

Psychologischer Trick überbrückt Geschlechterdifferenz

Die Bereitschaft von Männern und Frauen, sich im Wettbewerb zu stellen, lässt sich angleichen

Frauen sind in der Gesellschaft immer noch benachteiligt, vor allem im Beruf: Sie werden häufig schlechter bezahlt als Männer und haben es schwerer, wenn sie Karriere machen wollen. Ein Grund dafür dürfte das weniger ausgeprägte Konkurrenzdenken von Frauen sein. In einem Versuch haben Wissenschaftler nun gezeigt, dass dieser Unterschied mithilfe des sogenannten Priming deutlich verringert werden kann. Bei der einfachen psychologischen Methode werden persönliche Erlebnisse ins Gedächtnis gerufen.

Priming ist ein Ansatz aus der Psychologie, mit dem Menschen in eine bestimmte Situation hineinversetzt werden, wodurch sich ihr Entscheidungsverhalten ändern kann. Werden zum Beispiel Bankangestellte gefragt, wie lange sie schon in einer Bank arbeiten, welche Aufgabe sie haben und ähnliches, dann sind sie *geprimt* auf die Rolle des Bankers. Spricht man dieselben Bankangestellten auf ihre Hobbys an, sind sie *geprimt* auf eine Rolle in der Freizeit. Neuere Arbeiten zeigen, dass ein solches *priming* zu sehr unterschiedlichen Entscheidungen führen kann.

Matthias Sutter, Direktor am Max-Planck-Institut zur Erforschung von Gemeinschaftsgütern, hat gemeinsam mit Kollegen der Universität Innsbruck diesen Ansatz angewendet, um Testpersonen auf eine Wettbewerbssituation vorzubereiten. „In unserem Fall haben wir *priming* verwendet, um einem Teil der Probanden eine Situation vor Augen zu führen, in der sie Einfluss hatten“, erklärt Sutter. „Zum Vergleich ließen wir einen anderen Teil eine Situation nachvollziehen, in der sie von anderen abhängig waren.“ Eine dritte Gruppe von Teilnehmern blieb neutral, war also nicht *geprimt*.

In einem Test mit mehr als 400 Probanden verglichen die Wissenschaftler das Verhalten der drei Teilgruppen, als es darum ging, sich einer Konkurrenzsituation auszusetzen. Tatsächlich führten die verschiedenen *priming*-Situationen zu unterschiedlichen Entscheidungen von Männern und Frauen. In der neutralen Gruppe zeigte sich das geschlechtstypische Muster: 40 Prozent der Männer, aber nur 14 Prozent der Frauen entschieden sich dafür, in den Wettbewerb mit anderen zu treten. Beim *priming* auf eine Abhängigkeitssituation entschieden die Testpersonen weitgehend ähnlich.

Deutliche Verhaltensänderung bei Männern

Anders jedoch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die sich eine Begebenheit vor Augen geführt hatten, in der sie Einfluss hatten: Am deutlichsten änderte sich das Verhalten der Männer. Nur noch 28 Prozent, also signifikant weniger von ihnen wählten die Wettbewerbssituation. Bei Frauen hatte dieses *priming* den gegenteiligen Effekt, wenn auch weniger stark. Mit 20 Prozent, entschieden sich etwas mehr als in der neutralen Gruppe, mit anderen in Konkurrenz zu treten. Die Wissenschaftler erklären diese divergierende Wirkung damit, dass die Erinnerung an eine einflussreiche Situation, allen Personen eine realistische Einschätzung der eigenen Fähigkeiten ermöglicht. Während das teilweise bei Frauen das Selbstbewusstsein stärkt, hält es Männer eher davon ab, sich selbst zu überschätzen und ein erhöhtes Risiko einzugehen.

Auf diese Weise führt *priming* auf eine solche Situation dazu, dass sich Männer und Frauen in ihrem Wettbewerbsverhalten annähern. Frühere Studien hatten gezeigt, dass der Umgang mit

Konkurrenzsituationen ein wesentlicher Faktor für die Benachteiligung von Frauen im Berufsleben ist. Anwendungsmöglichkeiten für die psychologische Methode sieht das Forschungsteam im Schulsystem und in der beruflichen Bildung.

Originalveröffentlichung

Loukas Balafoutas, Helena Fornwagner, Matthias Sutter
Closing the gender gap in competitiveness through priming.
Nature Communications (2018)