

Vertrauen und Verantwortung

Grundlagen einer Gesellschaftsanalyse

Teil II: Wirtschaft

Christoph Noebel

4.2 Homo oeconomicus: Motive des Wirtschaftsakteurs

Der Begriff des theoretischen Wirtschaftsakteurs *Homo oeconomicus* ist in der Wirtschaftsfachliteratur kaum zu finden, umso mehr wird er in anderen Wissenschaftsbereichen, den Medien und in öffentlichen Debatten genutzt, um als Synonym für Egoismus, Gier und soziale Missstände herzuhalten. Eine derartige Verurteilung vertreten beispielsweise der Wirtschaftsphilosoph Tomáš Sedláček (2011), die Umweltaktivistin Maja Göpel (2020), die einstigen Politiker Norbert Blüm (2006) und Gerhard Schick (2014) sowie der ehemalige Journalist Frank Schirrmacher (2013). Ähnlich verachtend bezeichnet der Wirtschaftsethiker Johannes Wallacher (2011) das theoretische Konstrukt des *Homo oeconomicus* als *unmenschlich* und somit als Hindernis für die Gestaltung und Umsetzung eines menschenwürdigen Wirtschaftens.

Kein seriöser Ökonom würde Wallachers Charakterisierung insofern widersprechen, als es sich beim *Homo oeconomicus* um ein abstraktes und unvollständiges Modell des Menschen handelt. Schließlich bezieht es sich auf individuelle Bedürfnisse und Motive, die ausschließlich persönliche Entscheidungen und Transaktionen materieller Art betreffen. Dem *Homo oeconomicus* wird somit nur eine eingeschränkte *Rolle* zugewiesen, sodass sich sein Entscheidungsrahmen lediglich auf die begrenzten Wirtschaftsbereiche der Produktion, Dienstleistung, des Anlage- und Kreditwesens, des Verbrauchs oder der Verteilung von Geldwerten und materiellen Gütern bezieht. Da sein Wirkungskreis durch den wirtschaftsbezogenen Kontext eingeschränkt ist, leidet jeder Versuch einer Charakterisierung zwangsläufig darunter, ein unvollkommenes Modell des Menschen zu entwerfen.

Dadurch, dass sich das Konstrukt des *Homo oeconomicus* auf unmittelbare Wirtschaftskontexte bezieht, wirft es automatisch die Frage auf, was dieser Typus tatsächlich verkörpert. Hierzu lassen sich zwei Perspektiven nennen, anhand derer er unterschiedlich aufgefasst wird. Zunächst beruht seine Wesensart *implizit* auf den Annahmen, Theorien und Modellen wissenschaftlicher Forschung. Auf dieser Ebene spielt weder die Personifizierung des *Homo oeconomicus* eine Rolle noch entsprechen seine Beweggründe einer allgemeinen Grundannahme der Wirtschaftswissenschaften. Wie der Ökonom Marek Hudik (2015) beschreibt, sind anhand wirtschaftswissenschaftlicher Publikationen diverse Entwicklungen theoretischer Art aufzuzeigen, die sich zu unterschiedlichen Facetten einer Charakterisierung des *Homo oeconomicus* heranziehen lassen. Eine *eindeutige* Personalisierung des abstrakten Wirtschaftsakteurs sei daher nicht möglich. Auch in der Wirtschaftslehre ist der *Homo oeconomicus* weitgehend bedeutungslos und wird bestenfalls als theoretisches *Einstiegsmodell* für wirtschaftliches Handeln herangezogen. In diesen Fällen wird in der Regel darauf hingewiesen, dass er neben eigennützigem durchaus auch wohltätige Motive aufweisen kann.

Die zweite Perspektive bezieht sich auf einen Diskurs, der von Kommentatoren außerhalb der Wirtschaftswissenschaft dominiert wird und sich durch eine verengte Charakterisierung des *Homo oeconomicus* auszeichnet. Dazu zählen insbesondere Soziologen wie die Autoren Christian Haller (2012) und Klaus-Jürgen Kerscher (2013), die trotz der *deskriptiv analytischen* Form wirtschaftstheoretischer Modelle aus dem *Homo oeconomicus* ein *normatives Leitbild* folgern. Mit der These, er stelle ein *Menschenbild* dar, das

sich auf Grund seines materiellen Egoismus als amoralisch erweist, unterziehen sie den für wissenschaftliche Zwecke abstrahierten Wirtschaftsakteur einer ethischen Wertung. Seine Kritiker verlagern den Blickwinkel von einer sachlichen Forschungsabsicht auf Fragen moralischer Integrität. In ihrer wertbezogenen Auslegung beziehen sie sich primär auf die neoklassische Markttheorie und das vereinfachte Narrativ der meisten Wirtschaftslehrbücher. Wissenschaftliche Neuentwicklungen seit den 1950ern werden ignoriert. Diese enge Perspektive führt dazu, dass der *Homo oeconomicus* in einigen akademischen und medialen Kreisen verbreitet mit dem verzerrten *Negativbild* des materiellen Egoisten gekennzeichnet wird.

Obwohl er in der Ökonomik kaum eine Rolle spielt, werden wir im Folgenden dieses weitläufig kritisierte Modell näher beleuchten. Dabei soll sowohl das einseitige Vorurteil seiner Kritiker als auch die eingeschränkte Didaktik der Lehrbuchökonomik hinterfragt werden. Um das Konzept des *Homo oeconomicus* auf neutrale Weise einzuordnen, präsentieren wir im Gegensatz zu populären Vorstellungen eine differenzierte Charakterisierung, die dem Wirtschaftsakteur nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Motive zugesteht. Wenngleich dieses *integrative Modell* moralphilosophische Aspekte berücksichtigt, lässt sich daraus *kein* eindeutiges und kohärentes Menschenbild, geschweige denn ein tugendhaftes Leit- oder lasterhaftes Feindbild ableiten. Die folgende Argumentation geht von der Feststellung aus, dass der *Homo oeconomicus* Mängel aufweist, diese allerdings nicht ausreichen, um ihn grundsätzlich aus ethischen, konzeptionellen und wissenschaftlichen Gründen abzulehnen. Im Gegenteil, die differenzierte Charakterisierung ermöglicht eine alternative Wirtschaftsdidaktik und soll zur Versachlichung öffentlicher Wirtschaftsdebatten beitragen.

Der Begriff des *Homo oeconomicus* wurde vermutlich vom Ökonom Vilfredo Pareto zu Beginn des 20. Jahrhundert geprägt. Erst während der letzten Jahrzehnte gewann er über die Wissenschaft und akademischen Kreise hinaus in der Öffentlichkeit an Bedeutung. Daher stellt sich die zwingende Frage, was diesen fiktiven Charakter tatsächlich motiviert. Wonach strebt er? Die Antwort liegt weitgehend bei den Vätern des Utilitarismus, den Briten John Stuart Mill und Jeremy Bentham, die im 18. und 19. Jahrhundert den englischen Begriff der *Utility* prägten und ihn als *Happiness* oder *Glück* deuteten. Ihr *Prinzip des maximalen Glücks* bezieht sich auf das subjektive Streben nach maximaler Zufriedenheit. Es besagt jedoch nichts über die unterschiedlichen Faktoren und deren Einordnung, die zum Erreichen der Zufriedenheit beitragen. Abgesehen von der Notwendigkeit, materiell ausgerichtete Entscheidungen treffen zu müssen, herrscht daher Ungewissheit über die Beweggründe und moralische Disposition des *Homo oeconomicus*.

Erstaunlicherweise verliert er auf dem Weg nach Deutschland seine ansatzweise menschlichen Züge, denn anstatt sich an der philosophischen Bedeutung des angelsächsischen Wortgebrauchs *Utility* zu orientieren, wird im Deutschen eine irreführende Wörterbuchübersetzung gewählt. Während angehenden Ökonomen an britischen Universitäten der Begriff *Utility* mit Glück, Zufriedenheit, *eigenes Wohl* oder Eigeninteresse ausgelegt wird, bekommen deutsche Studierende den Begriff *Nutzen* präsentiert. Die Wörterbuchübersetzung der *Nützlichkeit* ist formell korrekt, sie birgt jedoch konzeptionelle Probleme. Die Maximierung des eigenen Nutzens weckt Assoziationen einer deutlich mechanischeren und unmenschlicheren Disposition als das Streben nach größtmöglicher Zufriedenheit. Im deutschsprachigen Raum verändert sich somit die Wahrnehmung des ursprünglich britischen *Homo oeconomicus* vom Glückssucher zum maschinellen Nutzenoptimierer. Dieser Sachverhalt erklärt vielleicht, warum er im Gegensatz zu Deutschland in wissenschaftlichen und medialen Debatten Großbritanniens keine Rolle spielt.

Umgekehrt wird im Englischen *Nutzen* mit dem Begriff *Benefit* beschrieben, der *Vorteil*, *Gewinn* oder *Wohl* bedeutet. Er ist mit dem deutschen Wort *Benefiz* verwandt und schließt eine Verbindung mit dem Aspekt der Wohltätigkeit nicht aus. Der angelsächsische Begriff *Utility* bietet demnach mehr Möglichkeiten der Interpretation und ethischer Inhalte als der egoistisch anmutende Wortgebrauch des *Nutzens*. Im Folgenden wird daher dieser belastete Begriff mit dem angemesseneren Ausdruck des *Eigenwohls* ersetzt.

Die zentrale Charaktereigenschaft des *Homo oeconomicus* beruht somit auf seinem Streben nach bestmöglichen Lösungen, um den Grad seiner Zufriedenheit zu steigern. Wie alle Menschen stößt auch er in der Realisierung seiner Bedürfnisse an natürliche und gesellschaftsbedingte Grenzen. Daher muss der abstrakte Wirtschaftsmensch auf der Suche nach seinem Glück oder Eigenwohl diverse *Beschränkungen* und Engpässe in Kauf nehmen. Das Grundmotiv des *Homo oeconomicus* lässt sich daher formell als *begrenzte Eigenwohlmaximierung* bezeichnen. Er ist gezwungen, beim Streben nach bestmöglichen Lösungen stets die *Grenzen des Machbaren* zu beachten und seine Handlungsoptionen entsprechend auszuloten.

Als Suchender nach bestmöglichen Entscheidungen wird vom *Homo oeconomicus* angenommen, er handle gemäß den Prinzipien der Aufklärung *rational*. Die nüchterne Eigenschaft der *instrumentellen Rationalität* und *Vernunft* ist bereits im positiven Sinne als notwendige Bedingung für Verantwortungsbereitschaft genannt worden [K2.2.3]. Der *Homo oeconomicus* ist demnach jemand, dessen Entscheidungsprozess auf vier Stufen basiert. Er *informiert* sich, um dann alle möglichen Optionen zu *bewerten*, nach Prioritäten zu *ordnen* und schließlich die *optimalste* Lösung mit dem höchsten Zufriedenheitswert auszuwählen. Die Grundannahme seiner Rationalität gibt uns zwar Aufschluss über seine Vorgehensweise, sie besagt jedoch nichts über die Kriterien, Umstände und subjektiven Einschätzungen, die in seine Überlegungen einfließen. Die Frage, wie und auf welchen Grundlagen der *Homo oeconomicus* seine Abwägungen bestimmt, liegt daher weitgehend im Bereich der Psychologie und nicht der Standardökonomik. Ungeachtet der herangezogenen Kriterien konzentriert sich der Ökonom auf die Frage, welche Entscheidungen der rationale *Homo oeconomicus* unter vorgegebenen Annahmen treffen würde, um seinem maximalen Wohl zu dienen. Lassen sich die Ergebnisse in der realen Welt verifizieren, hat das Erklärungsmodell zunächst seine wissenschaftliche Schuldigkeit getan.

Obwohl das beschriebene Modell durchaus aussagekräftig ist, tritt mit der *Annahme* perfekter Rationalität ein wesentliches Realitätsproblem auf. Der Mensch ist kaum in der Lage, viele Auswahlmöglichkeiten so einzuordnen, dass sich daraus eine eindeutige Bewertungsreihenfolge ergibt. Dass Menschen priorisieren können ist unbestritten, doch die Fähigkeit des *Homo oeconomicus*, eine perfekte Rangfolge seiner Neigungen bestimmen zu können, gehört zu einer der unrealistischen Annahmen, die nur aus Gründen der Abstraktion und theoretischen Vereinfachung vertretbar ist.

Die Eigenschaft der Rationalität wird besonders dann zu einer Herausforderung, wenn die Auswahlmöglichkeiten dem Problem der *Ungewissheit* unterliegen. Nun muss er seine Fähigkeiten in der Bewertung von *Eventualitäten* und der Bewältigung von *Risiken* beweisen. Das Problem, über zukünftige und risikobehaftete Lösungen entscheiden zu müssen, beschert dem *Homo oeconomicus* eine Achillesferse, denn die Annahme, dass er dies mühelos schafft, weicht deutlich von den Fähigkeiten des normalen Menschen ab. So kritisiert der Ökonom und Nobelpreisträger Reinhard Selten das gängige Modell des *Homo oeconomicus* mit der Begründung, dass Menschen bei Entscheidungen meist nur ihnen bekannte und somit eine limitierte Auswahl von Möglichkeiten in Betracht ziehen, um den Aufwand der Informationssuche zu vermeiden. Ein weiterer Fall *begrenzter Ra-*

tionalität tritt dann ein, wenn sich im Verlauf eines Auswahlprozesses die persönlichen Präferenzen des Entscheidungsträgers dadurch ändern, dass sie kontinuierlich an seine individuellen Ansprüche angepasst werden.

Wie der Psychologe Gerd Gigerenzer (2008) veranschaulicht, werden viele Entscheidungen über *Intuition* und *Bauchgefühl* getroffen. Unter den erschwerten Bedingungen hoher Komplexität, limitierter Information und hohem Zeitdruck können sich intuitive und *heuristische* Entscheidungen ebenso richtig erweisen wie empirisch nachvollziehbare Verfahren. Auch der Psychologe Amos Tversky und sein Kollege Daniel Kahnemann (2000) sowie der Ökonom Richard H. Thaler (1994) entdeckten diverse Strategien und Faustregeln für das Treffen von Entscheidungen, die wenig mit rationaler Reflexion gemein haben. Dennoch argumentieren sie, dass die Rationalitätsannahme in vielen Kontexten vertretbar ist, insbesondere dann, wenn der Entscheidungsträger über genügend Zeit für Informationssuche und differenzierte Abwägungen verfügt. Generell ist zu beobachten, dass Entscheidungen oft aus einer Mischung rationaler Überlegungen und intuitiver Impulsen getroffen werden.

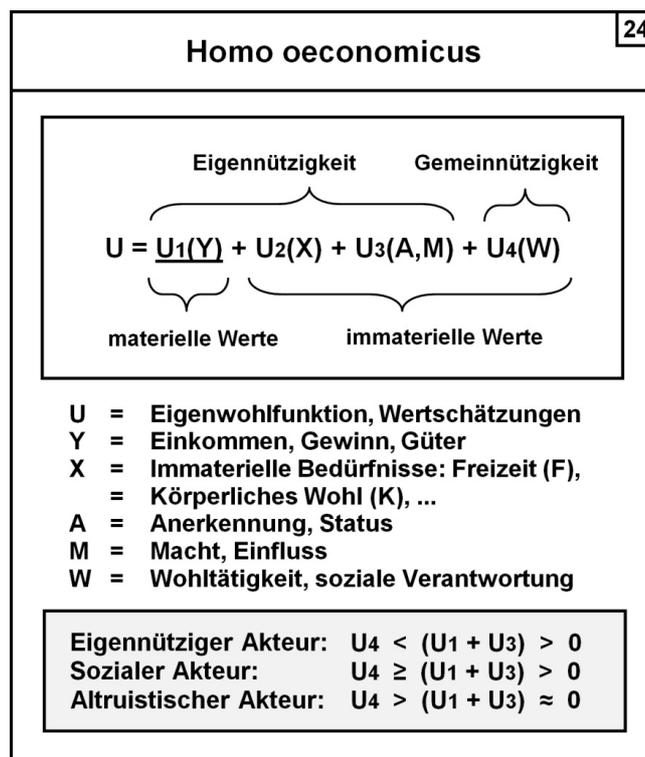
In diesem Zusammenhang sei das negativ behaftete Konzept der *ökonomischen Rationalität* erwähnt, das unter Kritikern des *Homo oeconomicus* aus den deutschen Sozial- und Geisteswissenschaften hohe Beliebtheit genießt. Es beruht auf der These, die Mischung aus Rationalität und Egoismus gehörten in eine eigene Verhaltenskategorie, die moralische Bedenken aufwirft und nur der Ökonomie zuzuschreiben sei. Die Begründung dafür bezieht sich zum Teil auf die numerischen Techniken der *Kosten-Nutzen Analyse* und der *Optimierung*. Übersetzt man diese Methoden als Abwägung von *Vor- und Nachteilen* oder als Suche nach *bestmöglichen Lösungen*, wird deutlich, dass es sich bei diesen vermeintlich exklusiven Wirtschaftskonzepten um *universelle Entscheidungsprinzipien* handelt. Auch das Konzept der *Sparsamkeit* bezieht sich zwar auf Verhalten unter den wirtschaftstypischen Bedingungen der *Knappheit*, doch gehen Menschen nicht sparsam mit der Zeit, Worten, ihrer Energie oder gelegentlich mit der Wahrheit um? Wenn nun das allgemeingültige Prinzip der Rationalität in ein eigenständiges Wirtschaftskonzept verwandelt wird, müsste diese Kategorisierung auch auf andere Entscheidungsbereiche zutreffen, in denen *Zweckorientierung* und *eigenes Wohl* als Grundlage dienen. Folglich ließen sich nach dieser Logik vergleichbare Entscheidungsmuster in Politik, Wissenschaft, dem Militär, Sport und Journalismus heranziehen, um daraus neue Rationalitätsarten zu entwickeln. Da eine derartige Inflation verschiedener Rationalitätssorten abwegig ist, muss die Sinnhaftigkeit des Konzepts einer ökonomischen Rationalität angezweifelt werden.

Trotz der genannten Einschränkungen, die Hauptmerkmale und Entscheidungsgrundlagen des *Homo oeconomicus* besser verstehen zu können, ist es hilfreich, eine schematische Formel als Illustration heranzuziehen, die im Deutschen als *Nutzenfunktion* bekannt ist und hier mit dem inhaltlich zweckmäßigeren Begriff der *Eigenwohlfunktion* ersetzt wird. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass die auf einer Mathematiksprache beruhende Funktion, die eine logische Folge von Bewertungsverhältnissen aufzeigt, nur als theoretisches Hilfsmittel der Forschung und abstraktes Erklärungsmodell der Lehre dient, in der Praxis dagegen keine Anwendung findet.

Für die Formulierung der Eigenwohlwerte sind seit Beginn der modernen Ökonomik zwei Methoden herangezogen worden. Die klassische Form im 19. und frühen 20. Jahrhundert bezog sich auf die *kardinale* Praktik, die besagt, dass konkrete Glückswerte des *Utils* theoretisch existieren, sodass sich Motive und Handlungsoptionen leicht einordnen lassen. Später verbreitete sich dagegen der Gebrauch der *ordinalen* Eigenwohlfunktion, da sie für mathematische Zwecke einen breiteren Anwendungsrahmen bot. Sie lässt sich grundsätzlich als eine theoretische Simulation geordneter Wertevorstellungen be-

schreiben, die darauf achtet, dass die angenommene Bewertungsstruktur einem realistischen Muster entspricht und Gesetze der Logik erfüllt. Die in der Wissenschaft genutzten Funktionen stellen daher abstrakte Bewertungs- und Verhaltensmodelle dar, die zwar empirisch belegbar sind, nicht aber auf konkreten Messungen beruhen. So mag einer Eigenwohlfunktion die Ausgangsposition zugrunde liegen, dass steigendes Einkommen zu stetig größerem Glück führt, wobei jeder zusätzliche Euro mit einem jeweils geringeren Zufriedenheitszuwachs einhergeht. Dieses abflachende Bewertungsmuster basiert auf der Annahme, zunehmender Wohlstand nähert sich kontinuierlich einem Sättigungsgrad an, ab dem kaum mehr zusätzliche Wertschätzung stattfindet. Die Gültigkeit dieser These ist mehrfach anhand der Glücksforschung empirisch belegt worden [K3.1].

Die im Diagramm 24 präsentierte Aufzeichnung einer *allgemeinen Eigenwohlfunktion* des *Homo oeconomicus* entspricht nicht den einfachen Annahmen gängiger Lehrbücher, sondern präsentiert ein Modell, das primär auf die Vielschichtigkeit seiner Entscheidungsgrundlagen hinweisen soll. Es handelt sich um eine rein theoretische Formulierung, die sich aus einzelnen Prämissen der Forschung zusammensetzt und somit eine Art *Generalfunktion* darstellt. Das Ziel dieser Formulierung besteht zunächst darin, die Egoismusannahme des *Homo oeconomicus* kritisch zu überprüfen. Nach üblicher Praxis richtet sich die Kennzeichnung individueller Eigenwohlfunktionen am englischen Begriff *Utility* aus und wird daher auch in der deutschen Fachliteratur mit dem Buchstaben (U) bestückt. Zur Veranschaulichung unseres breiter angelegten Modells wählen wir eine Formulierung, die seine Entscheidungsmotive in vier Kategorien einteilt.



Da es sich um einen Wirtschaftsakteur handelt, ist zu erwarten, dass sein Fokus auf materielle Dinge (Y) eine durchweg konstante Rolle spielt und somit Entscheidungen ohne jeglichen Wirtschaftsbezug aus seinem Handlungsrahmen fallen. Die subjektive Beurteilung finanzieller und materieller Angelegenheiten, zu denen Einkommen, Gewinn, Vermögen, Wertsachen oder Gebrauchsgüter gehören, wird im Diagramm 24 durch die Bewertungskomponente $U_1(Y)$ gekennzeichnet. Dieser Funktionsteil ist bewusst unterstrichen, um darauf hinzuweisen, dass er für das Verhaltensmodell des *Ho-*

mo oeconomicus eine *notwendige Bedingung* darstellt. Wie bereits erwähnt, wird von der einfachen Eigenwohlfunktion $U_1(Y)$ in Bezug auf Einkommen (Y) eine steigende, aber abflachende Form angenommen. Daher verwundert es, dass der Philosoph Julian Nida-Rümelin (2011) der Ökonomik vorwirft, die gängige und empirisch belegte Prämisse dieser Funktionsform enthalte einen logischen Denkfehler. Sein gewagter Vorwurf scheint selber einem Irrtum zu unterliegen. Schließlich entspricht eine *Annahme*, egal wie realistisch sie sein mag, nicht einem *Argument*, das hergeleitet werden muss. Im Gegensatz zum Argument lässt eine Annahme keinen Denkfehler der Logik zu.

Obwohl der Wirtschaftsakteur durch die Beurteilung materieller Werte seine Daseinsberechtigung erfährt, bedeutet dieser Sachverhalt keineswegs, dass in wirtschaftlichen und finanziellen Entscheidungen immaterielle Motive fehlen müssen. Laienhaftes Nicht-Ökonomen begehen mit ihrer einseitigen Charakterisierung des *Homo oeconomicus* somit einen Fehler, wenn sie ihm unterstellen, er besäße *prinzipiell* keine Beweggründe ideeller Art. Die ursprüngliche These seiner Rationalität erfordert jedoch, dass er *alle* relevanten Entscheidungsfaktoren berücksichtigen muss und somit immaterielle Motive nicht ignorieren darf. Die zweite Komponente der Eigenwohlfunktion (U_2) enthält daher diverse Bedürfnisse (X), zu denen etwa Gesundheit (K) oder Freizeit (F) zählen. In der Definition des *Homo oeconomicus* ist die Einbeziehung *immaterieller Güter* dieser Art nur dann von Bedeutung, wenn ihre Beurteilung im Zusammenhang mit der Bewertung materieller Dinge steht. So lässt sich etwa das Einkommen einer beruflichen Tätigkeit als Beispiel heranziehen, denn die Wertschätzung einer Arbeit setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen [K4.4.1]. Neben dem Genuss finanzieller Vorteile $U_1(Y)$ wird auch der Befriedigung immaterieller Bedürfnisse wie die Erweiterung persönlicher Gestaltungsmöglichkeiten und Freiheiten $U_2(F)$ ein eigener *Wert* eingeräumt. Folglich unterliegt eine arbeitende Person oft der *Güterabwägung*, ob sie mehr arbeitet und ein höheres Einkommen generiert oder lieber weniger Geld verdient, dafür aber mehr Freizeit genießt. Als weiteres Beispiel für konfliktreiche Entscheidungen dient das Konsumverhalten eines Verbrauchers. Wenn er auf Grund des hohen Stellenwerts der Komponente $U_1(Y)$ geizig ist und lieber billige Nahrung oder Fast Food zu sich nimmt, hat diese Haltung eventuell Auswirkungen auf seine Gesundheit. Sollte ihm die Gesundheit wichtig sein und er sich hochwertige Lebensmittel leisten können, würde die Wertschätzung $U_2(K)$ den Verlust in $U_1(Y)$ übertreffen und ihn als rationalen Konsument dazu anhalten, sich gesünder zu ernähren.

Im dritten Element (U_3) verweist die Funktion auf einen zweiten immateriellen Faktor, die eigennützigen Motive der persönlichen Anerkennung (A) und Macht (M). Im Zusammenhang mit materiellen Belangen sei der sogenannte *Veblen Effekt* erwähnt, der besagt, dass Verbraucher mehr konsumieren, wenn der Kaufpreis steigt. Dieses anormale Verhalten beruht auf einer hohen Bewertung des gesellschaftlichen Ansehens $U_3(A)$, die entsteht, wenn aus kulturellen Gründen Luxusartikel oder Kunstwerke zu Statussymbolen erhoben werden. Wie der Ökonom Ernst Mohr (2016) argumentiert, spielt der Konsum auch in Subkulturen eine wesentliche Rolle, da er einen Weg ermöglicht, sich von gesellschaftlichen Normen abzugrenzen und sich in entsprechenden Milieus Ansehen zu verschaffen.

Das Thema sozialer Anerkennung und Status (A) ist aus zwei Gründen von besonderem Interesse. Zunächst ist es eng mit dem Konzept öffentlicher *Aufmerksamkeit* verbunden. Daher fügt sich das Konzept des Architekten und Stadtplaners Georg Franck (1998) einer *Ökonomie der Aufmerksamkeit* nahtlos in unser Modell des *Homo oeconomicus* ein. Franks Argument, die öffentliche Aufmerksamkeit diene neben Geldwerten als knappe Ressource und stelle eine eigene gesellschaftliche *Währung* dar, entspricht der Komponente $U_3(A)$. Wichtig für unser Modell ist jedoch die Tatsache, dass öffentliche

Anerkennung und Einkommen oft korrelieren. Nicht nur spielt die Aufmerksamkeit eine wichtige Rolle in den Bereichen der Werbe- und Medienwirtschaft sowie in der Unterhaltungs- und Kulturbranche, sie ist auch in der Politik, der Wissenschaft und im Journalismus von zentraler Bedeutung. Die Korrelation zwischen Einkommen und Status bedeutet umgekehrt, dass mittellose Wirtschaftsakteure nicht nur unter materieller Verteilungsungerechtigkeit leiden, die sich im Wert $U_1(Y)$ äußert. Wie der amerikanische Philosoph Michael J. Sandel (2020) aufzeigt, erdulden sie zusätzliche Demütigung durch das Fehlen sozialer Anerkennung. Folglich wird unser Modell des *Homo oeconomicus* diesem Gedanken insofern gerecht, als der Wert $U_3(A)$ auf persönliche Unzufriedenheit, verursacht durch soziale Vernachlässigung und den geringen Respekt ihrer Leistung, hinweist. Sandel ordnet diesem Aspekt viel Bedeutung zu, denn Frustration und Enttäuschung tragen dazu bei, Vertrauen in das Wirtschaftssystem, die bürgerlichen Bildungseliten und politischen Entscheidungsträger zu beschädigen.

Die persönliche Wertschätzung ideeller Güter, wie Gesundheit, Freizeit, Natur, Bildung und Kultur, ist deshalb als Handlungsmotiv des *Homo oeconomicus* von Bedeutung, da sie auf ein Paradox menschlichen Wirtschaftsverhaltens hinweist. In einer stark auf Konsum und Wohlstand ausgerichteten Welt stoßen Menschen offenbar an Grenzen ihrer Rationalität, wenn ihre Entscheidungen auf einer *Zeitachse* zu beurteilen sind. Einerseits streben sie nach mehr sofortigem Einkommen, Konsum, Sicherheit und Status. Andererseits sind sich die meisten Menschen bewusst, dass illustriert durch die stetig flacher werdende Eigenwohlkomponente in Bezug auf Einkommen $U_1(Y)$ oberhalb eines Sättigungsgrads weiteres Streben nach höherem Wohlstand und zusätzlichen Sachwerten *langfristig* kaum mehr Zufriedenheit bewirkt. Dieser Widerspruch wird nach dem Ökonom Richard Easterlin (1974), einem Vordenker der Glücksforschung, als *Easterlin-Paradox* bezeichnet. Auch sein amerikanischer Kollege Tibor Scitovsky (1976) beschrieb vor Jahrzehnten jenes Problem in seinem Werk „The Joyless Economy“ und forderte, dass Menschen mehr Vernunft walten lassen sollten, indem sie sich weniger an materiell vergänglichen Gütern orientierten. Stattdessen erhöhe sich ihr langfristiger Zustand der Zufriedenheit, wenn sie mehr Wert auf den Genuss der Natur und zwischenmenschliche Beziehungen legten. In diesem Sinne verweist unser Modell des *Homo oeconomicus* nicht nur auf Möglichkeiten eines alternativen und humaneren Wirtschaftsverhaltens, sondern hebt auch die Rolle der *Vernunft* hervor, die für das Gestalten eines *guten Lebens* von Bedeutung sein kann.

Die Einbeziehung immaterieller Werte als Entscheidungsgrundlage des *Homo oeconomicus* schließt natürlich unrühmliche Motive nicht aus. Machtstreben $U_3(M)$, Gier, Geiz und Korruption $U_1(Y)$ sowie exzessives Verlangen nach Anerkennung oder Status $U_3(A)$ dürfen daher als mögliche Merkmale des *Homo oeconomicus* nicht fehlen. Die Existenz unsittlicher Motive wirft jedoch die Frage auf, ob asoziales Verhalten auf rationale Entscheidungen oder vielmehr auf irrationale und selbstzerstörerische Ursachen zurückzuführen ist. Die Vielfalt menschlicher Wesensmerkmale in wirtschaftsbezogenem Handeln ist schon von Maynard Keynes mit dem Begriff *Animal Spirits* versehen worden. Unter diesem Titel beschäftigten sich die Ökonomen und Nobelpreisträger George A. Akerlof und Robert J. Schiller (2009) mit einigen Mustern individuellen Fehlverhaltens, um Missstände in der Wirtschaft zu erläutern. Auch in diesem Zusammenhang dient unser *integratives Modell* des *Homo oeconomicus* als interessanter Ausgangspunkt für Debatten, denn es bietet einige Grundlagen für den Tatbestand des *Marktversagens*. Wie später erörtert, lassen sich Fälle des marktbedingten Scheiterns durchaus auf egoistisches und irrationales Verhalten des *Homo oeconomicus* zurückführen [K4.6]. Obwohl derartige Verhaltensmuster in der realen Welt zu beobachten sind, ist zu betonen, dass sie keineswegs ausreichen, um daraus ein allgemeingültiges Menschenbild abzuleiten.

Die im Diagramm 24 dargestellte Eigenwohlfunktion verweist auf eine vierte Komponente $U_4(W)$, die in Wirtschaftslehrbüchern formell keine Erwähnung findet. Es handelt sich um die Einbeziehung einer Entscheidungsgrundlage, die sich nicht durch *Eigennützigkeit* auszeichnet, sondern auf den sozialen Motiven der Fürsorge, Sympathie und *Wohltätigkeit* (W) beruht. Die Tugenden der Großzügigkeit, Hilfsbereitschaft und *Gemeinnützigkeit* lassen sich unter dem Sammelbegriff der *sozialen Verantwortung* zusammenfassen und stellen eine notwendige Bedingung für enge Vertrauensverhältnisse und Solidarität in einer Gesellschaft dar [K2.2.2]. Die wesentliche Eigenschaft der Gemeinnützigkeit besteht darin, dass sie nicht zwangsläufig auf *Reziprozität* und der Erwartung zukünftiger Gegenleistungen des Empfängers beruht. Dennoch geht im Persönlichen soziales Handeln oft mit Glücksgefühlen und einer *inneren Befriedigung* einher. Das Phänomen, Freude zu verspüren, wenn man anderen Menschen hilft oder großzügig spendet, wird in der Wissenschaft als *Warm-Glow-Effekt* bezeichnet. Hinsichtlich der gängigen Kritik am *Homo oeconomicus* als vermeintlichen Egoisten wirft die Eingliederung der Komponente $U_4(W)$ die Frage auf, ob gemeinnützige Motive tatsächlich in Wirtschaftsentscheidungen einfließen können. Der Ökonom Gebhard Kirchgässner (1991) tut sich in seinem Standardwerk über den theoretischen Wirtschaftsmenschen schwer, auf Grund der Begriffe des *Nutzens* oder *Eigeninteresses* dem *Homo oeconomicus* explizit moralische Beweggründe zuzuordnen. Dennoch vertritt er die verbreitete Fachposition, dass ihm durchaus moralische Verhaltensmotive eingeräumt werden *können*. Da Kirchgässner diesen Standpunkt nicht ausführlich begründet, ist es notwendig, sich mit dem Aspekt der Einbeziehung ethischer Motive in das Modell des *Homo oeconomicus* genauer zu beschäftigen.

Das Argument, über eigennützige Motive hinaus könnten auch gemeinnützige Werte und Normen $U_4(W)$ in Entscheidungen des *Homo oeconomicus* einfließen, begründet sich zunächst aus der Tatsache, dass sein Verhalten aus wissenschaftlicher Sicht differenziert ausfällt. Eine entsprechende Charakterisierung beruht somit primär auf einem *positiven Wissenschaftsverständnis* und vermeidet normative Annahmen, die ein einseitiges Bild seiner Motive zeichnet. Als zweite Begründung lässt sich die vom Philosophen Karl Popper entwickelte Methode wissenschaftlicher Beweisführung heranziehen. Folglich darf der These des *ausschließlich* egoistischen Wirtschaftsakteurs nur dann Allgemeingültigkeit verliehen werden, wenn sie nicht durch Gegenargumente oder Ausnahmen zu widerlegen ist. Daher werden im Folgenden einige Gründe genannt, warum sich Entscheidungen des *Homo oeconomicus* neben egoistischen Motiven auch auf Wohltätigkeit und Gemeinnützigkeit zurückführen lassen.

Fürsorge und Hilfsbereitschaft beruhen auf moralischen Grundwerten, die für alle Menschen gelten und somit auch auf den theoretischen *Homo oeconomicus* zutreffen müssen. Folglich ist es schwer nachzuvollziehen, warum in akademischen Kreisen Wirtschaftsmotive und soziale Anliegen oft als Widersprüche behandelt werden. Studien der Hirn- und Empathieforschung, wie etwa die der Psychologen Tanja Singer (2015) und Richard Davidson (2015), belegen, dass die sozialen Normen der Fürsorge und Kooperationsbereitschaft biologisch bedingt sind und daher für menschliches Verhalten in sämtlichen Kontexten zutreffen, inklusive denen des *Homo oeconomicus*. Obwohl Egoismus in der Wirtschaft durchaus auftritt, lassen Forschungsergebnisse den Schluss nicht zu, Hilfsbereitschaft und Großzügigkeit seien als Motiv auszuschließen. Wenn also Gemeinnützigkeit in wirtschaftsbezogenen Kontexten möglich ist, wirft dieser Sachverhalt die Frage auf, unter welchen Bedingungen soziales Verhalten eingeschränkt wird.

Für den *Homo oeconomicus* gilt, dass die ideellen Motive der Fürsorge und sozialer Verantwortung (U_4) meist in einem *Konflikt* mit materiellen Beweggründen (U_1) stehen. Als gutes Beispiel lässt sich eine Geldspende für wohltätige Zwecke heranziehen. Beson-

ders wenn der Spender nicht vermögend ist und daher einen relativ hohen Wertverlust in $U_1(Y)$ zu bewältigen hat, ist diese Handlung mit einer höheren Bewertung der Gemeinwohlkomponente $U_4(W)$ verbunden. Ein ähnliches Problem tritt auf, wenn etwa ein Verbraucher entscheiden muss, ob er seinen Konsum nach ethischen Motiven ausrichtet, obwohl er dadurch einen höheren Preis zu zahlen hat oder auf andere Güter verzichten muss. Ehrenamtliches Engagement mag zwar mit Vereinsgebühren und anderen Kosten verbunden sein, der Faktor Zeit $U_2(F)$ bietet in diesem Kontext jedoch meist mehr Anlass für Konflikte. Grundsätzlich handelt es sich bei Dilemmas dieser Art um ein universelles Problem. Nicht nur Theologen, Philosophen und Soziologen, sondern auch Ökonomen beschäftigen sich immer wieder mit den alltäglichen Sachzwängen des menschlichen Lebens, materielle und immaterielle Beweggründe abwägen zu müssen und entsprechende Entscheidungen zu treffen.

Die Notwendigkeit, eine wohltätige Komponente in die Eigenwohlfunktion einzufügen, ergibt sich nicht nur aus den Ergebnissen der Empathie- und Glücksforschung, sondern auch aus der Rationalitätsannahme des *Homo oeconomicus*. Da Menschen meist einem Gerechtigkeits Sinn folgen, den Akt des Teilens genießen und der gesellschaftlichen Zusammengehörigkeit einen hohen Stellenwert einräumen, kann daraus geschlossen werden, dass völlig selbstsüchtiges Verhalten entweder krankhaft ist oder den Regeln der Rationalität widerspricht. Der Ökonom und Nobelpreisträger Amartya K. Sen (1977) wies in seinem berühmten Essay „Rational Fools“ auf diesen widersprüchlichen Aspekt rationaler Entscheidungen hin. Die Handlungsweise des Wirtschaftsmenschen ließe sich als dumm und *irrational* bezeichnen, wenn er in der Zusammenstellung seiner Werteskala das Empfinden von Sympathie und Mitgefühl oder die Bereitschaft für soziales Engagement und moralisches Bewusstsein vollkommen ausklammert. Dieses Erkenntnis lässt sich mit dem relativ neuen Konzept des *effektiven Altruismus* vergleichen, das der australische Philosoph Peter Singer (2015) als Grundlage eines ethischen Lebens entwarf und seitdem öffentliche Aufmerksamkeit genießt. Es beruht auf der Prämisse, dass sich der persönliche Konflikt, zwischen Eigennutz und Mitmenschlichkeit wählen zu müssen, mit rationalen Argumenten beurteilen lässt und somit Entscheidungen zugunsten des Gemeinwohls auf dieser Basis getroffen werden können.

Sollte aus Gründen der Vernunft die Gemeinwohlkomponente $U_4(W)$ in der Eigenwohlfunktion von praktischer Bedeutung sein, ist es sinnvoll, den Begriffen der *Eigennützigkeit* und des *Eigenwohls* unterschiedliche Bedeutungen zuzuordnen. Die Eigennützigkeit wird generell mit *Ichbezogenheit* und *Egoismus* gleichgesetzt, während das Motiv des Eigenwohls einen breiteren Sammelbegriff darstellt, der fürsorgliches Verhalten einschließt. Die Annahme, der *Homo oeconomicus* handle stets rational, erfordert somit, dass die Fürsorgekomponente $U_4(W)$ als Entscheidungsmotiv konzeptionell nicht fehlen darf. Wenn also mit der verkürzten Formulierung $U=U_1(Y)$ wissenschaftlich gearbeitet wird, ist dies zunächst als Annahme legitim. Es lässt jedoch nicht den Schluss zu, die Komponente $U_4(W)$ sei daher zu vernachlässigen.

Die Einbeziehung der Gemeinwohlkomponente $U_4(W)$ wirft nun die philosophische Frage auf, ob und wie sie mit ethischen Konzepten in Einklang zu bringen ist. Wie lässt sich unser *integratives Modell* des *Homo oeconomicus* mit Prinzipien der Moralphilosophie vereinen? Hierzu lassen sich zwei unterschiedliche Ethikmodelle heranziehen, die später in einen breiteren Kontext gestellt werden [K4.10.1]. Beginnen wir zunächst mit den Ansätzen der *Tugendethik* des antiken Philosophen Aristoteles und der *Gefühlsethik* des schottischen Aufklärers David Hume. Beide Philosophen gehen davon aus, dass moralisches Handeln langfristig die Tür zu individuellem Glück öffnet. Da wir den *Homo oeconomicus* bereits als Glückssucher beschrieben haben, liegt es auf der Hand, dass er nach moralischen Motiven handeln kann, um seinem Streben nach Wohlbefinden, Weis-

heit und Glück nachzukommen. Folglich besteht kein substantieller Konflikt zwischen dem *Homo oeconomicus* als sozial verantwortungsbewusstem Akteur und der Moralphilosophie von Aristoteles und Hume.

Für den deutschen Philosophen Immanuel Kant trifft dieses Argument nicht so einfach zu. Sein Konzept der *Pflichtethik* räumt der Moral einen gesellschaftlichen Eigenwert ein und schließt positive Folgen für das individuelle Wohl aus. Lässt sich uneigennütziges und opferbereites Engagement, das durch die Komponente $U_4(W)$ dargestellt werden soll, dennoch in die Eigenwohlfunktion eingliedern? Kants kategorischer Imperativ wird generell als absolutes Pflichtgebot interpretiert, das sich nicht mit dem liberalen Grundgedanken einer individuellen Ausrichtung auf das Eigenwohl vereinbaren lässt. Dieser moralische Ansatz ist in Bezug auf den Aspekt der sozialen Verantwortung insofern problematisch, als strenges Pflichtgefühl immer einen Grad an Fürsorge benötigt.

Warum sollte ein Mensch sein Verhalten am Wohl der Gemeinschaft ausrichten und sich einem moralischen Imperativ unterwerfen, wenn er kein individuelles Bedürfnis hegt, sich für andere Menschen oder das Wohl der Gesellschaft einzusetzen? Lässt sich das *Sollen* des Pflichtbewusstseins tatsächlich vom *Wollen* und den fürsorglichen Neigungen des Menschen trennen? Benötigt das Pflichtbewusstsein nicht die persönlichen Merkmale subjektiver Überzeugungen, selbständiger Reflektion und eines individuellen Verantwortungsbewusstseins? Der kategorische Imperativ kann daher durchaus mit Abwägungen von Konsequenzen in Einklang gebracht werden. Schließlich fordert er von jedem Menschen das subjektive Urteilsvermögen, sein Handeln nach den allgemeinen Normen des Gemeinwohls auszurichten. Er muss stets seine Handlungen mit der Bewertung ausloten, welche Konsequenzen sie hätten, wenn sich alle Menschen so verhielten wie er.

Sollten wir dennoch auf das Argument eingehen, die tugendhaften Regeln eines strengen Pflichtbewusstseins seien nicht mit dem Konzept des Eigenwohls zu vereinbaren, folgt daraus keineswegs, dass der *Homo oeconomicus* zu amoralischem Verhalten verdammt ist. Normalerweise werden moralische Grundsätze in allgemeine Regeln und Normen gegossen und dienen als äußere Kontrollinstanzen, um asoziales Handeln einzuschränken. Wenn nun die Rationalität des *Homo oeconomicus* die Berücksichtigung persönlicher und äußerer Einschränkungen verlangt, muss er zwangsläufig die moralischen Gesetze in seine Überlegungen einbeziehen. Er unterwirft sich somit den Rahmenbedingungen der sozialen Regeln, solange sie allgemein verpflichtend sind. Die Tatsache, dass moralische Regelwerke von äußeren Instanzen vorgeschrieben werden, wirft die interessante Frage einer *Verortung* der Moral auf. Hierbei handelt es sich um das Problem, in welchem Maße Moral den allgemeinen Gesetzen oder dem einzelnen Akteur zuzuordnen sei. Diese Fragestellung soll uns im Verlauf des Textes wieder begegnen und wird in der späteren Zusammenfassung der Wirtschaftsethik genauer untersucht [K4.10.1].

Die Auslegung des kategorischen Imperativs bleibt ein kontroverses Thema, denn es ist bereits auf Friedrich Hegels Kritik an Immanuel Kant hingewiesen worden, in der er argumentierte, moralische Regeln müssten stets den jeweiligen Umständen angepasst werden, um dem Gemeinwohl zu dienen [K2.1.3]. Hegel forderte also eine individuelle Bewertung und Abwägung der Konsequenzen moralischen Handelns. Dieser Ansatz lässt die Annahme zu, dass der rationale *Homo oeconomicus* durchaus in der Lage sein kann, fürsorglich aufzutreten und soziales Engagement oder kooperatives Handeln zugunsten des Gemeinwohls wertzuschätzen. Dies erfordert natürlich die dafür notwendigen Bedingungen zwischenmenschlicher *Vertrauensverhältnisse*, die auf den Tugenden der Weltoffenheit, Hilfsbereitschaft, Großzügigkeit, Ehrlichkeit und Verlässlichkeit beruhen.

Wenn dem *Homo oeconomicus* mitmenschliche Motive und soziale Verantwortung zugesprochen werden können, muss ihm auch die Möglichkeit eingeräumt werden, die genannten Tugenden wertzuschätzen und umzusetzen. Aus diesem Grunde birgt die gängige Vorstellung des ausschließlich egoistischen Nutzenmaximierers ein logisches Problem, wenn sie gleichzeitig mit der Forderung nach mehr Moral verknüpft wird. So vertritt Julian Nida-Rümelin die These des egoistischen *Homo oeconomicus*, er verlangt jedoch zugleich tugendhaftes und gemeinnütziges Verhalten als Voraussetzung einer *humanen Ökonomie*. Sein Anliegen zugunsten einer besseren Welt mag berechtigt sein, dennoch wirft die Widersprüchlichkeit seiner Position ernsthafte Fragen auf. Wie ist es möglich, eine theoretische Figur als Egoisten zu definieren, um ihr dann aus moralphilosophischer Sicht Egoismus vorzuwerfen? Wie kann von einem Egoisten die Bereitschaft zu sozialem Verhalten gefordert werden, wenn ihm die Fähigkeit dazu per definitionem abgesprochen wird? Folglich ist der Appell für eine humane Ökonomie nur unter der Ausgangsposition sinnvoll, dass moralisches und soziales Wirtschaftsverhalten theoretisch und praktisch möglich ist.

Mit der Egoismusthese ignorieren Kritiker des *Homo oeconomicus* nicht nur die theoretische Möglichkeit, ihm Fürsorge und Moral einzuräumen, sie verkennen auch die wirtschaftswissenschaftliche Forschung und deren Annahmen. Zahlreiche Wirtschaftsmodelle basieren auf der Prämisse *kollektiver* Verhaltensmotive, die belegen, dass sich Formulierungen nach dem Muster $U_4(W)$ problemlos in die Definition der Eigenwohlfunktion eingliedern lässt. Dazu zählen Experimente der Spieltheorie, die auf die Bedeutsamkeit kulturell bedingter Motive der Fairness und eines Gemeinschaftssinns in Wirtschaftsentscheidungen hinweisen. Auch in der Haushaltsökonomik spielt kooperatives und gemeinnütziges Verhalten eine wesentliche Rolle. Für einen Zweipersonenhaushalt A und B gelten in der Regel die folgenden Eigenwohlfunktionen: $U_A=U_A(Y,U_B)$ und $U_B=U_B(Y,U_A)$. Für beide Menschen ist sowohl das gemeinsame Einkommen (Y) als auch das gegenseitige Wohlbefinden von Bedeutung und bietet die notwendige Bedingung für *kooperatives* Verhalten. Wenn man diese soziale Wertschätzung verallgemeinert, lässt sich kein Grund nennen, warum nicht $U_A=U_A(Y,W)$ und $U_B=U_B(Y,W)$ möglich sind, wobei die Variable (W) für das Wohl mehrerer Personen oder gar der Gesellschaft steht. Räumt man dem rational nach seinem eigenen Wohl strebenden *Homo oeconomicus* die Möglichkeiten ein, Fürsorge nicht ausschließlich als Pflicht zu empfinden, sondern als individuelles Bedürfnis, ist er durchaus fähig, sich kooperativ zu verhalten. Diesbezüglich argumentierte die Wirtschaftsnobelpreisträgerin Elinor Ostrom (1990), dass kollektives Verhalten in der Wirtschaft nicht nur notwendig, sondern möglich sei. Da Kooperation auf *Vertrauen* beruht, dürfen dem *Homo oeconomicus* die entsprechenden Tugenden der Verlässlichkeit, Loyalität, Toleranz und Großzügigkeit nicht grundsätzlich aberkannt werden.

Unsere Charakterisierung des *Homo oeconomicus* beruht auf der Formulierung einer *integrativen Eigenwohlfunktion*, die sowohl egoistische als auch gemeinnützige Motive berücksichtigt. Folglich erlaubt sie, drei wesentliche Typen des Wirtschaftsakteurs zu bestimmen. Bei Charakteren, deren eigennützige Motive größer ausfallen als ihr Interesse am Wohl anderer, handelt es sich generell um den *Egoisten*. Die gängige Annahme $U_4(W)=0$ mag zwar im Dienste abstrakter und eng gefasster Erklärungsmodelle für die Wissenschaft von Nutzen sein, als realistischen Zustand entspricht sie jedoch der klinischen Diagnose des *Psychopaten*. Temporäre Formen extremer Eigennützigkeit sind im Wirtschaftsleben sicherlich zu beobachten [K4.6.1], dennoch lassen sie sich als gängige Verhaltensmuster des normalen Wirtschaftsakteurs nicht verallgemeinern. Umgekehrt basiert das Konzept des *Altruismus* auf einer selbstlosen Haltung, die sich fast ausschließlich der Fürsorge und Hilfe bedürftiger Menschen verschreibt. Die entsprechend geringe Wertschätzung materieller Dinge $U_1(Y)\approx 0$ und Desinteresse an Status und

Macht $U_3(A,M) \approx 0$ ist besonders bei Menschen zu beobachten, die engagiert karitative und ehrenamtliche Ämter bekleiden. Auch sie benötigen Nahrung und ein sicheres Dach über dem Kopf, sodass die Formulierung $U_1(Y)=0$ nicht zutrifft, zumal sie der Grundvoraussetzung des materiell geprägten *Homo oeconomicus* widerspricht. Da sowohl der Egoist als auch der Altruist extreme Positionen einnehmen, ist es sinnvoll, einen Menschentypus zwischen beiden Ausnahmesituationen zu definieren. Er ist daher als *sozialer Wirtschaftsakteur* zu bezeichnen, wenn für ihn neben materiellen Aspekten und Status die Motive der Gemeinnützigkeit und des Gemeinwohls einen hohen Stellenwert einnehmen. Da das integrative Modell des *Homo oeconomicus* ein vollständiges Spektrum an Beweggründen für wirtschaftliches Verhalten abdeckt, lässt sich daraus *kein* eindeutiges Leitbild ableiten. Das Modell erlaubt ihm, als Schurke, Normalmensch, sozial Engagierter oder als uneigennütziger Wohltäter aufzutreten.

Die breite Charakterisierung des *Homo oeconomicus* ist von beträchtlicher Bedeutung, da seine Eigenschaften der Vernunft und Sachlichkeit, gepaart mit den potentiellen Fähigkeiten der Fürsorge, eine *notwendige Voraussetzung* für menschliches Wirtschaften bieten. Schließlich beobachten wir im Alltag wertorientiertes Verhalten, wenn Verbraucher aus ökologischen und moralischen Gründen Verzicht beim Konsum üben oder Unternehmer trotz zusätzlicher Kosten hohen Wert auf familienfreundliches Arbeitsklima und eine Wirtschaftspraxis mit sozialer Verantwortung legen. Wenn von der Menschheit Besonnenheit und Denkvermögen gefordert wird, um ein humanes, gerechtes und nachhaltiges Wirtschaften zu ermöglichen, bietet der integrative Ansatz zumindest ein konstruktives Gedankengerüst für Debatten. Es verweist darauf, dass soziales Verhalten im Bereich der Wirtschaft nicht nur notwendig, sondern auch realisierbar ist. Aus diesem Grund erscheint es wichtig, den Aspekt der sozialen Verantwortung als didaktisches Mittel explizit in den Fachbereich der Ökonomik aufzunehmen. Demzufolge zeichnet sich das im folgenden Kapitel vorgestellte Konzept einer *integrativen Wirtschaftslehre* dadurch aus, dass es den Gedanken des breit definierten *Homo oeconomicus* aufgreift und weiterentwickelt.

Wenn ihm von Kritikern ein ausschließlich negatives Menschenbild zugewiesen wird, wirft diese Position eine Gegenfrage auf. Wie realistisch ist das gegenteilige Konzept eines völlig fürsorglichen und kooperativen Wirtschaftsakteurs? Verschafft Christian Haller (2012) tatsächlich neue Erkenntnisse, wenn er einen alternativen und moralisch einwandfreien Idealtypus in Form des *Homo oeconomicus humanus* fordert? Ungeachtet des Problems, dass Haller nicht auf die Verwandlung des *Homo oeconomicus* vom gierigen Bösewicht zum ehrbaren Akteur eingeht, sticht er mit seinem Vorschlag in ein ontologisches Wespennest. Da der *Homo humanus* als *menschlicher Mensch* zu übersetzen ist, bedarf es der Klärung, ob Menschsein von einem wünschenswerten Idealbild ausgeht oder auf realistische Weise die negativen und positiven Attribute des Menschen beschreibt. Da der hier präsentierte *Homo oeconomicus* den Bezeichnungen als egoistisch, sozial und altruistisch gerecht werden kann, umgeht die entsprechend vielschichtige Charakterisierung dieses begriffliche Problem.

Nachdem wichtige Entscheidungskriterien des *Homo oeconomicus* skizziert wurden, kommen wir zur kritischen Frage, warum und unter welchen Bedingungen er in der gängigen Wirtschaftslehre vorwiegend als materieller Egoist dargestellt wird. Warum werden ihm kaum ethische und soziale Kompetenzen eingeräumt? Warum beziehen sich die Annahmen der Wirtschaftswissenschaft meist auf den Funktionsteil $U_1(Y)$? Hierzu lassen sich drei knappe Antworten nennen. Zunächst behandelt die Ökonomik oft Transaktionen, die keine moralischen Fragen aufwerfen. Der Kauf vieler Konsum- und Investitionsgüter oder Inanspruchnahme von Dienstleistungen sind aus ethischer Sicht meist unbedenklich. Zweitens ist das Motiv des materiellen Eigennutzes verbreitet, so-

dass, wenn die Ökonomik sich als positive Wissenschaft versteht, sie versucht, Erklärungsmodelle für beobachtete Verhaltensmuster zu entwickeln. Sollten sich diese als schädlich für das Gemeinwohl herausstellen, versucht die Ökonomik auf entsprechende Ursachen einzugehen und daraus Lösungsansätze abzuleiten. Hierbei handelt es sich im weitesten Sinne um Aspekte des *Marktversagens*, auf die wir später genauer eingehen werden [K4.6]. Drittens lässt sich die Annahme eigennütziger Verhaltensmuster dadurch begründen, dass Verbraucher häufig einem kulturell geprägten Konkurrenzdenken unterliegen und Unternehmer dem systemimmanenten Marktwettbewerb ausgesetzt sind. Obwohl die Aspekte des Vergleichs, der Konkurrenz und des Wettbewerbs einer Grundlage der freien Marktwirtschaft entsprechen, ist zu beachten, dass eigennütziges Handeln durch Konkurrenzdruck kein ausschließlich wirtschaftliches, sondern ein universelles Phänomen darstellt. Ob gewinnorientierte Gesellschaftsspiele, sportliche Wettkämpfe, diplomatische Symbolpolitik, politische und kulturelle Machtspiele, Streben nach Aufmerksamkeit in der Wissenschaft oder dem Journalismus, sie beruhen immer auf Formen der Konkurrenz und Eigennützigkeit. Dem *Homo oeconomicus* darf also nicht als einzigem das Kennzeichen eines im Wettbewerb stehenden Egoisten angehängt werden, wenn es auch auf Akteure anderer Gesellschaftsbereiche zutrifft.

Der Bestseller „Ego: Das Spiel des Lebens“ des Journalisten Frank Schirrmacher (2013), ist in diesem Zusammenhang von besonderem Interesse, da er den Egoismus mit den Verhaltensmerkmalen des *Spiels* verknüpft. Was Schirrmacher vernachlässigt, ist eine tiefgründige Untersuchung der Spielthematik des Wettbewerbs und des Konkurrenzkampfes als Triebfeder für Egoismus sowie die Entstehung der Regeln, unter denen die *gesellschaftlichen Machtspiele* ausgetragen werden. Obwohl die Analogie zum Spiel gut gewählt ist, ignoriert er die folgenden Fragen: Wann ist egoistisches Verhalten gesellschaftlich gewünscht und wann handelt es sich dabei um *Regelverstöße*? Wer legt die Regeln gesellschaftlicher Spielarten fest und wie werden Verstöße gehandhabt? Wenn das System des Wettbewerbs die Aspekte des Mitgefühls und der Fürsorge ausschalten kann, wie ist damit umzugehen? Diese Fragen sind insofern von Bedeutung, als sie eine Auseinandersetzung mit dem Thema der Verortung moralischer Verantwortung und des entsprechenden *Ordnungsrahmens* fordert. Diesbezüglich nehmen die Wirtschaftsethiker Karl Homann und Christoph Lütge (2013) eine extreme Position ein, da sie den *Homo oeconomicus* nicht als freien Akteur, sondern als Produkt marktbedingter Zwangssituationen in einem festgelegten Ordnungsrahmen definieren. Auf dieses kontroverse Argument werden wir später zurückkommen [K4.4.3].

Die politischen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungen haben über Jahrzehnte hinweg zu einer Individualisierung und Pluralisierung der Gesellschaft geführt. Besonders die Fortschritte der Emanzipation bedeuteten für viele Menschen mehr Freiheiten, neue Lebensformen, aber auch eine größere Spannbreite an individueller Verantwortung. Schirrmachers These, dass menschliches Handeln heute bedeutsam egoistischer sei als in der Vergangenheit, ist daher schwer zu verifizieren, denn strategisches Denken und Handeln im Dienste des eigenen Wohls ist so alt wie der Mensch selber. Es mag zwar zutreffen, dass in einigen Wettbewerbslagen der Konkurrenzkampf durch die steigende Kommerzialisierung und Globalisierung härter ausgefochten wird, es können jedoch ebenso viele Bereiche genannt werden, in denen die Prinzipien der Kooperation, Solidarität, Toleranz und sozialer Verantwortung an Bedeutung gewonnen haben. Dennoch lässt sich die egoistische Haltung im Spiel, Sport und kommerziellen oder politischen Wettbewerb nicht ohne Weiteres ausschalten, solange das Motto aller Beteiligten heißt, gewinnen zu müssen. Dieses Argument trifft nicht nur auf Sportler, Wissenschaftler, Militaristen, Journalisten und Politiker zu, sondern natürlich auch auf den Unternehmer, Investor und Verbraucher. In einer auf Wettbewerb, Leistung und Vergleich ausgerichteten Gesellschaftskultur wird egoistisches und strategisches Verhalten un-

weigerlich legitimiert, wenn nicht sogar gefordert. Wer deshalb die Eigennützigkeit des *Homo oeconomicus* hinterfragt, sollte sich nicht nur mit dessen persönlichen Motiven beschäftigen, sondern auch mit seinem Umfeld, den sozialen Bedingungen und Verantwortungsbereichen des Staates, öffentlicher Einrichtungen, den Medien sowie den soziokulturellen Werten der Gesellschaft. Folglich tragen Bildungseinrichtungen, Regulierungsbehörden, politische Parteien und Medienhäuser zur Gestaltung der Rahmenbedingungen des Wirtschaftsakteurs bei, wenn sie beispielsweise nicht nur Wettbewerbsfähigkeit und Leistung fordern, sondern auch materiellen Erfolg mit Status krönen.

Verbunden mit dem Argument, der *Homo oeconomicus* sei grundsätzlich ein Egoist, wird ihm von Kritikern wie dem ehemaligen Politiker Norbert Blüm (2006) vorgeworfen, das Problem *sozialer Ungerechtigkeit* zu verursachen. Diese Beschuldigung ist insofern problematisch, als sich das Gesamtwohl einer Gesellschaft aus den komplexen Zusammenhängen individueller Verhaltensweisen und gesellschaftlicher Werturteile zusammensetzt. Unter der Annahme, der *Homo oeconomicus* verhalte sich egoistisch, lässt sich sein Verhalten nicht direkt mit der intrinsischen Verteilungsungerechtigkeit des Wirtschaftssystems der freien Marktwirtschaft in Verbindung bringen [K4.10.2]. Hinsichtlich unserer Differenzierung in individuelle, institutionelle und systemische Verantwortungsebenen ist das Argument zu einseitig, die Ursachen gesellschaftlicher Missstände ausschließlich beim Individualverhalten einzelner Akteure zu suchen. Der von Kritikern geäußerte Vorwurf, Eigennützigkeit und gieriges Verhalten in der Wirtschaft fördere ungerechte Verhältnisse, mag nicht ganz unberechtigt sein. Die zentrale Frage lautet jedoch, wie die Gesellschaft mit ihren Akteuren als Ganzes den Grundsatz der sozialen Gerechtigkeit bewertet und regelt. Das Thema ökonomischer Ungleichheit lässt sich also nicht nur als Persönlichkeitsproblem, sondern eher als Gesellschaftsproblem bezeichnen, das zum Teil auf das Verteilungsdilemma der freien Marktwirtschaft zurückzuführen ist. Folglich erscheint es unberechtigt, allein den Wirtschaftsakteur für soziale Ungerechtigkeiten verantwortlich zu machen, wenn politische Zielsetzungen primär dem Wirtschaftswachstum auf Kosten sozialer Gerechtigkeit gelten. Hier mag der einzelne *Homo oeconomicus* durchaus eine Rolle spielen, dies jedoch rechtmäßig und moralisch auf Geheiß des *Homo politicus*, zu dessen Gattung der langjährige Sozialminister Norbert Blüm zählte.

Durch die Verallgemeinerung des Motivations- und Entscheidungsrahmens, in dem eigennützig und wohltätige Verhaltensmuster gemeinsam möglich sind, entwickelten wir ein realitätsnahes Modell des *Homo oeconomicus*, das als Grundlage für öffentliche Debatten in den politischen Arenen, Bildungseinrichtungen und Medien dienen soll. Hinsichtlich seiner Vielschichtigkeit werden wir in den folgenden Kapiteln einerseits auf die Probleme des Egoismus als Triebfeder für Marktversagen eingehen. Andererseits heben wir seine gemeinnützige Seite hervor, um im Kontext der integrativen Wirtschaftslehre eine Grundlage für soziale Wirtschaftsentscheidungen zu schaffen. Konzepte einer sozialen Gewinnmaximierung [K4.5] und alternativer Wirtschaftsmodelle [K4.10.3] sind nur dann relevant, wenn Wirtschaftsakteuren soziales und nachhaltiges Verhalten zugestanden wird. Im Verlauf der Studie wird das hier vorgestellte Modell des *Homo oeconomicus* eine weitere Rolle spielen. Es bietet eine Methode zur Beschreibung menschlicher Motive und Verhaltensweisen, die auch in anderen Gesellschaftsbereichen angewandt werden kann. Dieser Ansatz entspricht der Position Kirchgässners, der dem Modell des *Homo oeconomicus* eine allgemeingültige Funktion innerhalb der Sozialwissenschaften zuordnet. Folglich dient dieser Ansatz nicht nur einer didaktischen Erweiterung der Wirtschaftslehre, sondern auch der Formulierung einer vergleichbar *integrativen Staatslehre*. Analog zur kritischen Analyse des Marktsystems werden wir in Teil III der Trilogie das demokratische Staatssystem auf den Prüfstand stellen und das hier präsentierte

Charakterisierungsmodell des *Homo oeconomicus* auf den Politiker, öffentlichen Verwalter, Wähler, Journalisten und aktiven Zivilbürger anwenden.

Literatur

- Akerlof, Georg A. und Robert J. Schiller (2009): „animal spirits. Wie die Wirtschaft wirklich funktioniert“; Campus Verlag, 2009
- Blüm, Norbert (2006): „Gerechtigkeit: Eine Kritik des Homo oeconomicus“, Verlag Herder, 2006
- Davidson, Richard (2015): „Die neuronalen Grundlagen des Mitgefühls“ in Tanja Singer und Mattieu Ricard (Hrsg.): „Mitgefühl in der Wirtschaft: Ein bahnbrechender Forschungsbericht“, Albrecht Knaus Verlag, 2015
- Easterlin, Richard A. (1974): “Does Economic Growth Improve the Human Lot?” in Paul A. David & Melvin W. Reder (Hrsg.): „Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz“, Academic Press, New York, 1974
- Frank, Georg (1998): „Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf“, Carl Hanser Verlag, 1998
- Gigerenzer, Gerd (2008): „Bauchentscheidungen: Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition“, Goldmann Verlag, 2008
- Göpel, Maja (2020): „Unsere Welt neu denken: Eine Einladung“, Ullstein, 2020
- Haller, Christian (2012): „Menschenbild und Wirtschaft: Eine philosophische Kritik und Erweiterung des Homo oeconomicus“, Tectum verlag, 2012
- Homann, Karl und Christoph Lütge (2013): „Einführung in die Wirtschaftsethik“, Lit Verlag, 2013
- Hudik, Marek (2015): "Homo Economicus and Homo Stramineus." Prague Economic Papers 24(2), 2015: 154-172.
- Kahneman, Daniel und Amos Tversky (2000): “Choices, Values, and Frames“, Hrsg, Cambridge University Press, 2000
- Kerscher, Klaus Jürgen (2013): „Homo oeconomicus: Form und Wesen einer beachtenswerten Spannung“, Metropolis-Verlag, 2013
- Kirchgässner, Gebhard (1991): „Homo oeconomicus“, Mohr Seibek, 1991; 4. ergänzte und aktualisierte Auflage 2013
- Mohr, Ernst (2016): „Punkökonomie. Stilistische Ausbeutung des gesellschaftlichen Randes“, kursbuch.edition, 2016
- Nida-Rümelin, Julian (2011): „Die Optimierungsfalle: Philosophie einer humanen Ökonomie“, Irisiana Verlag, 2011 und Neuauflage btb Verlag, 2015
- Ostrom, Elinor (1990): “Governing the Commons. The evolution of institutions for collective action“, Cambridge University Press, 1990; deutsche Ausgabe: “Die Verfassung der Allmende. Jenseits von Staat und Markt“, Mohr Siebeck, 1999
- Sandel, Michael J. (2020): “The Tyranny of Merit: What's Become of the Common Good?“, Farrar, Straus and Giroux, 2020
- Schick, Gerhard (2014): „Machtwirtschaft – nein Danke!: Für eine Wirtschaft, die uns allen dient“, Campus Verlag, 2014

- Schirmacher, Frank (2013“): „Das Spiel des Lebens“, Karl Blessing Verlag, 2013
- Scitovsky, Tibor (1976): “The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction“, Oxford University Press, 1976
- Sedláček, Tomáš (2011): “Economics of Good and Evil“, Oxford University Press, 2011; deutsche Ausgabe: „Die Ökonomie von Gut und Böse“, Carl Hanser Verlag, 2012
- Sen, Amartya K. (1977): “Rational Fools: A Critique of the Behavioural Foundations of Economic Theory“, Philosophy and Public Affairs 317, 1977
- Singer, Peter (2015); “The Most Good You Can Do: How Effective Altruism is Changing Ideas About Living Ethically“, Yale University Press; deutsche Fassung: “Effektiver Altruismus. Eine Anleitung zum ethischen Leben“, Suhrkamp Verlag, 2016
- Singer, Tanja (2015): „Fürsorge und Mitgefühl aus der Perspektive der Sozialen Neurowissenschaften“ in Tanja Singer und Mattieu Ricard (Hrsg.): „Mitgefühl in der Wirtschaft: Ein bahnbrechender Forschungsbericht“, Albrecht Knaus Verlag, 2015
- Thaler, Richard H. (1994): “Quasi Rational Economics“, Russell Sage Foundation, 1994
- Wallacher, Johannes (2011): „Mehrwert Glück. Plädoyer für ein menschengerechtes Wirtschaften“, Herbig Verlag, 2011