

2.1 Der Homo oeconomicus – ein Verhaltensmodell für

Knappheitssituationen

Im Zentrum volkswirtschaftlicher Überlegungen steht die Frage, wie sich Menschen in bestimmten Situationen verhalten werden. Die Wirtschaftswissenschaften gehen dabei von einem ökonomischen Verhaltensmodell des Menschen aus, dem so genannten «Homo oeconomicus». Ausgangspunkt dieser Modellüberlegungen ist die Annahme, dass sich der Mensch immer wieder in Knappheitssituationen befindet, in denen er nicht all seine Bedürfnisse befriedigen kann und sich deshalb jeweils zwischen mehreren Möglichkeiten entscheiden muss. Wofür geben wir unser Geld aus? Soll eine neue CD gekauft werden? Oder doch ein Kinobillet? Oder soll auf beides verzichtet werden, um mit den Ersparnissen später ein Mountain-Bike kaufen zu können? Solche Fragen stellen sich täglich Millionen von Menschen. Um alle Bedürfnisse zu befriedigen, reicht das Geld erfahrungsgemäss bei den wenigsten Menschen.

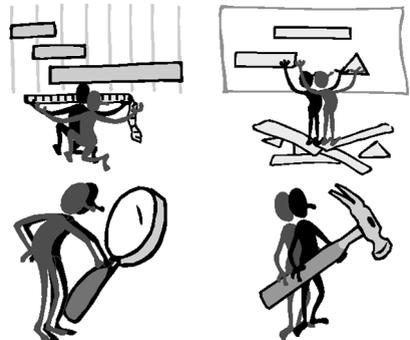
Modellannahmen

Ziel:
Nutzen maximieren

Eine erste Modellannahme des Homo oeconomicus beinhaltet, dass ein Mensch mit den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln möglichst viele Bedürfnisse befriedigen bzw. seinen Nutzen maximieren will. Mit dem abstrakten Begriff «Nutzen» wird in der Wirtschaftswissenschaft der subjektiv empfundene Grad der Bedürfnisbefriedigung ausgedrückt, den jemand mit einem bestimmten Bündel von Gütern oder Dienstleistungen verbindet. Im Weiteren verhält sich der Homo oeconomicus rational, d. h. er prüft seine Möglichkeiten und entscheidet sich dann für jene, die ihm den grössten Nutzen verspricht.

Rational handeln
nach dem ökonomischen Prinzip:
Maximalprinzip,
Minimalprinzip,
Optimalprinzip

Beim Zielkonflikt zwischen den begrenzten Mitteln und den unbegrenzten Bedürfnissen verhalten sich die Menschen häufig nach dem ökonomischen Prinzip. Dieses kann in drei Ausprägungen auftreten: Beim Maximalprinzip versucht man, mit gegebenen Mitteln einen möglichst grossen Nutzen zu erzielen, d. h. mit dem vorhandenen Geld jene Güterkombination zu kaufen, von der man sich den grössten Nutzen verspricht. Beim Minimalprinzip



Der Homo oeconomicus ist kein realer Mensch, sondern ein Modell für die Prognose menschlichen Verhaltens.

geht es darum, ein vorgegebenes Ziel mit möglichst wenig Mitteln zu erreichen, zum Beispiel eine Flugreise nach New York zum billigsten Preis zu buchen. Beim Optimalprinzip werden weder die Ziele noch die Mittel absolut vorgegeben, sondern es gilt, mit möglichst wenig Mitteln möglichst viele Ziele zu erreichen. So werden beispielsweise die benötigten Güter hinsichtlich Preis und Leistung verglichen und anschliessend bei der Unternehmung mit dem günstigsten Preis-Leistungs-Verhältnis gekauft.

Vom Homo oeconomicus nimmt man weiter an, dass er jeweils vollständig über die ihm zur Verfügung stehenden Alternativen informiert sei. Ebenso geht man davon aus, dass die Ergebnisse der Handlungen den beteiligten Vertragsparteien bekannt seien.

Das Verhalten des Homo oeconomicus kann weiters durch finanzielle Anreize beeinflusst werden. Die Anzahl der Kinobesuche würde beispielsweise zunehmen, wenn die Eintrittspreise durch Subventionen auf die Hälfte reduziert würden. Werden demgegenüber gewisse Produkte durch Steuererhöhungen teurer, so wird erfahrungsgemäss die Nachfrage nach diesen Produkten abnehmen. Neben den finanziellen Anreizen reagiert der Homo oeconomicus aber auch vermehrt auf soziale Aspekte seiner Handlungen. Viele Wirtschaftsteilnehmer beachten bei ihren Handlungen nicht bloss die finanziellen Folgen, sondern auch die Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt.

Jeder muss täglich Entscheidungen treffen. Jeder muss aber auch immer wieder auf einzelne Tätigkeiten verzichten. Wenn ich auf etwas verzichte, entscheide ich mich gleichzeitig bewusst für eine Alternative, von der ich mir einen höheren Nutzen erwarte. Den Verzicht auf den Nutzen der nicht gewählten Handlungsvariante bezeichnen die Ökonomen als Opportunitätskosten. So sind beispielsweise im Sommer die Kinos fast leer, weil den Kinobesuchern die Opportunitätskosten in Form eines Verzichts auf einen warmen Sommerabend zu hoch sind. Veränderungen in den Preisen der verschiedenen Güter und Dienstleistungen verändern damit auch immer die Opportunitätskosten der verschiedenen Handlungsvarianten, worauf der Homo oeconomicus eine neue Kosten-Nutzen-Kalkulation durchführt.

Homo oeconomicus als Hilfskon- struktion

Dieser Homo oeconomicus mag einem auf den ersten Blick nun als ein unsympathisches, mit allen Mitteln nach Gewinn strebendes, asoziales Wesen erscheinen. In der ökonomischen Theorie ist der Homo oeconomicus aber kein Menschenbild, sondern lediglich eine Hilfskonstruktion, um bestimmte wirtschaftliche Verhaltensweisen zu erklären.

Das ökonomische Verhaltensmodell des Homo oeconomicus unterstellt den Wirtschaftssubjekten (Konsumenten und Unternehmen), dass sie nur auf ihren eigenen Vorteil bedacht seien. Viele Menschen reagieren bei ihren Entscheidungen besonders auf finanzielle Anreize. Der Gewinn ist daher ein wichtiger Anreiz für wirtschaftliches Handeln. Dies gilt es bei wirtschaftlichen Sachverhalten zu berücksichtigen. In einigen Experimenten konnte mit dem Modell des Homo oeconomicus das tatsächliche Verhalten in wirtschaftlichen Situationen richtig vorausgesagt werden; in anderen Experimenten wurde das Modell des Homo oeconomicus nicht bestätigt.



Die Modellannahme der vollständigen Information trifft – trotz Teletext und Internet – nicht immer zu.

Neue Menschenbilder erfordern neue Verhaltensmodelle

Im Vergleich zum Verhaltensmodell ist das Menschenbild eine abstrakte Vorstellung dessen, was das Menschsein ausmacht. Ein allgemeines Menschenbild kann es nicht geben, denn es hängt von der Kultur und dem Stand des Wissens ab, was wir unter dem Menschsein verstehen. Mit zunehmendem Wohlstand wird es für Menschen auch immer bedeutsamer, wie ein Gewinn zustande kommt. Zwei unterschiedliche Vorgehensweisen, wie ein Gewinn erwirtschaftet werden kann, bilden dabei zwei alternative Handlungsvarianten. Auch aufgrund von Werthaltungen kann die eine als vorteilhafter erscheinen. Dabei können durchaus auch immaterielle Aspekte eine Rolle spielen, beispielsweise wenn jemand Bio-Fleisch kauft, das teurer ist als Fleisch aus herkömmlicher Tierhaltung.

Auch in neueren Modellen sind Menschen in der Regel egoistisch und nicht dumm

In neueren Verhaltensmodellen werden deshalb einzelne Annahmen über den Homo oeconomicus weiterentwickelt, so zum Beispiel irrationales Verhalten in Modellen der Verhaltensökonomik, das Inkaufnehmen von kurzfristigen Verlusten in Modellen der Spieltheorie oder das Vorliegen von unvollständiger Information in Modellen der Transaktionskostentheorie. All diesen Modellen gemeinsam sind immer noch zwei Eigenschaften des Homo oeconomicus: Auch in diesen Modellen geht man davon aus, dass der Mensch in einem gewissen Masse egoistisch und dass er nicht dumm ist. Insofern ist der Homo oeconomicus doch wieder nicht ganz unsympathisch.