

Der Unternehmergeist und die Statistiken

Aussagen, die auf Statistiken und Prozentwerten beruhen, sind es Wert, genauer unter die Lupe genommen zu werden. Andernfalls besteht die Gefahr, manipuliert zu werden.



Illustration: Adobe Stock

Erst kürzlich hat das Bundesamt für Gesundheit BAG erstmals Zahlen zu Corona-Ansteckungsorten veröffentlicht. Dabei hiess es zuerst, Clubbesucher seien für die vielen Neuinfektionen verantwortlich. Dann stellte sich heraus: Dem BAG ist ein folgenschwerer Fehler unterlaufen. Gemäss den korrekten Zahlen geschehen die meisten Corona-Übertragungen im familiären Umfeld, die Ansteckungen bei Clubbesuchen betragen dagegen lediglich 1,9 Prozent.

Da bin ich also wieder, dein Unternehmergeist, und ich kann nicht anders, als mir dazu einige Gedanken zu machen: Ich bin kein Experte für Statistik, weiss aber, dass sie wichtig ist. Vor allem weiss ich, dass gewisse Aussagen ohne Untermauerung durch eine vernünftige Statistik einfach unsinnig sind. Allerdings findet man Falschaussagen im Alltag leider erstaunlich oft. Besonders die ja-/nein-Frage beim Corona-Test zeigt die Grenzen der Statistik wieder einmal deutlich auf:

Fällt der Test negativ aus, bedeutet das nicht automatisch, dass man auch Corona-negativ ist. Kein Test ist perfekt. Ein guter Test hat eine hohe richtig-positiv-Rate. Das bedeutet, wenn jemand infiziert ist, wird das auch in der Mehrzahl der Fälle erkannt. Aber es gibt auch die falsch-positiv-Rate. In einer gewissen Anzahl Fälle liefert der Test also das Ergebnis, dass man gesund ist, obwohl das nicht zutrifft.

Welcher Unternehmer hat sich nicht einen Apparat gewünscht, der vor der Pandemie gewarnt hätte, und das bereits ein halbes Jahr vorher? Eventmanager beispielsweise hätten ihre Verluste minimieren können. Oder: Welcher Angler würde bei einem Haken, der mit einer Anbeisswahrscheinlichkeit von 100 Prozent wirbt, nicht sofort zugreifen? Warum die «hundertprozentigen» Wetterpropheten, Pandemie-crash-Detektoren oder Angelhaken niemals das halten können, was sie versprechen, leuchtet spätestens nach den folgenden Beispielen ein.

Mit hinterlistigen Fragen kann umfangreich manipuliert werden. Das Problem ist, dass die Originalfragen in den veröffentlichten Statistiken oft nicht mehr erwähnt werden. So kann beispielsweise die Schlagzeile lauten: «88 Prozent der Schweizer sagen Nein zu Rindfleisch.» Ein Schock für alle Viehbauern. Wer vermutet dahinter die Frage: «Können Sie sich vorstellen, aufgrund der zahlreichen Fleischskandale, der Gefährdung durch BSE und dem vermehrten Auftreten von Fleischparasiten wie Fadenwürmern in Zukunft häufiger auf Rindfleisch zu verzichten?»

Oder die Partei Bla Bla bejubelt eine 100-prozentige Erhöhung ihrer Frauenquote – diese Prozentzahl klingt fulminant. Angenommen, in der Partei Bla Bla waren vier weibliche Ratsmitglieder und jetzt kommen vier Damen dazu. Damit hat sich die Frauenquote tatsächlich um 100 Prozent erhöht. Total beherbergt die Partei Bla Bla nun insgesamt acht Frauen – dies jedoch bei über hundert Ratsmitgliedern. Ihr Anteil weiblicher Ratsmitglieder

liegt damit nur bei acht Prozent. Man sieht: Mit Prozenten lässt sich vieles behaupten.

Bedenke dabei: Trotz ihres mitunter schlechten Rufs haben Statistiken grosses Argumentationsgewicht. Wer mit ihnen umgehen kann, kann weniger leicht manipuliert werden.

Wusstest du, dass statistisch gesehen 45 Prozent der Menschen in deiner Umgebung an Geister glauben und 10 Prozent behaupten, schon mal welche gesehen zu haben?

Und wer kennt nicht diese Aussage: Glaube keiner Statistik, die du nicht selber gefälscht hast.

Fazit: Brauche deinen eigenen Verstand und lass dich nicht manipulieren!

● *Der Unternehmergeist*

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem

Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann (62), der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren.

Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum