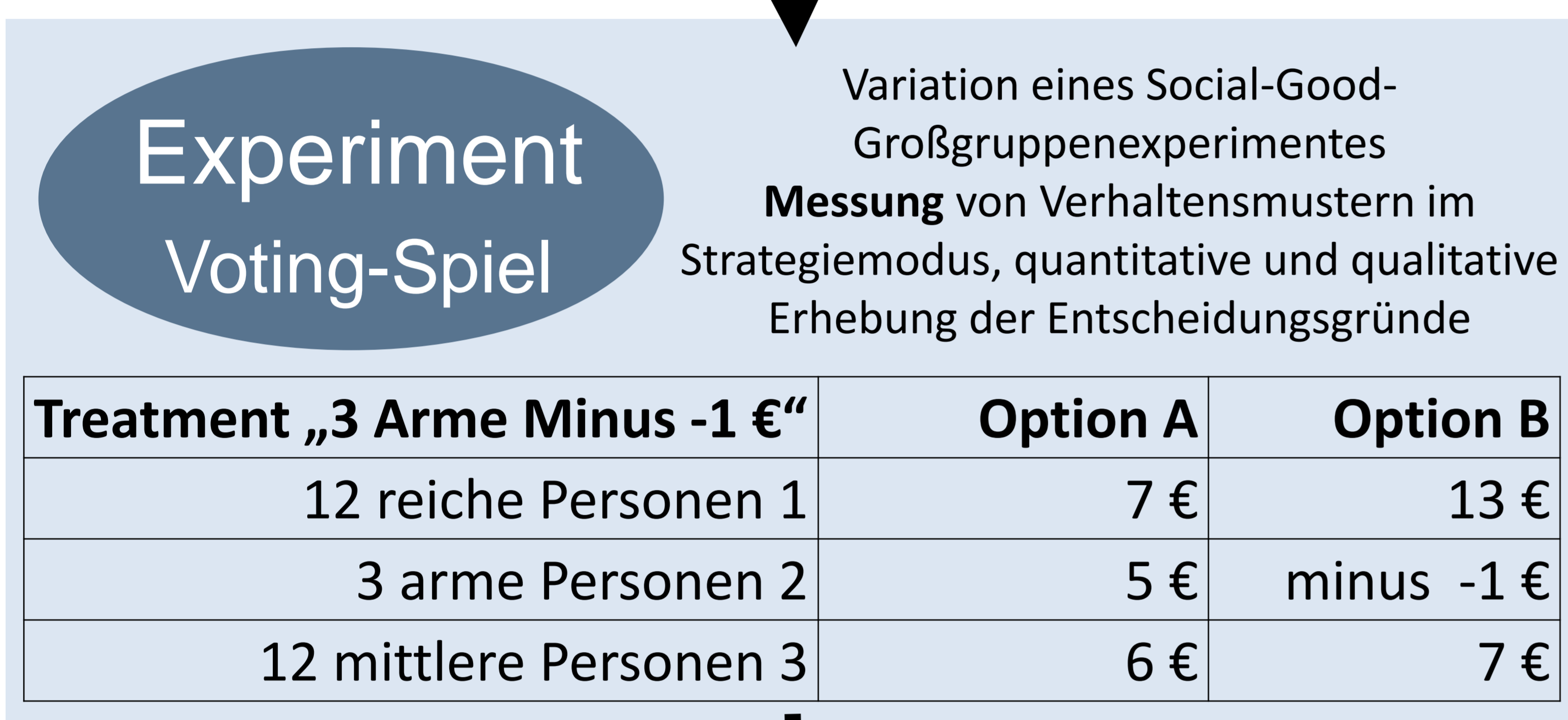
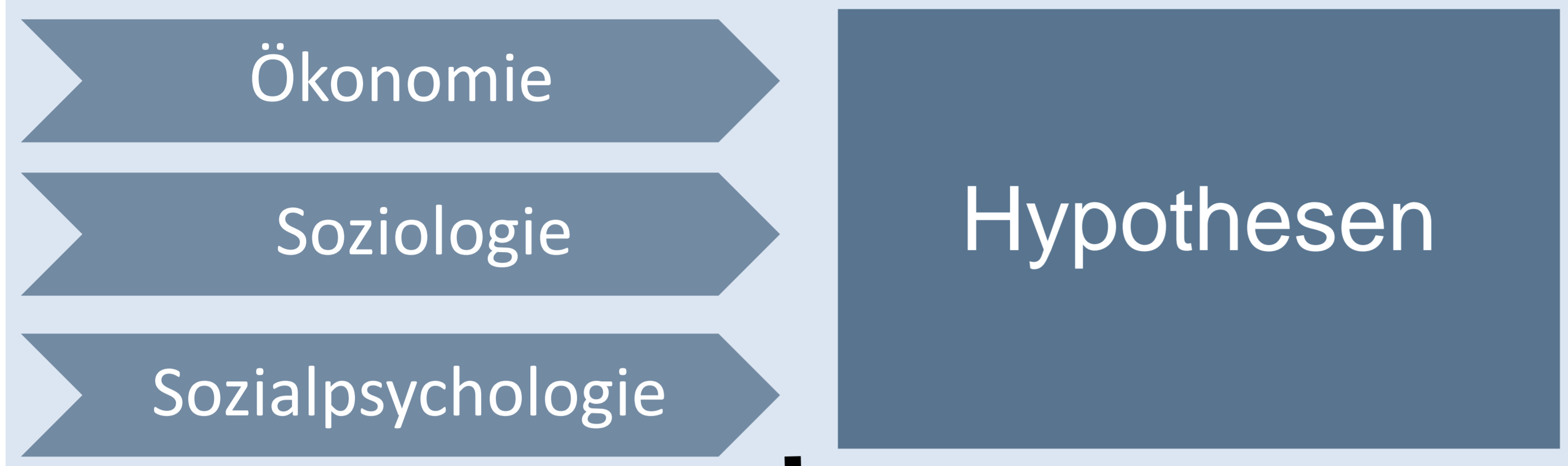


Fairness in großen Gruppen

Vergleich von soziologischen, sozialpsychologischen und ökonomischen Theorien als Prädiktoren für das Entscheidungsverhalten in einem spieltheoretischen Social-Good-Experiment mit großen Gruppen.

Prognosen unterschiedlicher Disziplinen



Fazit

- Akteure verhalten sich mehrheitlich eigennutzmaximierend.
- Jedoch wählen viele Individuen auch in sehr großen Gruppen die distributiv faire Alternative im Rahmen der spezifischen Low-Cost-Hypothese.
- Die Verteilung zwischen den anderen Spielern ist von großer Relevanz → Das verhaltensökonomische ERC-Modell kann nicht bestätigt werden.
- Nur wenn eine sehr kleine Minderheit stark benachteiligt wird, kommt es hochsignifikant zur Hilfe für die Benachteiligten im Sinne des Identifiable-Victim-Effekts.

Ausblick

- Inkommensurabilitäten: Naturwissenschaftlich orientierte Messverfahren stehen hier in allen Disziplinen hermeneutisch-geisteswissenschaftlichen Konstrukten wie „Prosozialität“, „Motiv“, „Altruismus“, „Einstellung“ oder auch „Nutzen“ gegenüber.
- Mixed-Methods bei spieltheoretischen Experimenten
- Kann Rational Choice durch Aufnahme immer neuer Arten von Motiven in die Nutzenfunktion erweitert werden? Oder muss die Mikrofundierung geändert und Rational Choice aufgegeben werden?
- Situativ multiple Identität von Akteuren (Esser, 2017).

Detaillierte Ergebnisse

Tab. 4 Häufigkeiten Entscheidungsmuster über alle Treatments

Treatment	Entscheidungsmuster					Gesamtsumme
	AAA	AAB	BAA	BAB	BBB	
HS_3Arme	3 (9,1%)	1 (3,0%)	5 (15,2%)	22 (66,7%)	2 (6,1%)	33 (100%)
3Arme			6 (22,2%)	20 (74,1%)	1 (3,7%)	27 (100%)
3ArmeMinus1€	5 (18,5%)		2 (7,4%)	19 (70,4%)	1 (3,7%)	27 (100%)
HS_Gleich	3 (9,1%)		3 (9,1%)	24 (72,7%)	3 (9,1%)	33 (100%)
Gleich	2 (7,4%)	1 (3,7%)	3 (11,1%)	21 (77,8%)		27 (100%)
GleichMinus1€	4 (14,8%)		4 (14,8%)	19 (70,4%)		27 (100%)
HS_3Reiche	8 (24,2%)	1 (3,0%)	11 (33,3%)	12 (36,4%)	1 (3,0%)	33 (100%)
3Reiche	4 (14,8%)		5 (18,5%)	17 (63,0%)	1 (3,7%)	27 (100%)
3ReicheMinus1€	6 (22,2%)		9 (33,3%)	12 (44,4%)		27 (100%)
Gesamtsumme	35 (13,4%)	3 (1,1%)	48 (18,4%)	166 (63,6%)	9 (3,4%)	261 (100%)

Verhaltensökonomie: Ungleichheitsaversion in der experimentellen Wirtschaftsforschung (ERC-Modell):

H1: Eine Voting-Alternative wird umso wahrscheinlicher gewählt, je geringer die komparative Ungleichheit ist (Konvergenz des Fairnessterms zum maximalen Wert) (H1a), je höher die Effizienz ist (Gruppengesamtauszahlung) (H1b), je höher der Eigennutz ist (eigene absolute Auszahlung) (H1c). **H1a, H1b und H1c können nicht bestätigt werden.**

Sozialpsychologische Gerechtigkeitsforschung: Distributive Gleichverteilung:

H2: Wenn in einer Voting-Spielsituation eine Ressource „vom Himmel fällt“, dann steht in einer Mehrheitsentscheidung das Equality-Prinzip bzw. distributive Gleichverteilung im Vordergrund. **H2 kann nicht bestätigt werden.**

Sozialpsychologische Gerechtigkeitsforschung: Identifiable-Victim-Effekt:

H3: Je stärker eine gut sichtbare kleine Minderheit benachteiligt ist, desto eher votieren die übrigen Kollektivmitglieder gegen diese Option. **H3 kann bestätigt werden.**

Soziologie: Gerechtigkeit im Modell der Frameselektion (MFS):

H4: Individuen entscheiden im Labor zu einem höheren Grad eigennützig als im Hörsaal. **H4 kann nicht bestätigt werden.**

Soziologie: Niedrigkostensituation im Rahmen des MFS:

H5: Je geringer die Kosten für die Realisierung einer als gerecht empfundenen Alternative sind, desto stärker sind die Auswirkungen auf den Match und den Nutzen von F_{WR} und desto höher ist die Wahrscheinlichkeit eines Reframings und somit der Wahl der als gerecht empfundenen Alternative. **H5 kann sowohl für das Verhalten als auch für die geäußerten Verhaltensgründe bestätigt werden.**

Axiom: Intersituative Konsistenz des Verhaltens:

H6: Wenn es in Spiel 1 zu einem präferenzkonträren Mehrheitsentscheid kommt, dann realisieren Individuen ihre Verteilungspräferenzen aus dem Voting-Spiel 1 in einem anschließenden Diktatorspiel 2. **H6 kann bezogen auf Verhalten und geäußerte Verhaltensgründe nicht bestätigt werden.**