Ressort: Finanzen

Studie: Märkte sind stärker als Moral

Bonn/Bamberg, 09.05.2013, 20:30 Uhr

GDN - Marktkräfte führen laut einer neuen Studie dazu, dass moralische Werte an Bedeutung verlieren. Ökonomen der Universitäten Bonn und Bamberg wollen dies mit Experimenten jetzt nachgewiesen haben.

Ganz besonders stark ist der Effekt, wenn wirtschaftlich relevante Entscheidungen nicht allein verantwortet werden. In einem Markt mit vielen Akteuren tendieren Probanden dazu, ethische Bedenken links liegen zu lassen, so die Autoren der Studie. "Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Akteure im Marktgeschehen gegen ihre eigenen moralischen Standards verstoßen", sagte Professor Armin Falk von der Uni Bonn. So wurden in verschiedenen Experimenten mehrere hundert Probanden vor die moralische Entscheidung gestellt, auf einen bestimmten in Aussicht gestellten Geldbetrag zu verzichten und damit das Leben einer Maus zu retten, oder aber stattdessen das Geld zu nehmen und die Maus zu opfern - mit eindeutigen Ergebnissen. "Wenn mehrere Akteure beteiligt sind, wird es offenbar einfacher, seine moralischen Standards zurückzustellen", sagt Nora Szech von der Universität Bamberg. In Märkten mit vielen Käufern und Verkäufern sehe sich der Einzelne weniger moralisch in der Pflicht, weil er sich damit rechtfertigen könne, ohnehin nur einen geringen Einfluss auf das Geschehen zu haben.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-13403/studie-maerkte-sind-staerker-als-moral.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:
United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com