

Scheinheilige Unternehmer?

Ethische Verzerrungen von potentiellen Unternehmern – von Fabian Schleithoff und Michael Sendker

Zusammenfassung:

In dieser Studie wird das ethische Entscheidungsverhalten von potentiellen Unternehmern in Abgrenzung zu Studenten mit anderen Berufszielen untersucht. Dabei stellt sich heraus, dass potentielle Unternehmer gewisse vorgegebene Handlungen zwar als tendenziell unethisch bewerten, diese aber selbst eher vollziehen würden. Weiterhin glauben sie, dass ihre Kommilitonen noch eher zu unethischem Verhalten bereit sind. So halten sich mehr als 50 % von ihnen für moralisch überlegen. Die potentiellen Unternehmer offenbaren damit eine doppelte Scheinheiligkeit. Bezieht man die Kontrollgruppe der Kommilitonen mit anderen Berufszielen mit in die Untersuchung ein, zeigt sich, dass die erste Verzerrung stärker unter potentiellen Unternehmern ausgeprägt ist, während die zweite Verzerrung in der Kontrollgruppe stärker ausfällt. Ordered-Logit-Regressionen zeigen, dass die *ethischen Verzerrungen* potentieller Unternehmer signifikant von Geschlecht, Studienfach und Religiosität beeinflusst werden.

Abstract:

In this study, we analyze the ethical decision-making of potential entrepreneurs as opposed to students with other career goals. First, potential entrepreneurs tend to evaluate ethically relevant situations as moderately unethical, but then, they themselves would not act in line with their ratings (*Ethical Discrepancy 1*). Second, they regard their peers to be even more prone to commit a rather unethical act (*Ethical Discrepancy 2*). Interestingly, more than half of the respondents consider themselves to be morally above average. Therefore, potential entrepreneurs reveal a twofold hypocrisy. Additionally, ordered logit regressions yield significant effects of gender, religiosity and academic subject on the above discrepancies.

30 Seiten

Sprache: deutsch

Keywords:

Ethische Verzerrungen,
ethische Entscheidungsfindung,
ethical discrepancies,
ethical decision-making,
Entrepreneurship-Education

I. Einleitung

Formel-1-Mogul Bernie Ecclestone steht seit langem unter dem Verdacht, Korruption zur Erreichung seiner unternehmerischen Ziele einzusetzen, was er im russischen Fernsehen sogar als notwendig bestätigte (vgl. Baldwin 2015). U. a. wird ihm vorgeworfen, einen ehemaligen BayernLB-Vorstand bestochen zu haben mit dem Ziel, dass das Geldinstitut seine Formel-1-Anteile an Ecclestones Wunsch-Investor verkauft. Das richterliche Verfahren wurde schließlich gegen eine Geldauflage von 100 Millionen USD eingestellt; ein Freispruch zweiter Klasse für Ecclestone (vgl. Schaal 2014). Ein gegensätzliches Bild zeigte Ecclestone noch einige Jahre zuvor, als er für die Formel 1 ein Ethik-Komitee einführte und seinem Rennzirkus damit nach außen hin einen ethischen Anstrich verpasste (vgl. FIA 2015).

Zwar versuchte er somit den Schein ehrbaren Handelns zu vermitteln, verhielt sich jedoch selbst – sofern die Korruptionsvorwürfe der Wahrheit entsprechen – wenig ethisch und offenbarte eine gewisse Scheinheiligkeit. Es stellt sich die Frage, ob ein solches Verhalten in Unternehmerkreisen häufiger auftritt. Predigen sie Wasser, trinken aber heimlich Wein, wie es Heinrich Heine (1844, S. 5) formulierte?

Die vorliegende Studie untersucht die Scheinheiligkeit von potentiellen Unternehmern^[1] auf zweifache Weise. Zunächst soll überprüft werden, ob die intendierte eigene Handlung von der ethischen Bewertung eines gegebenen Szenarios abweicht. In einem weiteren Schritt untersuchen wir das Empfinden moralischer Überlegenheit der Befragten gegenüber ihren Kommilitonen. Der Innovationsgehalt dieser Arbeit liegt darin, dass mit der ethischen Verhaltensforschung und der Entrepreneurship-Forschung zwei wissenschaftliche Forschungsbereiche miteinander verbunden werden. Da es sich bei den Befragten um Studenten handelt, können die Ergebnisse dieser Studie auch im Rahmen der *ethical entrepreneurship education* genutzt werden, befassen sie sich schließlich mit dem ethischen Verhalten von potentiellen Gründern (vgl. Heinrichs et al. 2014, S. 197 ff.; Tesfayohannes und Driscoll 2010, S. 85 ff.).

Basierend auf der bestehenden Literatur werden zunächst Hypothesen hergeleitet. Nach einer Beschreibung der Datengrundlage und der angewendeten Methoden werden die Hypothesen schließlich auf Grundlage der Datenanalyse überprüft. Daraufhin wird anhand von Ordered-Logit-Regressionen untersucht, wie sich soziodemografische und persönliche Faktoren auf das ethische Entscheidungsverhalten auswirken.

[1] Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Die verwendeten Bezeichnungen sind geschlechtsneutral zu sehen.

II. Literatur und Hypothesen

Die diesem Papier zu Grunde liegende Literaturbasis erstreckt sich im Wesentlichen auf zwei Forschungsstränge: zum einen auf die ethische Verhaltensforschung, zum anderen auf die Entrepreneurship-Forschung.

Die *ethische Verhaltensforschung* zeigt durch eine Vielzahl an Studien Diskrepanzen im menschlichen Verhalten auf. So wird in Anlehnung an das Konzept kognitiver Dissonanzen (vgl. Festinger 1957) beispielsweise zu sogenannten ethischen Dissonanzen geforscht. Eine ethische Dissonanz bezeichnet dabei einen als unangenehm empfundenen Gefühlszustand, der dann entsteht, wenn das eigene Verhalten nicht den ethischen Einstellungen entspricht (vgl. Barkan et al. 2012, S. 761; Ayal und Gino 2011). Kurzum, dieses Gefühl ist häufig in Form eines schlechten Gewissens spürbar. Eine Metastudie von Armitage und Conner (2001, S. 488) führt Datensätze von 185 unabhängig voneinander durchgeführten Studien zusammen und zeigt auf dieser Basis die Diskrepanzen zwischen den subjektiven Normen einerseits und der intendierten Handlung andererseits auf.

Eine zweite Form ethischer Verzerrung kann auf der inflationären Selbstwahrnehmung der eigenen Moral basieren. Manche Menschen unterliegen einer Illusion von Objektivität, die sich darin zeigt, dass sie von sich – im Gegensatz zu anderen – meinen, in ethischen Entscheidungssituationen objektiv urteilen zu können (vgl. Banaji et al. 2003, S. 56; Pronin et al. 2004, S. 781). Ein veranschaulichendes Beispiel liefern Richter (vgl. Irwin und Real 2010, S. 1 ff.), die zwar selbst zu einer objektiven und egalitären Entscheidungsfindung ausgebildet wurden, deren Urteile jedoch beispielsweise durch Hautfarbe oder Geschlecht beeinflusst werden (vgl. Rachlinsky et al. 2009, S. 1195; Raab 1993). Barkan et al. (2012, S. 757 ff.) bestätigen derartiges Verhalten in Laborexperimenten unter Studenten. Diese versuchen sich selbst als möglichst ethisch darzustellen und den moralischen Zeigefinger vor allem auf das Verhalten der Kommilitonen zu richten. Ein solches Phänomen umschreiben die Autoren allegorisch mit „pot calling the kettle black“ (Barkan et al. 2012, S. 757; d. h., die auf dem Herd stehende Kanne bezeichnet den nebenan stehenden Kessel als rußig, wobei sie selbst nicht minder verrußt ist).

Diese beiden Formen ethischer Verzerrung werden von Bazerman und Tenbrunsel (2011a; 2011b, S. 65) als „ethical blind spot“ bezeichnet. Lowhorn et al. (2013) untersuchen diesen zweifachen „blind spot“ in ihrer Umfrage unter 123 Studenten der Wirtschaftswissenschaften an einem amerikanischen College, indem sie ihnen drei ethisch relevante Szenarien vorstellen (vgl. Lowhorn et al 2013, S. 102). Diese sollen die Studenten zunächst dahingehend bewerten, wie ethisch die beschriebene Handlung ist, bevor sie angeben sollen, wie wahrscheinlich sie selbst die Handlung vollziehen würden. Zuletzt schätzen die Studenten die Wahrscheinlichkeit ein, mit der der durchschnittliche Kommilitone die Handlung vollziehen würde (alle Antworten jeweils auf einer 5-Punkte-Skala). Im Ergebnis wird sowohl festgestellt, dass die Studenten die als weitgehend unethisch bewerteten Handlungen tendenziell selbst vollziehen würden, als auch, dass sie von ihren Kommilitonen glauben, dass jene noch eher bereit wären, sich unethisch zu verhalten.

Der zweite dieser Studie zugrunde liegende Forschungsstrang umfasst die recht junge *Entrepreneurship-Forschung*, welche sich vermehrt seit den 1980er Jahren auf wissenschaftlicher Ebene mit Fragen des Unternehmertums auseinandersetzt.

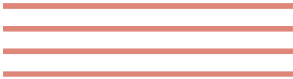
Gesellschaftlich wurde Unternehmertum nicht immer positiv betrachtet: bereits in der griechischen Antike (für einen Überblick Karayiannis 1992, S. 37 ff.) wurde unternehmerisches Handeln im Sinne einer Chrematistik (Kunst des Gelderwerbs) bei Aristoteles (1943, 1256b [S. 16 f.]) negativ bewertet. Auch findet sich bei einem der ältesten Schriftzeugen, Homer (Hymnus an Hermes), ein negatives Bild vom mythischen Unternehmer Hermes, der als eigennutzorientierter, diebischer Erfinder und Händler beschrieben wird. Dahingegen vollzog sich spätestens in der Neuzeit eine stärkere Fokussierung auf den positiven Einfluss des Unternehmertums auf die Gesellschaft (vgl. Hannafey 2003, S. 99 ff.). Unternehmer werden demnach als gesellschaftliche und kulturelle Führungsfiguren verstanden (vgl. Hisrich 1990, S. 209), die „aufgrund von persönlicher Kraft und persönlicher Verantwortlichkeit nach Erfolg“ (Schumpeter 2005, S. 217) streben und durch die Einführung neuer Produkte auch Präferenzänderungen bei den Konsumenten hervorrufen können (vgl. von Weizsäcker 2015, S. 96).^[2]

Im Gegensatz zu meistens weisungsgebundenen Angestellten ergeben sich Unternehmern weitaus größere Entscheidungsspielräume. Sie verfügen somit über ein vergleichsweise großes Potential, in den zu treffenden Entscheidungen selbst ethisch zu handeln (vgl. Kuratko 2014). Ob sich Unternehmer in diesen ethisch relevanten Entscheidungssituationen auch tatsächlich ethisch verhalten, wird in der Literatur unterschiedlich bewertet. Dabei wird folgenden Faktoren eine wichtige Rolle beigemessen:

Einerseits finden Teal und Carroll (1999, S. 229) in einer Unternehmerbefragung heraus, dass sich Unternehmer auf einer überdurchschnittlich hohen kognitiv-moralischen Entwicklungsstufe (CMD) befinden. Der dieser Studie zugrunde liegende *Defining Issues Test* (DIT) wurde von James Rest (1979) entwickelt und basiert zuletzt auf Kohlbergs (1984) Stufenmodell der Moralentwicklung. Das Verfahren ist insoweit für unsere Fragestellung interessant, weil Trevino und Youngblood (1990, S. 382) aufzeigen, dass sich Menschen mit höheren CMD-Ergebnissen in Entscheidungssituationen auch ethischer verhalten. Teals und Carrolls (1999, S. 237) Ergebnisse zeigen, dass die von ihnen getesteten Unternehmer im Durchschnitt sowohl bessere CMD-Ergebnisse vorweisen können als Erwachsene im Allgemeinen (vgl. Rest 1979), als auch als angestellte Führungskräfte auf den mittleren Ebenen im Speziellen (vgl. Elm und Nichols 1993). Unter geschlechterspezifischer Betrachtung ist hervorzuheben, dass die befragten Männer höhere CMD-Werte aufweisen als Frauen (vgl. Teal und Carroll 1999, S. 237).

Darüber hinaus muss sich der in vielen Studien festgestellte Zusammenhang von Leistungsstreben (*need for achievement*) und Unternehmertum (vgl. McClelland

[2] Steve Jobs gilt als Paradebeispiel eines Präferenz-Unternehmers, der im Vorfeld nicht die Konsumenten gefragt hatte, sondern ein Produkt und damit die Nachfrage *ex post* schuf. Auf diese Weise provozierte er eine Präferenzänderung (vgl. von Weizsäcker 2015, S. 96).




1961, S. 207; Solymossy 1998, S. 53; Johnson 1990, S. 47; Koh 1996, S. 21) nicht notwendigerweise negativ auf das ethische Entscheidungsverhalten auswirken. So finden Morris et al. (2002, S. 355) in einer Umfrage unter 227 Unternehmern heraus, dass ansteigendes Leistungsstreben nicht zu einer höheren Ignoranz ethischer Standards führt. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen Glover et al. (1997, S. 1325) in ihrem Laborexperiment mit 367 Studenten der Wirtschaftswissenschaften, wonach eine starke Leistungsorientierung nicht mit unethischen Entscheidungen einhergeht.

Ferner findet McVea (2009, S. 495 ff.) in einer Interview-Studie heraus, dass Unternehmer – im Gegensatz zur Kontrollgruppe (MBA-Studenten) – ein höheres Maß an *persönlichem Einsatz* zeigen und ihre Strategie eher an langfristige Ziele knüpfen. Entsprechend zeigt sich in der Gruppe der befragten Unternehmer eine weit stärker ausgeprägte Stakeholderorientierung im Gegensatz zur unter den MBA-Studenten verbreiteten Shareholderorientierung. Hinzu kommt, dass Unternehmer oft ein starkes inneres Kontrollsystem (*internal locus of control*) besitzen und somit eher nach eigenen ethischen Standards handeln, anstatt sich von externen Faktoren beeinflussen zu lassen (vgl. Longenecker et al. 2006, S. 172). Dass eine solche Orientierung an eigenen, also internen statt externen, Maßstäben auch mit ethischerem Verhalten einhergeht, belegen Hegarty und Sims (1978, S. 455) in einem Laborexperiment mit 120 postgraduierten Studenten der Wirtschaftswissenschaften.

Zudem sind junge Unternehmen gerade in der Anfangsphase darauf bedacht, sich einen guten Ruf zu verschaffen (vgl. Aldrich und Fiol 1994, S. 649 f.). Daher ist es besonders wichtig, zunächst Vertrauen aufzubauen, welches mit unmoralischem Handeln schnell zunichte gemacht werden könnte. Anders als bei großen Konzernen kann ein solches Fehlverhalten schneller zum Gesamtscheitern führen (vgl. Longenecker et al. 2006, S. 179 f.; Vitell et al. 2000, S. 22; Mayo 1991, S. 56).

Andererseits kann aus dem oben bereits genannten Leistungsstreben (*need for achievement*) auch unethisches Verhalten resultieren. Man könnte schließlich erwarten, dass gerade Unternehmer in einer Phase, in der sie sich auf dem Markt behaupten müssen, ethische Maßstäbe vernachlässigen, um gewisse wirtschaftliche Zielgrößen zu erreichen (vgl. Longenecker et al. 2006, S. 172; Longenecker et al. 1988, S. 65). Dies würde ein eher konsequentialistisch geprägtes Moralempfinden (vgl. Mitton 1989, S. 14) implizieren, wonach Unternehmer sehr stark auf den Eigennutz bedacht sind und menschliche Beziehungen nur so lange eingehen, „as long as they are of benefit“ (Collins und Moore 1970, S. 88).

Neben den möglichen negativen Folgen des Leistungsdrucks auf Unternehmer werden diesen zuweilen machiavellistische Charakterzüge zugesprochen. Dabei sei Machiavellismus in seiner negativen Form verstanden und impliziert eine dem Politischen entstammende Denkweise, nach der nahezu alle Mittel zum Erlangen bzw. zum Erhalt von Macht recht sind (vgl. Machiavelli 2009). Diese „dunkle Seite“ des Unternehmers (vgl. Ramamurti 1986) muss aber nicht zwangsläufig mit malevolentem Verhalten korrelieren, insofern dass Unternehmer andere Menschen für ihre Zwecke missbrauchen und sich sogar zu Straftaten hinreißen lassen (vgl. Morris et al. 2002, S. 338 f.). Vielmehr würden solche Züge darin erkennbar, dass Unternehmer ihre Emotionen gut kontrollieren und manipulativ auf andere wirken, diese folglich schnell überzeugen, für ihre Zwecke gewinnen und somit insgesamt eher als Gewinner da stehen kön-



nen (vgl. Christie und Geis 1970, S. 312). Morris et al. (2002, S. 355) finden dementsprechend im Rahmen ihrer Unternehmerbefragung heraus, dass mit solchen Charakterzügen ein eher unethisches Verhalten verbunden ist.

So ergibt sich auf der Grundlage der vorliegenden Literatur ein gemischtes Bild, wobei gerade die Argumente der starken Selbstbeherrschung, die überdurchschnittlichen CMD-Ergebnisse und die Abhängigkeit von sozialer Anerkennung nahe legen, dass Unternehmer recht stark in Einklang mit ihren ethischen Bewertungen handeln würden. Daher lautet die erste Hypothese:

Hypothese 1: Potentielle Unternehmer würden stärker in Übereinstimmung mit ihren ethischen Bewertungen handeln als Studenten mit anderen Berufszielen.

(Potentielle) Unternehmer gelten häufig als überdurchschnittlich selbstbewusst (vgl. Shariff und Saud 2009, S. 132; Robinson et al. 1991, S. 22; Koh 1996, S. 21). Dieses Charakteristikum wird in der Literatur unter dem Konzept der *Overconfidence* aber auch negativ aufgefasst. Nach Kahneman (2011, S. 317 f.) glauben 60 % der US-Unternehmensgründer, dass sie zu den 35 % gehören, deren Start-Up die ersten fünf Jahre überlebt. Dieser von Kahneman festgestellte *above-average-Effekt* unter Unternehmern wird durch eine Umfrage (vgl. Busenitz 1999, S. 334) unter 176 Unternehmern und 95 Managern von Unternehmen mit mindestens 10.000 Angestellten bestätigt. Busenitz (1999, S. 335) findet heraus, dass *Overconfidence* signifikant häufiger in der Gruppe der Unternehmer im Vergleich zur Managergruppe feststellbar sei. Diese *Overconfidence* lässt sich auch auf ethische Situationen übertragen: In einer Umfrage unter 153 Geschäftsleuten in kleinen Unternehmen stellt sich heraus, dass die Befragten glauben, ethischer zu handeln als ihr durchschnittliches Pendant in anderen Unternehmen (vgl. Vitell et al. 2000, S. 21). So schließt sich die zweite Hypothese an:

Hypothese 2: Die Überzeugung sich ethischer zu verhalten als seine Kommilitonen (ethische Overconfidence) ist stärker unter potentiellen Unternehmern als unter Studenten mit anderen Berufszielen ausgeprägt.

III. Daten und Methodik

Datensatz und Fragebogen

Der Datensatz setzt sich aus einer Umfrage unter Studenten aus 13 verschiedenen Fachbereichen einer deutschen Universität zusammen. In insgesamt 22 Lehrveranstaltungen^[3] haben 2.206 Studenten an einer anonymen Befragung

zu ihrem ethischen Entscheidungsverhalten teilgenommen.^[4]

Durch Erhebung soziodemographischer und persönlicher Angaben konnten die Befragten passend zum Forschungsdesign klassifiziert werden. Durch die Auskunft über das künftig angestrebte Arbeitsverhältnis ließen sich die Studenten in die folgenden beiden Gruppen unterteilen: zum einen in die Gruppe der potentiellen Unternehmer und zum anderen in die der Studenten mit anderen Berufszielen (angestellt oder verbeamtet). Insgesamt haben 2.191 Studenten Auskunft über ihre beruflichen Ziele gegeben. Unter ihnen streben 353 Studenten (ca. 16 % der Befragten) eine selbstständige Beschäftigung an.^[5] Der vorliegende Wert der Gesamtgruppe scheint weitgehend repräsentativ zu sein. So gehen 17 % aller Universitätsabsolventen zehn Jahre nach ihrem Examen einer selbständigen Beschäftigung nach (vgl. Fabian und Briedis 2009, S. 78).^[6] Es gibt bereits eine Vielzahl an weiteren Studien, die ebenfalls Studenten auf ihre Neigung hin befragen, Unternehmer zu werden, um auf dieser Basis beispielsweise Aussagen über deren Charakteristika zu treffen (vgl. Jaafar et al. 2011; Jain et al. 2010; Keat et al. 2011; Koh 1996; Shariff 2009).

Neben grundlegenden soziodemographischen (Alter, Geschlecht) und studien- bzw. berufsbezogenen Faktoren (Studienfach, Semester, angestrebter Abschluss, Berufserfahrung, erwartetes Bruttoeinkommen) wurden weitere persönliche Angaben (Selbstbewusstsein, Religiosität und Lebenszufriedenheit) abgefragt, bei denen in bisherigen Studien ein Einfluss auf das ethische Entscheidungsverhalten festgestellt werden konnte (vgl. u. a. Aronson und Mettee 1968, p. 126; Graf 1971, p. 214 f.; Iyer und Eastman 2006, p. 106; James und Chymis 2004, p. 19; Akin et al. 2012, p. 347; Thoits und Hewitt 2001, p. 115).

Um die beiden *ethischen Verzerrungen* zu messen, wurden darüber hinaus vier ethisch relevante Szenarien entworfen. Dabei handelt es sich um Situationen, in denen Studenten eine gegebene Handlungsoption bewerten. Es handelt sich in allen vier Fällen um Situationen, mit denen Studenten in ihrem täglichen Leben konfrontiert werden könnten (siehe Anhang A2).

In Szenario 1 wird einem Studenten eine illegale Kopie eines E-Books angeboten, das als Pflichtlektüre für ein Seminar benötigt wird. Im zweiten Sze-

[4] Wir weisen darauf hin, dass die hier zu Grunde liegenden Daten zu einem Teil in einem weiteren Beitrag genutzt wurden, jedoch mit einem anderen Fokus.

[5] Im Fokus dieser Studie stehen also Studenten mit einer Neigung zum Unternehmertum. Damit ist noch nicht gesagt, dass sie in Zukunft tatsächlich unternehmerisch aktiv werden. Zudem kann sich das ethische Entscheidungsverhalten dieser Studenten von dem tatsächlicher Unternehmer unterscheiden.

[6] 20 % der Absolventen von wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen sind zehn Jahre nach dem Universitätsabschluss selbstständig oder waren es zwischenzeitlich. Von den Befragten Wirtschaftsstudenten streben 211 von insgesamt 916 eine Selbständigkeit an. Der Anteil i. H. v. 23 % scheint somit ebenfalls repräsentativ zu sein. Die Gründerquote in der Gesamtbevölkerung lag in den vergangenen Jahren immer bei ca. 2 % (vgl. Metzger 2015).



nario bereitet sich ein Student auf eine wichtige Abschlussprüfung vor und hat Angst nicht zu bestehen. Ein Freund kennt die Klausurfragen und bietet ihm diese als Information an. In Szenario 3 schafft es eine ältere gehschwache Person nicht aus eigener Kraft eine vielbefahrene Straße zu überqueren. Ein Student eilt herbei und hilft der Person über die Straße („Ältere Dame-Szenario“). Diese ethische Handlung des Studenten – im Gegensatz zu den anderen tendenziell als unethisch zu bewertenden Handlungen – wurde u. a. als Kontrollszenario in den Fragebogen aufgenommen, um systematisches Antwortverhalten der Befragten zu überprüfen und entsprechend einen robusteren Datensatz zu generieren. Im vierten Szenario findet ein Student vor einer Bibliothek ein Portemonnaie, in dem sich bis auf 50 Euro^[7] Bargeld nichts befindet. Er entschließt sich das Portemonnaie zu behalten, anstatt es an der Information abzugeben.

Methodik

Zur Messung der beiden *ethischen Verzerrungen* wurden zu jedem der genannten Szenarien drei Fragen gestellt. Zunächst sollten die Studenten mit Hilfe einer 5-Punkte-Skala (von „sehr unethisch“ bis „sehr ethisch“) die Handlung des Studenten im jeweiligen Szenario bewerten (Frage 1). Die Befragten gaben beispielsweise an, wie ethisch es ihrer Ansicht nach ist, die illegale Kopie eines E-Books anzunehmen. Anschließend sollten sich die Studenten selbst in die jeweilige Situation hineinversetzen und auf einer 5-Punkte-Skala (von „auf keinen Fall“ bis „auf jeden Fall“) angeben, mit welcher Wahrscheinlichkeit sie die Handlung selbst vollziehen würden (Frage 2). Auf Basis der Antworten zu diesen beiden Fragen kann die erste *ethische Verzerrung* analysiert werden. Diese liegt vor, wenn Studenten tendenziell als unethisch bewertete Handlungen selbst ausüben würden.^[8] Schließlich sollten die Studenten einschätzen, mit welcher Wahrscheinlichkeit (ebenfalls auf einer 5-Punkte-Skala von „auf keinen Fall“ bis „auf jeden Fall“) ein durchschnittlicher Kommilitone die Handlungen begehen würde (Frage 3). Die beiden letztgenannten Fragen bilden die Grundlage zur Untersuchung der zweiten *ethischen Verzerrung* unter Studenten. Diese liegt vor, wenn Studenten der Überzeugung sind, dass ihre Kommilitonen noch eher bereit sind, unethisch zu handeln (vgl. Schleithoff und Sendker 2015a).^[9]

[7] In einer Folgestudie könnte der Geldbetrag zudem variiert werden, um zu prüfen, inwieweit die Bereitschaft das Portemonnaie zu behalten vom Geldbetrag abhängig ist.

[8] Die erste *ethische Verzerrung* liegt im dritten Szenario hingegen dann vor, wenn die als ethisch bewertete Handlung mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit selbst vollzogen werden würde.

[9] Als Störfaktor kann der sog. *Social Desirability Bias* Einfluss auf die Ergebnisse nehmen (vgl. Nederhoff 1985, S. 263). Möglicherweise richtet ein Teil der Be-



Deskriptive Statistik

Zunächst werden die beiden *ethischen Verzerrungen* für die Grundgesamtheit sowie getrennt nach den Untergruppen der potentiellen Unternehmer und Studenten mit anderen Berufszielen gemessen. Mathematisch lässt sich die *ethische Verzerrung 1* durch Subtraktion der durchschnittlichen Antworten (arithmetische Mittel) der Fragen 2 und 1 formulieren. Die *ethische Verzerrung 2* wird durch die Subtraktion der Mittelwerte der Fragen 3 und 2 berechnet.^[10]

$$(1) \text{ Ethische Verzerrung } 1 \quad \bar{d}_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_{Q2,i} - x_{Q1,i}); 0 < \bar{d}_1 \leq 4$$

$$(2) \text{ Ethische Verzerrung } 2 \quad \bar{d}_2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_{Q3,i} - x_{Q2,i}); 0 < \bar{d}_2 \leq 4$$


Ein positives Ergebnis (\bar{d}_1 Discrepancy 1) der ersten Differenz zeigt, dass sich die Studenten nicht in Übereinstimmung mit ihren ethischen Bewertungen verhalten würden. Obwohl sie Handlungen als tendenziell unethisch bewerten, sind sie eher bereit, diese selbst durchzuführen.^[11] Die Ergebnisse im Kontrollscenario sind hingegen entgegengesetzt zu interpretieren. Ein negativer Differenzwert bedeutet hier, dass die Studenten es als ethisch einschätzen, der älteren Dame über die Straße zu helfen, jedoch mit einer geringen Wahrscheinlichkeit selbst helfen würden.

Theoretische Überlegungen (vgl. Aronson et al. 1991, S. 1636, Aronson 1992, S. 308) und eine experimentelle Untersuchung (vgl. Yousaf und Gobet 2013, S. 667) verdeutlichen, dass Gefühle der Scheinheiligkeit bei Menschen ausgelöst werden, wenn sie damit konfrontiert werden, dass sie nicht entsprechend ihrer eigenen Moral handeln. Die erste *ethische Verzerrung* kann entsprechend als Scheinheiligkeit bzw. als Doppelmoral der Befragten interpretiert werden. Dieses Phänomen tritt also dann auf, wenn eine Person das eine predigt, das an-

fragten die Bewertung der eigenen intendierten Handlung nach Maßstäben sozial erwünschten Verhaltens aus. In diesem Fall wäre die erste *ethische Verzerrung* mit unserem Datensatz unterschätzt, während die *zweite Verzerrung* zu stark ausgeprägt wäre.

[10] Im Grundsatz gehen wir wie Lowhorn et al. (2013, S. 88) vor, indem wir die Antworten zu den gestellten Fragen mit Hilfe der Berechnung arithmetischer Mittel darstellen. Darüber hinaus ermitteln wir – im Gegensatz zu Lowhorn et al. – zusätzlich die *Ethischen Verzerrungen 1* und *2* durch Subtraktion der jeweiligen Mittelwerte.

[11] Damit eine ethische Verzerrung nach unserer Definition vorliegt, muss das Ergebnis der Subtraktion positiv sein. Sind die Ergebnisse kleiner oder gleich null, bedeutet dies nach unserer Definition, dass die Studenten in Einklang mit ihrer ethischen Bewertung handeln würden ($d = 0$) oder sich sogar ethischer verhielten ($d < 0$). Ein Maximalwert von 4 liegt dann vor, wenn ein Student eine Handlung als sehr unethisch bewertet (1), diese aber selbst sehr wahrscheinlich vollziehen würde (5).



dere hingegen tut (vgl. Precht 2010, S. 240). Hier wäre es so, dass die Studenten die Handlungen zwar als unethisch bewerten, sie selbst aber vollziehen würden. Hingegen könnte die Verzerrung aber auch auf eine demütige Selbsteinschätzung der Befragten hindeuten. Die Verzerrung könnte demnach als Zugeständnis der eigenen moralischen Schwäche interpretiert werden, wie bereits Aspostel Paulus festhielt: „Das Wollen ist bei mir vorhanden, aber ich vermag das Gute nicht zu verwirklichen“ (Röm 7:18).

Ein positives Ergebnis der zweiten Differenz (\bar{d}_2 Discrepancy 2) bedeutet, dass die Befragten glauben, dass ihre Kommilitonen noch eher bereit sind, unethisch zu handeln. Hingegen zeigt eine negative Differenz im dritten Szenario, dass die Befragten glauben, dass ihre Kommilitonen noch weniger als sie selbst bereit wären, der ältere Dame über die Straße zu helfen. Ein solches Ergebnis kann grundsätzlich dadurch entstehen, dass die Befragten ihre Kommilitonen realistisch einschätzen. Wenn sich aber mehr als 50 % der Befragten für moralisch überlegen halten, kann auch bei dieser Verzerrung von Scheinheiligkeit eines gewissen Anteils der Befragten ausgegangen werden. Einige der befragten Studenten halten sich in diesem Fall für moralisch überlegen, obwohl sie es nicht sein können. So ist es mathematisch unmöglich, dass sich mehr als die Hälfte der Befragten tatsächlich ethischer verhalten kann als der Durchschnitt.

Ordered-Logit-Regression

Nachdem die beiden *ethischen Verzerrungen* deskriptiv ausgewertet wurden, soll geprüft werden, inwieweit soziodemographische Faktoren und persönliche Angaben der potentiellen Unternehmer Einfluss auf das Ausmaß der *ethischen Verzerrungen* haben. Aufgrund der ordinalen Skalierung der abhängigen Variablen (Werte der beiden *Verzerrungen*) wird eine Ordered-Logit-Regression (ordinale logistische Regression) genutzt. Die Verwendung dieses Verfahrens setzt u. a. die Abwesenheit von Multikollinearität der unabhängigen Variablen voraus. Beispielsweise könnten die beiden Variablen „Alter“ und „Semester“ untereinander korreliert sein, da sich ältere Studenten in der Regel in einem höheren Fachsemester befinden. Durch den *Variance Inflation Factor-Test* (VIF-Test) kann diese Problematik überprüft werden. VIF-Werte über 10 werden generell als Indiz für Multikollinearität gesehen (vgl. Hayo und Seifert 2003, S. 335). Da die VIF-Werte in jeder unserer Regressionen unter einem Wert von 4 liegen, kann Multikollinearität ausgeschlossen werden.

Die insgesamt elf potentiellen Einflussfaktoren umfassen neben metrisch skalierten (z. B. Alter und Einkommen) und dichotomen Variablen (z. B. Geschlecht) auch ordinal skalierte Variablen (Religiosität, Selbstbewusstsein und Lebenszufriedenheit). Um ein Ordered-Logit-Modell schätzen zu können, werden Letztgenannte in dichotome Variablen transformiert. Um Unterschiede zwischen den Studienfächern BWL, VWL und den nicht-ökonomischen Fächern zu ermitteln, wurden zudem entsprechende Dummy-Variablen gebildet.



IV. Unternehmerische Scheinheiligkeit?

1. Deskriptive Statistik

Die erste *ethische Verzerrung* hebt die Differenz zwischen der Wahrscheinlichkeit eine gewisse Handlung zu begehen und der ethischen Bewertung hervor. Für die Gesamtgruppe der Befragten besteht im Durchschnitt in allen Szenarien eine *ethische Verzerrung* (siehe \bar{d}_i in Tabelle 1). Die Studenten würden eine als eher unethisch bewertete Handlung tendenziell selbst vollziehen. Das dritte Szenario wird hingegen sehr ethisch bewertet (4,79), der negative Differenzwert zeigt jedoch, dass die Studenten mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit selbst helfen würden (4,49). Wir bezeichnen diese Diskrepanz als „Ethics2Go“-Einstellung^[12]: Analog zu typischen „to go“-Produkten, die zu einer flexibleren Nahrungsaufnahme führen, gehen die Befragten flexibel und möglicherweise *scheinheilig* mit ethisch relevanten Situationen um. Ihnen ist bewusst, dass gewisse Handlungen unethisch sind; sie würden sich selbst aber unethisch verhalten. Wilcoxon's Vorzeichen-Rang-Test und ein t-Test für abhängige Stichproben zeigen, dass sich die ethischen Bewertungen und das eigene intendierte Verhalten signifikant voneinander unterscheiden (siehe Anhang A3).^[13] Auffällig ist die ethische Bewertung (3,26) des ersten Szenarios durch die Studenten. Sie beurteilen das Raubkopieren eines E-Books als ethisch neutral, obwohl die Situation eindeutig eine illegale Handlung beschreibt. Derartige Handlungen gelten jedoch vielfach als Kavaliersdelikt bzw. als beinahe gesellschaftlich akzeptiert (vgl. Bachmann 2007, S. 213); ein möglicher Grund für die ethisch neutrale Bewertung des Szenarios. Allerdings ist selbst in diesem Szenario die durchschnittliche Wahrscheinlichkeit, eine solche Kopie anzunehmen, immer noch höher (4,26) als die ethische Bewertung (3,26).

[12] Von einer *Moral to go*-Einstellung spricht Mohr (2014) im Kontext der Flüchtlingssituation in Deutschland. So empörten sich in der aktuellen Debatte viele Menschen über die „Festung Europa“ und den „Massenfriedhof“ Mittelmeer, wohingegen sich kaum jemand in den Jahren zuvor für die katastrophalen Verhältnisse in den Herkunftsländern interessiert hat.

[13] Aufgrund der nicht-parametrischen Struktur des Datensatzes wird der Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test zur Prüfung der Signifikanz verwendet. Da der t-Test äußerst robust gegen die Verletzung seiner Anwendungsbedingungen (hier: nicht parametrische Daten) reagiert (vgl. Rasch und Guiard 2004, S. 175), wird er zusätzlich zur Bestätigung des Rangsummentests eingesetzt. In diesem Beitrag wird von *signifikanten* Ergebnissen gesprochen, wenn die p-Werte unter einem Wert i. H. v. 0,1 liegen (10 %-Signifikanzniveau). Detaillierte Angaben zu den Signifikanzniveaus der einzelnen Ergebnisse befinden sich im Anhang sowie in der Regressionstabelle.



	Ethische Bewertung (Q1)	\bar{d}_1	Intendiertes Verhalten (Q2)	\bar{d}_2	Erwartetes Verhalten der Kommilitonen (Q3)
E-Book	3,26	1,00	4,26	0,17	4,43
selbstständig	3,29	1,11	4,39	0,04	4,43
andere	3,26	0,98	4,24	0,19	4,43
Klausur	2,62	1,26	3,88	0,39	4,27
selbstständig	2,63	1,29	3,91	0,29	4,20
andere	2,62	1,26	3,88	0,41	4,29
Ältere Dame	4,79	-0,30	4,49	-0,91	3,58
selbstständig	4,75	-0,23	4,52	-0,93	3,59
andere	4,80	-0,32	4,48	-0,90	3,58
Geldbörse	1,51	0,26	1,77	1,13	2,90
selbstständig	1,62	0,34	1,96	1,03	2,99
andere	1,49	0,24	1,73	1,15	2,88


\bar{d}_1 = erste *ethische Verzerrung* (Differenz zwischen Wahrscheinlichkeit, die Handlung zu begehen, und Bewertung der Handlung)

\bar{d}_2 = zweite *ethische Verzerrung* (Differenz zwischen erwarteter Handlung der Kommilitonen und selbst intendierter Handlung)

Tab. 1: *Ethische Verzerrungen* von potentiellen Unternehmern

In drei von vier Szenarien weisen potentielle Unternehmer höhere Differenzwerte auf als die Studenten mit anderen Berufszielen. Diese Studentengruppe würde sich entsprechend weniger in Übereinstimmung mit ihren ethischen Bewertungen verhalten. Ein möglicher Grund kann darin liegen, dass die in der Literatur genannten negativen Aspekte, wie z. B. machiavellistische Persönlichkeitszüge, stärker bei der ethischen Entscheidungsfindung ins Gewicht fallen als eher positive Merkmale (z. B. hohe CMD-Werte, Abhängigkeit von sozialer Anerkennung oder starke Selbstkontrolle). Zur Überprüfung der Signifikanz wird zunächst die Nullhypothese aufgestellt, nach der sich die Differenzwerte der beiden Gruppen nicht signifikant voneinander unterscheiden. Durch den Mann-Whitney U-Test (und bestätigend durch einen t-Test für unabhängige Stichproben) kann diese Hypothese in drei von vier Szenarien widerlegt werden. Die Überprüfung der Alternativhypothese, nach der potentielle Unternehmer eine größere erste Verzerrung aufzeigen, kann in zwei von vier Fällen bestätigt werden (siehe Anhang A4). Die erste Hypothese (H_1), nach der sich potentielle Unternehmer stärker in Übereinstimmung zu ihren ethischen Bewertungen verhalten würden, muss damit auf Grundlage der vorliegenden Datenbasis verworfen werden.

Die zweite *ethische Verzerrung* bezieht sich auf die Differenz zwischen der Selbstwahrnehmung und Einschätzung der Kommilitonen. Die für die Gesamtgruppe signifikanten Differenzwerte (siehe in Tabelle 1 und Anhang A3) zeigen, dass die Befragten glauben, dass ihre Kommilitonen noch eher bereit sind als sie selbst, eine unethische Handlung zu begehen. Im Kontrollszenario glau-



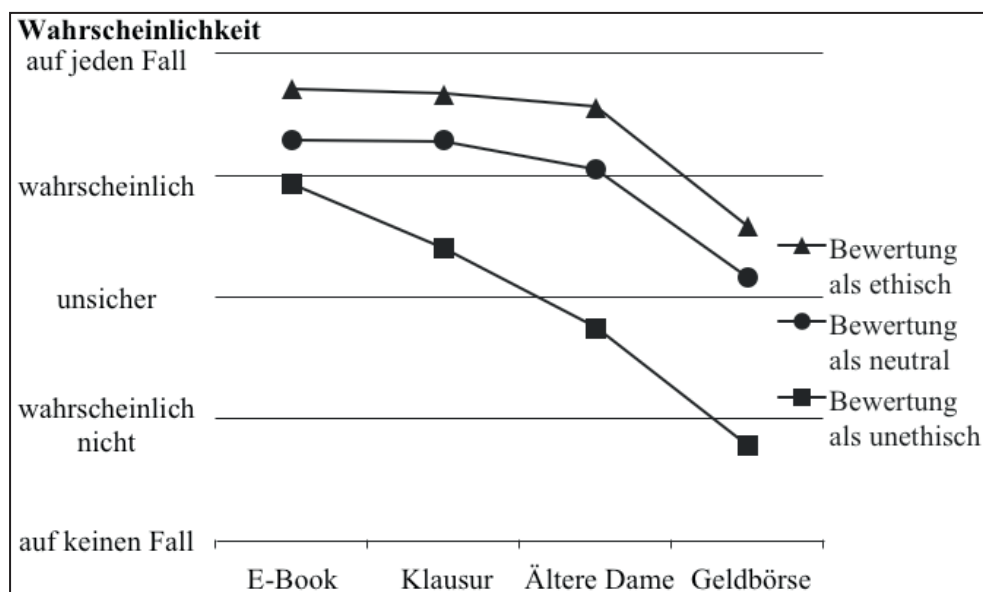
ben die Befragten hingegen, dass ihre Kommilitonen noch weniger dazu bereit wären, der älteren Dame über die Straße zu helfen.

Wie bereits in der Literatur angeklungen, tendieren Menschen häufig zu einer überoptimistischen Sicht auf ihre eigenen Fähigkeiten. Beispielsweise halten sich 90 % aller Autofahrer für überdurchschnittlich. Kahneman bezeichnet dies als *above-average-Effekt* (vgl. Kahneman 2011, S. 320 f.). Interessanterweise glauben in der vorliegenden Studie deutlich mehr als 50 % der Befragten (in zwei von vier Szenarien), ihren Kommilitonen gegenüber moralisch überlegen zu sein. Die Ergebnisse der vorliegenden Studie weisen demnach auf einen *above-moral-average-Effekt* hin. Zumindest der Teil der Befragten, der sich unberechtigter Weise als moralisch überlegen einstuft, kann somit als *scheinheilig* eingestuft werden.

Durch einen Vergleich der Ergebnisse von potentiellen Unternehmern und Studenten mit anderen Berufszielen wird deutlich, dass die letztgenannte Gruppe in alle Szenarien (mit Ausnahme des Kontrollszenarios) eine negativere Sichtweise auf ihre Kommilitonen besitzt. Auch in diesem Fall kann durch den Mann-Whitney U-Test und durch einen t-Test für unabhängige Stichproben die Nullhypothese verworfen werden, nach der keine signifikanten Unterschiede in den Ergebnissen der beiden Gruppen existieren. Durch den t-Test wird zudem deutlich, dass potentielle Unternehmer eine signifikant geringere Verzerrung vorweisen als ihre Vergleichsgruppe (siehe Anhang A4). Die oft festgestellte *Overconfidence* von Unternehmern lässt sich zwar in diesem Datensatz in einem ethischen Kontext bestätigen, sie ist jedoch unter Studenten mit anderen Berufszielen noch stärker ausgeprägt. Somit muss auch die zweite Hypothese (H₂), nach der potentielle Unternehmer in höherem Maße der Überzeugung sind, moralisch überlegen zu sein, verworfen werden.

Zur tiefergehenden Interpretation der Ergebnisse kann die Gruppe der potentiellen Unternehmer in drei Untergruppen unterteilt werden: Studenten, die die Szenarien als (eher) unethisch, neutral oder (eher) ethisch einschätzen. Lowhorn et al. (2013, S. 94) vermuten, dass diejenigen Studenten, die entsprechende Handlungen als ethisch (unethisch) bewerten, eher (weniger) bereit sind, sie selbst zu vollziehen (siehe Frage 2). Zudem nehmen die Autoren an, dass Studenten, die die Szenarien als ethisch (unethisch) bewerten, auch eher (weniger) von ihren Kommilitonen derartige Handlungen erwarten (siehe Frage 3).

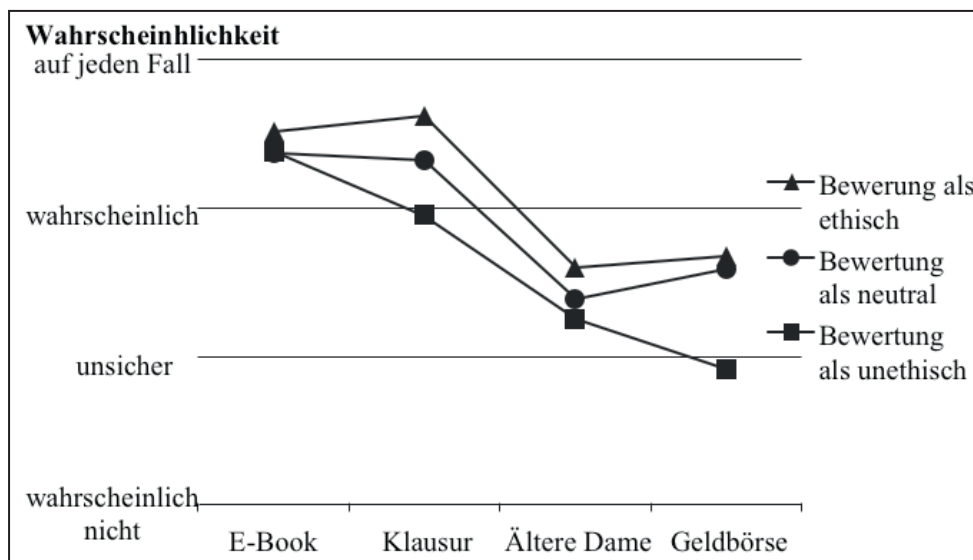
Wird die intendierte Handlung in Abhängigkeit zu der eigenen ethischen Bewertung betrachtet, zeigt sich, dass die entsprechenden Handlungen mit einer höheren Wahrscheinlichkeit durchgeführt werden (siehe Tabelle 2), wenn sie durch die Befragten als ethisch eingeschätzt werden (E-Book: n = 157; Klausur: n = 86; Ältere Dame: n = 330; Geldbörse: n = 12).



Tab. 2: Wahrscheinlichkeit, die Handlung selbst zu vollziehen, in Abhängigkeit von der ethischen Bewertung

Das dritte Szenario wird von 94 % der Befragten als ethisch beurteilt. Das Szenario wurde eindeutig als ethische Handlung formuliert, um systematisches Antwortverhalten der Studenten offenzulegen (Kontrollscenario). Hingegen wird das Geldbörse-Szenario nur von sehr wenigen Studenten als ethisch eingestuft. Diese Studenten würden die Handlung jedoch mit der vergleichsweise größten Wahrscheinlichkeit selbst vollziehen. Studenten, die die Handlung als unethisch bewerten (E-Book: n = 87; Klausur: n = 184; Ältere Dame: n = 4; Geldbörse: n = 308) würden mit einer geringeren (zum Teil aber dennoch hohen) Wahrscheinlichkeit derartig handeln. Für Studenten, die die Szenarien als ethisch neutral einschätzen, liegt die Wahrscheinlichkeit zwischen denjenigen der anderen Gruppen. Diese Trends sind in allen Szenarien offensichtlich.

Eine Betrachtung der erwarteten Handlung der Kommilitonen in Abhängigkeit von der eigenen ethischen Bewertung führt zu weniger eindeutigen Ergebnissen (siehe Tabelle 3). Obwohl das erste Szenario (E-Book) eine illegale Handlung beschreibt, wird sie von vielen Studenten als ethisch (neutral) bewertet. Interessanterweise werden die Kommilitonen in dieser Situation unabhängig vom eigenen ethischen Urteil nahezu gleich eingeschätzt. Alle Befragten erwarten, dass ihre Kommilitonen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit eine Kopie des E-Books annehmen würden; ein Zeichen für die gesellschaftliche Akzeptanz eines solchen Vorgehens.



Tab. 3: Wahrscheinlichkeit, dass Kommilitone Handlung vollzieht, in Abhängigkeit von der ethischen Bewertung

Im zweiten und dritten Szenario zeichnet sich hingegen ab, dass die Einschätzung der Kommilitonen von der eigenen ethischen Bewertung der jeweiligen Situation abhängen kann. Studenten mit einer ethischen (unethischen) Einschätzung des Szenarios glauben auch eher (weniger), dass ihre Kommilitonen derartig handeln würden. Schließlich existieren die gleichen Tendenzen im vierten Szenario, in welchem der Unterschied zwischen Studenten mit ethischer und neutraler Bewertung jedoch äußerst gering ist.

Regressionsergebnisse

Der Datensatz umfasst eine Vielzahl soziodemographischer und persönlicher Angaben der befragten Studenten. Zur Ermittlung des Einflusses dieser möglichen Determinanten auf die beiden *ethischen Verzerrungen* führen wir Ordered-Logit-Regressionen für jedes Szenario durch.^[14] Tabelle 4 zeigt eine Zusammenfassung derjenigen Variablen, die die signifikantesten Effekte auf die

[14] Um die Robustheit der Ergebnisse zu untermauern, wurde erstens eine Ordered-Probit-Regression durchgeführt, die zu vergleichbaren Ergebnissen kam. Zweitens wurde die abhängige Variable dichotomisiert. Dies bedeutet, dass die abhängige Variable nur noch zwei Ausprägungen besitzt, nämlich ob bei den Studenten eine *ethische Verzerrung* vorliegt oder nicht. Die Regression eines entsprechenden Probit-Modells bestätigt die Ergebnisse der vorher angewandten Regressionsmodelle.



ethischen Verzerrungen der potentiellen Unternehmer aufweisen.^[15] Die weiteren Variablen zeigen szenarioübergreifend keine eindeutigen Einflussrichtungen (siehe Anhang A5).

	Verzerrung 1				Verzerrung 2			
	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörse	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörsee
Geschlecht								
männlich	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
weiblich	-0.11 (0.23)	-0.21 (0.23)	0.94 (0.26)***	-0.62 (0.25)**	0.68 (0.26)***	0.19 (0.26)	-0.35 (0.24)	1.06 (0.24)***
Studienfach								
Nicht-Ökonomen	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
VWL	0.39 (0.40)	0.50 (0.39)	0.73 (0.44)*	0.05 (0.43)	0.19 (0.44)	-0.89 (0.44)**	-0.06 (0.40)	-0.49 (0.39)
BWL	0.90 (0.38)**	0.93 (0.36)**	0.78 (0.41)*	0.80 (0.40)**	0.25 (0.41)	-0.94 (0.41)**	-0.49 (0.38)	-0.09 (0.37)
Religiosität								
(eher) unreli-giös	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
neutral	-0.19 (0.30)	-0.38 (0.31)	0.35 (0.36)	-0.77 (0.34)	0.57 (0.35)	-0.08 (0.35)	0.18 (0.31)	0.18 (0.31)
(eher) religiös	-0.21 (0.28)	0.38 (0.27)	0.66 (0.31)**	-0.81 (0.30)***	1.04 (0.31)***	0.57 (0.31)***	-0.28 (0.28)	0.34 (0.28)
n	302	300	302	302	301	300	302	301

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$; Standardfehler in Klammern; RG = Referenzgruppe

Tab. 4: Zusammengefasste Ergebnisse der Ordered-Logit-Regression^[16]

Unter geschlechterspezifischem Blickwinkel ist festzustellen, dass die erste *ethische Verzerrung* weniger stark unter Frauen ausgeprägt ist.^[17] Potentielle Unternehmerinnen verhielten sich demnach eher in Übereinstimmung mit ihrer ethischen Bewertung und wären somit weniger *scheinheilig* als die männliche Referenzgruppe (RG). Dies gilt besonders für das Geldbörse-Szenario (signifikant auf dem 5 % Niveau). Zudem bestätigt dieses Ergebnis viele Studien, nach denen sich Frauen

[15] Die vollständigen Regressionsergebnisse können Anhang A5 entnommen werden.

[16] Das dritte Szenario („Ältere Dame“) bedarf in dieser Tabelle erneut einer umgekehrten Interpretation. Während bei den anderen Szenarien ein positiver Koeffizient aussagt, dass eine höhere Wahrscheinlichkeit vorliegt, eine stärker ausgeprägte ethische Verzerrung zu haben, so gilt dies im Ältere Dame-Szenario für einen negativen Koeffizienten.

[17] Statistisch lassen sich die Regressionsergebnisse wie folgt interpretieren: Ein Anstieg der unabhängigen Variable um eine Einheit (hier: vom männlich zu weiblich) bewirkt eine Verringerung der log odds, welche somit eine geringere Wahrscheinlichkeit ausdrücken, eine hohe *ethische Verzerrung* zu haben.

in Entscheidungssituationen ethischer Verhalten als Männer (vgl. Arlow 1991, S. 66 f.; Beltramini et al. 1984, S. 197; Conroy und Emerson 2004, S. 389; Iyer und Eastman 2006, S. 106; McCabe et al. 1991, S. 957; Ruegger und King 1992, S. 184).

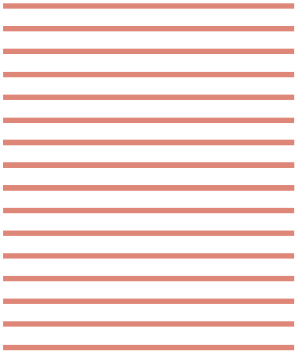
Was die zweite *ethische Verzerrung* betrifft, so haben potentielle Unternehmerinnen eine negativere Sicht auf ihre Kommilitonen. Sie glauben mit einer (in zwei Fällen hochsignifikant) höheren Wahrscheinlichkeit als ihre männlichen Pendanten, dass ihre Kommilitonen noch eher bereit sind, sich unethisch zu verhalten als sie selbst. Dass Männer und Frauen in der ethischen Bewertung des Verhaltens anderer unterschiedlich agieren, findet z. B. auch Schminke (1997, S. 64) heraus.

Potentielle Unternehmer, die ein wirtschaftswissenschaftliches Studium durchlaufen, weisen in drei von vier Szenarien eine größere Verzerrung zwischen der ethischen Bewertung und der eigenen intendierten Handlung auf (*ethische Verzerrung 1*), als es bei potentiellen Unternehmern aus anderen Studienrichtungen der Fall ist.^[18] Dies gilt insbesondere für Studenten der Betriebswirtschaftslehre. Eine mögliche Erklärung für diese besonders starke Verzerrung unter BWL-Studenten könnte in der starken Ausrichtung akademischer Lehrinhalte auf die Rational-Choice-Theorie liegen. Die diesem Ansatz zugrunde liegenden Verhaltensannahmen könnten die Studenten zu einem rational-egoistischem und somit möglicherweise unethischem (hier: scheinheiligem) Verhalten beeinflussen (vgl. Blais und Young 1999, S. 39; Frank et al. 1993, S. 167; Ghoshal 2005, S. 82; Haucap and Just 2010, S. 246; Stigler 1959, S. 528). Hingegen unterscheiden sich potentielle Unternehmer mit und ohne wirtschaftswissenschaftlichem Studienhintergrund nicht signifikant (mit Ausnahme des Klausur-Szenarios) hinsichtlich der zweiten *ethischen Verzerrung*.

Auch die Religiosität der Befragten hat einen Einfluss auf die beiden *ethischen Verzerrungen*. So zeichnen sich potentielle Unternehmer, die sich selbst als religiös einstufen, durch eine geringere erste *ethische Verzerrung* aus. Sie würden sich also eher entsprechend ihrer Bewertung verhalten als weniger religiöse Studenten. Die Unterschiede sind in zwei von vier Szenarien mindestens auf dem 5 % Niveau signifikant. Ein möglicher Grund mag darin liegen, dass Religiosität oft auch mit kodifizierten ethischen Wertvorstellungen (z. B. die Zehn Gebote) verbunden ist, an die es sich zu halten gilt (vgl. Baumeister und Exline 1999, S. 1166). Ergo stehen die Ergebnisse in Einklang mit vielen Studien, die einen positiven Zusammenhang von ethischem Verhalten und Religiosität aufzeigen (vgl. Conroy und Emerson 2004, S. 388; Lam und Hung 2005, S. 210; Senger 1970, S. 179 ff., Longenecker et al. 2004, S. 384).

Die zweite *ethische Verzerrung* ist in zwei von vier Szenarien (auf dem 1 % Niveau) signifikant höher in der Gruppe derer, die sich als religiös einschätzen. Dies bedeutet, dass mit steigender Religiosität eine negativere Sicht auf die Kommilitonen einhergeht. Dieser Zusammenhang erinnert an die Parabel aus dem Lukasevangelium (Lk 18, 9-14), in der ein sich selbst als sehr religiös einschätzender Pharisäer auf einen sündigen Zöllner herabschaut. Übertragen auf den

[18] Zu einem Vergleich des ethischen Entscheidungsverhaltens von Studenten mit und ohne wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund, siehe Schleithoff und Sendker 2015b.



vorliegenden Datensatz bedeutet dies, dass religiöse potentielle Unternehmer „pharisäerhafteres“ Verhalten offenbaren im Vergleich zur Referenzgruppe der Befragten, die sich selbst als eher unreligiös eingeschätzt haben.

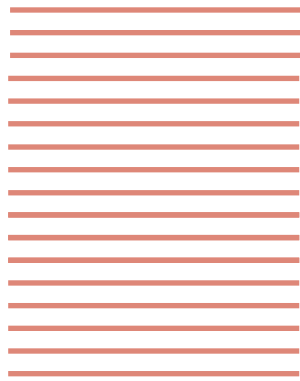
V. Fazit und didaktischer Ausblick

In dieser Studie wurden die *ethischen Verzerrungen* unter potentiellen Unternehmern in Abgrenzung zu Studenten mit anderen Berufszielen gemessen. Dabei lassen sich folgende zentrale Erkenntnisse festhalten: Die beiden überprüften Verzerrungen liegen bei beiden untersuchten Studentengruppen vor. Die Ergebnisse lassen sich in unterschiedlicher Hinsicht interpretieren: Einerseits können die Verzerrungen als doppelte Scheinheiligkeit aufgefasst werden. Andererseits kann die erste *ethische Verzerrung* aber auch auf dem Eingeständnis der eigenen moralischen Schwäche beruhen und die zweite *Verzerrung* (zumindest für einen Teil der Befragten) eine realistische Einschätzung der Kommilitonen darstellen.

Genauer betrachtet ist die erste *ethische Verzerrung* unter potentiellen Unternehmern stärker ausgeprägt. Das heißt, dass sie weniger in Übereinstimmung mit ihrem ethischen Urteil handeln als Studenten mit anderen Berufszielen. Sie bewerten eine Handlung als unethisch, sind aber stärker dazu geneigt, diese selbst zu begehen. Hinsichtlich der zweiten ethischen Verzerrung lässt sich ein umgekehrtes Ergebnis feststellen: Studenten mit anderen Berufszielen haben ein negativeres Bild von ihren Kommilitonen als potentielle Unternehmer. Sie glauben mit einer größeren Wahrscheinlichkeit, dass ihre Kommilitonen noch eher eine unethische Handlung vollziehen würden als sie selbst. Interessanterweise schätzen sich (in zwei von vier Szenarien) deutlich mehr als 50 % der Befragten als moralisch überlegen ein, was jedoch logisch nicht möglich ist und somit eine weitere Form von Scheinheiligkeit zum Ausdruck bringt.

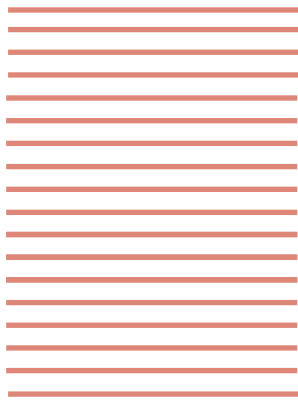
Nach alledem lässt sich also festhalten: In Anlehnung an den bekannten Ausspruch Johann Nepomuk Nestroy's („Der Mensch ist guat, nur die Leut san a Gsindl“) ist der Mensch eben nicht zwangsläufig *guat*, wenn man bedenkt, dass er sich nicht an seine eigene Moral hält (*ethische Verzerrung 1*). Zumindest was das Verhalten der anderen *Leut* angeht, so werden diese tendenziell als *Gsindl* eingeschätzt (*ethische Verzerrung 2*), da sie sich vermeintlich noch unethischer handeln würden als man selbst.

Ein möglicher didaktischer Ansatzpunkt zur Stärkung der moralischen Selbstbindungsfähigkeit könnte darin liegen, den Studenten ihre eigene Scheinheiligkeit bewusst zu machen. Aronson et al. (1991, S. 1636 ff.) untersuchen in einem Laborexperiment das sexuelle Verhütungsverhalten von jungen Erwachsenen, um Alternativen zu den in geringem Maße anschlagenden AIDS-Aufklärungsprogrammen zu erarbeiten. Dabei stellen sie zunächst eine Diskrepanz dahingehend fest, dass die Befragten zwar den Gebrauch von Präservativen beispielsweise ihren jüngeren Geschwistern predigen würden, jedoch selbst in ihrer eigenen Vergangenheit nicht immer verhütet hätten. Zuerst sollte eine Teilgruppe ihr eigenes sexuelles Fehlverhalten detailliert beschreiben. Daraufhin



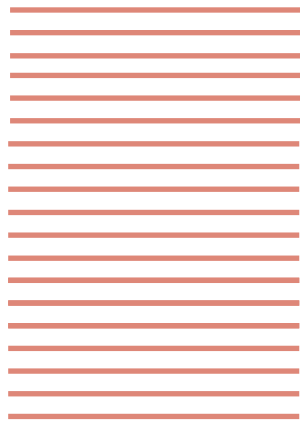
sollten sie eine kurze Rede vorbereiten und vortragen, in der sie zu verhütetem Geschlechtsverkehr im Rahmen eines Programms zur Aidsprävention ermuntern sollten. Eine weitere Teilgruppe sollte hingegen nur die Rede halten, ohne vorher über ihr eigenes Fehlverhalten nachzudenken. Dabei wurde der ersten Gruppen durch das zweistufige Verfahren ihre eigene Scheinheiligkeit deutlich gemacht. Es zeigt sich, dass gerade diese Gruppe eine stärkere Verhaltensänderung hin zu mehr Verhütung anstrebt als die Kontrollgruppe.

Übertragen auf den Kontext ethischen Entscheidungsverhaltens potentieller Unternehmer könnte ein Verfahren zur Verringerung der ersten *ethischen Verzerrung* wie folgt aussehen: Analog zu Aronson et al. (1991) könnten die Studenten beispielsweise in einem Unternehmensgründungsseminar zunächst über ihr Fehlverhalten (im Bereich von Raubkopien) reflektieren und im Anschluss eine Rede vor einer Kleingruppe halten, in der sie für die Einhaltung des Urheberrechts plädieren. In einem weiteren Schritt ist es wichtig, einen Transfer in den Unternehmenskontext herzustellen (z. B. illegales Kopieren von Konkurrenzprodukten) und die Studenten somit auf mögliche ethische Fallstricke in der Praxis aufmerksam zu machen.

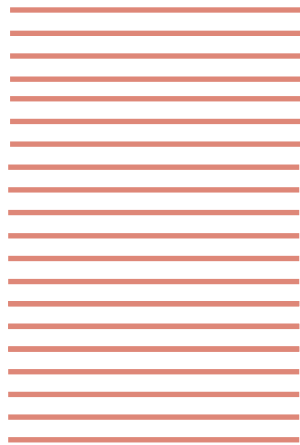


Literatur

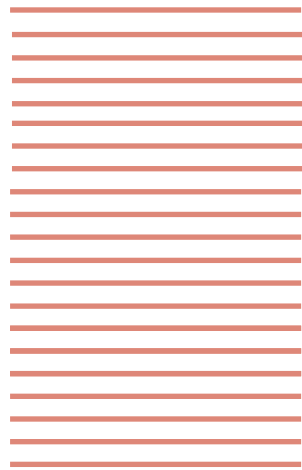
- Aknin**, Lara B., Elizabeth W. Dunn und Michael I. Norton (2012), Happiness Runs in a Curricular Motion: Evidence for a Positive Feedback Loop between Prosocial Spending and Happiness, *Journal of Happiness Studies*, Vol. 13, S. 347-355.
- Aldrich**, Howard E. und Marlene C. Fiol (1994), Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation, *The Academy of Management Review*, Vol. 19, S. 645-670.
- Aristoteles** (1943), Politik, Leipzig.
- Arlow**, Peter (1991), Personal Characteristics in College Students' Evaluations of Business Ethics and Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, Vol. 10, S. 63-69.
- Armitage**, Christopher J. und Mark Conner (2001), Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: a meta-analytic review, *British Journal of Social Psychology*, Vol. 40, S. 471-499.
- Aronson**, Elliot (1992), The Return of the Repressed: Dissonance Theory Makes a Comeback, *Psychological Inquiry*, Vol. 3, S. 303-311.
- Aronson**, Elliot und David R. Mettee (1968), Dishonest Behavior as a Function of Differential Levels of induced Self-Esteem, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 9, S. 121-127.
- Aronson**, Elliot, Carrie Fried und Jeff Stone (1991), Overcoming Denial and Increasing the Intention to Use Condoms through the Induction of Hypocrisy, *American Journal of Public Health*, Vol. 81, S. 1636-1638.
- Ayal**, Shahar und Francesca Gino (2011), Honest Rationales for Dishonest Behavior, in: Mikulincer, Mario und Phillip R. Shaver (Hg.), *The Social Psychology of Morality: Exploring the Causes of Good and Evil*, Washington, D.C., S. 149-166.
- Bachmann**, Michael (2007), Lesson Spurned? Reactions of Online Music Pirates to Legal Prosecutions by the RIAA, *International Journal of Cyber Criminology*, Vol. 1, S. 213-227.
- Baldwin**, Alan (2015), Ecclestone defends Blatter, supports Putin, REUTERS vom 16.10.2015; URL: <http://www.reuters.com/article/us-motor-racing-ecclestone-idUSKCN0SA2BJ20151016> (abgerufen am 27.02.2016).



- Banaji**, Mahzarin R., Max H. Bazerman und Dolly Chugh (2003), How (Un)Ethical Are You?, Harvard Business Review, December Issue, S. 56-64.
- Barkan**, Rachel, Shahar Ayal, Francesca Gino und Dan Ariely (2012), The Pot Calling the Kettle Black: Distancing Response to Ethical Dissonance, Journal of Experimental Psychology: General, Vol. 141, S. 757-773.
- Baumeister**, Roy F. und Julie J. Exline (1999), Virtue, Personality, and Social Relations: Self-Control as the Moral Muscle, Journal of Personality, Vol. 67, S. 1165-1194.
- Bazerman**, Max H. und Ann E. Tenbrunsel (2011a), Blind Spots: Why we fail to do what's right and what to do about it, Princeton, NJ.
- Bazerman**, Max H. und Ann E. Tenbrunsel (2011b), Ethical Breakdowns, Harvard Business Review, April Issue, S. 58-65.
- Beltramini**, Richard F., Robert A. Peterson und George Kozmetsky (1984), Concerns of College Students Regarding Business Ethics, Journal of Business Ethics, Vol. 3, S. 195-200.
- Blais**, André und Robert Young (1999), Why do people vote? An experiment in rationality, Public Choice, Vol. 99, S. 39-55.
- Busenitz**, Lowell W. (1999), Entrepreneurial Risk and Decision Making: It's a Matter of Perspective, Journal of Applied Behavioral Science, Vol. 35, S. 325-340.
- Christie**, Richard und Florence L. Geis (1970), Overview of experimental Research, in: Christie, Richard und Florence L. Geis (Hg.), Studies in Machiavellianism, New York, S. 314-338.
- Collins**, Orvis F. und David G. Moore (1970), The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs, New York.
- Conroy**, Stephen J. und Tisha L. Emerson (2004), Business Ethics and Religion: Religiosity as a Predictor of Ethical Awareness among students, Journal of Business Ethics, Vol. 50, S. 383-396.
- Elm**, Dawn R. und Mary L. Nichols (1993), An Investigation of the Moral Reasoning of Managers, Journal of Business Ethics, Vol. 12, S. 817-833.
- Fabian**, Gregor und Kolja Briedis (2009), Aufgestiegen und erfolgreich: Ergebnisse der dritten HIS-Absolventenbefragung des Jahrgangs 1997 zehn Jahre nach dem Examen, Hannover.
- Festinger**, Leon (1957), A theory of cognitive dissonance. Evanston.



- FIA** (2015), Ethics Committee, URL: <http://www.fia.com/about-fia/governance/ethics-committee> (abgerufen am 27.02.2016).
- Frank**, Robert H., Thomas Gilovich und Dennis T. Regan (1993), Does studying economics inhibit cooperation?, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 7, S. 159-171.
- Ghoshal**, Sumantra (2005), Bad Management Theories Destroy Good Management Practices, *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 4, S. 75-91.
- Glover**, Saundra H., Minnette A. Bumpus, John E. Logan und James R. Ciesla (1997), Re-examining the Influence of Individual Values on Ethical Decision Making, *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, S. 1319-1329.
- Graf**, Richard G. (1971), Induced Self-Esteem as a Determinant of Behavior, *Journal of Social Psychology*, Vol. 85, S. 213-217.
- Hannafey**, Francis T. (2003), Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review, *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, S. 99-110.
- Haucap**, Justus und Tobias Just (2010), Not guilty? Another look at the nature and nurture of economic students, *European Journal of Law and Economics*, Vol. 29, S. 239-254.
- Hayo**, Bernd und Wolfgang Seifert (2003), Subjective economic well-being in Eastern Europe, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 24, S. 329-348.
- Hegarty**, W. Harvey und Henry P. Sims (1978), Some Determinants of Unethical Decision Behavior: An experiment, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 63, S. 451-457.
- Heine**, Heinrich (1844), *Deutschland, ein Wintermärchen*, Hamburg.
- Heinrichs**, Karin, Gerhard Minnameier und Klaus Beck (2014), Ethical and Moral Considerations on Entrepreneurship Education, in: Weber, Susanne, Fritz K. Oser, Frank Achtenhagen, Michael Fretschner und Sandra Trost (Hg.), *Becoming an Entrepreneur*, Rotterdam, S. 197-215.
- Hisrich**, Robert D. (1990), Entrepreneurship/Intrapreneurship, *American Psychologist*, Vol. 45, S. 209-222.
- Irwin**, John F. und Daniel L. Real (2010), Unconscious Influences on Judicial Decision-Making: The Illusion of Objectivity, *McGeorge Law Review*, Vol. 43, S. 1-20.
- Iyer**, Rajesh und Jacqueline J. Eastman (2006), Academic Dishonesty: Are Business Students Different From Other College Students, *Journal of Education for Business*, Vol. 82, S. 101-110.



Jaafar, Nik A., Nik A. Mahmood und Ahmad Y. Yasin (2011), Students' Entrepreneurial Inclination at a Malaysian Polytechnic: A Preliminary Investigation, *International Education Studies*, Vol. 4, S. 198-207.

Jain, Kamal K., Manjit S. Sandhu und Mohar Yusof (2010), Entrepreneurial Inclination of Students at a Private University in Malaysia, *New England Journal of Entrepreneurship*, Vol. 13, S. 61-72.

James, Harvey S. und Athanasios G. Chymis (2004), Are Happy People Ethical People? Evidence from North America and Europe, Department of Agricultural Economics, Working Paper No. AEWP 2004-08.

Johnson, Bradley R. (1990), Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 14, S. 39-54.

Kahneman, Daniel (2011), *Schnelles Denken, Langsames Denken*, München.

Karayiannis, Anastassios D. (1992), Entrepreneurship in Classical Greek Literature, *South African Journal of Economics*, Vol. 60, S. 37-51.

Keat, Ooi Y., Christopher Selvarajah und Denny Meyer (2011), Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2, S. 206-220.

Koh, Hian C. (1996), Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11, S. 12-25.

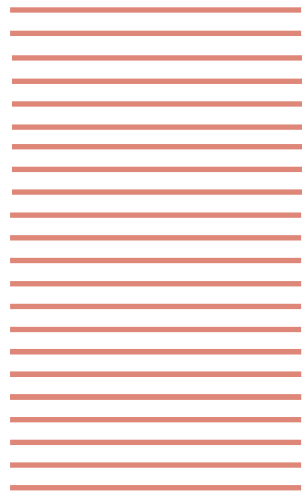
Kohlberg, Lawrence (1984), Moral Stages and Moralization: The Cognitive-Developmental Approach, in: Kohlberg, Lawrence (Hg.), *The psychology of moral development: The nature and validity of moral stages*, San Francisco, S. 170-205.

Kuratko, Donald F. (2014), *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, Mason.

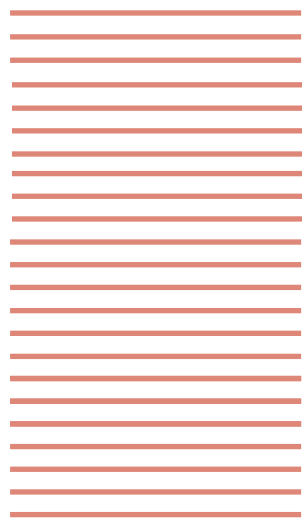
Lam, Kit-Chun und Bill W. Hung (2005), Ethics, Income and Religion, *Journal of Business Ethics*, Vol. 61, S. 199-214.

Longenecker, Justin G., Joseph A. McKinney und Carlos W. Moore (1988), Egoism and independence: Entrepreneurial ethics, *Organizational Dynamics*, Vol. 16, S. 64-72.

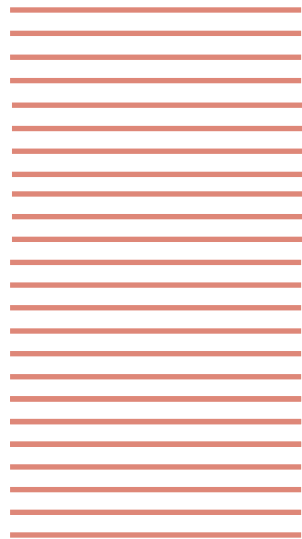
Longenecker, Justin G., Joseph A. McKinney und Carlos W. Moore (2004), Religious Intensity, Evangelical Christianity, and Business Ethics, *Journal of Business Ethics*, Vol. 55, S. 373-386.



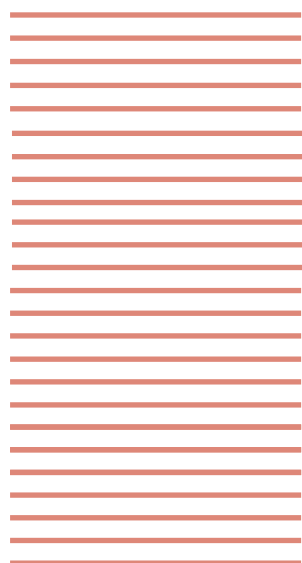
- Longenecker**, Justin G., Carlos W. Moore, J. William Petty, Leslie E. Palich und Joseph A. McKinney (2006), Ethical Attitudes in Small Businesses and Large Corporations: Theory and Empirical Findings from a Tracking Study Spanning Three Decades, *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, S. 167-183.
- Lowhorn**, Greg L., Eric D. Bostwick und Lonnie D. Smith (2013), Do Business Students Have an Ethical Blind Spot?, *Journal of Business Ethics Education*, Vol. 10, S. 83-102.
- Machiavelli**, Niccolo (2009), *Der Fürst*, Hamburg.
- Mayo**, Michael A. (1991), Ethical Problems Encountered by U.S. Small Businesses in International Marketing, *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, S. 51-59.
- McCabe**, Donald L., Janet M. Dukerich und Jane E. Dutton (1991), Context, Values and Moral Dilemmas: Comparing the Choices of Business and Law School Students, *Journal of Business Ethics*, Vol. 10, S. 951-960.
- McClelland**, David C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton.
- McVea**, John F. (2009), A field study of entrepreneurial decision-making and moral imagination, *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, S. 491-504.
- Metzger**, Georg (2015), *KfW-Gründungsmonitor 2015*, Frankfurt.
- Mitton**, Daryl G. (1989), The Compleat Entrepreneur, *Entrepreneurship Theorg and Practice*, Vol. 14, S. 9-19.
- Mohr**, Reinhard (2014), Unsere Flüchtlinge und die neue Gratis-Moral, in: *Die Welt* vom 3.12.2014, URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article134919326/Unsere-Fluechtlinge-und-die-neue-Gratis-Moral.html> (abgerufen am 25.02.2016).
- Morris**, Michael H., Minet Schindehutte, John Walton und Jeffrey Allen (2002), The Ethical Context of Entrepreneurship: Proposing and Testing a Developmental Framework, *Journal of Business Ethics*, Vol. 40, S. 331-361.
- Nederhof**, Anton J. (1985), Methods of coping with social desirability bias: a review, *European Journal of Social Psychology*, Vol. 15, S. 263-280.
- Precht**, Richard D. (2010), *Die Kunst, kein Egoist zu sein - Warum wir gerne gut sein wolllen und was uns davon abhält*, München.
- Pronin**, Emily, Lee Ross und Thomas Gilovich (2004), Objectivity in the Eye of the Beholder: Divergent Perceptions of Bias in Self Versus Others, *Psychological Review*, Vol. 111, S. 781-799.



- Raab**, Monika (1993), *Männliche Richter - weibliche Angeklagte: Einstellungen zu Alltagstheorien von Strafrichtern*, Bonn.
- Rachlinski**, Jeffrey J., Sheri L. Johnson, Andrew J. Wistrich und Chris Guthrie (2009), *Does Unconscious Racial Bias Affect Trial Judges?*, *Notre Dame Law Review*, Vol. 84, S. 1195-1221.
- Ramamurti**, Ravi (1986), *Public Entrepreneurs: Who They Are and How They Operate*, *California Management Review*, Vol. 28, S. 142-158.
- Rasch**, Dieter und Volker Guiard (2004), *The robustness of parametric statistical methods*, *Psychology Science*, Vol. 46, S. 175-208.
- Rest**, James R. (1979), *Development in judging moral issues*, Minneapolis.
- Robinson**, Peter B., David V. Stimpson und Jonathan C. Huefner (1991), *An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship*, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 15, S. 13-31.
- Ruegger**, Durwood und Ernest W. King (1992), *A Study of the Effect of Age and Gender upon Student Business Ethics*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, S. 179-186.
- Schaal**, Sebastian (2014), *100 Millionen Dollar für die Freiheit*, *Wirtschaftswoche Online* vom 05.08.2014, URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/bernie-ecclestone-100-millionen-dollar-fuer-die-freiheit/10292280-all.html> (abgerufen am 27.02.2016).
- Schleithoff**, Fabian und Michael B. Sendker (2015a), *Ethic2Go and Pharisee Effect: The Ethical Discrepancies of Economists*, *Zeitschrift für Marktwirtschaft und Ethik*, Nr. 5, S. 55-75.
- Schleithoff**, Fabian und Michael B. Sendker (2015b), *Who is more of a Pharisee? Ethical Decision Making of Economists and Non-Economists*, bislang unveröffentlichtes Manuskript.
- Schminke**, Marshall (1997), *Gender Differences in Ethical Frameworks and Evaluation of Other's Choices in Ethical Dilemmas*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 16, S. 55-65.
- Schumpeter**, Joseph A. (2005), *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, 8. Auflage, Tübingen und Basel.
- Senger**, John (1970), *The Religious Manager*, in: *Academy of Management Journal*, Vol. 13, S. 179-186.



- Shariff**, Mohd N. und Mohammad B. Saud (2009), An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, Vol. 4, S. 129-135.
- Solyomossy**, Emeric (1998), *Entrepreneurial Dimensions: The Relationship of Individual, Venture, and Enviromental Factors to Success*, Unpublished doctoral dissertation, Case Western Reserve University.
- Stigler**, George J. (1959), The politics of political economists, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 73, S. 522-532.
- Teal**, Elisabeth J. und Archie B. Carroll (1999), Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different, *Journal of Business Ethics*, Vol. 19, S. 229-240.
- Tesfayohannes**, Mengsteab und Cathy Driscoll (2010), Integrating ethics into entrepreneurship education: An exploratory textbook analysis, *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 13, S. 85-106.
- Thoits**, Peggy A. und Lyndi N. Hewitt (2001), Volunteer Work and Well-Being, *Journal of Health and Social Behavior*, Vol. 42, S. 115-131.
- Trevino**, Linda K., und Stuart A. Youngblood (1990), Bad apples in bad barrels: A causal analysis of ethical decision-making behavior, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 75, S. 378-385.
- Vitell**, Scott J., Erin B. Dickerson und Troy A. Festervand (2000), Ethical Problems, Conflicts and Beliefs of Small Business Professionals, *Journal of Business Ethics*, Vol. 28, S. 15-24.
- von Weizsäcker**, Carl C. (2015), Adaptive Präferenzen und die Legitimierung dezentraler Entscheidungsstrukturen, in: Müller, Christian und Nils Otter (Hg.), *Behavioral Economics und Wirtschaftspolitik*, Stuttgart, S. 67-98.
- Yousaf**, Omar und Fernand Gobet (2013), The Emotional and Attitudinal Consequences of Religious Hypocrisy: Experimental Evidence Using a Cognitive Dissonance Paradigm, *Journal of Social Psychology*, Vol. 153, S. 667-686.



Anhang

A1: Kursübersicht^[19]

Kursübersicht				
Wirtschaftswissenschaften		n	Andere Fachbereiche	n
Volkswirtschaftslehre^[20]			Biologie	218
Wirtschafts-/Unternehmensethik	143		Erziehungswissenschaften (2)	180
Moralökonomik/Wirtschaftsethik	15		Anglistik	33
Unternehmensgründung	24		Germanistik	109
Makroökonomik I	153		Latein (2)	74
Makroökonomik II	99		Rechtswissenschaften	336
Summe VWL		434	Philosophie	13
Betriebswirtschaftslehre			Politikwissenschaften	10
Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens	326		Psychologie	38
Bilanzen	156		Soziologie	118
Summe BWL		482	Theologie ^[21] (3)	161
Summe Ökonomen		916	Summe Nicht-Ökonomen	1.290
			Summe gesamt	2.206

[19] Zahlen in Klammern hinter den Fachbereichen zeigen an, wie viele Kurse im jeweiligen Fachbereich befragt worden sind, sofern mehr als ein Kurs befragt wurde.

[20] Auch wenn der Kurs "Unternehmensgründung" und beide Wirtschaftsethik-Veranstaltungen eher der BWL zugehörig erscheinen, handelte es sich bei der Mehrheit der Befragten um Studenten der VWL.

[21] Theologiestudenten umfassen sowohl Priesteramtskandidaten als auch Lehramtsanwärter oder angehende Lientheologen.

A2: Fragebogen

Szenario A

Student A und Student B belegen das gleiche Seminar. Der Dozent gibt den Studierenden ein e-book als Pflichtlektüre an. Sie sollen dieses e-book bei einem der gängigen Onlinehändler kostenpflichtig erwerben. Student A hat das Buch bereits gekauft und bietet Student B nun an, ihm eine Kopie auf den USB-Stick zu ziehen.

- 3.1 Ist es ethisch korrekt, wenn Student B die Kopie annimmt?
- 3.2 Angenommen, Sie sind der Student: Würden Sie die Kopie annehmen?
- 3.3 Würde - Ihrer Meinung nach - der durchschnittliche Kommilitone die Kopie annehmen?

Szenario B

Student C bereitet sich auf eine wichtige Abschlussprüfung vor. Mit einigen prüfungsrelevanten Vorlesungsthemen hat er große inhaltliche Schwierigkeiten. Er hat große Angst, nicht zu bestehen. Ein Freund von ihm kennt die Klausurfragen.

- 3.4 Ist es ethisch korrekt, wenn Student C die Informationen des Freundes nutzt?
- 3.5 Angenommen, Sie sind der Student: Würden Sie die Informationen nutzen?
- 3.6 Würde - Ihrer Meinung nach - der durchschnittliche Kommilitone die Informationen nutzen?

Szenario C

Eine ältere gehschwache Person steht an einer stark befahrenen Straße und schafft es nicht, diese aus eigener Kraft zu überqueren. Ein Student D hilft der Person über die Straße.

- 3.7 Ist es ethisch korrekt, wenn Student D der Person über die Straße hilft?
- 3.8 Angenommen, Sie sind der Student: Würden Sie der Person über die Straße helfen?
- 3.9 Würde - Ihrer Meinung nach - der durchschnittliche Kommilitone der Person über die Straße helfen?

Szenario D

Student E findet vor der Bibliothek ein Portemonnaie, in dem sich bis auf 50 € Bargeld nichts befindet. Er kann es behalten oder in der Bibliothek abgeben. Student E entschließt sich das Portemonnaie zu behalten.

- 3.10 Ist es ethisch korrekt, wenn Student E das Portemonnaie behält?
- 3.11 Angenommen, Sie sind der Student: Würden Sie das Portemonnaie behalten?
- 3.12 Würde - Ihrer Meinung nach - der durchschnittliche Kommilitone das Portemonnaie behalten?



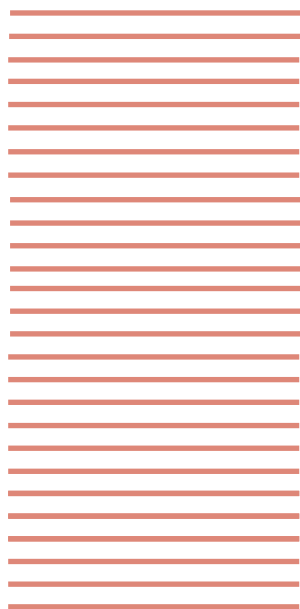
A3: Signifikanz der *ethischen Verzerrungen* für die Gesamtgruppe

Hypothesen	Test	Verzerrung	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörse
Keine Verzerrung	Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test	d_1	0.00	0.00	0.00	0.00
		d_2	0.00	0.00	0.00	0.00
	t-Test	d_1	0.00	0.00	0.00	0.00
		d_2	0.00	0.00	0.00	0.00

A4: Übersicht Signifikanztests zu Gruppenunterschieden

Hypothesen	Test	Verzerrung	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörse
keine Gruppenunterschiede	U-Test	d_1	0.04	0.51	0.05	0.03
		d_2	0.00	0.02	0.73	0.03
	t-Test	d_1	0.03	0.63	0.04	0.04
		d_2	0.00	0.02	0.54	0.04
mean (Untern.) > mean (andere)	t-Test	d_1	0.02	0.32	0.02	0.02
mean (Untern.) < mean (andere)	t-Test	d_2	0.00	0.01	0.27	0.02

A5: Ergebnisse der Ordered-Logit-Regressionen



	Verzerrung 1				Verzerrung 2			
	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörse	E-Book	Klausur	Ältere Dame	Geldbörse
Geschlecht								
männlich	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
weiblich	-0.11 (0.23)	-0.21 (0.23)	0.94 (0.26)***	-0.62 (0.25)**	0.68 (0.26)***	0.19 (0.26)	-0.35 (0.24)	1.06 (0.24)***
Alter	-0.01 (0.05)	-0.02 (0.04)	0.12 (0.04)***	0.03 (0.05)	-0.04 (0.05)	-0.09 (0.05)**	0.05 (0.05)	0.01 (0.04)
Studienfach								
Nicht-Ökonomen	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
VWL	0.39 (0.40)	0.50 (0.39)	0.73 (0.44)*	0.05 (0.43)	0.19 (0.44)	-0.89 (0.44)**	-0.06 (0.40)	-0.49 (0.39)
BWL	0.90 (0.38)**	0.93 (0.36)**	0.78 (0.41)*	0.80 (0.40)**	0.25 (0.41)	-0.94 (0.41)**	-0.49 (0.38)	-0.09 (0.37)
Semester	-0.03 (0.09)	-0.04 (0.09)	-0.15 (0.10)	0.02 (0.10)	0.01 (0.10)	0.05 (0.10)	0.09 (0.09)	-0.04 (0.09)
Abschluss								
Bachelor	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
Master	-0.08 (0.59)	-0.56 (0.57)	-0.47 (0.63)	-0.76 (0.60)	0.83 (0.62)	0.25 (0.61)	0.11 (0.56)	-0.28 (0.54)
anderer	0.21 (0.42)	0.27 (0.41)	0.17 (0.46)	0.45 (0.46)	0.56 (0.46)	0.70 (0.44)	-0.16 (0.43)	0.10 (0.41)
Arbeitserfahrung	0.01 (0.06)	0.12 (0.05)**	0.00 (0.06)	0.09 (0.06)	-0.01 (0.06)	-0.05 (0.06)	-0.12 (0.05)**	0.00 (0.05)
Einkommen	-0.11 (0.09)	0.02 (0.09)	0.02 (0.10)	0.11 (0.10)	0.01 (0.10)	0.14 (0.10)	-0.11 (0.09)	-0.02 (0.09)
Selbstbewusstsein (eher) nicht selbstbewusst	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
neutral	-0.03 (0.64)	-0.08 (0.62)	0.70 (0.70)	0.42 (0.68)	-0.91 (0.73)	-0.96 (0.68)	-0.45 (0.63)	-0.88 (0.68)
(eher) selbstbewusst	-0.56 (0.56)	0.22 (0.52)	0.96 (0.61)	0.36 (0.59)	-1.00 (0.65)	-1.10 (0.58)*	-1.13 (0.55)**	-0.40 (0.59)
Religiosität (eher) unreligiös	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
neutral	-0.19 (0.30)	-0.38 (0.31)	0.35 (0.36)	-0.77 (0.34)**	0.57 (0.35)	-0.08 (0.35)	0.18 (0.31)	0.18 (0.31)
(eher) religiös	-0.21 (0.28)	0.38 (0.27)	0.66 (0.31)**	-0.81 (0.30)***	1.04 (0.31)***	0.57 (0.31)**	-0.28 (0.28)	0.34 (0.28)
Lebenszufriedenheit (eher) unzufrieden	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG	RG
neutral	-0.87 (0.59)	-1.18 (0.57)**	-1.27 (0.68)*	0.07 (0.62)	1.03 (0.67)	0.10 (0.63)	1.24 (0.58)**	-0.14 (0.61)
(eher) zufrieden	-0.64 (0.49)	-0.83 (0.46)*	-1.13 (0.58)*	-0.01 (0.52)	0.94 (0.56)*	0.04 (0.52)	1.07 (0.47)**	-0.74 (0.50)
n	302	300	302	302	301	300	302	301

* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$; Standardfehler in Klammern; RG = Referenzgruppe