

# Der Status-Quo-Bias

am Beispiel eines Experiments zum Abschluss eines Stromtarifs



Sequenz zu Biases und Awareness-Training  
im Kontext nachhaltigen Konsums

gefördert durch



Deutsche  
Bundesstiftung Umwelt

[www.dbu.de](http://www.dbu.de)

## **Der Status-Quo-Bias am Beispiel eines Experiments zum Stromtarif**

Biases und Awareness-Training im Kontext nachhaltigen Konsums

Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt

### **Impressum**

Herausgeber und Verleger: Institut für Ökonomische Bildung gGmbH, Bismarckstraße 31, 26122 Oldenburg

Verantwortlich: Prof. Dr. Dirk Loerwald

Internet: [www.ioeb.de](http://www.ioeb.de)

Autor\*innen:

Markus Allbauer-Jürgensen, Katharina Betker, Dr. Stephan Friebel-Piechotta, Prof. Dr. Dirk Loerwald, Josephine Steier-Fahldieck

Unter Mitarbeit von Annalena Laurich

© 2023 Institut für Ökonomische Bildung gGmbH (IÖB), Oldenburg

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jeder Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne Zustimmung des Instituts für Ökonomische Bildung ist unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Auf verschiedenen Seiten der Handreichungen befinden sich Verweise (Links) auf Internet-Adressen. Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt der externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie bei dem angegebenen Inhalt des Anbieters dieser Seite auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail ([info@ioeb.de](mailto:info@ioeb.de)) davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Titelbild: pixabay

## Inhalt

1. Fachliche Einordnung .....	1
2. Curriculare Verortung.....	3
3. Kompetenzen/Lernziele .....	5
4. Materialien im Unterricht .....	5
5. Unterrichtsverlauf .....	6
6. Lösungshinweise.....	8
7. Weitergehende Literaturhinweise .....	9
8. Lehrer*innenmaterial.....	10
Anleitung des Unterrichtsexperiments .....	11
Auswertungsübersicht .....	13
Anleitung digitales Unterrichtsexperiment.....	15
9. Schüler*innenmaterial .....	16
Entscheidungsbogen .....	
Attitude-Behavior-Gap .....	
Einführung Biases .....	
Der Status-Quo-Bias .....	
Glossar .....	

## 1. Fachliche Einordnung

Die Klima- und Umweltproblematik ist eine der größten aktuellen Herausforderungen. Über die Art und Weise wie wir konsumieren, kann jede\*r einen Beitrag gegen den Klimawandel leisten. Viele Menschen haben ein hohes Umweltbewusstsein, das sich in der Bereitschaft, nachhaltiger zu handeln, niederschlägt. Aus dieser Handlungsbereitschaft folgt jedoch nicht zwangsläufig auch ein entsprechendes Handeln. Im Alltag zeigen sich häufig Lücken zwischen der bestehenden Einstellung und dem tatsächlichen Verhalten. Dieses Phänomen wird auch mit dem Begriff Attitude-Behavior-Gap beschrieben. Traditionelle umweltpolitische Instrumente wie Appelle und Verbote sowie umweltökonomische Instrumente wie Steuern, Subventionen und Bepreisung können diesem nur bedingt entgegenwirken und reichen häufig nicht aus, um das Verhalten der Menschen im Sinne des Umwelt- und Klimaschutzes zu verändern.

Seit einigen Jahren rücken vor diesem Hintergrund zunehmend Erklärungs- und Lösungsansätze aus der Verhaltensökonomik in den Blick. Diese verbinden Erkenntnisse aus der Psychologie mit wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen und Methoden. Die Verhaltensökonomik geht davon aus, dass Menschen nur begrenzt rational und nutzenmaximierend handeln. Sogenannte Biases (im Deutschen: Verzerrungseffekte) können z. B. die Entscheidungsfindung von Menschen so beeinflussen, dass sie mitunter gegen ihre bestehenden Überzeugungen und somit nicht rational handeln.

Jeden Tag sind wir mit verschiedensten Entscheidungssituationen konfrontiert. Damit wir die Fülle an Entscheidungen überhaupt bewältigen können, orientieren wir uns zumeist an Heuristiken und Routinen. Heuristiken stellen so etwas wie Daumenregeln dar und beruhen unter anderem auf Erfahrungen und Annahmen, die basierend auf begrenzten Informationen getroffen werden. So gehen wir davon aus, dass es regnen könnte, wenn der Himmel dunkel ist, und nehmen eine Regenjacke mit. Es muss aber nicht dazu kommen, dass es tatsächlich regnet. In anderen Situationen nehmen wir gar nicht wahr, dass wir eine Entscheidung getroffen haben, sondern handeln entsprechend unserer Routinen. So nehmen wir beispielsweise bei jedem Wocheneinkauf Äpfel mit, ohne dass wir uns bewusst dazu entscheiden oder dies planen würden, sondern einfach, weil wir es immer so machen. Routinen und Heuristiken führen dazu, dass wir (zumeist zufriedenstellende) Entscheidungen schnell treffen können. Allerdings führt diese Art der Entscheidungsfindung dazu, dass wir uns nicht bewusst mit den bestehenden Alternativen auseinandersetzen und die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten nicht abwägen.

In Situationen, in denen wir intuitiv und ausgerichtet an Routinen bzw. Heuristiken handeln, sind wir besonders anfällig dafür, dass unsere Entscheidung von Biases in eine bestimmte Richtung gelenkt wird. Begünstigt wird dies dadurch, dass wir die Entscheidung nicht durchdenken und uns nicht bewusst sind, dass ein Bias vorhanden ist. Der Status-Quo-Bias als ein Beispiel für einen Bias kann etwa dazu führen, dass wir systematisch unser Verhalten an Bestehendem und Routinen ausrichten. So holen wir uns vielleicht jeden Morgen auf dem Weg zur Arbeit einen Kaffee im to-go-Becher, den wir im Anschluss wegschmeißen, obwohl wir die Überzeugung vertreten, dass ein nachhaltiger Lebensstil wichtig ist und jede\*r weniger Müll produzieren sollte. Der Status-Quo-Bias kann jedoch dazu führen, dass wir an

gewohnten Verhaltensweisen festhalten und somit nicht dazu übergehen, einen wiederverwendbaren Thermobecher mitzunehmen.

Eine Möglichkeit, die Wirkung von Biases abzuschwächen, ist ein Bewusstsein für das potenzielle Vorhandensein und Wirken des Status-Quo-Bias zu entwickeln. Durch ein sogenanntes Awareness-Training setzt man sich mit Entscheidungen, die durch den Status-Quo-Bias verzerrt wurden, auseinander. Indem man sich den Kosten die durch das Festhalten an bestehenden Handlungsroutinen und das Nichtbeachten von Alternativen bewusst wird, und mit diesem Wissen in zukünftige Entscheidungssituationen geht, kann die Wirkung des Bias reduziert werden. Somit kann ein Awareness- Training dazu beitragen, die Lücke zwischen bestehenden Einstellungen und Verhalten (Attitude-Behavior-Gap) zu verringern und gegebenenfalls zu einem nachhaltigeren Verhalten beitragen.

## 2. Curriculare Verortung

Die Kerncurricula der gymnasialen Oberstufe der Ankerfächer der ökonomischen Bildung bieten verschiedene inhaltliche Anknüpfungsmöglichkeiten für die Thematisierung von nachhaltigem Konsum sowie Biases und Debiasing, wie die folgende Tabelle verdeutlicht.

Bundesland	Schulform	Jahrgangsstufe				Fach
		10	11	12	13	
Baden-Württemberg	Gemeinschaftsschule		■			Wirtschaft/Berufs- und Studienorientierung (WBS)
				■	■	Wirtschaft
	Gymnasium		■	■		Wirtschaft
Berlin Brandenburg	Gymnasium, Abendgymnasien, GS mit gymnasialer Oberstufe, Kollegs	■	■	■		Wirtschaftswissenschaft
Bremen	Gymnasium	■	■	■		Wirtschaftslehre
Hamburg	Stadtteilschule		■			Wirtschaft, Politik/Gesellschaft/Wirtschaft, Gesellschaftswissenschaften
	Gymnasium		■	■		Wirtschaft, Politik/Gesellschaft/Wirtschaft
Hessen	Gymnasium		■			Politik und Wirtschaft
				■		Wirtschaftswissenschaften
Mecklenburg-Vorpommern	Gymnasium & Integrierte Gesamtschule	■	■			Wirtschaft
Niedersachsen	Gymnasium, Abendgymnasien, Gesamtschulen mit gymnasialer Oberstufe, Kollegs			■		Politik-Wirtschaft
NRW	Gymnasium		■	■		Sozialwissenschaften - Sozialwissenschaften/Wirtschaft
Rheinland-Pfalz	Gymnasium		■			Erdkunde, Geschichte, Sozialkunde
Saarland	Gymnasium	■				Wirtschaftslehre
Sachsen	Gymnasium			■		Gemeinschaftskunde, Rechtserziehung/Wirtschaft
Sachsen-Anhalt	Gymnasium	■				Wirtschaftslehre
Schleswig-Holstein	Allgemeinbildende Schulen	■				Wirtschaft/Politik
Thüringen	AHS	■				Wirtschaft und Recht

## STAUTS-QUO-BIAS

<b>Bayern</b>	Gymnasium (G9)					Wirtschaft und Recht
	Gymnasium (G8)					Wirtschaft und Recht

### 3. Kompetenzen/Lernziele

Die Schüler\*innen sollen nach der Bearbeitung der Materialien in der Lage sein, ihr eigenes Handeln und Verhalten im Kontext des nachhaltigen Konsums zu reflektieren. Dabei sollen sie unter anderem Biases als einen Grund für inkonsistentes Verhalten erkennen.

Die Schüler\*innen können mit Hilfe der Materialien...

Fachwissen	Analysekompetenz	Beurteilung/Bewertung
... zusammenfassen, was unter dem Begriffen Bias verstanden wird. (M3)	... die Bedeutung von Biases im Kontext von Entscheidungsfindung erklären. (M3)	
... beschreiben, welche Bedeutung Biases für die individuelle Entscheidungsfindung haben. (M3)  ... Einflüsse auf das individuelle Entscheidungsverhalten beschreiben. (M4)	... den Attitude-Behavior-Gap unter Bezug auf das eigene Konsumverhalten erläutern. (M2)  ... den Einfluss des Status-Quo-Bias auf ihr eigenes Entscheidungsverhalten ermitteln. (M4)	
... die Wirkungsweise des Status-Quo-Bias insbesondere bezogen auf den nachhaltigen Konsum beschreiben. (M4)		... diskutieren, inwiefern das Wissen über den Status-Quo-Bias zukünftige Entscheidungsfindungen beeinflussen kann (Leitfragen).

### 4. Materialien im Unterricht

Der Einstieg in die Unterrichtsstunde erfolgt nach einer Einweisung über das Unterrichtsexperiment „Stromtarif“ (L1), in dem die Lernenden sich dafür entscheiden müssen, ob sie bei dem bisherigen Tarif bleiben oder zu einem alternativen wechseln (M1). Nach der Auswertung und Diskussion der Ergebnisse im Plenum erarbeiten sich die Lernenden mithilfe von M2 in Einzel- oder Partner\*innenarbeit das Konzept des Attitude-Behavior-Gaps und analysieren ihr eigenes Konsumverhalten. Die Lernenden lernen an dieser Stelle Biases als einen Erklärungsansatz für den Attitude-Behavior-Gap im Bereich des nachhaltigen Konsums kennen. Mit M3 setzen sich die Schüler\*innen basierend auf einer graphischen Darstellung und einem erklärenden Text mit dem Begriff Bias und der Bedeutung von Biases für ihre Entscheidungsfindung auseinander. Vertiefend erfolgt in M4 die Beschäftigung mit dem Status-Quo-Bias als Beispiel für einen von vielen Biases, der mit der Entscheidungssituation aus dem Unterrichtsexperiment in Verbindung gebracht werden soll. Mithilfe von Leitfragen wird ein Awareness-Training durchgeführt, indem sich die Lernenden mit ihrem Entscheidungsverhalten auseinandersetzen und reflektieren, welche Bedeutung das Wissen um den Status-Quo-Bias für zukünftiges Entscheidungsverhalten hat. Alle wichtigen Fachbegriffe, die in den Materialien vorkommen, sind im Glossar schüler\*innenfreundlich erläutert, um die Lernenden bei der Bearbeitung der Materialien zu unterstützen.



## 5. Unterrichtsverlauf

Hinweis: Die Zeitangaben dienen zur Orientierung, abhängig vom Vorwissen und der fachlichen Stärke der Lerngruppe wird für die Bearbeitung der Materialien etwas mehr oder weniger Zeit benötigt.

Zeit	Inhalt & Material / Bemerkung	Methoden / Medien
25 Minuten	<p>Der Einstieg in die Unterrichtsstunde erfolgt über die Durchführung eines Entscheidungsexperiments (<b>L1</b>). Die Lehrkraft erläutert den Ablauf des Experiments, ohne den Lernenden etwas zum Inhalt des Experiments oder zur Thematik des nachhaltigen Konsums zu erläutern. Die Lernenden werden in zwei Gruppen eingeteilt und erhalten jeweils einen der Entscheidungsbögen (<b>M1</b>), <b>auf denen sie sich jeweils zwischen zwei Stromtarifen (bisheriger und alternativer Tarif) entscheiden müssen. Dieses Material bitte einseitig ausdrucken und an der Linie durchschneiden.</b> Die Ergebnisse werden anschließend über eine Auswertungstabelle (<b>L2</b>) ausgewertet und im Unterrichtsgespräch besprochen. Besonderer Fokus sollte hierbei auf den Begründungen der Lernenden für ihre jeweilige Entscheidung sowie auf einem Vergleich der Unterschiede der beiden Entscheidungssituationen liegen. Hierbei ist entscheidend, dass in der ersten Entscheidungsversion von einem alternativen Tarif gesprochen und erläutert wird, dass man bisher sehr zufrieden mit dem Stromtarif war. Das Unterrichtsexperiment kann analog oder digital durchgeführt werden, Hinweise zur digitalen Umsetzung finden sich in den Lehrer*innenmaterialien <b>L3</b>.</p>	<p><b>Unterrichtsexperiment</b>                      L1 – Anleitung zur Durchführung des Unterrichtsexperiments                      M1 – Stromtarif Gruppe                      L2 – Auswertungstabelle                      L3 – <i>Anleitung digitales Unterrichtsexperiment (nur bei digitaler Durchführung des Experiments)</i></p>
40 Minuten	<p>Mithilfe des Materials <b>M2</b> werden die Lernenden im Kontext des nachhaltigen Konsums mit dem Konzept des Attitude-Behavior-Gaps vertraut gemacht. In Einzel- oder Partner*innenarbeit erläutern sie das Konzept und beziehen dieses auf eigene Konsumententscheidungen. Darüber hinaus kann im Unterrichtsgespräch eine erneute Einordnung der Ergebnisse des Experiments in Bezug auf die neuen Erkenntnisse stattfinden. Eine grundlegende Einführung in Biases folgt über die Bearbeitung des Materials <b>M3</b>. Über ein Schaubild und einen erklärenden Text erarbeiten die Lernenden sich in Einzel- oder Partner*innenarbeit die Bedeutung von Biases für den Entscheidungsfindungsprozess. Mit der spezifischen Wirkungsweise des Status-Quo-Bias (<b>M4</b>) setzen sich die Schüler*innen exemplarisch auseinander, indem sie diesen auf die Situation des Entscheidungsexperiments beziehen. Nach der Bearbeitung der Aufgaben kann im Unterrichtsgespräch eine Auseinandersetzung mit der überspitzten Aussage der Sprechblase erfolgen. Unter anderem kann diskutiert werden, inwiefern die Aussage immer zutrifft bzw. in welchen Situationen sie nicht zutrifft.</p> <p>Diese Sequenz beinhaltet keine Debiasing-Strategie, stattdessen wird ein Bias-Awareness-Training über ein Unterrichtsgespräch durchgeführt. Dieses wird durch folgende Leitfragen strukturiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inwiefern stimmen die von Ihnen beschriebenen Entscheidungen und Verhaltensweisen mit Ihren generellen Einstellungen und Überzeugungen überein (in Bezug zur Aufgabe 3, M4)?</li> <li>- Welche Alternativen gibt es zu Ihrer Entscheidung und warum entscheiden Sie sich nicht für diese?</li> <li>- Inwiefern beeinflusst das Wissen über den Status-Quo-Bias Ihr zukünftiges Entscheidungsverhalten?</li> </ul>	<p><b>Partner*innenarbeit</b>  <b>Unterrichtsgespräch</b>                      M2 – Attitude-Behavior-Gap                      M3 – Einführung Biases                      M4 – Der Status-Quo-Bias</p>

## STATUS-QUO-BIAS

Es ist zu erwarten, dass ein Teil der Lernenden eine Differenz zwischen vorhandenen Einstellungen und tatsächlichen Verhaltensweisen bei sich selbst feststellt. Die Entscheidung gegen potenzielle Alternativen könnten die Lernenden u. a. damit erklären, dass sie gar nicht über Alternativen nachdenken, weil sie lieber bei dem Bekannten bleiben. Auch das Argument, dass sie keinen weiteren Aufwand in die Recherche weiterer Informationen stecken möchten oder nicht das Risiko eingehen wollen, durch die Wahl einer Alternative schlechter gestellt zu werden, können Aspekte sein, weshalb im Status-Quo verblieben wird. Das Wissen über die Existenz des Status-Quo-Bias könnte zukünftig zu einer stärkeren Auseinandersetzung mit Alternativen führen oder auch dazu, dass die Lernenden sich in verschiedenen alltäglichen Situationen selbst hinterfragen, ob ihre Entscheidung wirklich die beste der bestehenden Optionen ist oder nur getroffen wird, weil man sich schon immer so entschieden hat.

## 6. Lösungshinweise

Material	Aufgabe	
M1a, M1b		Für das Experiment wird eine leicht abweichende Häufigkeitsverteilung zwischen den beiden Gruppen A und B erwartet. Während in Gruppe A (mit dem Hinweis „Sie waren mit dem bisherigen Stromtarif immer zufrieden“) zu erwarten ist, dass sich ca. 70% für den Stromtarif aus erneuerbaren Energien und etwa 30% für den konventionellen Strommix entscheiden, kann in Gruppe B mit einer Verteilung von knapp 80% für den Stromtarif aus erneuerbaren Energien und 20% für den konventionellen Stromtarif gerechnet werden. Im Rahmen einer Erhebung im Jahr 2021 haben 122 Schüler*innen in Gruppe A 27,3% den konventionellen Stromtarif gewählt, während es in Gruppe B 22,8% waren. Aufgrund kleinerer Klassengrößen kann es sein, dass es in diesem Experiment zu unerwarteten Ergebnissen kommt – etwa, dass sich in Gruppe B mehr Schüler*innen für den konventionellen Stromtarif entscheiden als in Gruppe A. In diesem Fall kann gemeinsam mit den Schüler*innen erarbeitet werden, welche weiteren Einflussfaktoren bei der Entscheidung eine Rolle gespielt haben und wie der Einfluss des Ist-Zustands („Sie waren bisher immer zufrieden“) bei Teilnehmenden der Gruppe A wahrgenommen wurde. In jedem Fall können die Ergebnisse der o.g. Erhebung herangezogen werden, um den Vergleich mit einer größeren Stichprobe herzustellen und die Ergebnisse mit Blick auf die nachfolgenden Arbeitsschritte methodisch einzuordnen.
M2	1	Der Attitude-Behavior-Gap beschreibt die Lücke zwischen Einstellungen und Handlungen. Viele Menschen vertreten die Einstellung, dass nachhaltiger konsumiert werden muss, handeln jedoch im Alltag nicht so. Darüber hinaus kann es an zeitlichen oder finanziellen Restriktionen liegen, dass man sich entgegen bestehenden Überzeugungen entscheidet. Z.B. hat man nur wenig Geld im Monat zur Verfügung und entscheidet sich im Supermarkt für die günstigste und nicht die nachhaltigste Option.
	2	schüler*innenindividuelle Antwort
M3	1	Biases sind systematische Einflüsse, die auf die Entscheidungsfindung einwirken und diese verzerren können. Vor allem wenn eine Entscheidung intuitiv und schnell getroffen wird, können Biases wirken. Entscheidungen können jedoch nicht ausschließlich auf die Existenz eines Bias zurückgeführt werden, vielmehr stellen sie einen potenziellen Einflussfaktor neben vielen weiteren dar.
	2	Biases können die Entscheidungsfindung „verzerren“. Hierdurch kann es dazu kommen, dass eine Entscheidung getroffen wird, die nicht mit den bestehenden Einstellungen und Überzeugungen übereinstimmt. Somit können Biases zu Entscheidungen führen, die nicht im Sinne des Individuums sind.
M4	1	Der Status-Quo-Bias kann die Entscheidungsfindung beeinflussen und verzerren, indem sich der/die Entscheidungsträger*in am gewohnten Verhalten bzw. an bestehenden Routinen orientiert. Diese Orientierung am Ist-Zustand kann durch den Bias hervorgerufen werden, der somit das eigene Verhalten beeinflussen kann.
	2	schüler*innenindividuelle Antwort
	3	schüler*innenindividuelle Antwort

## 7. Weitergehende Literaturhinweise

Beck, H. (2014): Behavioral Economics. Eine Einführung. Wiesbaden: Springer Gabler.

Beckenbach, F. et al. (2016): Verhaltensökonomische Erkenntnisse für die Gestaltung umweltpolitischer Instrumente. Endbericht. Umweltbundesamt.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz/Umweltbundesamt (Hrsg.) (2022): Umweltbewusstsein in Deutschland 2020. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs\\_2020\\_0.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs_2020_0.pdf)

Engler, J.-O./Abson, D. J./Wehrden, H. v. (2019): Navigating cognition biases in the search of sustainability.

Larrick, Richard P. (2004): *Debiasing*. In: Koehler, D. J./Harvey, N. (Hrsg.) Blackwell Handbook of Judgement and Decision Making: Blackwell Publishing, S. 316-337.

## 8. Lehrer\*innenmaterial

## Anleitung des Unterrichtsexperiments

Das Unterrichtsexperiment „Stromtarif“ kann wahlweise analog oder digital durchgeführt werden. Nachfolgend wird zunächst der Ablauf des analogen Experiments beschrieben. Für die digitale Durchführung kann zusätzlich die Handreichung L3 herangezogen werden. Für das Unterrichtsexperiment wird folgende Vorgehensweise vorgeschlagen:

### Vorbereitung

Zunächst teilt die Lehrkraft die Klasse gedanklich in möglichst zwei gleich große Gruppen A und B auf, dafür kann sie die Lerngruppe beispielsweise in der Klassenmitte teilen oder teilt jede zweite Person entsprechend der Sitzordnung der Gruppe B zu. Wichtig ist, dass die Lernenden nicht wissen, dass es zwei Gruppen gibt, die sich in der Darstellung der Entscheidungsalternativen unterscheiden. Daher bietet es sich an, vor Beginn des Experiments Sichtblenden (z.B. Rucksäcke und Taschen) zwischen die Lernenden zu stellen, um eine anonyme Entscheidungssituation zu erzeugen. Bevor die Lehrkraft nun die Entscheidungsbögen A und B den entsprechenden Lernenden austeilt, sollte dafür gesorgt werden, dass außer einem Stift und dem Entscheidungsbogen selbst keine Gegenstände auf den Tischen liegen. Daraufhin werden die Lernenden mündlich darauf vorbereitet, dass sie gleich an einem kurzen Unterrichtsexperiment teilnehmen, indem sie eine Entscheidung zwischen zwei Optionen treffen, die ihnen auch im Alltag begegnen könnten. Sie sollen sich für eine der Antwortoptionen entscheiden und sich während des Experiments ruhig verhalten. Im Anschluss erhalten die Lernenden die Möglichkeit Fragen zu stellen.

### Durchführung

Die Lernenden haben ca. zwei Minuten Zeit, ihre Entscheidung zu treffen. Im Folgenden werden die Entscheidungsbögen eingesammelt. Es empfiehlt sich, darauf zu achten, dass die Bögen der Gruppen A und B getrennt eingesammelt werden, um diese nicht im nächsten Schritt sortieren zu müssen.

### Auswertung

Die Anzahl der Antworten der Gruppe A und B (verteilt auf Option 1 und 2) wird jeweils getrennt voneinander mithilfe der Auswertungstabelle ausgewertet. Durch das Teilen der Antworten pro Option durch die Summe der Antworten können schnell die Prozentwerte gebildet und in die Tabelle eingetragen werden. Zur besseren Veranschaulichung können die Prozentwerte zusätzlich durch Ausfüllen der vorbereiteten Balken in Anhang 2 graphisch veranschaulicht werden. Während der Auszählung der Antworten können die Lernenden den Auftrag bekommen, zu notieren, warum sie sich für die eine und gegen die andere Alternative entschieden haben.

(*Hinweis:* Sollte die Durchführung des Unterrichtsexperiments in classEx oder mit einer optionalen Verwendung der Excel-Auswertungstabelle stattfinden, entfallen die o.g. Schritte teilweise oder vollständig).

Bevor die Ergebnisse mit der Klasse geteilt werden, sollten die Lernenden die Möglichkeit erhalten, ihre Entscheidungen zu begründen. Die Anonymität der Entscheidung kann gewahrt werden, indem darauf

hingewiesen wird, dass die eigene Entscheidung nicht benannt werden muss. Folgende Leitfragen können beim Unterrichtsgespräch unterstützen:

- „Welche Gründe sprechen für den alternativen und welche Gründe sprechen für den bisherigen Tarif?“
- „Welche Motive haben für Sie persönlich bei Ihrer Entscheidung eine Rolle gespielt?“

Da es nur eine Spielrunde gibt, können anschließend die Ergebnisse mit der Klasse besprochen werden. Hierfür kann die Auswertungstabelle genutzt werden und/oder das Balkendiagramm auf die Tafel übertragen werden. Im Anschluss können folgende Leitfragen genutzt werden, um die Ergebnisse zu diskutieren:

- „Welche Unterschiede gibt es zwischen den beiden Gruppen A und B?“
- „Haben Sie eine Erklärung für die unterschiedliche Häufigkeit der Antwortverteilung zwischen den beiden Gruppen?“
- „Welchen Einfluss können die Vorlieben von Freund\*innen auf die eigene Entscheidung haben?“

Abschließend sollten die Methode Unterrichtsexperiment sowie die Ergebnisse kurz reflektiert und kritisch gewürdigt werden. Dabei kann auf Restriktionen des Experiments (vereinfachte Darstellung von Entscheidungssituation und -optionen) sowie auf die Grenzen der Übertragbarkeit der Ergebnisse (Hinweis auf kleine Stichprobe, situative Einflüsse) eingegangen werden.

## Auswertungsübersicht

	Gruppe A		Gruppe B	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Option 1 (konventioneller Tarif)		%		%
Option 2 (grüner Tarif)		%		%
<b>Summe</b>		<b>100 %</b>		<b>100 %</b>



**Gruppe A**

(Verlängerung des bisherigen Tarifs)

100%	100%
90%	90%
80%	80%
70%	70%
60%	60%
50%	50%
40%	40%
30%	30%
20%	20%
10%	10%
0%	0%

**Gruppe B**

(Neuer Tarif A oder B)

100%	100%
90%	90%
80%	80%
70%	70%
60%	60%
50%	50%
40%	40%
30%	30%
20%	20%
10%	10%
0%	0%



## Anleitung digitales Unterrichtsexperiment

Das Experiment ist auf der Plattform classEx@school verfügbar. classEx@school ist eine Open Access-Plattform für den Bildungsbereich, deren Server an der Universität Passau angesiedelt sind. Die Nutzung der Plattform ist für Lehrpersonen ebenso wie für Schüler\*innen kostenlos. Eine Registrierung über <https://classex.de/school/> ist erforderlich, um Zugang zu allen Experimenten auf dieser Plattform zu erhalten. Ausführliche Informationen finden Sie auf den Seiten der Betreiber\*innen.

So finden Sie das Experiment auf classEx@school:

- (1) Klicken Sie im oberen Frame auf Repository
- (2) Geben Sie unter ‚Titel‘ „Stromtarif“ ein
- (3) Klicken Sie in der Tabelle auf das Plus-Zeichen (+) links neben dem Experiment, um es in Ihren persönlichen Bereich zu importieren.

Sie können das Experiment unter „Starten“ in Ihrem persönlichen Bereich jetzt durchführen oder eine Kopie davon erstellen, um Änderungen am Experiment vorzunehmen (für fortgeschrittene Nutzer\*innen). Der weitere Ablauf des Experiments ist intuitiv: Klicken Sie auf „Start“, um das Experiment für die Teilnehmenden freizugeben und klicken Sie auf „Ergebnisse anzeigen“, sobald alle Teilnehmenden Ihre Entscheidung getroffen haben. Bis auf die Diskussion der Entscheidungsmotive und der Ergebnisse werden alle in L1 unter „Durchführung“ und „Auswertung“ beschriebenen Schritte übernommen. Es wird empfohlen, das Experiment durch das Anlegen von Testteilnehmer\*innen (im oberen Frame; jede\*r Testteilnehmer\*in öffnet einen neuen Tab im Browser) vorab zu testen.

Die digitale Durchführung ist mit Vorteilen und Anforderungen verbunden, die im Folgenden kurz gegenübergestellt werden:

Vorteile	Anforderungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitersparnis in der Vorbereitung: keine Ausdrucke, Vorbereitung von Tafelbildern, etc. erforderlich</li> <li>• Zeitersparnis in der Durchführung: Austeilen und Einsammeln von Entscheidungsbögen entfällt</li> <li>• Zeitersparnis in der Auswertung: Auswertung wird auf Knopfdruck durch das Programm übernommen, vorprogrammierte Auswertungsgraphiken können übernommen werden</li> <li>• individuelle Rückmeldung: Teilnehmende sehen in Ihrer Ansicht das Ergebnis ihrer Entscheidung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Endgerät pro Schüler*in erforderlich</li> <li>• stabile Internetverbindung erforderlich</li> <li>• classEx@school-Account muss angelegt werden</li> <li>• einmalige Einarbeitung in classEx@school notwendig</li> </ul>

## 9. Schüler\*innenmaterial

## Entscheidungsbogen

Sie leben mit Ihrem Freund/ Ihrer Freundin in einer gemeinsamen Wohnung. Sie waren mit dem bisherigen Stromtarif immer sehr zufrieden und stehen vor der Entscheidung, ob Sie trotzdem wechseln sollen, obwohl Sie sich extra darum kümmern müssten. Für welchen Tarif entscheiden Sie sich?



**Bisheriger Tarif**

- 24 Cent / kWh\*
- ca. 52€ monatliche Kosten (2-Personen-Haushalt)
- 46% erneuerbare Energien
- 54% Kernenergie & fossile Energieträger
- 95% Kundenzufriedenheit

X \_\_\_\_\_

\* kWh = Kilowattstunde



**Alternativer Tarif**

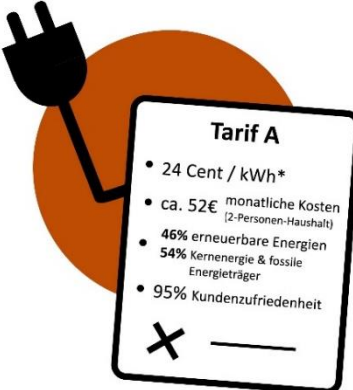
- 29 Cent / kWh\*
- ca. 56€ monatliche Kosten (2-Personen-Haushalt)
- 100% erneuerbare Energien
- 95% Kundenzufriedenheit

X \_\_\_\_\_

\* kWh = Kilowattstunde

Hier abtrennen

Sie leben mit Ihrem Freund/ Ihrer Freundin in einer gemeinsamen Wohnung. Ihr bisheriger Stromvertrag läuft aus. Für welchen Tarif entscheiden Sie sich?




**Tarif A**

- 24 Cent / kWh\*
- ca. 52€ monatliche Kosten (2-Personen-Haushalt)
- 46% erneuerbare Energien
- 54% Kernenergie & fossile Energieträger
- 95% Kundenzufriedenheit

X \_\_\_\_\_

\* kWh = Kilowattstunde



**Tarif B**

- 29 Cent / kWh\*
- ca. 56€ monatliche Kosten (2-Personen-Haushalt)
- 100% erneuerbare Energien
- 95% Kundenzufriedenheit

X \_\_\_\_\_

\* kWh = Kilowattstunde

## Attitude-Behavior-Gap



### Informationen

Zur Erinnerung: **Nachhaltiger Konsum** umfasst die ökologische, soziale und ökonomische Dimension. Nachhaltiger Konsum beschränkt sich nicht auf die Situation des Kaufes, sondern beachtet die ökologischen und sozialen Auswirkungen während der gesamten Wertschöpfungskette eines Gutes - von der Produktion über die Verwendung bis zur Entsorgung. Neben einem bewussteren Konsum bedeutet nachhaltiger Konsum auch weniger zu konsumieren.

Eine breite Mehrheit der Gesellschaft hält Umwelt- und Klimaschutz für wichtig und viele geben auch an, dass sie nachhaltiger leben möchten. Im alltäglichen Konsumverhalten zeigt sich jedoch häufig, dass Anspruch und Wirklichkeit nicht zusammenpassen. Entgegen bestehenden Überzeugungen werden im Alltag nach wie vor Jeans und Pullis der Fast-Fashion-Industrie gekauft, bereits im März wird zur konventionellen Nektarine gegriffen, die aus Südafrika in unser Lebensmittelgeschäft transportiert wird und das Smartphone wird dann doch nach kurzer Zeit gegen das neuste Modell ausgetauscht, auch wenn das aktuelle noch funktioniert und dann entweder in den Tiefen irgendwelcher Schubladen oder im Müll landet. Dieser Widerspruch zwischen Überzeugung und Verhalten wird in der Wissenschaft **Attitude-Behavior-Gap** genannt. Wissenschaftler\*innen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen versuchen, Erklärungen und Lösungsansätze für den Attitude-Behavior-Gap zu finden. Eine mögliche Erklärung könnten zeitliche **Restriktionen** sein. In vielen Situationen fehlt es den Menschen an Zeit, um sich zunächst mit den sozialen und ökologischen Herstellungsbedingungen eines Produktes sowie mit denen alternativer Produkte auseinanderzusetzen. Sie greifen zu dem Produkt, das sie kennen und das ihnen gefällt. Einen anderen Erklärungsansatz stellen finanzielle Restriktionen dar. Nachhaltig und fair produzierte Lebensmittel oder Kleidungsstücke sind gegenüber konventionellen teils teurer und nicht jeder kann es sich leisten bei jedem Produkt mehr Geld auszugeben. Einen weiteren und noch relativ neuen Erklärungsansatz bietet die Verhaltensökonomik. In dieser Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaft wird davon ausgegangen, dass Menschen nur begrenzt **rational** und nicht immer eigennutzenorientiert handeln. So prüfen sie nicht alle zur Verfügung stehenden Informationen, sondern orientieren sich bei ihrer Entscheidung an Routinen oder auch an dem Verhalten anderer. Dadurch kann es zu einem Verhalten kommen, das nicht mit den bestehenden Überzeugungen übereinstimmt.

### A

### Aufgaben

1. Erläutern Sie die Erklärungsansätze des Attitude-Behavior-Gaps. Ermitteln Sie weitere denkbare Auslöser.
2. Analysieren Sie ihr eigenes Konsumverhalten. Inwiefern stimmen ihre letzten Konsumententscheidungen mit ihren Überzeugungen überein?

## Einführung Biases

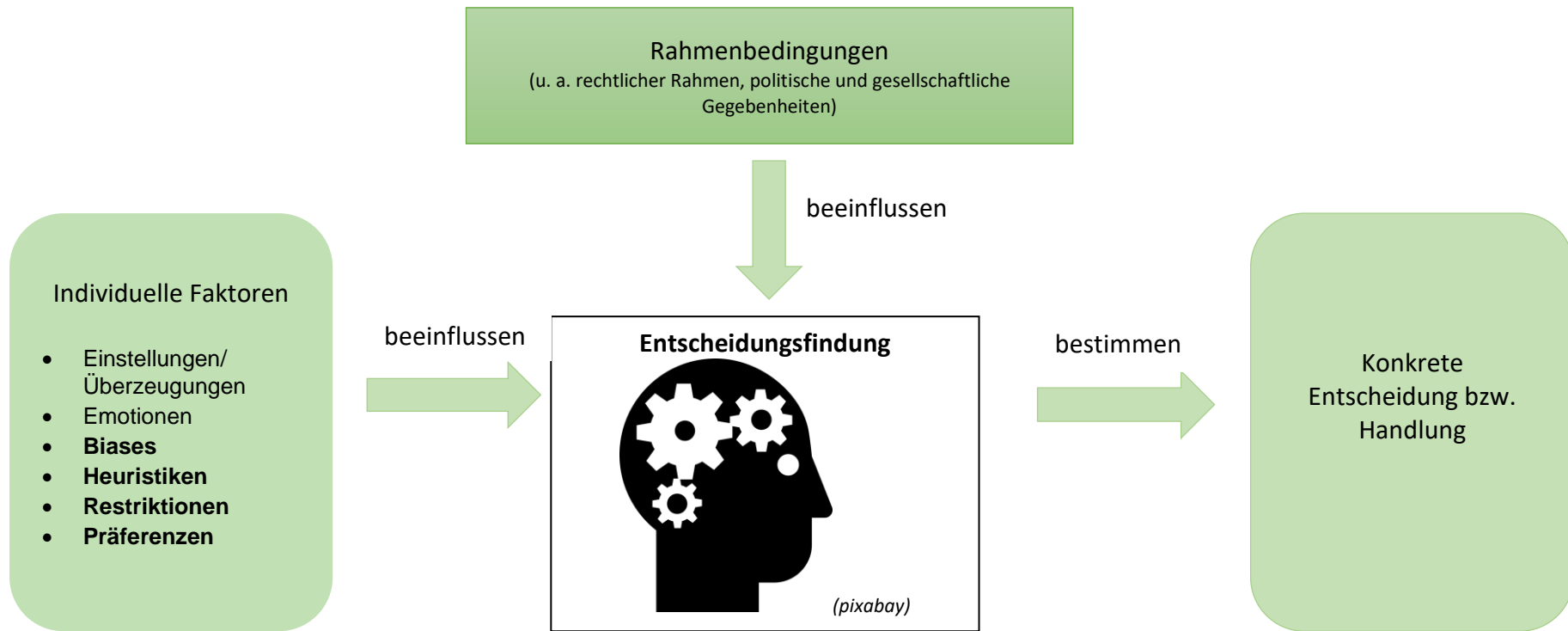
Eine Entscheidung wird u.a. von Emotionen wie Wut oder Glück oder auch zeitlichen oder finanziellen **Restriktionen** beeinflusst. Zudem wirken grundsätzliche Überzeugungen und Einstellungen wie ein hohes Umweltbewusstsein auf den Prozess der Entscheidungsfindung ein. Neben diesen Faktoren haben aber auch sogenannte **Biases** und **Heuristiken** einen großen Einfluss. Um im Alltag schnell Entscheidungen treffen zu können, kommen Heuristiken (oder auch: Näherungsverfahren) zur Anwendung. Heuristiken stellen Faust- bzw. Daumenregeln dar. Beispielsweise gehen wir bei einem graubedeckten Himmel von einer höheren Regenwahrscheinlichkeit aus. Menschen nutzen Heuristiken für die Entscheidungsfindung, weil sie nur begrenzt **rational** handeln und nicht alle theoretisch vorhandenen Informationen verarbeiten können. Dies führt aber nicht immer zu dem bestmöglichen Ergebnis, z.B. wenn man den Regenschirm mit sich herumschleppt, obwohl es gar nicht regnet.

Biases führen zu einer systematisch verzerrten Wahrnehmung bzw. Beurteilung einer Situation. So nimmt eine Person eine Situation verzerrt, das heißt nur ausschnittsweise wahr und übersieht das Gesamtbild. Basierend auf dieser verzerrten Wahrnehmung wird dann eine Entscheidung getroffen, die für das Individuum nicht optimal ist.

Zumeist wirken Biases unbewusst, sodass die einzelne Person nicht bemerkt, dass ihre Entscheidung durch einen solchen beeinflusst wird, ein Beispiel dafür ist der sogenannte

Confirmation-Bias (im Deutschen: Bestätigungs-Bias). Tine möchte mit ihren Freund\*innen einen Paddelausflug machen und überlegt, ob sie ihr neues Smartphone mitnehmen oder lieber an Land lassen sollte. Eigentlich ist sie sich sicher, dass die Verkäuferin gesagt hat, dass es wasserdicht ist. Um sicherzugehen, googelt sie vorsichtshalber noch einmal. Beim ersten Ergebnis steht, dass ihr Smartphone nur vor Spritzwasser geschützt, aber nicht vollständig wasserdicht ist. Tine schüttelt den Kopf, das passt nicht zu ihrer Erinnerung, daher klickt sie das zweite Ergebnis an, bei dem ebenfalls von Spritzwasser die Rede ist. Direkt geht sie zum dritten Ergebnis weiter, bei dem steht, dass ihr Gerät bis zu 5 Meter wasserdicht ist. Tine beendet ihre Recherche zufrieden, genauso hatte sie es schließlich auch in Erinnerung - sie wird ihr Smartphone also zum Paddeln mitnehmen können. In dieser Situation hat der Confirmation-Bias die Entscheidung beeinflusst. Tine hat unbewusst nach Informationen gesucht, die ihre Vermutung bestätigen, alle anderen Informationen beachtet sie nicht. Dies kann zu einer verzerrten Entscheidung führen, die nicht zu dem bestmöglichen Ergebnis führt. Für Tine kann man nur die Daumen drücken, dass sie nicht ins Wasser fällt und ihr Smartphone trocken bleibt.

## Einführung Biases



## A Aufgaben

1. Fassen Sie in eigenen Worten zusammen, was unter dem Begriff Bias verstanden wird.
2. Erklären Sie, welchen Einfluss Biases auf die Entscheidungsfindung haben können.

## Der Status-Quo-Bias

„Groß ist die Macht der Gewohnheit“ - dieses Sprichwort kannten schon die alten Römer und auch heute ist es noch aktuell. Der Mensch ist eben ein Gewohnheitstier. Die Macht der Gewohnheit zeigt sich auch in unserem Konsumverhalten bzw. in unseren Konsumgewohnheiten. Auf der einen Seite erleichtert sie viele alltägliche Entscheidungen, weil wir die immer gleichen Produkte kaufen und bestehende Verträge einfach laufen lassen. Andererseits fällt es uns schwer, Alternativen zu kaufen bzw. zu alternativen Anbieter\*innen zu wechseln, auch wenn dies Vorteile haben könnte. Der sogenannte **Status-Quo-Bias** (im Deutschen: Gewohnheits-Bias) kann dazu führen, dass Entscheidungen an bekannten Verhaltensmustern ausgerichtet werden – selbst, wenn durch eine Verhaltensänderung den eigenen Überzeugungen viel besser entsprechen werden könnte.



Der Status-Quo-Bias tritt vor allem dann auf, wenn wir uns bereits an etwas gewöhnt haben und eine Entscheidung schnell getroffen werden soll. In diesen Situationen kann es zu einem Widerspruch zwischen unserer Entscheidung und unseren bestehenden Überzeugungen kommen, den wir gar nicht wahrnehmen. Eine Person kann z. B. die Überzeugung vertreten, dass Klima- und Umweltschutz wichtig sind und dass jede\*r möglichst nachhaltig leben sollte. Die gleiche Person hat allerdings seit Jahren ihr Girokonto bei derselben Bank, obwohl es seit einigen Jahren Banken gibt, die ausschließlich in nachhaltige Projekte und Unternehmen investieren. Wenn diese Person ihr Konto bei der bisherigen Bank belässt, obwohl sie die Vorteile umweltfreundlicherer Alternativen kennt, steht die Gewohnheit einer bewussten Entscheidung entgegen. Der Status-Quo-Bias kann dazu führen, dass wir bei dem Bekannten bleiben, aus Sorge, dass

die Alternative zu einem schlechteren Ergebnis führt. Auch der Aufwand, eine aktive Entscheidung für eine Alternative zu treffen, ist es uns häufig nicht wert. Somit kann dieser Bias zu Entscheidungen führen, die gewohnte Handlungen systematisch gegenüber Alternativen bevorzugen.

### A Aufgaben

1. Beschreiben Sie in eigenen Worten, was unter dem Status-Quo-Bias zu verstehen ist und wie dieser wirkt.
2. Analysieren Sie, inwieweit Ihre Entscheidung im Unterrichtsexperiment durch den Status-Quo-Bias verzerrt wurde.
3. Formulieren Sie weitere Situationen aus ihrem Alltag, in denen ihre Entscheidungen durch den Status-Quo-Bias beeinflusst werden (könnten).



## Glossar

**Attitude-Behavior-Gap:** Der Attitude-Behavior-Gap bezeichnet eine Lücke, die zwischen bestehenden Überzeugungen und dem tatsächlich Verhalten bestehen kann und somit inkonsistente Entscheidungen erklären kann. Im Kontext nachhaltigen Konsums zeigt sich, dass viele Menschen diesem Gap unterliegen, da sie zwar über ein hohes Umweltbewusstsein verfügen, aber nicht bzw. nicht konsequent nachhaltig konsumieren.

**Bias/Biases:** Biases stellen Verzerrungseffekte dar, die unsere Entscheidungsfindung systematisch beeinflussen können. Sie können vor allem dann Einfluss nehmen, wenn wir eine Entscheidung schnell treffen, ohne über Alternativen und Konsequenzen nachzudenken. Es gibt eine große Anzahl an Biases, die unsere Entscheidungsfindung unbewusst auf unterschiedliche Weise beeinflussen können. Biases können dazu beitragen, dass Konsumententscheidungen entgegen unserer Überzeugung - nachhaltig zu leben - getroffen werden. Es gibt aber auch Situationen, in denen Biases nachhaltiges Verhalten unterstützen, und uns unbewusst zur umweltfreundlichen Alternative leiten.

**Heuristiken:** Heuristiken (auch: Näherungsverfahren) helfen uns dabei, schnell eine Entscheidung zu treffen. Die getroffene Entscheidung basiert darauf, dass wir versuchen, mithilfe begrenzten Wissens mögliche Schlussfolgerungen zu ziehen und uns z. B. an Daumenregeln und Schätzwerten orientieren. Dies führt nicht immer zu der bestmöglichen Entscheidung, reicht uns im Alltag aber häufig aus.

**Nachhaltiger Konsum:** Nachhaltiger Konsum bedeutet, dass bei der Konsumententscheidung ökologische, soziale und ökonomische Aspekte bedacht und die Bedingungen von Herstellung, Nutzung und Entsorgung bzw. Recycling betrachtet werden. Neben dem Vergleich von Alternativen eines Produktes hinsichtlich dessen Nachhaltigkeit bedeutet dies auch, Konsumalternativen wie Second-Hand-Produkte, Sharing-Angebote oder den Verzicht auf Konsum in die Entscheidungsfindung einfließen zu lassen. Nachhaltiger Konsum verfolgt das Ziel, dass so konsumiert wird, dass auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen befriedigt werden können und nicht nur unsere im jetzt.

**Präferenzen:** Im ökonomischen Kontext kann Präferenz mit der Vorliebe für ein bestimmtes Produkt bzw. für eine bestimmte Verhaltensweise gleichgesetzt werden. Entscheidend ist, dass Präferenzen stabil und dauerhaft sind, und somit davon auszugehen ist, dass sich eine Person in der Regel entsprechend ihrer bestehenden Präferenzen verhält. Ist die Wahl der präferierten Entscheidung nicht möglich, so wird dies in der Regel auf bestehende Restriktionen zurückgeführt. Auch wenn sich für die Alternative entschieden wird, wird davon ausgegangen, dass die bestehende Präferenz weiterhin vorhanden ist.

## Glossar

**Rationalität/rational:** Allgemein wird mit Rationalität ein bewusstes Verhalten bezeichnet, mit dem bestimmte Ziele erreicht werden sollen. Ein Ziel kann beispielsweise darin bestehen, den eigenen Nutzen zu maximieren, oder auch darin, anderen etwas Gutes zu tun. Im Sinne des Soziologen Max Weber kann es aber auch rational sein, die eigenen Werte zu verfolgen (Wertrationalität). Dabei ist zu beachten, dass Menschen über eine begrenzte Rationalität verfügen, also nicht alle Entscheidungen und Handlungen bewusst erfolgen. Irrational ist ein Verhalten dagegen dann, wenn es der eigenen Vernunft widerspricht oder aus dem Affekt heraus erfolgt.

**Restriktionen:** Restriktionen geben die Rahmenbedingungen für unsere Handlungen vor. Sie schränken die Handlungsfreiheit ein und können z. B. in Form zeitlicher und finanzieller Beschränkungen auftreten.

**Status-Quo-Bias:** Der Status-Quo-Bias (im Deutschen: Gewohnheits-Bias) kann dazu führen, dass wir unbewusst an Bestehendem festhalten bzw. aufgrund von Routinen Entscheidungen nach dem gleichen Muster treffen. Dies liegt u. a. daran, dass wir mit dem bekannten Verhalten zufrieden sind und Angst haben, dass eine Veränderung zu einem schlechteren Ergebnis für uns führen kann.

**Verhaltensökonomik:** Die Verhaltensökonomik ist ein Teilbereich der Wirtschaftswissenschaften. Verhaltensökonom\*innen analysieren das Verhalten von Individuen und betrachten vor allem ökonomische Situationen, in denen sich Menschen nicht nutzenmaximierend verhalten. Unter anderem arbeiten Verhaltensökonom\*innen auch mit Theorien aus der Psychologie und der Soziologie und vergleichen diese mit den Perspektiven der traditionellen Wirtschaftswissenschaften.