte Alternative in den beiden Szenarien nicht unterscheiden.

Samuelson und Zeckenhauser [1988] führten ein Experiment durch, in dessen Verlauf sie die Versuchspersonen mit ebensolchen Investitionsentscheidungen konfrontierten. Einer ersten Teilnehmergruppe präsentierten sie ein „neutrales“ Szenario, in dem das zu investierende Vermögen frei zur Verfügung stand; eine zweite Teilnehmergruppe erhielt das Status-Quo-Szenario, in dem das zu investierende Vermögen bereits in einer der Alternativen angelegt war. Das Ergebnis der Studie war eindeutig: Die Mehrheit der zweiten Teilnehmergruppe präferierte eine Beibehaltung des Status Quo und somit eine Alternative, die in der ersten Teilnehmergruppe mit neutralem Szenario erheblich seltener gewählt wurde. Dabei war unerheblich, in welcher der Anlageoptionen das Geld bereits investiert war: Immer verlagerte sich die mehrheitliche Präferenz der Teilnehmer auf jene Alternative, die gerade den Status Quo darstellte. Wir lassen uns also tatsächlich stark vom Status Quo ablenken – und uns in eine möglicherweise fatale Entscheidung treiben. Denn: Was gestern richtig war, muss heute noch lange nicht richtig sein.

Ein weiteres klassisches Experiment [Hartman, Doane & Woo 1991] belegt die Existenz des Status-Quo-Effekts unter realistischeren Bedingungen. Befragt wurden hierzu Kunden eines Stromversorgers in Kalifornien mit dem angeblichen Ziel, das Tarifportfolio des Versorgers zu optimieren. Alle Teilnehmer der Studie waren bereits Kunde und ließen sich anhand ihres derzeitigen Stromtarifs in zwei Gruppen unterteilen. Die erste Gruppe besaß einen teuren Tarif, der eine hohe Versorgungssicherheit gewährleistete (maximal 3 Stromausfälle im Jahr), während die zweite Gruppe einen günstigen Tarif mit einer schlechteren Versorgungssicherheit (maximal 15 Stromausfälle im Jahr) nachgefragt hatte. Alle Teilnehmer wurden gebeten, aus insgesamt sechs Tarifoptionen den aus ihrer Sicht Vorteilhaftesten auszuwählen. Die Auswahl der Tarifoptionen beinhaltete ihren eigenen Status-Quo-Tarif, den Status-Quo-Tarif der jeweils anderen Teilnehmergruppe, sowie vier weitere Tarifoptionen. Die große Mehrheit (60,2%) der Teilnehmer aus der

ersten Gruppe mit teurem Tarif und hoher Versorgungssicherheit wählte ihren Status-Quo-Tarif als besonders vorteilhaft aus. Lediglich 5,7% entschieden sich für jenen Tarif, der den Status Quo der zweiten Teilnehmergruppe darstellte (niedrige Kosten bei schlechterer Versorgungssicherheit), obwohl dieser eine 30-prozentige Preisreduzierung bedeutete. In der zweiten Teilnehmergruppe ergab sich das spiegelverkehrte Bild: 58,3% der Befragten bewerteten ihren Status Quo als die beste Option, während auf den Status-Quo-Tarif der ersten Gruppe (hohe Kosten bei guter Versorgungssicherheit) lediglich 5,8% entfielen.

In vielen Fällen mag der Status-Quo-Effekt nur wenig Schaden anrichten, doch was wenn hohe Entscheidungsträger ihm erliegen? Eine der Berufsgruppen, von der wir uns absolute Objektivität und Professionalität wünschen, sind Richter. Wir vertrauen darauf, dass auf Basis von Fakten und Gesetzen Recht gesprochen wird. Kein Angeklagter sollte aufgrund einer Entscheidungsanomalie verurteilt oder freigesprochen werden! Tatsächlich ist es jedoch nicht unwahrscheinlich, dass Gerichtsentscheidungen von einer Vielzahl persönlicher, psychologischer oder situativer Faktoren beeinflusst werden. Dies legt auch das Ergebnis einer aktuellen Studie nahe [Danziger, Levav & Avnaim-Pesso, 2011], die die Auswirkungen repetitiver Entscheidungssituationen auf das Entscheidungsverhalten von Richtern untersucht. Betrachtet wurden mehr als 1.000 Fälle, in denen Richter über Anträge von Strafgefangenen zu entscheiden hatten. Die Entscheidungsalternativen waren schlicht „Antrag stattgeben“ oder „Antrag abweisen“, wobei die Abweisung eines Antrages faktisch der Beibehaltung des Status Quo entspricht. Die Wissenschaftler untersuchten Tage, an denen eine Vielzahl solcher Anträge nacheinander abgearbeitet wurden und fanden heraus, dass die Wahrscheinlichkeit für einen stattgegebenen Antrag (zu Beginn des Arbeitstages immerhin 65%) mit fortschreitender Zahl der bearbeiteten Fälle kontinuierlich auf nahezu Null sank. Nach der Mittagspause kehrte die Wahrscheinlichkeit sprunghaft auf ihr ursprüngliches Niveau zurück, um wiederum allmählich auf nahezu Null zurückzugehen. Das gleiche Phänomen ließ sich nach der Kaffeepause beobachten. Die Neigung der Richter, die Status-Quo-Option zu präferieren, stieg offensichtlich mit fortschreitender Erschöpfung ihrer mentalen Ressourcen, denn diese erhöht die Wahrscheinlichkeit, bei Entscheidungen auf eine Heuristik zurückzugreifen. Ebenso wird deutlich, welche wundersame Wirkung eine ausgedehnte Mittagspause auf das geistige Leistungsvermögen haben kann.

Auch politische Entscheidungen können teilweise durch den Status-Quo-Effekt erklärt werden. Fernandez und Rodrik [1991] zeigen beispielsweise, dass die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung einer von Ökonomen vorgeschlagenen Reform gegenüber der Beibehaltung des Status Quo sinkt, je unsicherer es ist, welche Personengruppen in welchem Ausmaß Gewinner und welche Verlierer der Reform sind. So ist es möglich, dass eine Reform zugunsten des Status Quo nicht umgesetzt wird, obwohl sich im Nachhinein und nach der sichtbaren Auswirkung auf verschiedene Bevölkerungsgruppen eine unterstützende Mehrheit ergeben hätte.

Zur Verteidigung der Ehre unserer politischen Elite sei gesagt, dass auch Wähler dem Status-Quo-Effekt erliegen, denn auch die Entscheidung der Wähler für oder gegen eine Partei oder Kandidaten unterliegt irrationalen Einflüssen. Zum Beispiel untersuchten Healy, Malhotra und Mo [2010] den Ausgang verschiedener Wahlen wie Präsidentschafts- und Senatswahlen in den USA, die im Zeitraum von 1964 bis 2008 stattfanden. Sie konnten zeigen, dass die amtierende Partei bzw. der Amtsinhaber einen durchschnittlichen Bonus von 1,61 Prozentpunkten in Gegenden erhielt, in denen das örtliche Footballteam kurz vor dem Wahltag einen Sieg

errungen hatte. Dieser Wert erhöhte sich bei wichtigen, gewonnenen Spielen mit hohem Zuschauerinteresse auf 2,42 Prozentpunkte. Die Erklärung für diesen „Amtsbonus“ liegt darin, dass unter anderem Stimmung und Emotionen Einfluss auf unser Entscheidungsverhalten haben – bei guter Laune scheint unsere Neigung zum Gewohnten noch ausgeprägter als bei schlechter.

2.2 Warum „will ich so bleiben, wie ich bin“?

Wie lässt sich eine solch robuste Entscheidungsanomalie erklären? Eine mögliche Erklärung liegt in der Rolle von Emotionen in einer Entscheidungssituation: Gehen Veränderungen und neue Situationen mit erwarteten negativen Emotionen einher, ist die Wahl des Status Quo die einfachste Möglichkeit, diese zu vermeiden [Tsiros & Mittal, 2000]. Eine andere Antwort auf diese Frage liefern insbesondere der Psychologieprofessor Daniel Kahneman und seine Kollegen. In seinen inzwischen berühmten und im Jahr 2002 mit dem Wirtschaftsnobelpreis ausgezeichneten Arbeiten zur Prospekttheorie stellt er unter anderem die These auf, dass Individuen den Nutzen eines Objekts relativ zu einem neutralen Referenzpunkt bewerten [Kahneman & Tversky 1979; Kahneman, Knetsch & Thaler 1991, Gourville, 2006]. Diese Aussage lässt sich am Beispiel einer neu eingeführten Innovation verdeutlichen: Der Anbieter wird demnach möglicherweise beeinflussen, aber nicht verhindern können, dass potenzielle Käufer die Innovation auf Basis eines subjektiv gewählten Referenzprodukts bewerten. Dieses Referenzprodukt wird in aller Regel den Status Quo des Kunden darstellen. Unter welchen Umständen ist für den potenziellen Kunden ein Kauf sinnvoll? Grundsätzlich bedeuten jede Abkehr vom Status Quo für den Kunden potenzielle Gewinne, aber auch potenzielle Verluste. Gewinne sind in erster Linie der zusätzliche Nutzen, den eine Innovation bietet (oder besser, verspricht). Als Kehrseite der Medaille können diesem Gewinn Verluste entgegenstehen, die nicht nur den zu entrichtenden Verkaufspreis, sondern auch wahrgenommene Risiken (Wird das Produkt funktionieren? Was sagen meine Freunde und Verwandte dazu? Muss ich für das neue Produkt meine gewohnten Verhaltensweisen aufgeben?) und dergleichen mehr beinhalten können. Dass für eine Abkehr vom Status Quo die wahrgenommenen Gewinne die wahrgenommenen Verluste übertreffen müssen, liegt auf der Hand. Wichtiger ist jedoch eine weitere Aussage der Prospekttheorie, die an dieser Stelle zum Tragen kommt: Individuen bewerten Verluste im Vergleich zu ihrem Referenzpunkt betragsmäßig stärker, als dies bei Gewinnen der Fall ist. Dies bedeutet, dass ein Verlust des Wertes X erheblich stärker bewertet wird als ein Gewinn des gleichen Wertes X, mitunter sogar doppelt so stark [Tversky & Kahneman, 1991]. Diese Verlustaversion kommt in allen Entscheidungen unter wahrgenommenem Risiko zum Tragen. Obwohl also - objektiv gesehen - der Nutzensgewinn einer Innovation klar die Verluste übersteigt, werden letztere möglicherweise von potentiellen Kunden über das rationale Maß hinaus gewichtet, sodass unter dem Strich eine Entscheidung für den Status Quo steht.

Seit kurzem bemüht sich eine noch sehr junge Forschungsdisziplin um einen Beitrag zur Erklärung des Status-Quo-Effekts: Die sogenannte Neuroökonomie, angesiedelt zwischen Geistes-, Natur- und Strukturwissenschaften, versucht ökonomisches Entscheidungsverhalten mithilfe von neurobiologischen Erkenntnissen zu ergründen [Reimann & Weber, 2011]. Dabei wird beispielsweise untersucht, welche Gehirnregionen bei Entscheidungen unter Unsicherheit aktiviert werden. In einer Studie von Fleming, Thomas und Dolan [2010] nahmen Teilnehmer an einem Entscheidungsspiel teil, in dem sie sich in die Rolle eines Tennis-Linienrichters versetzen mussten. Auf einem Bildschirm waren mehr oder weniger strittige Situationen

zu sehen, in denen die Teilnehmer per Tastendruck entscheiden mussten, ob der Ball nun innerhalb oder außerhalb des Spielfeldes den Boden berührte. „Außerhalb“ wurde als Standardentscheidung ausgegeben und eine entsprechende Entscheidung wurde getroffen, solange die Teilnehmer die Taste gedrückt hielten. Die Entscheidung „innerhalb“ musste folglich durch kurzes Loslassen der Taste getroffen werden. Es wurden nun einige Runden mit mehreren solcher Entscheidungssituationen gespielt. Wie erwartet zeigte sich eine Tendenz der Probanden zur Wahl der Standardentscheidung (also des Status Quo) insbesondere bei besonders strittigen Entscheidungen. Der gleiche Effekt zeigte sich, wenn als Standardeinstellung „innerhalb“ vorgegeben war. Die Forscher untersuchten dabei auch die Gehirnströme der Testteilnehmer und konnten nachweisen, dass neben dem Entscheidungszentrum (präfrontaler Cortex) auch eine Region des Gehirns aktiviert wurde, die für die Steuerung von Motivation zuständig ist. Offenbar benötigte eine Abkehr vom Status Quo ein besonderes Maß an Motivation und Selbstvertrauen. Menschen mit hohem Selbstvertrauen und hohem Glauben an die eigenen Fähigkeiten sollten demnach weniger anfällig für den Status-Quo-Effekt sein.

3. Die Wirkung von Defaults und „Schubsern“

Mit dem Wissen um die Wirkungsweise des Status-Quo-Effekts und den wahrscheinlichen Umständen seines Auftretens ist es nun möglich, Entscheider in eine gewünschte Richtung zu lenken und Entscheidungen zu beeinflussen. Eine günstige Ausgangsposition besteht, wenn Personen mit ihrem Status Quo unzufrieden sind und folglich ohnehin Veränderungen gegenüber aufgeschlossen sind. Negative Emotionen verbunden mit dem Status Quo bzw. positive Emotionen verbunden mit einer Abkehr vom Status Quo lassen sich beispielsweise durch Kommunikationsmaßnahmen induzieren [Kuester, Heß & Herrmann, 2011]. Eine erfolgreiche Beeinflussung ist besonders dann zu erwarten, wenn es gelingt, eine erwünschte Handlung zur Standardentscheidung, d.h. als „Default“, ins Bewusstsein der Entscheider zu bringen. Dies zeigen ebenfalls Kuester, Heß und Herrmann [2011] in einer Studie über den Status-Quo-Effekt im Kontext von Innovationen: Die Wahrscheinlichkeit einer Ablehnung der Innovation sinkt erheblich, sobald diese in der Wahrnehmung der Versuchspersonen als Standardprodukt einer Produktkategorie angesehen wird.

Es sind jedoch auch Situationen vorstellbar, in denen es von Vorteil ist, dass wir bei unserem Status Quo verharren. Wir kaufen nicht das neue Produkt, welches nach der Markteinführung technologische Unreife zeigt und spenden nach wie vor dem Roten Kreuz, weil wir zu bequem sind, die Einzugsermächtigung zu kündigen. Allerdings gibt es auch Situationen, wo eine Abkehr vom Status Quo wichtig ist, damit wir uns besser ernähren oder doch endlich die alte Ölheizung gegen eine Solaranlage austauschen. So schlagen Thaler und Sunstein [2009] vor, dass kleine und anscheinend unbedeutende Veränderungen von Details – sogenannte „Schubser“ –, die wir bei unseren Entscheidungen heranziehen, oft einen großen Einfluss darauf haben, wie wir uns letztendlich entscheiden und verhalten. So würden laut Thaler und Sunstein [2009] Schüler in der Kantine vermehrt zu gesundem Essen greifen, wenn es auf Augenhöhe liegt oder mehr Menschen könnten sich in ihrem Leben als Organspender erklären als es in vielen Ländern gegenwärtig der Fall ist. Diesbezüglich zeigen Johnson und Goldstein [2003], dass die Wahrscheinlichkeit, dass jemand Organspender wird entscheidend davon abhängt, inwiefern der Staat hierfür gesetzlich eine „Voreinstellung“ vornimmt. So ist festzustellen, dass in Ländern, in denen die Organspende über eine Zustimmungsregelung bestimmt wird, bei der die Spendenbereitschaft durch die aktive Handlung der Beantragung eines Spendeausweises erklärt werden muss,

wesentlich geringer ist als in Ländern bei denen die Widerspruchsregelung gilt [Deutsche Stiftung Organtransplantation, 2003]. Bei der Widerspruchsregelung nämlich müssen Personen explizit erklären, dass sie nicht als Spender zur Verfügung stehen, d.h. sie müssen aktiv die Voreinstellung ändern. Natürlich impliziert letzteres einen liberalen Paternalismus [Thaler & Sunstein, 2009] und somit ein gewisses Eingreifen des Staates in die Entscheidungsstrukturen von Individuen. Auf staatliche Intervention ist auch zurückzuführen, dass in Neuseeland und Australien für die in diesen Ländern hergestellten Weine keine Korkverschlüsse mehr benutzt werden dürfen, sondern nur noch Schraubverschlüsse [Atkin, Garcia & Lockshin, 2006]. Hier haben die entsprechenden Ministerien zugunsten der Schonung einer Ressource einen sogenannten Default eingeführt und Verbraucher waren gezwungen, diese Innovation anzunehmen und seither auf das traditionelle Geräusch beim Entkorken von heimischen Weinen zu verzichten.

Defaults können sich somit stark auf unser Verhalten auswirken. Dabei fungieren diese Defaults dem Entscheider quasi als Empfehlung [Johnson & Goldstein, 2003]. Wenn wir uns im Internet für ein Angebot entscheiden, dann werden uns ebenfalls oft Voreinstellungen angeboten. Diese determinieren, für welche Option wir uns letztendlich entscheiden. Dabei sei der Kunde allerdings gewarnt. Es gibt nicht nur ‚gute‘ Defaults sondern auch schlechte. Schlechte sind laut Thaler und Sunstein solche, die uns so manipulieren, dass wir unvernünftige Entscheidungen treffen und zum teuren Produkt im Regal greifen, weil es besser platziert ist als das günstige oder plötzlich eine Zeitschrift abonnieren, nur weil wir nach der kostenlosen Probephase verpasst haben, den automatischen Übergang in ein Standardabonnement zu verhindern. Insofern unterliegen wir als Entscheider wohl eher einer Neigung für den Default als für den Status Quo. In der Tat wurde bereits gezeigt, dass die Neigung zum Ist-Zustand nicht besteht, wenn Personen aktiv werden müssen, um diesen zu erhalten [Baron & Ritov, 2009].

4. Fazit

Die Neigung eine gegenwärtige Situation beizubehalten, scheint uns allen innezuwohnen. Dieser Hang ist besonders dann ausgeprägt, wenn wir längere Erfahrung mit dem Status Quo haben und sehr zufrieden damit sind. Der Status-Quo-Effekt, der als eine Entscheidungsanomalie bezeichnet wird, verhindert manchmal, dass wir gute und für uns auch nützliche und sinnvolle Entscheidungen optimal treffen. Wichtig ist, die individuelle Aufmerksamkeit auf die Wirkung des Ist-Zustandes zu lenken. Unter vielen anderen Handlungsoptionen messen wir diesem eine besonders hohe Wertschätzung bei einfach weil er als Ist-Zustand deklariert ist – *de facto* oder per geschickter Einflussnahme von „Entscheidungsarchitekten“. Wir können nicht immer vernünftig entscheiden, aber zumindest bewusstere und somit häufiger als sonst vernünftige Entscheidungen treffen. Manchmal benötigen wir dafür kleine Schubser oder müssen ein hohes Maß an Motivation an den Tag legen. Allerdings gibt es einige Entscheidungen, die es wert sind und für die es sich lohnt, dass wir über unseren eigenen Schatten springen.

BIBLIOGRAPHIE

Atkin, Thomas / Garcia, Rosanna / Lockshin, Lawrence

2006: A Multinational Study of the Diffusion of a Discontinuous Innovation, in: *Australasian Marketing Journal*, 14, S. 17-33.

Baron, Jonathan / Ritov, Ilana

2009: Protected Values and Omission Bias as Deontological Judgments, in: *Psychology of Learning and Motivation*, 50, S. 133-167.

Chernev, Alexander

2004: Goal orientation and consumer preference for the Status Quo, in: *Journal of Consumer Research*, 31, 3, S. 557-565.

Danziger, Shai / Levav, Jonathan / Avnaim-Pesso, Liora

2011: Extraneous factors in judicial decisions, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 108, 17, S. 6889-6892.

Deutsche Stiftung Organtransplantation (2003). Organspende und Transplantation in Deutschland. Neu-Isenburg.

Drucker, Peter F.

2001: *The Essential Drucker*, HarperBusiness.

Ellen, Pam S. / Bearden, William O. / Sharma, Subhash

1991: Resistance to technological innovations: An examination of the role of self-efficacy and performance satisfaction, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, 4, S. 297-307.

Fernandez, Raquel / Rodrik, Dani

1991: Resistance to reform: Status quo bias in the presence of individual-specific uncertainty, in: *American Economic Review*, 81, 5, S. 1146-1155.

Fleming, Stephen M. / Thomas, Charlotte L. / Dolan, Raymond J.

2010: Overcoming status quo bias in the human brain, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107, 13, S. 6005-6009.

Gourville, John T.

2006: Eager sellers and stony buyers: understanding the psychology of new-product adoption, in: *Harvard Business Review*, 84, 6, S. 98-106.

Hartman, Raymond S. / Doane, Michael J. / Woo, Chi-Keung

1991: Consumer rationality and the status quo, in: *Quarterly Journal of Economics*, 106, 1, S. 141-162.

Healy, Andrew J. / Malhotra, Neil / Mo, Cecilia H.

2010: Irrelevant events affect voters' evaluations of government performance, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 107, 29, S. 12804-12809.

Inman, J. Jeffrey / Zeelenberg, Marcel

2002: Regret in Repeat Purchase versus Switching Decisions: The Attenuating Role of Decision Justifiability, in: *Journal of Consumer Research*, 29, 1, S. 116-128.

Johnson, Eric J. / Goldstein, Daniel

2003: Do Defaults Save Lives?, in: *Science*, 302, 5649, S. 1338-1339.

Kahneman, Daniel

2003: Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics, in: *American Economic Review*, 93, 5, S. 1449-1475.

Kahneman, Daniel / Tversky, Amos

1979: Prospect Theory: An analysis of decision under risk, in: *Econometrica*, 47, 2, S. 263-292.

Kahneman, Daniel / Knetsch, Jack L. / Thaler, Richard, H.

1991: Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias, in: *Journal of Economic Perspectives*, 5, 1, S. 193-206.

Kuester, Sabine / Heß, Silke / Herrmann, Andreas

2011: When superiority is not enough: The effects of defaults and induced emotions on innovation decisions, Arbeitspapier, Universität Mannheim.

Luce, Mary F.

1998: Choosing to avoid: Coping with negatively emotion-laden consumer decisions, in: *Journal of Consumer Research*, 24, 4, S. 409-433.

Reimann, Martin / Weber, Bernd

2011: Neuroökonomie: Eine Bestandsaufnahme, in: *Neuroökonomie*, hg. v. Martin Reimann u. Bernd Weber, Gabler, Wiesbaden, Teil 1, S. 3-9.

Samuelson, William / Zeckhauser, Richard

1988: Status quo bias in decision making, in: *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 1, S. 7-59.

Thaler, Richard H. / Sunstein, Cass R.

2009: *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*, Penguin UK.

Tsiros, Michael / Mittal, Vikas

2000: Regret: A model of its antecedents and consequences in consumer decision making, *Journal of Consumer Research*, 26, 4, S. 401-417.

Tversky, Amos / Kahneman, Daniel

1991: Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model, in: *Quarterly Journal of Economics*, 106, 4, S. 1039-1061.