

Die MoRAL-Studie

*Erste Trendstudie zur
Moral in Deutschland*



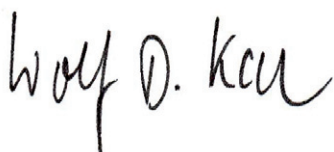
ERSTE TRENDSTUDIE ZUR MORAL IN DEUTSCHLAND

Die Diskussion um Moral und Werte ist wieder »in«. Vor allem Politik und Wirtschaft wird aufgrund der jüngsten Vorkommnisse unmoralisches Verhalten vorgeworfen. Welche Bedeutung haben Werte und Moral in der heutigen Gesellschaft? Was zeichnet moralisches, anständiges Verhalten heute aus? Und wie sehr achten Verbraucher auf ein solches Verhalten bei Unternehmen und Unternehmern? Zur Beantwortung dieser Fragen hat RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. die erste repräsentative Trendstudie über die Auffassung zur Moral in Deutschland in Auftrag gegeben.

Diese Referenzstudie stellt für RAL den Auftakt zu einem intensiven Verbraucherdialo g dar. Wesentliche Erkenntnisse der Untersuchung zeigen, welche Bedeutung die RAL Gütesicherung für Unternehmer und Verbraucher hat. Beide Seiten möchten sich moralischer verhalten, auch wenn sie ungern in der Öffentlichkeit darüber sprechen. Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Rücksichtnahme sind für die Menschen wieder wichtig. Und hierbei kann die RAL Gütesicherung für Orientierung sorgen, denn sie ist nicht nur buchstä blich in der MoRAL verankert. Die RAL Gütesicherung basiert auf einer Werteorientierung und MoRAL repräsentiert daher den Kern, für den RAL Gütezeichen stehen. Mit der RAL Gütesicherung verschreiben sich Unternehmer freiwillig moralischen Wertvorstellungen. Sie versprechen anständiges, ehrliches, vorbildliches Verhalten. RAL Gütezeichen signalisieren dem Verbraucher demnach, dass Unternehmer sich ihrer Verantwortung für ihre Produkte und Dienstleistungen stellen und sich gesellschaftlich korrekt verhalten wollen – und sind somit verlässliche Partner der Verbraucher.

Der Schriftsteller Alfred Lisson erweiterte das Zitat von Theodor Heuss »Qualität ist das Anständige« um seine Definition »Qualität ist nicht das Versprochene, sondern das Eingehaltene«. Und genau dafür stehen RAL Gütezeichen. Sie stehen für die Einhaltung individueller hoher Qualitätsanforderungen und deren stetig neutraler Überwachung.

In diesem Sinne wünscht sich RAL mehr »gute« Geschäfte und ehrbare Kaufleute.



Dr. Wolf D. Karl
Hauptgeschäftsführer
RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V.



Ein ausführlicher Studienband liegt auf CD ROM vor und kann unter www.RAL-Guetzeichen.de eingesehen und in Druckform angefordert werden.

WIE IST DIE MORAL-STUDIE METHODISCH ANGELEGT?

TRENDSTUDIE ZUM THEMA MORAL UND WERTE IN DEUTSCHLAND

Bei der Studie handelt es sich um eine tiefenpsychologisch und quantitativ repräsentative Analyse der psychologischen Verfassung unserer Gesellschaft zum Thema Moral und Werte. rheingold salon hat dafür 40 Menschen (20 Unternehmer und 20 Verbraucher) befragt, um ihnen bei ihren Haltungen und Einstellungen zum Thema Moral und Werten hautnah zu begegnen.

DIE ZENTRALEN FRAGESTELLUNGEN DER STUDIE

Was bedeutet Moral und Ethik für uns Menschen heute, d. h. was ist unser Verständnis von Moral und welche Veränderungen lassen sich im Wandel der Zeit, insbesondere im Hinblick auf die »Krise« beobachten?

Wo und **Wann** findet Moral heute statt? Wo werden Moral und Werte heute gelebt und vermittelt und was zeichnet konkret moralisches Verhalten aus?

Wie können Unternehmen moralisch glaubwürdig und nachhaltig agieren? Was berührt und beeindruckt Verbraucher und Unternehmer?

Wie kann man Moral unternehmerisch ehrlich leben?

PSYCHOLOGISCHER UNTERSUCHUNGSaufbau

Für ein tiefgreifendes Verständnis der Fragestellungen sind tiefenpsychologische Forschungsmethoden erforderlich. Nur so lassen sich die psychologischen Bedingungen rund um das Thema Moral und Werte tiefgreifend und konsequent analysieren. Einstellungen sowie Verhaltensmotive und Emotionen werden transparent gemacht, die für uns Menschen im Alltag in dieser Form oft gar nicht bewusst sind.

Kernstück der MoRAL-Studie sind 40 zweistündige qualitative Tiefeninterviews, die anschließend mit den Instrumenten der morphologischen Markt- und Medienpsychologie, einem an der Universität Köln entwickelten Verfahren, analysiert wurden. Die Durchführung, Analyse und Auswertung erfolgten durch das Team des rheingold salon, Experten für qualitative Markt- und Medienforschung.

QUANTIFIZIERENDE ONLINEBEFRAGUNG

Mittels einer deutschlandweiten, bevölkerungsrepräsentativen Omnibusbefragung bei 1000 Männern und Frauen (Durchführung YouGov®, Köln) wurden die zentralen Studienergebnisse quantitativ mit Zahlen belegt. Der Blick auf die Studienergebnisse zeigt eindrucksvoll, wer in Deutschland heute noch als moralische Instanz wahrgenommen wird, welche Werte mit Moral verbunden werden und was konkret ein »moralisches« Unternehmen auszeichnet.



Methodik:
Die Aussagen der MoRAL-Studie basieren auf der Verbindung qualitativer und quantitativer Forschungsverfahren.

FOTO: © NYUL, FOTOLIA.COM

» *Moral – das sind ungeschriebene tradierte Wertvorstellungen, die man eigentlich beachten sollte, was aber heute keiner mehr tut. Es gibt kein gesellschaftlich verpflichtendes Bild mehr für das, was sich gehört und das was unanständig ist. Alle sind und tun alles und immer, ohne jegliche Basis verbindlicher Werte.* «

Unternehmer



FOTO: © ANDI DEAN, FOTOLIA.COM

MORAL UND WERTE SIND WIEDER IN!

SEHNSUCHT NACH MEHR ZUSAMMENHALT

Sowohl Unternehmer als auch Verbraucher bewerten moralisches Verhalten als zentral wichtig für das wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenleben in Deutschland. Sie wünschen sich verbindliche Werte und mehr moralisches Verhalten für den Alltag. Ein moralisches Bezugssystem von Werten, das das Leben schützt und wertschätzt. Denn die Menschen wollen nicht mehr nur vom Geld und dem ewigen Wunsch nach Wirtschaftswachstum bestimmt werden. Der Mensch und das Leben sollen wieder an Wert gewinnen und in den Vordergrund treten.

MORAL ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR

Die Wirtschaft hat das Thema ›Moral‹ längst als profitablen Wirtschaftsfaktor entdeckt. Nachhaltigkeit und Authentizität sind zwei Megatrends, die sich durch alle Branchen ziehen und immer weiter an Bedeutung gewinnen. Man wirbt heute offensiv mit Nachhaltigkeit und der Boom ›grüner Fonds‹ zeigt, dass das Thema Nachhaltigkeit auch bei Banken am Verkaufstisch angekommen ist.

Die Menschen in Deutschland haben das Gefühl, dass aktuell gute Werte zwar offensiv vermarktet, jedoch kaum öffentlich und konkret nachhaltig gelebt und vermittelt werden.



FOTO: © ROBERT KINESCHKE, FOTOLIA.COM

64% der Bundesbürger sind der Ansicht, dass Moral insbesondere im alltäglichen Verhalten sehr wichtig ist! Nur 5% sind der Meinung, dass das nicht zutrifft.

» *Man muss Werte aber auch vorleben und das fällt heute komplett weg. Wenn man sich das überlegt – eine Katastrophe! Wie sollen unsere Kinder und Jugendlichen denn lernen, was sich gehört und was Anstand ist? Das gleiche gilt doch auch für die Politik und die Wirtschaft.*

Verbraucher



FOTO: © FOTOFREUNDIN, FOTOLIA.COM

DIE ›SCHWERE‹ MORAL

DAS GEHEIMNIS MORAL

Das Thema Moral und Werte ist kein leicht zugängliches Thema, über das die Menschen gerne sprechen. Sowohl Verbraucher als auch Unternehmer argumentieren im Tiefeninterview zunächst widerwillig über ihr Verständnis von Moral und deren Bedeutung für die heutige Gesellschaft. Die vorliegenden Studienergebnisse zeigen, dass das Thema Moral öffentlich unter Verschluss gehalten werden soll.

DER MORAL-MAULKORB DER WIRTSCHAFT

Auffällig war die Zurückhaltung der Unternehmer in Bezug auf Moral und Werte 2011. Hier wurden bestätigte Interviews nach Bekanntgabe des Themas abgesagt und Firmenvorstände untersagten ihren Mitarbeitern, über Moral öffentlich zu sprechen. Auch wurden Interviews nur unter strengster Zusicherung der persönlichen Anonymität zugestimmt und oftmals haftete das Moralverständnis rigide an den firmeninternen Code of Conduct – voller Sorge etwas ›Unmoralisches‹ zu sagen. Warum wollen Verbraucher und Unternehmer nicht über Moral sprechen?



FOTO: © PETER ATKINS, FOTOLIA.COM



*Das ist ein zu
persönliches und
zu heikles Thema.
Deshalb müssen
wir ein Interview
leider ablehnen.*



Telefonische Absage
eines Unternehmers
durch seine Sekretärin

*» Wenn ich gewusst hätte, dass wir
heute über Moral sprechen, wäre
ich nicht gekommen. «*

Verbraucher



FOTO: © KLAUS PETER ADLER, FOTOLIA.COM

DIE ›SCHWERE‹ MORAL

DER MORAL-ANSPRUCH 2011

Moral steht aktuell für eine Fülle bester Werte. Das Moralverständnis der Menschen wirkt wie eine leistungsorientierte Perfektionierung der 10 Gebote. In dieser Form kommuniziert Moral eine Vollkommenheit, an der die Menschen nur scheitern können und das spüren wir. Folgende Fragen schweben wie ein Damoklesschwert über uns: Kann man nur gewinnen, wenn man unmoralisch handelt? Wird man zum Verlierer, wenn man ehrlich und moralisch handelt?

DER DEUTSCHE MORAL-KODEX 2011

Es herrscht ein Moralverständnis in Deutschland, das entschieden in zwei Kategorien wertet und bewertet: Moralisch gut! Und moralisch böse! Dabei gilt folgende scheinbar einfache Verhaltensregel: ›Sei gut und meide das Böse!‹ Diese klare Trennung in ›Gut‹ und ›Böse‹ gibt Orientierung und Ordnung in einer Welt, die zunehmend komplexer und unübersichtlicher wird. Aber dabei entsteht ein neues Problem: Die Spaltung ist nicht lebbar! Angesichts des anspruchsvollen Werte-Katalogs schaffen wir es nicht ›nur gut‹ zu sein.



Moral in Werten und Prozent Die Top Drei 2011*:

86% der Bevölkerung bewerten Ehrlich-Sein als moralisches Verhalten.

84% der Bevölkerung bewerten Verlässlich-Sein als moralisches Verhalten.

82% Bevölkerung bewerten Rücksichtvoll-Sein als moralisches Verhalten.

**aus quantitativen Studienergebnissen*

Moral steht 2011 für folgende Werte und Tugenden*:

- Ehrlichkeit
- Verantwortung
- Zuverlässigkeit
- Rücksichtnahme
- Einfühlungsvermögen
- Hilfsbereitschaft
- Fürsorge, Solidarität & Gemeinschaftsgeist
- Treue
- Offenheit & Transparenz
- Beständigkeit & Nachhaltigkeit
- Partnerschaftlichkeit & Freundschaft
- Fairness & Gerechtigkeit

**aus qualitativen Studienergebnissen*

Verständnis Moral und Werte bei Frauen und Männern*:

- *77% der Frauen und 70% der Männer stimmen voll zu, moralisches Verhalten bedeutet anständig zu sein.*
- *90% der Frauen und 83% der Männer stimmen voll zu, moralisches Verhalten bedeutet ehrlich zu sein.*
- *90% der Frauen und 78% der Männer stimmen voll zu, moralisches Verhalten bedeutet verlässlich zu sein.*

**aus quantitativen Studienergebnissen*



MORAL KOMMT VON UNTEN

VERLANGEN NACH AUTORITÄTEN

Als Lösung aus diesem moralischen Dilemma suchen die Menschen 2011 wieder verstärkt nach Autoritäten. Sie zweifeln an der Demokratie sowie der Freiheit der Entscheidung und sind der Politik mit ihrem opportunen Anpassungskurs überdrüssig. Man wünscht sich die guten, alten Zeiten zurück, als starke Autoritäten noch für Moral standen und diese vermittelten. Auch heute sollen Autoritäten wieder entscheiden, was ›Gut‹ und ›Böse‹ ist und Verfehlungen konsequent ahnden.

›TOD DER INSTANZEN‹

Beim Thema Moral haben die Instanzen in Deutschland ausgedient. Zu viele Skandale und zu viel blinder Macht hunger in den letzten Jahren haben das Vertrauen der Menschen erschüttert. Die Menschen sind sich ›sicher‹, dass weder Politik, Wirtschaft noch die Kirche in der Lage sind, Moral glaubwürdig und nachvollziehbar zu vermitteln. Aus ihrer Sicht ist die Finanzwirtschaft von den Todsünden befallen, die Kirche zur Lasterhöhle geworden und die Politik verarmt dabei zum harmlosen Wackel-dackel auf der Rücksitzablage.

6% der Gesamtbevölkerung sind der Ansicht, dass Moral heute von der Politik vermittelt wird.

64% sagen NEIN, das trifft nicht zu.

6% sind der Ansicht, dass Moral heute von der Wirtschaft vermittelt wird.

57% sagen NEIN, das trifft nicht zu.

11% sind der Ansicht, dass Moral heute von der Kirche vermittelt wird.

44% sagen NEIN, das trifft nicht zu.

7% sind der Ansicht, dass Moral heute von sozialen Netzwerken wie Facebook und Trendsetter-Marken wie Apple vermittelt wird.

55% sagen NEIN, das trifft nicht zu.



MORAL KOMMT VON UNTEN

DIE KÜHLE AUTORITÄT

Geld ist die letzte Autorität unserer jetzigen Kultur. Heute gilt das Motto: ›Geld regiert die Welt‹. Die Finanzwelt dirigiert Märkte und ganze Volkswirtschaften. Sie folgen einer ganz einfachen Formel: steigt der Kurs = ›Gut‹; fällt der Kurs = ›Böse‹.

Geld als Autorität kann jedoch keine Moral vermitteln. Im Gegenteil: Die Mehrheit der Menschen ist davon überzeugt, dass Geld den Charakter verdirbt, gierig, unehrlich, verantwortungslos und rücksichtslos macht. Geld steht damit dem zentralen Wert unserer Kultur, dem Leben – dem Wunsch nach mehr Zusammenhalt und Wärme – diametral gegenüber. Die Zwickmühle unserer Kultur lautet also: Geld oder Leben?

MORALISCHER LÜCKENBÜSSER

Aus Mangel an starken Autoritäten kommt es seit 2008 zu willkürlichen Überregulierungen. Moral droht 2011 zu einem Stückwerk aus Gesetzen und Vorschriften zu verkommen: das Rauchverbot, Umweltzonen, Vorratsdatenspeicherung, die immer weiter fortschreitende Einschränkung von Alkoholgenuss in der Öffentlichkeit, Sicherheitskontrollen und Code of Conduct, um nur einige zu nennen. Moral wird in dieser Form zu einem zwanghaften Muss: Das Einhalten dieser willkürlichen Regeln erteilt den Menschen die Absolution und befreit vom Nachdenken über die ›lästige‹ Moral.



Moral gibt einen Rahmen, wird aber im beruflichen Kontext zunehmend lebens- und arbeitsfeindlich. Da wird man zusammengestutzt und passend gemacht für ein Regelwerk, das man nicht selbst bestimmt. Und das Schlimmste: Man hat keinerlei Einfluss mehr darauf, kann nur noch funktionieren. Also wenn ich es mal drastisch sagen wollte – so hat die Stasi auch begonnen.

Verbraucher



Man kann noch so viele Regeln aufsetzen – wenn die Mitarbeiter es nicht nachvollziehen können, dann machen sie, was sie wollen. Nur eben dann, wenn man nicht hinschaut als Chef.

Unternehmer



MORAL IST... WENN ES EHRlich IST UND SPASS MACHT!

MORALAPOSTEL ADÉ – MORAL IST REDUZIERTER UNMORAL

Die Menschen haben erkannt, dass unsere gesellschaftlichen Probleme und der umfassende Vertrauensverlust in Politik, Wirtschaft und Kirche nicht durch ein Bollwerk an Hochglanz-Moral zu regeln sind. Sie spüren, dass ein zwanghaft durchgesetzter Moralkodex zu kurz greift und nicht unserer komplexen Lebenswirklichkeit entspricht. Die Studienergebnisse zeigen deutlich, dass wertvolle Moral über bloßes Gehorchen hinausgeht. Moralisiertes Verhalten ist die ehrliche Auseinandersetzung mit Alltagssituationen, mit Themen und Konflikten, und das Vermeiden der persönlich geringsten Unmoral.

MORAL IST PERSÖNLICH

Moral soll heute wieder im Leben und nicht über das Leben regieren. Im Alltag der Menschen wird Moral immer dann lebendig, leicht und macht Spaß, wenn sie den Menschen persönlich nah ist und sie persönlich berührt. Die Menschen in Deutschland wünschen sich eine Moral, die unmittelbar, konkret und nachvollziehbar ist. Das gesellschaftliche Moralverständnis soll unmittelbar und konkret aus dem Leben kommen und idealerweise mit positiven Konsequenzen, eben einem guten Gefühl, verbunden sein. Moral, die Spaß macht, beginnt damit im Kleinen und verfolgt ein reales Ziel: Sie soll das Leben, d. h. den Alltag der Verbraucher, ein klein bisschen besser machen. Ohne Anspruch auf Unfehlbarkeit.



FOTO: © ROBERT KNESCHKE, FOTOLIA.COM



FOTO: © GOODLUZ, FOTOLIA.COM

» *Mann muss es einfach gerne tun.
Auch Moral darf sich gut anfühlen
und muss nicht immer einengen
und bitter sein.* «

Verbraucher

MORAL IST... WENN ES EHRlich IST UND SPASS MACHT!

DIE MORAL-PERSPEKTIVE

Im Kern sind sich Verbraucher und Unternehmer einig, wenn es um das Thema Moral geht. Wechseln die Unternehmer allerdings in ihre Rolle als ›Geschäftsleute‹, wechselt auch ihre Perspektive auf die Moral. Führungskräfte großer Firmen nehmen eine eher distanzierte, abstrakte und rigide Haltung gegenüber der Moral ein. Sie wird ersetzt durch den herrschenden Firmenkodex (Code of Conduct), der unbedingten Gehorsam fordert, keine Fehler duldet und keine Spielräume für Ausnahmen lässt. Im Vergleich agieren Unternehmer aus kleineren Betrieben weniger rigide. Moral wird im Berufsalltag gelebt. Es gibt nur wenige nicht verhandelbare Regeln, die sich vornehmlich auf Delikte wie Betrug und Diebstahl beziehen. Darüber hinaus wird nach Sinnhaftigkeit und Angemessenheit entschieden, was reglementiert wird. Ausnahmen von Regeln gehören zum Alltag, wenn sie unmittelbar menschlich und vernünftig sind.



»» *Meine Arbeitsphilosophie lautet auch nach 40 Jahren noch, dass ich nach wie vor mit relativ ehrlicher Arbeit versuche, an das Geld anderer Leute zu kommen.* ««

Unternehmer

»» *Es gibt keine Moral-Total, es gibt nur reduzierte Unmoral.* ««

Verbraucher

»» *Wir sind doch alle keine Heiligen! Wir sind Menschen – von daher muss Moral sich auch immer für einen selbst lohnen und Sinn machen.* ««

Unternehmer

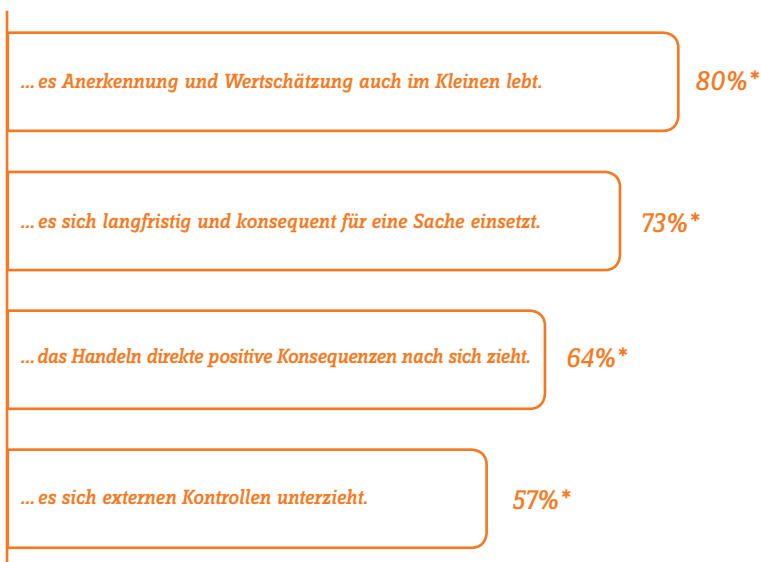


KONSEQUENZEN

Welche Konsequenzen sind aus der MoRAL-Studie zu ziehen? Auf welche Bedürfnisse und Befindlichkeiten müssen sich Unternehmen einstellen, wenn sie Moral lebendig und berührend kommunizieren wollen?

Diese Fragestellungen sind sicherlich aus den unterschiedlichen Unternehmerperspektiven anders zu beantworten. Dennoch lassen sich aus der MoRAL-Studie einige allgemeine Feststellungen ableiten.

Ein Wirtschaftsunternehmen handelt moralisch, wenn ...



*stimmen voll zu (aus quantitativen Studienergebnissen)



EIN MORALISCHES ANGEBOT

Moral und Werte sind den Menschen wichtig und wertvoll. Moral ist für Verbraucher und Unternehmer immer dann attraktiv und erstrebenswert, wenn sie folgende Eigenschaften aufweist:

- **unmittelbar**
- **konkret**
- **ehrllich**
- **nah**
- **berührend**
- **sinnvoll**
- **nachvollziehbar**
- **mit direkten Konsequenzen verbunden**

DIE NEUEN INSTANZEN

Auch wenn die Menschen Politik, Wirtschaft und Kirche nicht mehr vertrauen, so besteht doch weiterhin eine Sehnsucht nach einer ›guten‹ Instanz, die als moralisches Vorbild das Leben ordnet und lebenswert macht. Für Unternehmer und Verbraucher kann sich eine Instanz als glaubwürdig und ›gut‹ etablieren, wenn sie ehrlich kommuniziert und nicht von oben herab Bestimmungen und Forderungen diktiert. Regeln, Grundsätze und moralische Richtlinien sollten konkret beschrieben, erläutert und diskutiert werden. Eine solche Instanz bietet Anerkennung und Wertschätzung und nicht nur Kontrolle. Die ›gute‹ Instanz ist umsichtig, beobachtet, wägt ab und setzt sich konkret mit den Alltags- und Berufsanforderungen und Problemen der Menschen auseinander.

GELD UND LEBEN

Für die Menschen in Deutschland ist Moral wichtig! Geld spielt in ihrem Leben aber eine ebenso große Rolle. Moral und Geld – ein unliebsames Doppel: Sie werden gerne als Engelchen und Teufelchen an den Stammtischen der Republik und in den Medien verhandelt. Moral – das ewig Gute, Geld – das abgründig Böse? Müssen wir uns entscheiden zwischen Geld oder Leben? Die Antwort lautet NEIN. Die MoRAL-Studie zeigt, dass die Menschen in Deutschland beides wollen: Geld UND Leben.

Sie suchen das gute Geschäft, dem man vertrauen kann und das für beide Seiten einen Gewinn darstellt. Die Menschen wollen durchaus Geschäfte machen und Geld verdienen, aber auf der Basis von Ehrlichkeit, Vertrauen und Zuverlässigkeit. Sie suchen den fairen und menschlichen Umgang, der heute fast verloren gegangen ist.

Die Idealvorstellung der Menschen in Deutschland ist, ein Geschäft wieder guten Gewissens mit Handschlag besiegeln zu können.

» *Moral ist, wenn
man sich gut
verhält, wenn
man anständig
ist und aufrichtig.*



Zitat aus qualitativer
Verbraucherbefragung



FOTO: © YURI ARCLERS, FOTOLIA.COM

RAL Deutsches Institut für Gütesicherung
und Kennzeichnung e.V.

Siegburger Straße 39
53757 Sankt Augustin / Germany
T: +49 (0) 22 41 - 16 05 - 21
F: +49 (0) 22 41 - 16 05 - 10
E-Mail: RAL-Institut@RAL.de
Internet: www.RAL-Guetezeichen.de

Und die Mo **RAL**
von der *Geschicht'*...

RAL
GÜTEZEICHEN

rheingold
salon