

Vertrauen und Verantwortung

Grundlagen einer Gesellschaftsanalyse

Teil II: Wirtschaft

Christoph Noebel

4.6 Marktversagen: Die „unsichere Hand“ des Marktes

4.6.4 Markt und Irrationalität

In der Beschreibung des theoretischen *Homo oeconomicus* wurde darauf hingewiesen, dass die vermeintliche Eigenschaft der *Rationalität* nur bedingt auf den Menschen zutrifft [K4.2]. Obwohl die Annahme der Vernunft durchaus vertretbar ist und ein Teilelement des Ansatzes der *integrativen Wirtschaftsdidaktik* darstellt [K4.3], beobachten wir in der realen Wirtschaftswelt unterschiedliche Verhaltensmuster, die als *unvernünftig* oder *irrational* zu bezeichnen sind. Aus psychologischer Sicht gehören spontane und emotional gesteuerte Handlungsweisen zum normalen Alltag. Auch in der Wirtschaft müssen intuitive Entscheidungen keineswegs problematisch sein und zu Verletzungen des Gemeinwohls führen. Dennoch ist es berechtigt, irrationales Verhalten als eine Form des Marktversagens zu betrachten, wenn es dem Handelnden und der Gesellschaft schadet. Der Ökonom Carlo M. Cipolla (1988) greift diesen doppelten Verlust auf, um daraus eine Definition der *Dummheit* herzuleiten. Wie im Kontext der Wirtschaftskriminalität erwähnt, bot Cipolla neben dem Charakter des *Dummen* eine Definition des *Banditen*, der sich auf Kosten anderer und des Gemeinwohls bereichert ohne dabei selbst einen Nachteil zu erleiden [K4.6.2]. Er fügte ironisch hinzu, dass Dummheit einen größeren Schaden für die Gesellschaft anrichte als das Verbrechen. Schließlich könne man Maßnahmen gegen die Kriminalität treffen und sich vor Banditen schützen, der Dumme handle jedoch so unvorhersehbar, dass sich die Gesellschaft vor ihm nicht zu schützen vermag.

Obwohl das Phänomen *individueller Irrationalität* oder Dummheit nicht unter die orthodoxen Konzepte des Marktversagens fällt, haben wir es dennoch mit Fällen des *persönlichen Scheiterns* zu tun, die zu Marktverzerrungen führen können. In einem späteren Kapitel werden wir uns einem verwandten Sachverhalt widmen, der gesamtgesellschaftlich eine wichtigere Rolle spielt. Es handelt sich um verbreitete Verhaltensmuster des *kollektiven Scheiterns* oder einer entsprechenden *Schwarmdummheit*, die formell unter den Begriff des *sozialen Dilemmas* fallen [K4.6.10]. Formen der *kollektiven Irrationalität* zeichnen sich durch eine umgekehrte Reihenfolge der negativen Konsequenzen aus, denn in diesem Falle schadet individuelles Verhalten primär der gesamten Gesellschaft und erst in zweiter Instanz dem Verursacher selber.

Einige Gründe für irrationales Handeln sind schon als Kritik am Modell des *Homo oeconomicus* erwähnt worden. Zu den wichtigsten Ursachen zählen daher persönliche Charaktereigenschaften, äußere Einflüsse, Ungewissheit und eine unzureichende Informationsbeschaffung. Generell ist darauf hinzuweisen, dass irrationales Wirtschaftsverhalten im Fachbereich der Ökonomik keineswegs ein neues Thema darstellt, denn der Ökonom Gary S. Becker (1962) widmete sich schon vor Jahrzehnten dieser Problematik. Die Irrationalität ist deshalb als Ausdruck des Marktversagens zu bezeichnen, da sie der Rationalitätsannahme des *Homo oeconomicus* widerspricht und somit nicht in das Bild des neoklassischen Marktmodells passt [K4.5]. Wenn Unternehmer und Verbraucher durch irrationales Handeln Fehlentscheidungen treffen und sich dadurch nicht nur selber, sondern auch der Gesellschaft schaden, ergeben sich daraus Gemeinwohlverluste.

Im Folgenden sollen einige Beispiele genannt werden, in denen irrationales Wirtschaftsverhalten zu entsprechenden Marktproblemen führt.

Ein rationaler Kauf von Gütern findet statt, wenn der Verbraucher sämtliche Erwägungen von Relevanz in den Entscheidungsprozess seines Kaufvorhabens einbezieht. Rationales Konsumverhalten verlangt vom Verbraucher genügend Zeit und Besonnenheit, um eine zufriedenstellende Kaufentscheidung unter der Bedingung eingeschränkter Information zu fällen. Wie bereits erörtert, birgt der Informationsnachteil des Verbrauchers gegenüber dem Produzenten nicht nur das Problem, getäuscht zu werden [K4.6.3], sondern erfordert auch die Mühen einer ausreichenden Informationssuche. Dieses Hindernis kann den Konsumenten dazu verführen, seinen Kauf ohne die relevante Informationsbeschaffung zu tätigen, in der Hoffnung, die Kaufentscheidung später nicht zu bereuen. Irrationales Verhalten im Konsum findet heutzutage jedoch weitgehend dadurch statt, dass der Verbraucher einer enormen Fülle an Angeboten ausgesetzt ist. Während sich der Käufer in kleinen Einkaufsläden der Vergangenheit meist an die Vorgaben seines Einkaufszettels oder klarer Zielsetzungen hielt, trifft dieses überlegte Verhalten in modernen Supermärkten und Einkaufszentren kaum mehr zu. Verbraucher gehen heute ohne konkrete Kaufabsichten shoppen und treffen in diesem Zusammenhang *spontane* Entscheidungen. Oft wird die Vernunft ausgeschaltet und den Emotionen freien Lauf gelassen, um sich von der Vielfalt der Angebote anregen und verführen zu lassen. Legitim wie derartiges Verhalten sein mag, muss es als irrational bezeichnet werden, wenn der Käufer letztlich das erworbene Produkt nicht verwendet. In solchen Fällen tritt das gesellschaftliche Problem der *Verschwendung* auf, das im neoklassischen Marktmodell nicht vorgesehen ist und folglich als Ausdruck des Marktversagens bezeichnet werden muss.

Leichtsinnige Käufe von Konsumgütern bieten häufig Hinweise auf suchartiges und anormales Verhalten, das bereits im Kontext eingeschränkter Freiheit thematisiert wurde [K3.3.2]. Die Praxis des irrationalen *Spontankaufs* lässt sich aus moralischer Sicht nur schwerlich einordnen, da konsumunabhängige Umstände berücksichtigt werden müssen. So ist beispielsweise bekannt, dass spontane Käufe momentane Glücksgefühle auslösen können. Sie bieten einen Ersatz für Entscheidungsfreiheiten, die in der Bewältigung des normalen Alltags vermisst werden. Ein anderer Faktor für exzessives Konsumieren beruht auf dem individuellen Bedürfnis, zu einer Gruppe gehören zu wollen und Teil einer Gemeinschaft zu sein. Moden und Trends generieren häufig einen Konformitätsdruck, dem nachgegeben werden muss, um ein Zugehörigkeitsbedürfnis zu befriedigen. Ständig wechselnde Stiltrends sorgen unter den entsprechenden Zielgruppen als Triebfeder für kurzlebigen Konsumverhalten und ein erhöhtes Maß an Verschwendung.

In modernen Konsumententwicklungen spielen Digitalisierung, Computerspiele und die Verbreitung der internetbasierenden Smartphones eine zunehmend kontroverse Rolle. Ihr ungezügelter und zum Teil suchtgetriebener Gebrauch führt insofern zu irrationalen Verhalten, als er besonders bei Jugendlichen zu Formen der *Entmenschlichung* und *sozialer Vereinsamung* führen kann. Anstatt analogem Kontakt findet Kommunikation vermehrt in Chatrooms statt. Auch die Partnersuche wird immer mehr auf Dating Portale verlagert. Obwohl über die langfristigen Auswirkungen dieses modernen Konsumverhaltens noch Unklarheit herrscht, ist bereits erkennbar, dass sich Jugendliche durch exzessiven Internetgebrauch der Gefahr aussetzen, wichtige Sozialkompetenzen des Zusammenlebens zu verlieren. Dieser Verhaltenstrend muss als irrational bezeichnet werden, denn Entfremdung durch Isolation schadet sowohl den betroffenen Menschen als auch der Gesellschaft als Ganzes.

Der Hinweis auf konsumorientiertes Gruppenverhalten bietet den Ausgangspunkt für das sozialpsychologische Phänomen des *Herdentriebs*. Im Fall des Konsums wird diese

soziale Gleichschaltung von Geschmack und Verhalten durch gezielte Werbung der Anbieter angespornt und trägt zum Problem der Verschwendung bei. Das durch soziokulturelle Regeln des Herdentriebs geprägte Konsumverhalten birgt auch ein Problem für diejenigen, die sich den ständigen Wechsel von Trends und den entsprechenden Konsumdruck finanziell nicht leisten können. Neben dem Aspekt der Verschwendung sind oft in Kreisen jugendlicher Verbraucher derartige Spannungen und finanzielle Missstände durch private Überschuldung zu beobachten und als gesellschaftlich schädlich in die Kategorie des Marktversagens einzuordnen.

Menschliches Herdenverhalten bietet auch die Grundlage für irrationales Handeln im Bereich der Kapitalmärkte und Börsen. Wie der Ökonom Robert J. Schiller (2000) längst vor der Finanzkrise von 2008 argumentierte, entstehen Probleme des Marktversagens, wenn sich die Nachfrage und entsprechende Preisgestaltung von Wertpapieren nicht mehr an deren fundamentalen Grundlagen orientiert, sondern auf soziokulturellen Faktoren und den psychologischen Verhaltensmustern eines irrationalen *Überschwangs* beruhen. Demnach können einzelne Kaufentscheidungen in den Finanzmärkten zu Verwerfungen führen, wenn sie von den Entscheidungen anderer Marktteilnehmer abhängig sind und kopiert werden. Bei risikoreichen Käufen von Wertpapieren spielen nicht nur der Wettbewerb und Spieltrieb zugunsten hoher Gewinne eine Rolle, sondern auch die Angst vor Verlusten. Beide Emotionen tragen dazu bei, dass die Rationalität oft über Bord geworfen wird und Anleger die Information für ihre Handelsstrategien aus dem aktuellen Marktgeschehen entnehmen. Die Grundlage für dieses Verhalten beruht auf der potentiell fehlerhaften Annahme, die Mehrheit der anderen Anleger sei besser informiert. Es wird davon ausgegangen, dass die Marktbewegungen genügend Signale vermitteln, um sich ohne eigene Marktanalyse daran ausrichten zu können. Nicht nur kann sich diese Handelsstrategie als teuer für den fahrlässigen Anleger erweisen, sie wird für den gesamten Kapitalmarkt dann problematisch, wenn ein Großteil der Marktakteure dieser Methode einer *marktendogenen Informationssuche* nachgehen und das entsprechende Herdenverhalten die Preisentwicklungen im Markt beeinflusst. Die irrationale Informationsorientierung sorgt für *systemimmanente Instabilität* der Kapitalmärkte und kann Preisschwankungen verursachen, die zwar nicht Finanzkrisen auslösen müssen, diese jedoch als Brandbeschleuniger begleiten und den Schaden für die Gesellschaft deutlich schärfer ausfallen lassen.

Wie bereits in der Konzeptbeschreibung des Erwartungswertes angedeutet, leiden Entscheidungsträger insofern unter dem Problem der Ungewissheit, als eine rationale *Risikobewertung* genügend Fachkenntnisse, informativen Aufwand und Besonnenheit erfordert [K4.4.2]. Da diese Bedingungen nicht immer erfüllt werden, kommt es oft zu Fehleinschätzungen des Risikos. Unabhängig davon, ob es sich um einen Investor oder Firmengründer handelt, die Charaktereigenschaft der *Überheblichkeit* birgt für sie die größte Gefahr zu scheitern. In der Regel wird nicht nur die Wahrscheinlichkeit des Versagens unterschätzt, sondern häufig auch der Schaden, der durch Fehlentscheidungen entsteht. So neigen besonders unerfahrene Gründer dazu, unrealistisch optimistische Prognosen ihres zukünftigen Unternehmens zu erstellen. Entsprechende Betriebsanalysen basieren dann auf zu hohen Gewinnerwartungen, sodass oft das Scheitern oder die Insolvenz vorprogrammiert wird. Da Fehlentscheidungen dieser Art meist mit einer Verschwendung von Finanzmitteln und womöglich mit geschädigten Parteien einhergehen, entspricht das Problem irrationaler Risikobewertung nicht den optimalen Gegebenheiten des neoklassischen Marktmodells und fällt somit auch unter die Kategorie des Marktversagens.

Abschließend sei ein anderer Wirtschaftsbereich genannt, der sich durch eine irrationale Bewertung auszeichnet. Er richtet keinen nennenswerten Schaden materieller Art

an, schürt dagegen umso mehr Unzufriedenheit. Es handelt sich um das Phänomen der *Money Illusion* oder *Geldwertillusion*, auf das bereits im frühen 20. Jahrhundert der Ökonom Irving Fisher (1928) hinwies. Das Problem liegt in der verbreiteten *Fehleinschätzung* eines nominalen Geldwerts, dessen *realer Wert* sich an der Inflation und somit am Konzept der *Kaufkraft* ausrichtet. Egal, ob es sich um Löhne, Mieten oder Sparzinsen handelt, ihre Bewertung verfügt nur dann über Aussagekraft, wenn sie in den Kontext existierender Konsumpreise gestellt werden. Wenn die auf das Sparkonto gezahlten Zinsen und die Inflationsrate 0,5% betragen, ist diese Ausgangslage vergleichbar mit einem Zinssatz von 8% und einer entsprechend hohen Preisinflation. Wie weit verbreitet diese Fehlbewertung ist, belegt die öffentliche Entrüstung in Dokumentarfilmen und Talkshows, wenn beispielsweise Kommentatoren und vermeintliche Experten die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) und den Schaden für den Sparer beklagen. In diesen Debatten wird meist übersehen, dass solange die Inflationsrate ebenso gering ausfällt wie die Zinsen, der Sparer allenfalls geringe Realverluste erleidet, der Steuerzahler dagegen über die niedrige Verzinsung der Staatsschulden zum Gewinner dieser monetären Politik zählt. Abgesehen davon, dass Sparer auf Grund der Geldwertillusion womöglich finanzielle Fehlentscheidungen treffen, entsteht ein Gesellschaftsproblem dadurch, dass eine fehlerhafte Kommunikation in der Öffentlichkeit Entrüstung und Entfremdung schürt, die Vertrauensverluste in die EZB und andere Wirtschaftsinstitutionen verursachen [K5.12.2]. Über längere Zeiträume hinweg schadet eine verzerrte Kritikultur dem öffentlichen Dialog und dem Wohl der Gesellschaft.

Irrationales Verhalten bezieht sich meist auf den Sachverhalt, dass Menschen nicht nur daran scheitern, mit Ungewissheit und Risiken umzugehen, sondern sich damit schwer tun, eine *zukunftsgerichtete* oder *intertemporale Perspektive* einzunehmen. Ökonomen werden häufig dafür kritisiert, dass sie Bildung oder eine Familiengründung als *Investition* in die Zukunft bezeichnen. Der Gedanke zukunftsgerichteter Planung ist jedoch besonders im Bereich der Ökologie von enormer Bedeutung. Intertemporale Faktoren spielen beispielsweise eine zentrale Rolle in der Gewinnung nicht-erneuerbarer Ressourcen [K4.6.8]. Diesbezüglich scheint vielen Kommentatoren die Fantasie und entsprechende Fähigkeit der Abstraktion zu fehlen, um die Dringlichkeit wichtiger Zukunftsfragen wahrzunehmen und zu verinnerlichen. Trotz des Wissensstands, dass Umwelt- und Klimakrisen zu erwarten sind, herrschen Ignoranz, Verdrängung und Weltfremdheit in zukunftsgerichteten Wirtschaftsentscheidungen. Aus Sicht des Augenblicks mag dieses Verhalten rational erscheinen, aus intertemporaler Perspektive kann jedoch kurzfristiges Denken und Handeln der Gesellschaft langfristigen Schaden zufügen. Daher entspricht jegliche Verweigerung, die Gesundheit der Natur und Umwelt als *Investition* in die Zukunft zu betrachten, einem Beleg menschlicher Irrationalität.

Nachdem wir einige Aspekte irrationaler Verhaltensmuster im Bereich der Wirtschaft genannt haben, soll dieses Thema abschließend noch einmal in den Kontext der Debatten zugunsten einer ökologisch nachhaltigen, sozialen und zukunftsfähigen Wirtschaftsform gestellt werden [K4.6]. Obwohl *normative Forderungen* einer gerechteren Welt berechtigt und notwendig sind, bedarf es zusätzlich einer Auseinandersetzung mit den Umständen und Ursachen, die das Realisieren der gewünschten Sollzustände erschweren. Zu den wesentlichen Hindernissen wirtschaftlichen Wandels zählen die Charaktereigenschaften des Egoismus und der Irrationalität. Sie sind von besonderer Brisanz, da sie nur mit Hilfe einer humanen Bildung, Neugier und Tatendrang zu beseitigen sind. Die Thematik der Irrationalität als Ursache für Marktversagen spielt daher eine wichtige Rolle im Konzept der *integrativen Wirtschaftslehre*, denn es beruht auf der Ausgangsposition, dass Gemeinnützigkeit und Rationalität notwendige Bedingungen für zukunftsträchtiges Wirtschaftsverhalten darstellen.

Literatur

Becker, Gary S. (1962): "Irrational Behaviour and Economic Behaviour", The Journal of Political Economy, Vol. 70, No. 1, Feb. 1962

Cipolla, Carlo M. (1988): „Allegro ma non troppo“; deutsche Ausgabe: "Die Prinzipien der menschlichen Dummheit", Verlag Klaus Wagenbach, 2001

Fischer, Irving (1928): "The Money Illusion", New York: Adelphi Company, 1928

Schiller, Robert J. (2000): "Irrational Exuberance", Princeton University Press, 2000; deutsche Ausgabe: „Irrationaler Überschwang“, Plassen Verlag, 2015