

sofia

Sonderforschungsgruppe
Institutionenanalyse

**Staatliche Markteingriffe und Verhaltensökonomik –
Zur Psychologie der Rechtfertigung und
Gestaltung öffentlicher Interventionstätigkeit**

Erkenntnisstand und politische Implikationen

Thomas Döring

sofia-Studien 14-3, Darmstadt 2014

ISBN: 978-3-941627-39-0

Sofia-Studien
zur Institutionenanalyse
Nr. 14-3

ISSN 1439 – 6874
ISBN 978-3-941627-39-0

**Staatliche Markteingriffe und Verhaltensökonomik –
Zur Psychologie der Rechtfertigung und Gestaltung
öffentlicher Interventionstätigkeit
Erkenntnisstand und politische Implikationen**

Thomas Döring

Darmstadt, Dezember 2014

Inhalt

1 Einführung und Problemstellung.....	3
2 Staatseingriffe unter Effizienzaspekten – Standardargumentation und verhaltensökonomische Ergänzung.....	11
2.1 Bereitstellung öffentlicher Güter aus neoklassischer und verhaltenspsychologischer Sicht.....	13
2.2 Internalisierung externer Effekte – technologische, pekuniäre und psychologische Externalitäten	26
2.3 Marktunvollkommenheiten aufgrund von Informationsasymmetrien unter Berücksichtigung kognitionspsychologischer Aspekte	35
2.4 Bereitstellung (de-)meritorischer Güter aus traditioneller und verhaltensökonomischer Sicht.....	46
3 Staatseingriffe unter Verteilungsaspekten - Erweiterung der traditionellen Sicht um Einsichten der Verhaltensökonomik.....	57
3.1 Soziale Präferenzen, Altruismus und Ungleichheitsaversion.....	58
3.2 Ungleiche Einkommen und individuelle Lebenszufriedenheit....	64
4 Staatseingriffe unter Stabilisierungsaspekten – Verhaltensökonomische Erkenntnisse zu Geldwert und Arbeitslosigkeit	68
4.1 Geld und Finanzmärkte aus psychologischer Sicht – Eigenwert des Geldes, wahrgenommene Inflation und Finanzmarktregulierung.....	69
4.2 Verhaltensökonomische Aspekte der Verursachung, Attribution und Folgewirkungen von Arbeitslosigkeit.....	88
5 Verhaltensökonomische Schlussfolgerungen für die Notwendigkeit und Gestaltung staatlicher Eingriffe in den Markt	102
6 Literatur	111

1

Einführung und Problemstellung

Seit geraumer Zeit gewinnen Erkenntnisse der Verhaltensökonomik gegenüber den Einsichten des traditionellen (neoklassisch geprägten) ökonomischen Ansatzes an Boden. Dies trifft nicht allein auf die mikroökonomische Erklärung des Angebots- und Nachfrageverhaltens von Unternehmen und privaten Haushalten auf Güter-, Faktor- und Finanzmärkten zu, bei der vermehrt auf psychologische Untersuchungsergebnisse zurückgegriffen wird.¹ Dies gilt ebenso für die Analyse makroökonomischer Phänomene wie etwa den Zusammenhang von Innovationen und wirtschaftlichem Wachstum, der Wirkung von Geld und Inflation oder auch der Entstehung von Konjunkturkrisen und Arbeitslosigkeit, in die zunehmend theoretische wie empirische Erkenntnisse der verhaltenswissenschaftlichen Forschung einfließen.²

Die Verhaltensökonomik stellt dabei kein in sich geschlossenes Theoriegebäude dar. Vielmehr sammeln sich darunter eine Reihe neuerer Forschungsansätze, die teilweise in Ergänzung, teilweise aber auch in Abgrenzung zu herkömmlichen ökonomischen Überlegungen in der jüngeren Vergangenheit verstärkt Aufmerksamkeit erfahren haben und die von der Ökonomischen Psychologie über die experimentelle Ökonomik bis hin zur ökonomischen Glücksforschung reichen. Den genannten Ansätzen gemeinsam ist eine Kritik am Akteurs-Modell der traditionellen Ökonomik, welches mit seinen radikalen Annahmen der strikten Nutzenmaximierung, der umfassenden Information, des vollständigen Rationalverhaltens unter Berücksichtigung lediglich externer (quantitativer) Restriktionen sowie der Existenz stabiler und zeitkonsistenter Präferenzen zwar für eine mathematische Formalisierung als besonders geeignet gilt, welches jedoch aufgrund dessen für eine Erklärung des realen Akteursverhaltens nicht selten nur sehr eingeschränkt brauchbar ist.³

¹ Siehe für einen Überblick Kirchler (2011; S. 199ff.). Siehe stellvertretend für die Verhaltensanalyse auf Oligopol- und Konkurrenzmärkten die frühen Arbeiten von Hoggatt (1959), Selten/Berg (1970), Selten (1970), Bartos (1972) oder auch Tietz/Weber (1980).

² Siehe für einen Überblick Pelzmann (2012; S. 97ff.) oder auch Wiswede (2012; S. 115ff.). Siehe stellvertretend für die Arbeitslosenforschung Rothschild (1978) ebenso wie Lippman/McCall (1976), zur Psychologie von Geld und Inflation Polanyi (1957), Schmolders (1966) oder auch Pryor (1977) sowie für die Konjunktur- und Wachstumsforschung Katona (1951) sowie Reynaud (1954).

³ So stellt beispielsweise Kirchler (2011; S. 121) fest: „Die Ökonomie hat ein einfaches aber potentes Konzept entwickelt, welches das menschliche Verhalten nicht nur zu prognostizieren, sondern auch zu beschreiben vorgibt. Der Vorteil der mathematischen Formelsprache und der dadurch erreichten Präzision kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass Menschen auch im wirtschaftlichen Kontext häufig a-rational entscheiden. Die Grundannahmen der klassischen ökonomischen Theorie werden häufig verletzt: weder erfolgen Urteile immer nach rational-logischen Regeln noch ist die (egoistische) Nutzenmaximierung immer das vor-

Diese Kritik am neoklassischen Verhaltensmodell zeigt sich keineswegs nur auf die Bereiche von Mikro- und Makroökonomik beschränkt. Auch mit Blick auf die Finanzwissenschaft finden sich zunehmend verhaltensökonomische Analysen, die auf die Notwendigkeit einer (zum Teil weitreichenden) Ergänzung des bisherigen Erkenntnisstandes in diesem Bereich hinweisen. Zwar liegt der Schwerpunkt dieser verhaltenswissenschaftlichen Studien bislang vor allem auf dem Bereich der Besteuerung, um das in psychologischer Hinsicht restriktive Verhaltensmodell der finanzwissenschaftlichen Steuerlehre, wie es insbesondere in der sogenannten Theorie der optimalen Besteuerung zur Anwendung kommt⁴, auf eine realitätsgerechtere Grundlage zu stellen. Es existieren aber auch verhaltensökonomische Untersuchungen, die sich sowohl mit der Psychologie der öffentlichen Ausgaben als auch mit der Rechtfertigung und Ausgestaltung staatlicher Markteingriffe beschäftigen.

Mit Blick auf das zuletzt genannte Themenfeld enthalten diese Untersuchungen neben theoretischen Überlegungen vor allem eine Vielzahl an empirischen Befunden, die für eine Erweiterung der herkömmlichen finanzwissenschaftlichen Begründung der Staatstätigkeit unter dem Effizienz-, Verteilungs- oder Stabilisierungsziel genutzt werden können. Der vorliegende Beitrag stellt diesbezüglich den letzten Teil eines insgesamt dreiteiligen Beitragszyklus dar, in dessen Rahmen der Erkenntnisfortschritt verhaltensökonomischer Ansätze und Untersuchungen für die Finanzwissenschaft aufgezeigt wird. Neben dem mit Döring (2013) gegebenen Überblick zur „Psychologie der Besteuerung und Verschuldung“ sowie der in Döring (2014) diskutierten „Psychologie der öffentlichen Ausgabentätigkeit“ werden in dem nun vorliegenden dritten Beitrag die verhaltensökonomischen Implikationen für eine finanzwissenschaftliche Rechtfertigung staatlicher Eingriffe innerhalb eines Marktsystems eingehender betrachtet.

Im Rahmen der Verhaltensökonomik wird die Anwendbarkeit des in der Ökonomik gängigen Rational-Wahl-Modells unter Einbeziehung psychologischer Erkenntnisse und experimenteller Methoden kritisch hinterfragt, um ein realistischeres Modell menschlichen Verhaltens zu entwickeln.⁵ Dabei wird abweichend vom neoklassischen Verhaltensmodell davon ausgegangen, dass die Akteure selbst für den Fall vollständiger Information nicht in der Lage sind, zutreffende Erwartungen über künftige Ereignisse zu bilden, sich bietende Handlungsalternativen vollständig zu erfassen und adäquat zu bewerten sowie sich über einen längeren Zeitraum konsistent zu verhalten. Als Erklärung

rangige Ziel. Selbst die zunehmend leichter verfügbare Information über Entscheidungsalternativen, beispielsweise über Internet, führt nicht zu besseren Entscheidungen [...]“.

⁴ Siehe für eine zusammenfassende Darstellung der Optimalsteuertheorie nebst ihrer konzeptionellen Grundlagen etwa Keuschnigg (2005).

⁵ Siehe etwa Camerer/Loewenstein (2004) sowie Rabin (1998). Siehe für einen Überblick zur Verhaltensökonomik zudem Conlisk (1996) oder auch DellaVigna (2009).

für diese systematischen „Fehlleistungen“ wird aus psychologischer Sicht auf ein *duales Verhaltensmodell* verwiesen, bei dem – folgt man Kahneman (2011; S. 28) – zwischen einem intuitiv-automatischen und einem reflexiv-rationalen Entscheidungssystem unterschieden wird. Während ersteres – so die verhaltensökonomische Vorstellung – permanent und ohne großen mentalen Aufwand auf der Grundlage unbewusster und erlernter Verhaltensmuster funktioniert, soll letzteres selektiv und mühevoll mittels eines deduzierenden, kontrollierenden sowie regelgeleiteten Denkens arbeiten. Die aus diesem dualen Verhaltensmodell resultierenden Abweichungen von einem streng rationalen Verhalten sind zahlreich.⁶ Zu ihnen zählen sowohl die verzerrte Wahrnehmung von Informationen als auch die Verwendung von Entscheidungsheuristiken. Darüber hinaus können aber auch eine mangelnde Selbstkontrolle und sogenannte Kontexteffekte zu entsprechenden Abweichungen führen. Schließlich trägt die Orientierung am Verhalten anderer zu Einschränkungen eines rein am eigenen Nutzen ausgerichteten Entscheidungsverhaltens bei.

Als verantwortlich für Abweichungen von einem rein rationalen Verhalten gelten aus verhaltensökonomischer Sicht zum einen sogenannte *kognitive Biases*, aufgrund deren es Akteuren nicht gelingt, die gegebenen Randbedingungen und Merkmale einer Entscheidungssituation angemessen zu erfassen. Solche Wahrnehmungsverzerrungen führen dazu, dass individuelle Entscheidungen unter der Annahme falscher Voraussetzungen getroffen werden. So neigen Akteure beispielsweise bei der Bewältigung komplexer Handlungssituationen zu einem überzogenen Optimismus, was sich darin ausdrückt, dass die Wahrscheinlichkeit, Opfer von negativen Ereignissen zu sein, geringer eingeschätzt wird als die Möglichkeit, Nutznießer positiver Ereignisse zu sein (overconfidence bias). Im Hinblick auf ihr Können und Wissen neigen Akteure nicht selten zu einem übersteigerten Selbstvertrauen, d.h. sie überschätzen nicht selten ihre eigenen Fähigkeiten oder vertrauen zu stark auf ihr zukünftiges Glück. Damit verbunden ist das Phänomen, dass Informationen häufig den eigenen Interessen entsprechend interpretiert werden (self-serving bias). Dies kann zu subjektiven Resistenzen führen, etwa dergestalt, dass nur solche Informationen berücksichtigt werden, die eine bereits bestehende Entscheidungsdisposition legitimieren. Auch kann dies bewirken, dass Akteure nur sehr zögerlich den Wechsel zwischen zwei Handlungsalternativen vollziehen, obwohl bei genauerer Betrachtung ein solcher Wechsel vorteilhaft wäre. Verantwortlich hierfür ist sowohl die Tendenz, an der gegenwärtigen Situation festzuhalten (status-quo bias), als auch der Sachverhalt, dass man Dingen, die man bereits besitzt, einen zu hohen Wert beimisst (endowment effect).⁷ Darüber hinaus werden innerhalb von Entscheidungsprozessen nicht selten Ereignis-

⁶ Siehe für einen Überblick etwa Jungmann et al. (1998) oder auch Kirchler (2011).

⁷ Dieses Verhalten führt aus Sicht von Kahneman/Tversky (1984; S. 13) unter anderen zu dem Effekt, dass „buying prices will be significantly lower than selling prices“.

nisse, die als sicher gelten, mit einem zu hohen Gewicht belegt (certainty effect). Auch neigen Akteure zu der Einschätzung, dass das, woran sie gerade denken, besonders wichtig sei. Werden durch diese Konzentration auf nur wenige Aspekte weitere entscheidungsrelevante Informationen ausgeblendet, sind Fehlurteile nicht selten (focus illusion). Schließlich gilt es zu berücksichtigen, dass Akteure sich gegenüber unsicheren Zukunftseignissen oft übertrieben risikoavers verhalten, d.h. Verluste werden deutlich stärker gewichtet als gleich große Gewinne.⁸

Neben den genannten Wahrnehmungsverzerrungen kann auch die Verwendung von *Entscheidungsheuristiken* ein „irrationales“ Verhalten bewirken. Solche Heuristiken kommen insbesondere dann zur Anwendung, wenn Akteure aufgrund von Zeitdruck und Informationsvielfalt überfordert sind, die Konsequenzen ihrer Entscheidungen umfassend zu reflektieren.⁹ Ein Beispiel für solche „Abkürzungen“ im Entscheidungsprozess ist der Gebrauch von mentalen Anker, die bewirken, dass Entscheidungen zwischen Handlungsalternativen nicht frei von vorgefertigten Urteilen gefällt werden (Anker-Heuristik). D.h. Akteure neigen dazu, Entscheidungen nicht rein sachbezogen, sondern in Anlehnung an gegebenen Orientierungsgrößen zu treffen. Ein solcher Anker, der durch externe Einflüsse manipuliert werden kann (z.B. durch Werbung bzw. Marketingaktivitäten), muss dabei nicht zwingend etwas mit dem entscheidungsrelevanten Sachverhalt zu tun haben.¹⁰ Die Anwendung mentaler Anker kann jedoch zu Lock-In-Effekten führen, wenn bestehende Vorurteile im Rahmen der Bewertung von Entscheidungsoptionen eine potenziell verbesserte Bedürfnisbefriedigung verhindern.

Ebenfalls von signifikanter Bedeutung ist die sogenannte Verfügbarkeits-Heuristik. Mit ihr verbindet sich das Phänomen, dass Verbraucher ihre Entscheidungen nicht zwingend auf die als relevant anzusehenden Informationen stützen, sondern auf solche, an die sie sich am leichtesten erinnern können. Es ist leicht nachvollziehbar, dass auch damit die Wahrscheinlichkeit steigt, falsche Entscheidungen zu treffen, da „die Verfügbarkeit von Informationen nicht nur von der Erlebnis- und Darbietungshäufigkeit abhängt, sondern auch von einer Reihe anderer Faktoren“.¹¹ Schließlich ist auch zu berücksichtigen, dass Verbraucher dazu neigen, gemachte Beobachtungen mit einem bekannten Verhaltensmuster zu verknüpfen (z.B. den Kauf von Sportwagen mit ei-

⁸ Siehe zu diesem Phänomen etwa Kahneman (2003; S. 1457).

⁹ Siehe hierzu auch Todd/Gigerenzer (2000) oder auch Schwarz et al. (1994).

¹⁰ So konnten Strack/Mussweiler (1997) solche Ankereffekte – bei Laien wie bei Experten – auch dann nachweisen, wenn die verwendeten Anker völlig willkürlich und damit logisch unplausibel waren. Ariely (2010; S. 62f.) spricht im Zusammenhang mit Ankereffekten daher auch von „willkürlicher Kohärenz“. Siehe hierzu auch Thaler/Sunstein (2012; S. 39ff.).

¹¹ Vgl. Kirchler (2011; S. 72). Solche anderen Faktoren können beispielsweise die Auffälligkeit von Ereignissen oder auch die aktuelle Stimmungslage zum Zeitpunkt der Erinnerung sein. Siehe hierzu auch Tversky/Kahneman (1974) ebenso wie Bower (1981).

nem „machohaften“ Verhalten). Dieses Denken in Stereotypen wird auch als Repräsentativitäts-Heuristik bezeichnet. Allgemein muss aus verhaltensökonomischer Sicht davon ausgegangen werden, dass die Verwendung der genannten Heuristiken insbesondere in neuen oder schlecht strukturierten Entscheidungssituationen zu negativen Konsequenzen im Hinblick auf die „Güte“ von Entscheidungen führt.¹² D.h. der individuelle Gebrauch von Entscheidungs-Heuristiken führt manchmal, aber keineswegs immer zu optimalen Entscheidungen, wie es das neoklassische Standardmodell rationalen Verhaltens unterstellt.

Psychologische Studien zeigen zudem, dass es Akteuren oft nicht gelingt, einmal entworfene und als subjektiv optimal bewertete Pläne über einen längeren Zeitraum auch in die Tat umzusetzen. Eine Ursache für diese Art von Willensschwäche kann sein, dass vergangene Entscheidungen, die sachlich und zeitlich unabhängig von aktuellen Problemen sind, negativ auf das gegenwärtige Verhalten einwirken (Beispiel: Suchtphänomene). Ein *Mangel an Selbstkontrolle* gegenüber diesen zeitlich zurückliegenden Ereignissen kann dazu beitragen, dass Verbraucher sich nicht in der Lage sehen, an ihren einmal gefassten Plänen (hier: Abkehr vom Suchtverhalten) auch entsprechend festzuhalten („problem of conditional preferences“). Offensichtlich fällt Akteuren der Aufschiebung von Belohnungen auch dann schwer, wenn diese zu einem späteren Zeitpunkt deutlich größer als in der Gegenwart ausfallen.¹³ Ein weiterer Grund für entsprechende Willensschwächen ist, dass Akteure zwar problemlos in der Lage sind, für die Zukunft Handlungspläne zu entwickeln, sie jedoch nicht hinreichend antizipieren können, dass es zu einem späteren Zeitpunkt zu emotionalen Nivellierungen der ursprünglichen Pläne aufgrund von hedonistischen Anpassungen kommen kann (z.B. im Bereich der Altersvorsorge). Ausgelöst werden diese Anpassungen dadurch, dass zum Zeitpunkt der Planung in der Zukunft liegende Kosten zugunsten der Minimierung gegenwärtiger Kosten vernachlässigt werden. Nahe und entfernte Ereignisse unterliegen somit einer unterschiedlichen Bewertung, wobei die Kosten eines Ereignisses umso geringer erscheinen, je weiter entfernt dieses vom aktuellen Zeitpunkt ist (Prinzip der Melioration).¹⁴ Im Ergebnis führt dies zum Phänomen *zeitinkonsistenter Präferenzen*, welches sich aus Sicht der Verhaltensökonomik auch als ein „multiple-selves“ Problem charakterisieren lässt, da der betroffe-

¹² Siehe hierzu auch Camerer/Loewenstein (2004) sowie Elster (1998).

¹³ Siehe etwa Herrnstein (1991), Herrnstein/Prelec (1992) oder auch Laibson (1997).

¹⁴ Ökonomisch bedeutet dies, dass die Diskontierung von Gewinnen und Verlusten über die Zeit sowohl besonders hoch ist als auch inkonsistent sein kann. Siehe hierzu auch Ainslie/Haslam (1992) sowie Loewenstein/Thaler (1989).

ne Akteur – entgegen dem neoklassischen Verhaltensmodell – keine einheitliche Präferenzordnung aufweist.¹⁵

Aus verhaltensökonomischer Sicht gilt das Entscheidungsverhalten auch durch die *Entscheidungssituation*, wie sie sich dem Verbraucher präsentiert (oder durch ihn konstruiert wird), beeinflusst. D.h. Entscheidungen erweisen sich in hohem Maße als kontextabhängig (framing effect), da Akteure ihre Entscheidungen oft gedankenlos und eher passiv fällen.¹⁶ Von Relevanz ist dabei zum einen, wie Entscheidungsalternativen präsentiert bzw. beschrieben werden. Danach führt nicht selten eine unterschiedliche Darbietung ein und desselben Alternative zu unterschiedlichen Präferenzen gegenüber den verschiedenen Präsentationsvarianten, auch wenn es sich jeweils um dieselbe Entscheidungsoption handelt (isolation effect).¹⁷ Auch ist von Bedeutung, in welcher aktuellen emotionalen Stimmungslage Entscheidungen getroffen bzw. Prognosen über zukünftige Entscheidungen abgegeben werden. Befindet sich beispielsweise ein Akteur zum Zeitpunkt einer Vorhersage über zukünftige Entscheidungen in einer positiven Stimmung, fallen dessen Prognosen systematisch anders aus als jene Vorhersagen, die ein Akteur in einer schlechten oder „neutralen“ Stimmung abgibt.¹⁸ Zudem konnte nachgewiesen werden, dass Akteure in ihren Entscheidungen häufig vergangene Kosten berücksichtigen (sunk-costs-effect), die aus Sicht der Rational-Wahl-Theorie für die gegenwärtige Nutzenmaximierung jedoch keine Rolle spielen dürften.

Einen weiteren Bestimmungsfaktor kontextgebundenen Entscheidens benennt das sogenannte Konzept der *konstruktiven Präferenzen*. Dabei wird davon ausgegangen, dass ein Akteur seine je spezifischen Präferenzen erst während des Entscheidungsprozesses („on the spot when needed“) und damit abhängig von den Rahmenbedingungen des Entscheidungsvorgangs bildet.¹⁹ Erklärt wird dieses Phänomen damit, dass kognitive Kompetenzen zur Bildung wohl definierter und stabiler Präferenzen häufig fehlen. Auch wird unterstellt, dass aus subjektiver Sicht im Regelfall verschiedene Ziele in eine Entscheidungssituation eingebracht werden, deren Abwägung erst im Laufe des Entscheidungsprozesses erfolgt. Schließlich ist ebenso von Bedeutung, dass sich Akteure leicht durch das, was andere kommunizieren und entscheiden, beeinflussen lassen (Herden-Effekt). Dies gilt sowohl für die (sozial konforme) Übernahme von Verhaltensmustern, die auch bei (vielen) anderen zu beobachten sind, als auch die Angewohnheit, bestehenden Gruppenzwängen nachzugeben. Dieses Verhalten wird zusätzlich dadurch begünstigt, dass Akteure davon ausgehen,

¹⁵ Dieses Problem wird nach Kahneman (1994) noch dadurch verschärft, dass Akteure häufig weder ihre vergangenen noch ihre zukünftigen Präferenzen benennen können.

¹⁶ Siehe hierzu auch Thaler/Sunstein (2012) oder auch Ariely (2010).

¹⁷ Siehe Thaler (1980) sowie Kahneman/Tversky (1984).

¹⁸ Loewenstein et al. (2003) sprechen diesbezüglich von einem „projection bias“.

¹⁹ Siehe etwa Bettman/Park (1980), Payne et al. (1992) oder auch Bettman et al. (1998).

von ihrem sozialen Umfeld beobachtet zu werden, wodurch sie sich an das anzupassen versuchen, was sie für die Erwartungen der anderen halten (Spotlight-Effekt).²⁰

Nicht allein die bislang vorgestellten Untersuchungsergebnisse der Verhaltensökonomik, sondern auch empirische Studien aus dem Bereich der experimentellen Ökonomik deuten darauf hin, dass das im neoklassischen Standardmodell unterstellte Rational- und Maximierungsverhalten zumindest in Konkurrenz zu weiteren handlungsleitenden Motiven steht. Im Zentrum von Laborexperimenten steht dabei die Frage, welche Regelmäßigkeiten sich im tatsächlichen Verhalten von Akteuren in Entscheidungs- bzw. Interaktionssituationen zeigen, in denen ein Konflikt zwischen individueller und kollektiver Rationalität besteht.²¹ Dabei hat sich bislang unter anderem gezeigt, dass für die Realisierung wechselseitiger Kooperationsgewinne Einflussgrößen wie die Kommunikation zwischen den Akteuren, deren kultureller Hintergrund oder auch die Bereitschaft zu einseitigen Vorleistungen wichtige Voraussetzungen für ein gelungenes Kooperationsverhalten darstellen. Darüber hinaus wurde die bereits erwähnte Situationsgebundenheit des individuellen Entscheidungsverhaltens, zudem aber auch die Relevanz von Vertrauen sowie von *Fairness- und Reziprozitätsnormen* in ökonomischen Interaktionsbeziehungen durch empirische Studien der experimentellen Ökonomik nachweislich bestätigt.²² Werden Vertrauen oder Fairnesserwartungen verletzt, kann dies sowohl zu Sanktionen als auch zu Reaktanz führen.

In ihrer ursprünglichen Form diente die sogenannte Reaktanztheorie dazu, Verhaltensweisen in Hinsicht auf einen subjektiv erfahrenen Freiheitsverlust zu erklären. Unter einem Verlust an Freiheit ist dabei zu verstehen, dass bislang vorhandene Wahlmöglichkeiten oder Entscheidungsalternativen (unerwartet) nicht mehr zur Verfügung stehen. *Reaktanz* wird dann als Reaktion auf diese Beschränkungen verstanden und stellt den Versuch dar, die Einschränkung von Freiheitsspielräumen zu revidieren.²³ In einer Spezifizierung lässt sich darunter anstelle des Verlusts an Wahlfreiheit auch die Einbuße an Kontrollmög-

²⁰ Siehe hierzu auch Thaler/Sunstein (2012; S. 90ff.). Shiller (2008) spricht im Zusammenhang mit dem „Herden-Effekt“ auch von sozialer Ansteckungskraft.

²¹ Siehe für einen Überblick die Beiträge in Plott/Smith (2008) oder auch Kagel/Roth (1995).

²² So stellen etwa Weimann et al. (2012; S. 196) resümierend fest: „Menschen sind bereit, in bestimmten Situationen auf die Wahrnehmung ihres eigenen Vorteils zu verzichten und sie beachten bei Entscheidungen den Kontext, in dem sie sich bewegen – auch wenn er für die logische Struktur des Entscheidungsproblems unerheblich ist“. Zudem – folgt man Falk (2001; S. 300) – „verhalten sich viele Teilnehmer in Experimenten kooperativ und belohnen faires bzw. bestrafen unfaires Verhalten, selbst wenn es mit Kosten verbunden ist“.

²³ Siehe grundlegend zur Reaktanztheorie Grabitz-Gniesch/Grabitz (1973), Wortmann/Brehm (1975) sowie Snyder/Wicklund (1976). Für eine zusammenfassende Darstellung siehe zudem Pelzmann (2012; S. 41ff.) oder auch Wiswede (2012; S. 89ff.) mit weiteren Literaturverweisen.

lichkeiten über Handlungsalternativen verstehen. Gleichwohl in beiden Interpretationsvarianten von Reaktanz die Überwindung des Verlusts von oder der Kontrolle über Entscheidungsalternativen im Vordergrund steht, lässt sich in einer Erweiterung ebenso die unerwartete Missachtung von Spielregeln, die der expliziten oder impliziten Strukturierung von Interaktionsprozessen dienen und die in Gerechtigkeits-, Fairness- und Reziprozitätserwägungen ihren Ausdruck finden, mit Reaktanz-Effekten in Verbindung bringen. Der Widerstand gegen subjektiv als unfair oder ungerecht empfundenenes Verhalten, der sich etwa in der Bestrafung von Akteuren, die Fairness- oder Gerechtigkeitsnormen verletzen, ausdrücken kann, würde danach der Wiederherstellung der Wirksamkeit der wechselseitig als handlungsleitend interpretierten Verhaltensnormen dienen.

Ausgehend von diesen in knapper Form dargestellten zentralen Einsichten und Implikationen verhaltensökonomischer Ansätze werden zunächst die in der Finanzwissenschaft gängigen Begründungen der Staatstätigkeit unter Effizienzaspekten einer erweiterten Betrachtung unterzogen (Kapitel 2). Dabei kann nicht nur gezeigt werden, wie verhaltens- und sozialpsychologische Erkenntnisse zu ergänzenden Einsichten mit Blick auf die Bereitstellung öffentlicher Güter, die staatliche Internalisierung externer Effekte oder auch die Korrektur informationsbedingter Marktunvollkommenheiten durch den Staat führen. Zudem wird dargelegt, wie das verhaltensökonomische Konzept des asymmetrischen bzw. libertären Paternalismus zu einem grundlegenden Perspektivenwechsel in der finanzwissenschaftlichen Diskussion um die Bereitstellung meritorischer Güter beiträgt. Hinsichtlich der Notwendigkeit staatlichen Handelns unter dem Verteilungsziel liefern darüber hinaus die Berücksichtigung sozialer Präferenzen – erklärt mit Hilfe von Verhaltensmotiven wie Altruismus oder einer Ungleichheitsaversion – ebenso wie Untersuchungsergebnisse der ökonomischen Glücksforschung zusätzliche Argumente für eine Umverteilungspolitik des Staates (Kapitel 3). Unter dem Stabilisierungsziel sind es zum einen verhaltensökonomische Untersuchungsergebnisse zu den psychologischen Aspekten von Geld, Inflation und Finanzmärkten, die zu einer Erweiterung der bisherigen finanzwissenschaftlichen Perspektive beitragen. Zum anderen werden die verhaltenspsychologischen Effekte von Arbeitslosigkeit und ein sich daraus ableitender staatlicher Handlungsbedarf thematisiert (Kapitel 4). Der Beitrag endet mit der Ableitung finanzpolitischer Schlussfolgerungen (Kapitel 5), die sich aus verhaltensökonomischer Sicht für die Rechtfertigung und Gestaltung von staatlichen Markteingriffen ergeben.

2

Staatseingriffe unter Effizienzaspekten – Standardargumentation und verhaltensökonomische Ergänzung

Um den Erkenntnisgewinn einer verhaltensökonomischen Begründung staatlicher Interventionen unter dem Effizienzziel benennen zu können, ist es hilfreich, sich zunächst all jene ökonomischen Argumente in Erinnerung zu rufen, die auch schon bislang zur *Rechtfertigung eines staatlichen Markteingriffs* innerhalb der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur angeführt wurden.²⁴ Den Ausgangspunkt bildet dabei die Einsicht, dass wirtschaftspolitische Maßnahmen einen wesentlichen Bestandteil der Marktordnung darstellen und insofern als ein Element staatlicher Ordnungspolitik verstanden werden können. Für eine ökonomische Begründung staatlichen Handelns lässt sich zunächst grundlegend auf die von Eucken (2012; S. 348) formulierte Leitidee für staatliche Eingriffe in das Marktsystem im Sinne des Subsidiaritätsprinzips²⁵ verweisen: „Von unten nach oben soll der Aufbau der Gesellschaft erfolgen. [...] Und der Staat soll nur da eingreifen, wo seine Mithilfe in keiner Weise zu entbehren ist“. Mit dieser normativen Vorgabe wird für die ökonomische Legitimation staatlicher Maßnahmen ein theoretischer Ausgangspunkt definiert, der durch einen Zustand ohne jeglichen Staatshandeln gekennzeichnet ist und von dem aus Gründe für zwingend notwendige Markteingriffe zu benennen sind, auf die keineswegs verzichtet werden kann, wenn Effizienzverluste und damit verbundene Wohlfahrtseinbußen vermieden werden sollen.

Mit Blick auf die Rechtfertigung einer dergestalt *effizienzorientierten Interventionspolitik* des Staates lassen sich im Kern aus ökonomischer Sicht grundsätzlich fünf Argumente benennen, die ein korrigierendes Eingreifen in Marktabläufe erforderlich machen, um deren Funktionsfähigkeit zu gewährleisten bzw. ein entsprechendes „Marktversagen“ zu verhindern. Bekanntermaßen handelt es sich dabei (1) um die staatliche Bekämpfung von Marktmacht zu Lasten der Verbraucher, (2) die Bereitstellung von sogenannten öffentlichen Gütern, (3) die Internalisierung bestehender externer Effekte, (4) die Beseitigung von Informationsasymmetrien zwischen Anbietern und Nachfragern sowie (5) die Behebung eines Koordinationsversagens von Märkten aufgrund sonstiger Transaktionskosten über die Kosten der Informationsbeschaffung auf Seiten der Konsumenten hinaus.²⁶ Von diesen unterschiedlichen Begründungen für Staatseingriffe in den Markt zielt die Wettbewerbspolitik lediglich auf die Verhinderung der Ansammlung (Kartellverbote, Fusionskontrolle) so-

²⁴ Siehe für einen Überblick zu den einzelnen (wohlfahrts-)ökonomischen Rechtfertigungsargumenten staatlichen Handelns die Ausführungen in Fritsch (2011).

²⁵ Siehe für eine (ordnungs-)ökonomische Interpretation des Subsidiaritätsgrundsatzes auch die Ausführungen in Döring (1995) sowie Döring (1994).

²⁶ Siehe für eine ausführliche Darstellung der genannten Interventionsgründe die Ausführungen in Fritsch (2011; S. 79ff.).

wie der Ausübung (Missbrauchskontrolle) von Marktmacht auf der Anbieterseite, um die daraus resultierende Abweichung des jeweiligen Güterpreises vom Konkurrenzpreis, aber auch um eine zu geringe Produktvielfalt und Produktqualität oder eine zu niedrige Zahl an Produkt- und Verfahrensinnovationen zu verhindern.

Dass Wettbewerbspolitik nur ein notwendiger, aber noch kein hinreichender Bestandteil einer funktionsfähigen Marktordnung ist, sondern komplementär dazu weitere staatliche Maßnahmen erforderlich sind, wird durch die Betrachtung der anderen Formen von Marktversagen deutlich. Hierzu zählt zum einen die Bereitstellung von sogenannten öffentlichen Gütern, für die individuelle Präferenzen bestehen, die jedoch aufgrund von spezifischen Eigenschaften dieser Güter nicht über den Markt befriedigt werden können (Beispiel: Innere und Äußere Sicherheit). Ohne eine staatliche Bereitstellung solcher Güter kommt es zu einem suboptimalen Wohlfahrtsniveau innerhalb einer Gesellschaft. Dies schließt die Bereitstellung sogenannter (de-)meritorischer Güter mit ein, was allerdings über das klassische Marktversagen in Gestalt öffentlicher Güter hinaus einen weiteren staatlichen Interventionsgrund liefert. Für den Staat ergibt sich daraus das zusätzliche Ziel, die Gesellschaftsmitglieder zu Entscheidungen in ihrem „wohlverstandenen Interesse“ zu verhelfen. Zum anderen ist dies das Auftreten produktions- wie konsumbezogener externer Effekte, auf deren Umfang ein (negativ oder positiv) betroffener Anbieter oder Nachfrager von Marktleistungen keinen unmittelbaren Einfluss hat, was dazu führt, dass die Produktions- oder Konsummenge von diesem nicht optimal gewählt werden kann. Die Internalisierung solchermaßen auftretender externer Nutzen oder Kosten gilt dabei als Rechtfertigungsargument für entsprechende staatliche Eingriffe in den Markt.

Darüber hinaus gilt eine unvollständige oder auch unzutreffende Informationsbereitstellung seitens der Anbieter bezüglich der Eigenschaften der von den Verbrauchern konsumierten Produkte als weiterer Fall eines korrekturbedürftigen Marktversagens, das nicht allein durch Wettbewerbspolitik gelöst werden kann. Unvollständige oder fehlerhafte Verbraucherinformationen können zu falschen Konsumententscheidungen und damit ebenfalls zu Marktineffizienzen führen, die Anlass für ein entsprechendes Eingreifen des Staates in bestehende Marktabläufe darstellen. Zudem können weitere Marktunvollkommenheiten die Koordinationsleistung von Märkten negativ beeinträchtigen. Dabei sind vor allem anfallende Kosten der Anbahnung und der Aushandlung einer Transaktion (Kosten der Beschaffung, Verarbeitung und Speicherung von Informationen sowie der Vereinbarung, des Abschlusses und der Durchsetzung von Verträgen) und die damit verbundenen Unsicherheiten für die Marktkoordination von Anbietern und Nachfragern bedeutsam, die

ebenfalls zu ineffizienten Marktergebnissen führen können.²⁷ Für den Staat ergibt sich daraus die Aufgabe, die genannten Unsicherheiten und die sich daraus ergebenden Transaktionskosten möglichst niedrig zu halten, so dass potentielle Markttransaktionen auch tatsächlich realisiert werden können.

2.1

Bereitstellung öffentlicher Güter aus neoklassischer und verhaltenspsychologischer Sicht

Zentraler Bezugspunkt für die finanzwissenschaftliche Bestimmung von Staatseingriffen aus Sicht des neoklassischen Marktmodells ist die sogenannte Theorie des Marktversagens, wie sie vor allem von Samuelson (1954) und Musgrave (1959) formuliert wurde.²⁸ Ausgehend von einem Vorrang des privatwirtschaftlichen Sektors gegenüber dem Staat steht dabei die Ableitung von Eingriffsmerkmalen, welche die Notwendigkeit einer öffentlichen Aufgabenerfüllung kennzeichnen, im Mittelpunkt der Überlegungen. Das Erfordernis staatlichen Handelns wird hierbei bekanntermaßen aus dem Sachverhalt abgeleitet, dass der für den Markt konstitutive Preismechanismus, der im Fall von privaten Gütern (Autos, Kleidung, Lebensmittel, Bücher etc.) für eine gesamtwirtschaftlich effiziente Allokation knapper Ressourcen sorgt, bei öffentlichen Gütern (z.B. Verteidigung, Außenpolitik, Innere Sicherheit) nicht oder zumindest nicht zufriedenstellend funktioniert. Folgt man Musgrave et al. (1990), kann nur auf dem Weg einer staatlichen Bereitstellung solcher öffentlichen Güter gewährleistet werden, dass die allgemein in der Gesellschaft vorhandenen, aber durch den Markt nicht oder nur unzureichend erfüllten individuellen Bedürfnisse entsprechend gebündelt und durch kollektives Handeln befriedigt werden. Auf diese Weise trägt der Staat stellvertretend für den Markt durch die öffentliche Durchführung bestimmter Aufgaben zu einer optimalen Verwendung der vorhandenen Produktionsfaktoren bei.²⁹

²⁷ Hierzu stellen etwa Richter/Furubotn (2003; S. 5) fest, dass es den Wirtschaftssubjekten in der Realität unmöglich ist, sich „mit der komplexen Wirklichkeit in allen vertragsrelevanten Punkten auseinander zu setzen“, was zu erheblichen Transaktionskosten im Rahmen von Marktprozessen führen kann, welche die Effizienz von Marktergebnissen nachhaltig beeinträchtigen können.

²⁸ Siehe hierzu auch Zimmermann et al. (2012; S. 49ff.), Blankart (2011; S. 29ff.) sowie Scherf (2009; S. 68ff.).

²⁹ Dies bedeutet allerdings noch nicht, dass jede Form des „Marktversagens“ eines staatlichen Eingriffs bedarf. So stellen etwa Zimmermann et al. (2012; S. 49) diesbezüglich fest: „Bei dieser Betrachtung ist einem Marktversagen immer gegenüberzustellen, dass der zur Korrektur herangezogene Staat seinerseits fehlerhaft handeln kann, seine Akteure Eigeninteressen entwickeln usf. Folglich ist einem beobachteten Marktversagen immer das einzurechnende Staatsversagen gegenüberzustellen [...]. Dies kann dazu führen, ein konstatiertes, nicht zu gewichtiges Marktversagen auf sich beruhen zu lassen“. Aus verhaltensökonomischer Sicht ließe sich hier noch ergänzen, dass nicht allein das explizit angesprochene Eigeninteresse der politischen Akteure, sondern ebenso die kognitiven Restriktio-

2.1.1

Merkmale öffentlicher Güter, Gefangenendilemma und Freifahrer-Verhalten

Unter öffentlichen Gütern werden in der Finanzwissenschaft solche Leistungen verstanden, die nach Scherf (2009; S. 69) „sich dadurch auszeichnen, dass sie allen Bürgern gleichzeitig einen Nutzen stiften“, aufgrund dessen aber „nicht effizient vom Markt bereitgestellt werden“ können. Als konstitutiv für „reine“ öffentliche Leistungen gelten dabei bekanntermaßen zwei Guts-Eigenschaften: Dies ist zum einen das Kriterium der *Nichtrivalität im Konsum*, mit dem einhergeht, dass eine Leistung mit einer solchen Eigenschaft zwar grundsätzlich über den Markt angeboten werden kann, ein solches privates Angebot jedoch unter Effizienzaspekten nicht wünschenswert ist, da ein zusätzlicher Nutzer dieser Leistung keine zusätzlichen Kosten verursacht. In dem Maße jedoch, wie die Grenzkosten gleich Null sind, sollte auch der Preis gleich Null sein, um eine gegebene Nachfrage möglichst vollständig zu bedienen. Als weitere Eigenschaft von öffentlichen Gütern gilt die *Nicht-Anwendbarkeit des Ausschlussprinzips*, d.h. es kommt deshalb zu keinem privaten Angebot einer Leistung am Markt, da aufgrund fehlender bzw. nicht durchsetzbarer Eigentumsrechte eine exklusive Nutzung dieser Leistung nicht möglich ist. Kann jedoch – so die bekannte ökonomische Argumentation – nicht gewährleistet werden, dass es zu einer solch exklusiven Nutzung kommt, besteht auf Seiten der potentiellen Nachfrager keinerlei Anreiz, einen kostendeckenden Preis für das Gut zu zahlen.

Damit wird jedoch jede Form der Bereitstellung dieser Leistung über den Markt unterlaufen, da sich kein privater Anbieter finden dürfte, der angesichts einer dauerhaft unzureichenden Kostendeckung zur Produktion einer solchen Leistung bereit wäre. Von den beiden genannten Guts-Eigenschaften stellt nach Behnke (2012; S. 99) dabei die Nicht-Ausschließbarkeit das zentrale Problem „für die Anreizstruktur zur freiwilligen individuellen Bereitstellung eines öffentlichen Gutes dar“. Deutlich wird dies bei den sogenannten Allmendegütern als einem Unterfall von öffentlichen Gütern, bei denen es zwar zu einer Rivalität im Konsum kommt, aber das Ausschlussprinzip nach wie vor keine Anwendung findet. Anders als bei reinen öffentlichen Gütern treten in solchen Fällen Nutzungskonflikte – beispielsweise in Gestalt der rivalisierenden Nutzung von Umweltgütern zu Produktion- und Konsumzwecken – auf, die im Ergebnis zu einer Übernutzung der verfügbaren Ressourcen führen können, da aufgrund fehlender Eigentumsrechte kein Anreiz für einen schonenden Umgang mit diesen Ressourcen besteht. Ostrom (1999) hat im Zusam-

nen und Mechanismen (Biases, Heuristiken, Framing-Effekte), denen das Entscheidungsverhalten jener Akteure unterliegt, zu einem unvollkommenen staatlichen Handeln führen kann. Siehe zu letzterem auch Döring (2014; S. 75ff.).

menhang mit entsprechenden Problemen der Bereitstellung von solchen Gütern den Begriff der „Tragödie der Allmende“ geprägt.

Unter Bezug auf das neoklassische Verhaltensmodell mit seinen Annahmen der individuellen Nutzenmaximierung sowie der vollständigen Information und Rationalität lässt sich das staatliche Erfordernis zur Bereitstellung öffentlicher Güter aus spieltheoretischer Sicht auch als die typische *Situation eines Gefangenendilemmas* charakterisieren. Obwohl danach ein kooperatives Verhalten aller beteiligten Akteure in Form der freiwilligen Entrichtung eines kostendeckenden Finanzierungsbeitrags zur kollektiv besten Lösung (hier: der Bereitstellung des öffentlichen Gutes) führen würde, lohnt sich aus der Perspektive jedes einzelnen Akteurs jedoch ein strategisches Verhalten dergestalt, dass eine „Freifahrer-Haltung“ eingenommen wird. Ermöglicht wird dieses Freifahrer-Verhalten im Fall von öffentlichen Gütern dadurch, dass – ist das Gut erst einmal bereitgestellt – niemand von dessen Konsum aufgrund nicht durchsetzbarer Eigentumsrechte ausgeschlossen werden kann.³⁰ Dies führt jedoch dazu, dass ein nicht-kooperatives, auf individuelle Vorteilsmaximierung ausgelegtes Verhalten in einer solchen Handlungssituation zur dominanten Strategie wird mit dem Ergebnis, dass für sämtliche Akteure die kollektiv schlechteste Lösung (hier: die Nichtbereitstellung des öffentlichen Gutes) realisiert wird. Diese Situation des Gefangenendilemmas kann – so die übliche Argumentation – nicht von den beteiligten Akteuren selbst überwunden werden, sondern es bedarf einer externen Zwangsinstanz in Gestalt des Staates, die auf dem Wege der Steuerfinanzierung zu einer im Idealfall kostendeckenden Bereitstellung öffentlicher Güter beiträgt.

Folgt man dem Rational-Choice-Ansatz, wird die Entscheidung, ob man sich an der Finanzierung eines öffentlichen Gutes beteiligt, ausschließlich anhand von individuellen Gesichtspunkten getroffen. Auf der Grundlage eines rationalen Nutzen-Kosten-Kalküls erfolgt eine allein am subjektiven Nettovorteil ausgerichtete Abwägung der positiven Bedürfnisbefriedigungseffekte mit den Finanzierungslasten, die aus der Bereitstellung eines öffentlichen Gutes resultieren. Vor diesem Hintergrund wird nach Beck (2014; S. 266) „ein rein eigennutzorientierter Mensch [...] nie einen Beitrag zum öffentlichen Gut leis-

³⁰ Illustriert am Beispiel von privaten Sicherheitskräften in Wohnanlagen und deren Auswirkung auf die Nachbarschaft heißt es bei Zimmermann et al. (2012; S. 52) hierzu: „Obwohl also auch die Nachbarn das Gut der zusätzlichen Sicherheit erhalten, kommt es nicht zur Zahlung, soweit die Mitkonsumenten sich strategisch geschickt verhalten. Sobald sie die Unteilbarkeit der geschaffenen Leistung überblicken, d.h. einsehen, dass auch ihnen die Leistung zugutekommen muss, wenn sie überhaupt in der Nachbarschaft angeboten wird, können sie nämlich bei der Bitte um Kostenbeteiligung vorgeben, sie hätten kein Interesse an der Leistung“. Aus diesem Sachverhalt lässt sich mit Behnke (2012; S. 99) verallgemeinernd ableiten: „Da ja unabhängig vom eigenen Beitrag niemand von der Nutzung des öffentlichen Gutes ausgeschlossen werden kann, ist es offensichtlich verlockend, die Kosten der Bereitstellung anderen zu überlassen und als Trittbrettfahrer das von anderen geschaffene öffentliche Gut mit zu genießen“.

ten“. Und weiter: „Würden alle investieren, wären die Auszahlungen für alle Beteiligten höher, doch aufgrund der Anreize, Trittbrettfahrer zu spielen, investiert niemand und alle stellen sich schlechter. Eine rein ökonomische Sichtweise prophezeit also, dass sich niemand an der Finanzierung öffentlicher Güter beteiligen wird“. Diese Prognose deckt sich jedoch nicht mit den Ergebnissen sozialpsychologischer Untersuchungen: Danach kann zwar ein Trittbrettfahrerverhalten empirisch nachgewiesen werden, das gleiche gilt jedoch auch für freiwillige Kostenbeiträge zur Bereitstellung von öffentlichen Gütern, was auf die Wirksamkeit von Einflussfaktoren wie Altruismus oder soziale Normen in Form von Fairness oder Reziprozität zurückgeführt wird.

2.1.2

Fairness und Reziprozität als sozialpsychologische Einflussgrößen

Innerhalb der Spieltheorie ist es in den zurückliegenden Jahren zu einer verhaltenswissenschaftlichen Erweiterung bisheriger Ansätze gekommen, wobei die Erklärung realen Verhaltens zunehmend ins Zentrum des Untersuchungsinteresses gerückt ist. Merkmal dieser neuen Ansätze ist die Durchführung von Experimenten, die dazu dienen, das aus spieltheoretischen Voraussagen abgeleitete Entscheidungsverhalten von Akteuren mit den in der Realität beobachtbaren Verhaltensergebnissen abzugleichen. Soweit dabei Abweichungen des beobachteten Verhaltens vom spieltheoretisch prognostizierten Verhalten festgestellt werden, dient dies dazu, das Augenmerk auf jene (ökonomischen) Verhaltensannahmen zu lenken, die möglicherweise einer Modifikation bedürfen. Diese experimentelle Spieltheorie, bei der sozialpsychologische Erkenntnisse explizit mit einbezogen werden, kann als ein Teilgebiet der Verhaltensökonomik eingeordnet werden.³¹

Im Mittelpunkt der experimentellen Spieltheorie steht die Untersuchung von sogenannten *Verhandlungsspielen*, in denen entweder Güter oder auch Geldbeträge zwischen mehreren Akteuren aufzuteilen sind. Ähnlich wie im Gefangenendilemma, welches vor allem in Form von „Public-Good“-Spielen empirisch untersucht wird, ist in Verhandlungsspielen das Augenmerk auf den Umfang an freiwilligen Beiträgen zur Problembewältigung gerichtet. Analog zu den Ergebnissen „gespielter“ Gefangenendilemmata kommt es auch bei diesen Verhandlungsspielen immer wieder zu Verhaltensergebnissen, die – zu-

³¹ Siehe für diese Zuordnung der experimentellen Spieltheorie zur Verhaltensökonomik auch Camerer et al. (2004) sowie Bowles (2004). Siehe hierzu ebenso Diekmann (2008) oder auch Behnke et al. (2010). An anderer Stelle spricht Behnke (2012; S. 200) diesbezüglich von einer „Konfrontation der Voraussagen“ der traditionellen Spieltheorie „mit der Wirklichkeit und der Erklärung der dabei beobachteten Abweichungen durch sozialpsychologische Variablen“. Und weiter: „Die mit Hilfe der spieltheoretischen Modellierung gewonnene Voraussage kann dann gewissermaßen als ein ‚baseline‘-Modell betrachtet werden, als Folie, vor deren Hintergrund die tatsächlichen Beobachtungen interpretiert werden und in Abgleich mit welcher die Ergebnisse zu erklären sind“ (ebenda).

mindest auf den ersten Blick – nicht im Einklang mit den Verhaltenserwartungen der neoklassischen Entscheidungstheorie stehen.³² Das klassische Beispiel für ein solches Verhandlungsspiel stellt das sogenannte *Ultimatumspiel* dar, bei dem in Form eines One-Shot-Games ein vorgegebener Geldbetrag zwischen zwei Akteuren aufzuteilen ist.³³ Während einer von beiden Akteuren über das Vorschlagsrecht bezüglich der Aufteilung verfügt, besitzt der andere Akteur die Möglichkeit, den Vorschlag entweder zu akzeptieren oder abzulehnen, wobei im letztgenannten Fall beide Akteure leer ausgehen.

Durch den Besitz des Vorschlagsrechts verfügt der erste der beiden Akteure quasi über ein Erpressungspotenzial (daher auch der Name „Ultimatumspiel“) gegenüber dem zweiten Mitspieler. Unter der Annahme eines den eigenen Nutzen maximierenden Verhaltens müsste der zweite Akteur jedes noch so schlechte Aufteilungsangebot des ersten Akteurs akzeptieren, wenn er sich nicht selbst einen Schaden zufügen will. Da der Akteur mit dem Vorschlagsrecht dies antizipiert, würde dieser lediglich den kleinstmöglichen Geldbetrag vorschlagen, wenn er sich ebenfalls rational verhält. In den durchgeführten Verhaltensexperimenten zeigt sich jedoch, dass nur die wenigsten Akteure bestrebt sind, ihren eigenen Nutzen zu maximieren. Entgegen den Annahmen des neoklassischen Verhaltensmodells lässt sich vielmehr beobachten, dass rund zwei Drittel der Aufteilungsvorschläge sich in der engen Bandbreite zwischen 40-50 % bewegen. Zudem zeigt sich, dass je kleiner das Angebot ist, welches der erste Akteur vorschlägt, umso wahrscheinlicher ist es, dass dieses vom zweiten Akteur abgelehnt wird. Beide Befunde lassen sich nicht mit Hilfe des Konzepts egoistischen Verhaltens erklären, sondern deuten vielmehr darauf hin, dass dem Empfinden von Fairness eine wesentliche Rolle für den Ausgang des Spiels zukommt.³⁴

Dies deckt sich mit Überlegungen von Dijk und Vermunt (2000; S. 1), die davon ausgehen, dass ein „taste for fairness“ ein intrinsisches Motiv darstellt, welches bei der überwiegenden Zahl von Akteuren anzutreffen ist. Verankert in der Persönlichkeit, bildet es einen Bestandteil der individuellen Präferenzen und geht als immaterielle Kosten in Form eines schlechten Gewissens, welches von unfairen Aufteilungsvorschlägen abhält, in die jeweilige Nutzenfunktion der handelnden Akteure ein. Alternativ zum Verweis auf Fairness-Vorstellungen wird von Fehr und Gächter (1998) zur Erklärung des beobachteten

³² Siehe für diese Bewertung stellvertretend Roth (1995) oder auch Camerer (2003).

³³ Siehe hierzu auch Camerer/Thaler (1995) ebenso wie Güth et al. (1982).

³⁴ Siehe zu dieser Einschätzung auch Fehr/Schmidt (2005; S. 6). In gleicher Weise stellt auch Beck (2014; S. 256) fest: „Obwohl dem zweiten Spieler durch die Ablehnung Geld verloren geht, zieht er es vor, seinen Mitspieler für eine als ungerecht empfundene Verteilung des Geldes zu bestrafen“. Siehe hierzu auch Behnke (2012; S. 202), der mit Blick auf die scheinbar als „fair“ empfundene 50%-Lösung mit Verweis auf Schelling (1960; S. 57) auch von einem „Focal Point“ spricht, der den Akteuren im Ultimatumspiel als Orientierung für die Lösung der Aufgabenstellung dient.

Verhaltens auch auf die Wirksamkeit der Reziprozitätsnorm verwiesen. Unter Reziprozität wird dabei die Neigung verstanden, gleiches mit gleichem zu beantworten, d.h. auf ein kooperatives Verhalten anderer Akteure wird selbst mit Kooperation reagiert (positive Reziprozität), während Akteure, welche die Norm der Kooperation missachten, mit Bestrafung rechnen müssen (negative Reziprozität).³⁵ Nach Smith (2008) kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass das faire Verhalten dazu dient, sich einen langfristigen Vorteil zu verschaffen. Bei dieser Interpretation der Untersuchungsergebnisse würden die Akteure – folgt man Beck (2014; S. 261) – Fairness nur vorschieben, „um sich selbst bessere Konditionen zu sichern, das Fairness-Argument soll also die eigennützigen Motive verdecken“. In gleicher Weise kann auch das reziproke Verhalten kritisch hinterfragt werden: So kann auch die mit Anwendung der Reziprozitäts-Norm verbundene Vergeltung eines unfreundlichen Verhaltens durch eigenes unfreundliches Verhalten allein dazu dienen, beim Gegenüber durch Bestrafung in Zukunft ein Wohlverhalten zum eigenen Vorteil zu erzwingen. Das in Ultimatumspielen beobachtete faire bzw. reziproke Verhalten der Akteure ließe sich vor diesem Hintergrund auch damit erklären, das Risiko einer Ablehnung bzw. Bestrafung aus strategischen Motiven möglichst gering zu halten.³⁶

³⁵ Folgt man Fehr/Gächter (2000), findet sich „negative Reziprozität“ in Ultimatumspielen, während sich „positive Reziprozität“ in sogenannten Vertrauensspielen und Gift-Exchange-Spielen feststellen lässt. Bei Vertrauensspielen erhält der erste Akteur einen bestimmten Betrag, den er in einem Umfang von 0-100% an einen zweiten Akteur weitergeben kann, wobei der weitergegebene Betrag verdreifacht wird. Der zweite Akteur darf danach entscheiden, welcher Prozentanteil dieses verdreifachten Betrages an den ersten Akteur zurückfließt. Unter der Annahme rein eigennützigen Verhaltens, dürfte der erste Akteur unter diesen Bedingungen keinen Geldbetrag weiterleiten, da davon auszugehen wäre, dass der zweite Akteur aus Gründen der Nutzenmaximierung keinen Betrag zurücksenden würde. Die aus solchen Vertrauensspielen gewonnenen Ergebnisse bestätigen diese Verhaltenserwartung jedoch nicht. Mit Hilfe von Gift-Exchange-Spielen wird wiederum die Verhandlungssituation zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern experimentell abgebildet. Unter der Annahme rationalen Verhaltens müsse bei einem gegebenen Lohnangebot eines Arbeitgebers ein rein eigennütziger Arbeitnehmer immer das niedrigste Anstrengungsniveau wählen. Da ein rationaler Arbeitgeber dies jedoch antizipiert, würde dieser wiederum das Lohnniveau so niedrig wie möglich ansetzen. Die Untersuchungsergebnisse zeigen jedoch, dass – entgegen der theoretischen Erwartung – Arbeitnehmer auf großzügige Lohnangebote mit einem erhöhten Anstrengungsniveau reagieren. Es zeigt sich allerdings auch, dass dieses Verhalten nicht von Dauer ist, sondern die „Arbeitnehmer“ aufgrund von Gewöhnungseffekten und eines Besitzstandsdenkens ihr Anstrengungsniveau im Zeitverlauf reduzieren. Siehe hierzu etwa die Untersuchungen von Gneezy/List (2006), Goette et al. (2004) oder auch Fehr/Goette (2004).

³⁶ Siehe hierzu Behnke (2012; S. 204) mit Verweis auf Güth/van Damme (1998). In ähnlicher Weise erklären auch Yang et al. (2006) das Verhalten von Akteuren in Ultimatumspielen mit eigennützigem Verhalten, welches dazu dienen soll, die Auszahlungen langfristig zu maximieren.

Eine isolierte Betrachtung des originären Fairness- bzw. Reziprozitäts-Effekts ermöglicht nach Forsythe et al. (1994) jedoch das sogenannte *Diktatorspiel*. Als wichtiger Unterschied zum Ultimatumspiel verfügen die Akteure bei dieser ansonsten identischen Spielvariante über keine Bestrafungsmöglichkeit. D.h. wird bei diesem Untersuchungsdesign ein faires oder reziprokes Verhalten beobachtet, lässt sich dieses nur auf das Vorhandensein einer intrinsischen Motivation zurückführen, da keine Möglichkeit zur Sanktion besteht. Auf diese Weise lassen sich taktisch begründete Fairness und echte Fairness analytisch voneinander trennen. Unter der Annahme rationalen Verhaltens müsste ein eigennütziger Akteur den aufzuteilenden Geldbetrag vollständig für sich reklamieren. Wenn er dies demgegenüber nicht tut, dann kann dies nur auf die Wirksamkeit der Reziprozitätsnorm bzw. auf die intrinsische Motivation zu einem fairen Verhalten zurückgeführt werden. In entsprechend durchgeführten Diktatorspielen zeigt sich, dass immer noch mehr als ein Drittel der Akteure, die im Besitz des Vorschlagsrechts sind, sich für eine Aufteilung des Geldbetrages entscheiden, die der 50%-Lösung entspricht. Dies legt nach Bolton et al. (1998) die Interpretation nahe, dass normative Vorstellungen in der genannten Form (Fairness bzw. Reziprozität) das Verhalten der entsprechenden Akteure bestimmen. Folgt man Behnke (2012; S. 205), fällt der Teilungsvorschlag dabei umso gleichmäßiger aus, je höher die Akteure Werte wie „Gerechtigkeit“ und „Respekt vor anderen“ gewichten. Auch fällt das Teilungsverhältnis umso gleichmäßiger aus, je ausgeprägter beim vorschlagenden Akteur die Einschätzung verankert ist, dass „Gerechtigkeit“ eine von allen geteilte Wertvorstellung darstellt. Umgekehrt fällt der Geldbetrag, den ein Akteur für sich reklamiert, umso größer aus, je stärker der Wert „Unabhängigkeit“ das eigene Verhalten beeinflusst.³⁷

Soweit *Fairness* („Gerechtigkeit“) oder auch *Reziprozität* als allgemein geteilte Wertvorstellungen gelten, denen die Akteure quasi intuitiv in beliebigen Entscheidungssituationen folgen, wird dies von Fehr und Gächter (2000) darauf zurückgeführt, dass es sich in beiden Fällen um soziale Normen handelt, die im Fall von unvollkommener Information und unvollständigen Verträgen hilfreich sind. Dies deckt sich auch mit der Einschätzung von Smith (2002), dass es sich bei Fairness und reziprokem Verhalten um Strategien des Entscheidens handelt, die sich evolutionär bewährt haben, um Märkte überhaupt erst funk-

³⁷ Eine solche hohe Gewichtung des Werts der „Unabhängigkeit“ und eine daraus sich ergebende Neigung zu stärker eigennützigem Verhalten zeigt sich in Public-Goods-Spielen, die mit Studierenden der Wirtschaftswissenschaften durchgeführt wurden. So war die Kooperationsbereitschaft dieser Gruppe von Probanden deutlich niedriger ausgeprägt als im Durchschnitt. Siehe hierzu etwa Marwell/Aimes (1981), Carter/Irons (1991) oder auch Frank et al. (1993). Offen ist allerdings, ob es sich hierbei um einen Effekt der Selbstselektion („Wirtschaftswissenschaften studieren Personen, die weniger sozial eingestellt sind“) oder einen studienbedingten Sozialisationseffekt („das Studium der Wirtschaftswissenschaften erzieht zu unsozialen Verhaltensweisen“) handelt. Siehe hierzu auch Beck (2014; S. 277f.).

tionsfähig zu machen. Es liegt dabei auf der Hand, dass die verhaltenskoordinierende Wirkung entsprechender Verhaltensnormen und Wertvorstellungen nicht allein für die Erstellung und den Austausch rein privater Güter, sondern ebenso für die Bereitstellung öffentlicher Güter von Bedeutung ist. Indem Fairness und Reziprozität – so Smith (2008; S. 218ff.) an anderer Stelle – zur Kooperation anhalten, führt dies dazu, dass ein kurzfristig eigennutzmaximierendes Verhalten zugunsten einer langfristig angelegten Kooperation verhindert wird. Ökonomisch gedeutet, liegen solche Normen und Werte somit im langfristigen Interesse aller Akteure, da sie dazu dienen, Transaktionskosten im Rahmen von sozialen Interaktionsprozessen zu senken und Verhaltenserwartungen zu stabilisieren.³⁸

2.1.3

Weitere Einflussfaktoren: Häufigkeit der Interaktion, Lernprozesse, Bestrafungspotenzial, Kommunikation und Kontextbedingungen

Die bislang dargestellten Ergebnisse verhaltensökonomischer Experimente legen die Schlussfolgerung nahe, dass ein aus eigennützigen Motiven erfolgreiches Freifahrerverhalten und eine daraus abgeleitete Notwendigkeit zur staatlichen Bereitstellung öffentlicher Güter keineswegs zwingend sind. Der Nachweis eines von Fairness und Reziprozität bestimmten Verhaltens deutet vielmehr darauf hin, dass von einer nennenswerten Zahl von Akteuren auch freiwillige Beiträge zur Erstellung von Kollektivgütern zu erwarten sind. Allerdings sollte diese Einsicht mit Vorsicht behandelt werden, da die aus Ultimatum- und Diktatorspielen gewonnenen Untersuchungsergebnisse zum einen nicht ohne Kritik geblieben sind. Zum anderen deuten weitere Untersuchungen darauf hin, dass neben den beiden bereits genannten Bestimmungsgrößen individuellen Verhaltens noch weitere Faktoren zu berücksichtigen sind, welche die Bereitschaft, etwas zu einem öffentlichen Gut beizutragen, beeinflussen können.

Eine häufig geäußerte Kritik an den Ergebnissen von Ultimatum- und Diktatorspielen ist der Vorwurf, dass es sich dabei nur um Laborexperimente mit geringen Geldbeträgen handelt, die aufgrund dessen mit realen Entscheidungssituationen, in denen „mehr auf dem Spiel steht“, nicht zu vergleichen sind. Zusätzliche Verhaltensexperimente, die aufgrund dessen teilweise in ärmeren

³⁸ Vergleichbares stellt Behnke (2012; S. 206f.) unter Verweis auf Bowles/Gintis (2011) auch mit Blick auf altruistisches Verhalten fest: „Altruismus kann aus Sicht einer Gruppe durchaus eine Eigenschaft sein, die für die Gruppe als Ganzes positive Gewinne erzielt. Aus Sicht der Gruppe ist es daher gut, wenn die einzelnen Mitglieder die altruistische Norm so sehr verinnerlichen, dass sie ihr zuliebe sogar auf die Verwirklichung einseitiger Gewinne auf Kosten des anderen verzichten. Die Entwicklung reziproker Fairness kann unter diesen Umständen sogar einen evolutionären Vorteil bedeuten“. Siehe zudem Bahr/Requate (2014), die im Rahmen eines konsekutiven 3-Personen-Diktatorspiels zeigen, dass ein reziprokes Verhalten vom Grad an sozialer Interaktion und der bestehenden Unsicherheit abhängt.

Ländern mit zugleich höheren Geldbeträgen durchgeführt wurden, zeigen jedoch keine wesentlich geänderten Untersuchungsergebnisse. Auch im Fall von größeren Geldbeträgen sind Akteure im Rahmen von Ultimatumspielen überwiegend bereit zu teilen, d.h. sie tragen freiwillig zu einer als fair empfundenen Aufteilung des verfügbaren Geldbetrages bei. Dieses Ergebnis stellt sich auch dann ein, wenn man als Probanden auf Akteure aus unterschiedlichen Kulturkreisen zurückgreift, d.h. unterschiedliche kulturelle Einflussfaktoren führen zu keiner Variation in den Ergebnissen der Laborexperimente.³⁹

Zu veränderten Ergebnissen kann es allerdings immer dann kommen, wenn sich die Rahmenbedingungen eines Experiments ändern. D.h. welches Spiel aus Sicht der Akteure gespielt wird und welche verhaltensleitenden Normen dabei aktiviert werden, hängt von der Festlegung des Spielkontextes ab, der – folgt man der Framing-Theorie von Kahneman und Tversky (2000) – die Handlungssituation definiert, innerhalb deren die Akteure miteinander interagieren. Je nach Framing werden sogenannte Schemata aktiviert, die dazu führen, dass von den Spielern entweder Fairnesserwägungen und Reziprozitätsnormen gefolgt wird oder bei diesen Wettbewerbs- und Eigennutzorientierung dominieren.⁴⁰ Darüber hinaus zeigen sich nach Smith (2003) auch dann deutliche Unterschiede in den Ergebnissen der Verhaltensexperimente, wenn man den Versuchspersonen anstelle der üblichen Informationen zum Untersuchungsdesign eine extensive Einführung in das jeweilige Spiel bietet. Des Weiteren zeigt List (2007) in einer Auswertung der Verhaltensergebnisse von knapp 200 Diktatorspielen, dass die Aufteilung des Geldbetrages auch in Abhängigkeit davon variiert, ob die Person, die im Besitz des Vorschlagsrechts ist, auch über die Möglichkeit verfügt, dem anderen Akteur etwas wegnehmen zu können. Erlaubt man eine solche Option der „Vorteilswegnahme“ innerhalb eines Experiments, nimmt die Zahl der Akteure ab, die sich fair verhalten.

Die *Bedeutung des Spielkontextes* wird auch bei Falk und Fischbacher (2006) thematisiert, die unter Bezug auf Rabin (1993) von Fairnesserwägungen ausgehen, bei der die Handlungsoptionen und die damit verbundenen Intentionen der Akteure in die Verhaltensbewertung des jeweiligen Gegenübers mit

³⁹ Eine Übersicht zu den Untersuchungsergebnissen dieser modifizierten Verhaltensexperimente findet sich bei Fehr/Schmidt (2005). Siehe hierzu ebenso Henrich et al. (2005).

⁴⁰ Folgt man Esser (1996), ergeben sich aus den jeweiligen Rahmenbedingungen einer Interaktionssituation entsprechende Hinweise für die Akteure, wie die gegebene Spielsituation angemessen zu interpretieren ist. In Anbetracht dessen stellt auch Behnke (2012; S. 207) fest: „Das Ultimatumspiel, genauso wie die Gefangenendilemmaspiele, die in Public-Goods-Experimenten gespielt werden, sind für die meisten Spiele keine wettbewerbsorientierten Spiele, sondern eine soziale Interaktion, die eine gemeinsame Erfahrung wiedergibt bzw. manchmal sogar erst ermöglicht. Ein Clubschachspieler, der gegen einen anderen Clubschachspieler spielt und einen verhängnisvollen Fehler begeht, der ihn die Dame kostet, hat schlecht gespielt. [...] Ein Vater hingegen, der mit seinem sechsjährigen Sohn ‚aus Spaß‘ Schach spielt und gnadenlos sofort jeden Fehler seines Sohnes zum eigenen Vorteil nutzt, würde hingegen ein äußerst befremdliches Verhalten an den Tag legen“.

einfließen. Dabei werden die Aufteilungsvorschläge des ersten Spielers vom zweiten Spieler nach ihrem „Nettigkeitsgrad“ (kindness) eingestuft. Dabei zeigt sich, dass ein und derselbe Teilungsvorschlag vom zweiten Spieler in Abhängigkeit davon unterschiedlich bewertet wird, welche Menge an Entscheidungsalternativen dem Akteur zur Verfügung steht, der im Besitz des Vorschlagsrechts ist. Zusätzlich zur Menge an verfügbaren Handlungsalternativen sind auch die dem Entscheidungsverhalten zugeschriebenen Intentionen von Bedeutung für die Reaktionsweise des jeweiligen Gegenübers. So fallen nach Blount (1995) die emotionalen Reaktionen der Akteure auf eine mangelnde Kooperationsbereitschaft unterschiedlich aus, je nachdem, welche Motive hinter dem Verhalten vermutet werden. Besteht der Eindruck, dass das nicht-kooperative Verhalten beabsichtigt ist, kann dies Wut und Ärger auslösen, erscheint es demgegenüber als unbeabsichtigt, steigt die Bereitschaft zur Toleranz der mangelnden Kooperation.

Die Bedeutung, die den Kontextbedingungen zukommt, zeigt sich auch bei der Untersuchung von „doppelt-blinden“ Diktatorspielen durch Hoffman et al. (1994). Bei dieser Spielvariante kennt nur der Akteur, der über das Vorschlagsrecht zur Aufteilung des Geldbetrages verfügt, die von ihm getroffene Entscheidung, was zu einer Steigerung des eigennütigen Verhaltens führt. Man kann dieses Ergebnis – folgt man Beck (2014; S. 284) – dahingehend interpretieren, dass „ein Verhalten, das den Nutzen anderer Menschen berücksichtigt, durch strategische Erwartungen motiviert ist“. Wenn sich die Akteure jedoch in ihren Entscheidungen unbeobachtet fühlen, dann agieren sie weit aus eigennütziger als in Situationen, in denen ihr Verhalten von anderen wahrgenommen wird. Diese besondere Bedeutung, die der *Transparenz* eigener Entscheidungen gegenüber Dritten zukommt, zeigt sich auch in einer Untersuchung von Leimgruber et al. (2012), die zu dem Ergebnis kommt, dass das individuelle Schenkungs- und Spendenverhalten umso großzügiger ausfällt, je transparenter dieses gestaltet ist.⁴¹

Hinzu kommen noch weitere Einflussgrößen, die mit Blick auf die Frage nach freiwilligen Beiträgen zur Bereitstellung von öffentlichen Gütern von Bedeutung sind. So konnte – folgt man wiederum Beck (2014; S. 269) – in verhaltensökonomischen Experimenten gezeigt werden, dass sich die durchschnittlichen Beiträge für die Erstellung von Kollektivgütern durch das *Zulassen von Kommunikation* zwischen den Akteuren erhöhen lassen. Unter der Annahme rationalen Verhaltens ist dies insofern überraschend, wie dieser Effekt nur dann eintreten dürfte, wenn es zugleich auch die Möglichkeit zur Bestrafung

⁴¹ Leimgruber et al. (2012) haben diese Untersuchung anhand des Schenkungsverhaltens von Kindern durchgeführt, wobei sich das Ergebnis mit den Worten von Beck (2014; S. 284) wie folgt zusammenfassen lässt: „Gibt man ihnen Aufkleber mit der Option, diese mit einem anderen Kind zu teilen, so sind sie großzügiger, wenn sie den Empfänger ihrer Gabe sehen und wenn sie die Sticker, die sie hergeben, in einen transparenten Container [...] legen, wo der Empfänger sehen kann, wie viele Aufkleber geschenkt werden“.

gibt, um nicht eingehaltene Versprechen sanktionieren zu können. Begründen lässt sich dieser Effekt aus kognitionspsychologischer Sicht damit, dass die Kommunikation über Beiträge zur Bereitstellung öffentlicher Güter zu einer mentalen Verfügbarkeit von Gründen für ein kooperatives Verhalten führt. Sind entsprechende Argumente jedoch erst einmal kognitiv präsent, steigert dies nicht selten auch die Bereitschaft zu einem solchen Verhalten. Zusätzlich kann die Kommunikation nach Beck (2014; S. 269) „auch den inneren Zusammenhalt einer Gruppe, das Gemeinschaftsgefühl stärken, was die Bereitschaft, einen Beitrag zum öffentlichen Gut zu leisten, steigern dürfte“. Als eine spezielle Form der Kommunikation kann zudem das Bestreben danach gewertet werden, lediglich als fair erscheinen zu wollen, ohne es zwingend auch tatsächlich zu sein. Kagel et al. (1996) haben versucht, dies mit Hilfe einer speziellen Variante des Ultimatumspiels herauszufinden. Die Ergebnisse dieser Spielvariante zeigen, dass es den Akteuren häufig bereits genügt, den Eindruck von Fairness und Kooperationsbereitschaft zu erwecken.⁴² Dies spricht zum einen dafür, dass das Streben nach Eigennutz nicht vernachlässigt werden darf. Dies bedeutet zum anderen aber auch, dass Fairness und Kooperationsbereitschaft von den Akteuren als soziale Normen angesehen werden, denen man im Rahmen des eigenen Entscheidungsverhaltens entsprechend Rechnung zu tragen hat.

Eine weitere Einflussgröße stellen die bereits angesprochenen Bestrafungsmöglichkeiten für nicht-kooperatives Verhalten dar. Folgt man wiederum Beck (2014; S. 268), sollte die *Möglichkeit zur Bestrafung* unter der Annahme vollständig rational handelnder Akteure zu keinen Ergebnisveränderungen bei den Verhaltensexperimenten führen. Mit der Bestrafung geht zwar eine Reduzierung der Auszahlungen auf Seiten der unkooperativen Spieler einher, zugleich verringert sich aber auch die Auszahlungen der bestrafenden Spieler, da die Sanktionen mit Kosten verbunden sind. Ein eigennützig sich verhaltender Akteur wird aufgrund dessen „niemand bestrafen, und da ein rationaler Spieler das antizipiert, wird er dementsprechend nicht kooperativ sein“ (ebenda). Entsprechende Verhaltensexperimente, in denen Bestrafungsmöglichkeiten zugelassen werden, führen jedoch zu einem anderen Ergebnis. Folgt man Fehr und Gächter (2000), zeigt sich vielmehr, dass die Akteure unter dieser Bedingung ihre Beiträge zur Erstellung eines öffentlichen Guts um den Faktor 2 bis

⁴² Die Variante besteht darin, dass anstelle eines Geldbetrages 100 Spielchips mit einer unterschiedlichen Wertigkeit verteilt werden sollen. Dabei zeigte sich, dass in der Mehrheit der Fälle eine 50:50-Aufteilung vorgeschlagen wurde, ohne dass diese jedoch auch zu einer Gleichverteilung der mit den Chips verbundenen monetären Werte geführt hätte. D.h. weniger die tatsächlichen Verhaltensmotive als vielmehr das „äußere Erscheinungsbild“ beeinflussen das Verhalten in entsprechenden Interaktionssituationen. Die Relevanz des äußeren Erscheinungsbildes im wörtlichen Sinne belegen zudem die Untersuchungen von Rosenblatt (2008) und Solnik/Schweitzer (1999), die für das Diktator- wie das Ultimatumspiel zeigen, dass auch das persönliche Aussehen der Spieler die Verhaltensergebnisse beeinflusst.

4 erhöhen im Unterschied zu Experimenten, in denen es keine Möglichkeit zur Bestrafung anderer Akteure gab. Auch blieben bei der Untersuchungsvariante mit Bestrafungsmöglichkeiten die individuellen Beiträge zum Kollektivgut stabil, während sie im Fall fehlender Sanktionen mit zunehmender Dauer des Experiments abnahmen.⁴³ Schließlich stellte sich als ein weiteres Ergebnis ein, dass die vorgenommenen Bestrafungen umso höher ausfielen, je mehr der Beitrag eines Akteurs unter dem Durchschnitt dessen lag, was die Summe aller Akteure an Bereitstellungsbeiträgen leistete.⁴⁴

Der Sachverhalt, dass die Beiträge zum öffentlichen Gut im Verlauf des Experiments abnehmen, wenn die Möglichkeit zur Bestrafung nicht-kooperativer Akteure fehlt, wird aus Sicht des herkömmlichen ökonomischen Verhaltensmodells in aller Regel mit dem Einsetzen von Lernprozessen erklärt. D.h. je größer die Anzahl an Spielwiederholungen ist und je länger damit ein Spiel dauert, umso vermehrt kommt es zum Freifahrerverhalten, da zumindest bei einem größeren Teil der Akteure möglicherweise erst mit der Zeit erkannt wird, dass eine mangelnde Kooperationsbereitschaft die strategisch beste Option ist.⁴⁵ Gegen diese Interpretation sprechen jedoch Untersuchungsergebnisse, wie sie etwa in den Verhaltensexperimenten von Andreoni (1988) gewonnen wurden. Zwar zeigte sich auch hier, dass die Beiträge zum öffentlichen Gut mit der Anzahl an Spielwiederholungen im Durchschnitt abnahmen. Wurde das Experiment jedoch mit denselben Versuchspersonen nach einer Unterbrechung erneut gestartet, zeigten die Akteure in den ersten Spielrunden wieder eine ausgeprägte Kooperationsbereitschaft.

Aus spieltheoretischer Sicht könnte man dies damit erklären, dass die Akteure überwiegend eine reziproke Strategie spielen – die bekannte „Tit-for-Tat-Strategie“, bei der auf kooperatives Verhalten mit Kooperation und auf nicht-kooperatives Verhalten mit Nicht-Kooperation reagiert wird. Was damit allerdings nicht erklärt werden kann, ist der Sachverhalt, warum Akteure auch in lediglich einmaligen Spielen („One-Shot-Game“) ebenfalls kooperieren. In gleicher Weise macht das Spielen dieser Strategie aus rein rationaler Sicht auch dann keinen Sinn, wenn die Versuchspersonen innerhalb eines Experiments auf ständig wechselnde Kontrahenten treffen. Nichtsdestotrotz findet sich auch in solchen Spielsituationen nach Dawes und Thaler (1988) ein ähn-

⁴³ Siehe hierzu auch Dawes/Thaler (1988). Für eine Ergebnisübersicht zum Zusammenhang von Kooperationsbereitschaft und Spielwiederholungen siehe ebenso Ledyard (1995).

⁴⁴ Nach Beck (2014; S. 269) spricht die „Tatsache, dass Spieler bereit sind, für die Bestrafung anderer Mitspieler Geld auszugeben, [...] gegen die Erklärung, dass Menschen sich aus reinem Altruismus an der Finanzierung öffentlicher Güter beteiligen – ein Altruist würde kein Geld dafür ausgeben, andere Menschen zu bestrafen. Möglicherweise spielt hier eher der Wunsch nach Gerechtigkeit und Fairness eine Rolle“.

⁴⁵ In diesem Zusammenhang weisen Fehr/Schmidt (2005) allerdings darauf hin, dass sowohl das Ultimatum- als auch das Diktatorspiel vergleichsweise einfache Spiele sind, die ohne großen Aufwand zu lernen sein sollten.

lich hohes Maß an Kooperation wie in Verhaltensexperimenten, die eine Wiederholung von Spielrunden vorsehen. Schließlich gilt auch die *Anzahl der Akteure* als bedeutsam mit Blick auf die Frage, ob es zu freiwilligen Beiträgen zur Bereitstellung eines öffentlichen Gutes kommt. Die herkömmliche ökonomische Argumentation unterstellt dabei, dass es – folgt man Beck (2014; S. 270) – mit steigender Zahl der Mitspieler immer schwieriger wird, „unkooperatives Verhalten zu entdecken, weswegen die Bereitschaft, etwas zum öffentlichen Gut beizutragen, sinken sollte“. Dem kann allerdings entgegen gehalten werden, dass mit steigender Gruppengröße auch der mit der Bereitstellung eines öffentlichen Gutes verbundene Nutzen für alle steigt und dass mit diesen zunehmenden Erträgen des Kollektivgutes auch die individuelle Kooperationsbereitschaft zunimmt. Oder mit den Worten von Beck (2014; S. 270): „Je mehr Menschen von dem Beitrag zum öffentlichen Gut profitieren, umso größer wird der Anreiz, aus altruistischen Motiven einen Beitrag zu diesem Gut zu leisten“.

Trotz der mittlerweile vorliegenden Fülle an verhaltensökonomischen Experimenten zur Bereitstellung öffentlicher Güter lassen deren Ergebnisse eine eindeutige Zurückweisung des neoklassischen Verhaltensmodells und der damit verbundenen Freifahrer-Hypothese nicht zu. So können – folgt man Beck (2014) mit Verweis auf Ledyard (1995) – die Ergebnisse der Verhaltensexperimente nicht vollständig mit dem Verweis auf Fairness, Reziprozität oder auch Altruismus erklärt werden. Vielmehr zeigt sich in den entsprechenden Untersuchungen immer auch eine Tendenz zum eigennutzmaximierenden Verhalten, welches je nach Ausgestaltung des Untersuchungsdesigns und der damit verbundenen Anreizsituation mal stärker und mal weniger stark ausgeprägt sein kann. Im Gegenzug wird aber ebenso deutlich, dass es über die verschiedenen Spieltypen und Untersuchungsvarianten hinweg immer Versuchspersonen gibt, die freiwillige Beiträge zu öffentlichen Gütern zu leisten bereit sind und deren Verhalten sich somit nicht mit Hilfe des traditionellen ökonomischen Verhaltensmodells erklären lässt.

Bezogen auf die Notwendigkeit einer staatlichen Bereitstellung öffentlicher Güter kann aus den vorliegenden Untersuchungsergebnissen wiederum abgeleitet werden, dass die Bereitschaft zu einem freiwilligen (und damit privaten) Angebot solcher Güter umso größer ausfällt, je ausgeprägter der *soziale Zusammenhalt* zwischen den betroffenen Akteuren ist, je intensiver untereinander kommuniziert wird und je wirksamer etwaige Sanktionen für den Fall eines nicht-kooperativen Verhaltens ausfallen. Unter diesen Rahmenbedingungen ist davon auszugehen, dass weniger Vorteilsmaximierung und Eigennutz anstelle von Fairness und Reziprozität das individuelle Entscheidungsverhalten bestimmen. Da diese Bedingungen vor allem auf der lokalen Ebene – unter Abstrichen auch auf der regionalen Ebene – gegeben sind, spricht aus verhaltensökonomischer Sicht einiges dafür, insbesondere im Fall der Bereitstellung

von lokalen und regionalen öffentlichen Gütern noch stärker als bislang auf „Bürgerbeteiligung“ und „ehrenamtliches Engagement“ zu setzen.

2.2

Internalisierung externer Effekte – technologische, pekuniäre und psychologische Externalitäten

Neben der Bereitstellung von öffentlichen Gütern gilt aus finanzwissenschaftlicher Sicht ebenso die Internalisierung von externen Effekten als eine weitere, vom Staat zu erfüllende Aufgabe. Anders als im Fall von öffentlichen Gütern, bei denen aufgrund spezifischer Gutseigenschaften es zu keinem über den Markt vermittelten Angebot kommt („Marktversagen“), kennzeichnen externe Effekte lediglich eine besondere Form von Marktunvollkommenheit: Zwar kommt es zu einem privaten Güterangebot auf dem Markt, dieses ist jedoch als ineffizient zu bewerten, da bestehende private und soziale Grenzkosten bzw. Grenznutzen nicht deckungsgleich sind und es in Folge dessen zu einer Fehlallokation knapper Ressourcen kommt.⁴⁶ Dabei kann bekanntermaßen zwischen positiven externen Effekten einerseits, mit denen ein Zusatznutzen für die Gesellschaft verbunden ist (wie z.B. im Fall von Bildungs- oder Gesundheitsleistungen), und negativen externen Effekten andererseits, die zu einer Belastung unbeteiligter Dritter führen können (wie z.B. bei Umweltverschmutzungen), unterschieden werden. Ihre Existenz – folgt man Scherf (2009; S. 69) – rechtfertigt „in der Regel keine staatliche Bereitstellung der Güter, sondern nur lenkende Eingriffe in das Marktgeschehen, mit denen die Produktion bei positiven externen Effekten gefördert oder bei negativen externen Effekten gebremst werden kann“.

Diese aus dem neoklassischen Standardmodell des vollkommenen Marktes abgeleiteten Schlussfolgerungen werden aus verhaltensökonomischer Sicht nicht grundlegend in Frage gestellt. Der Beitrag der Verhaltensökonomik ist hier vielmehr zum einen darin zu sehen, dass neben den beiden Standardfällen von externen Effekten (pekuniäre und technologische Externalitäten) zudem die Bedeutung sogenannter psychologischer externer Effekte betont

⁴⁶ Siehe hierzu stellvertretend Scherf (2009; S. 68f.). Fritsch (2011; S. 80) stellt hierzu fest: „Ein idealer Markt ist dadurch gekennzeichnet, dass jeder Akteur für die von ihm verursachten Kosten aufkommt; ebenso erhält in einem idealen Markt jeder Akteur für die durch sein Handeln bei Dritten erzeugten Vorteile – sofern er dies wünscht – ein entsprechendes Entgelt. Sind diese Voraussetzungen des Modells der vollständigen Konkurrenz nicht erfüllt, so liegen externe Effekte vor“. Und mit Zimmermann et al. (2012; S. 50) kann noch ergänzt werden: „Gemeinsam ist diesen sog. externen Effekten [...], dass sie ex definitione nicht als Kosten bzw. Erlöse oder ‚Nachteile‘ bzw. ‚Vorteile‘ in den Wirtschaftsrechnungen der privaten Haushalte und Unternehmen erscheinen. Folglich besitzen die Wirtschaftssubjekte einen Anreiz, Produktion und Konsum mit hohen externen Kosten auszudehnen und solche mit externen Erträgen gering zu halten. Da dieses Verhalten eine volkswirtschaftlich optimale Güterversorgung verhindert, kann eine Minderung oder Ausweitung von Produktion bzw. Konsum aus gesamtwirtschaftlichen Erwägungen angezeigt sein“.

wird. Zum anderen wird darauf verwiesen, dass die Anreizwirkung staatlicher Maßnahmen zur Internalisierung von externen Effekten nicht einfach vorausgesetzt werden kann, sondern vielmehr einer genaueren psychologischen Fundierung bedarf, um deren Effektivität zu erhöhen.

2.2.1

Die Standardfälle: Pekuniäre und technologische Externalitäten

Aus Sicht der neoklassischen Markttheorie stellt nicht jede Form von Externalitäten eine Beeinträchtigung der Funktionsweise des Marktes dar, die einer entsprechenden staatlichen Korrektur bedarf. So gelten von den beiden ökonomischen Standardfällen externer Effekte die sogenannten *pekuniären Externalitäten* lediglich als eine Folge von Marktbeziehungen. Sie finden ihren Ausdruck in sich verändernden Preisen auf Güter- und Faktormärkten, die durch das Angebots- und Nachfrageverhalten anderer Marktteilnehmer hervorgerufen werden. Als wesentlicher Bestandteil der Marktallokation signalisieren pekuniäre externe Effekte nach Fritsch (2011; S. 81) gewandelte Knappheitsrelationen, die unter Effizienzaspekten erwünscht sind und insofern nicht als Rechtfertigung für Staatsinterventionen zur Beseitigung von Marktunvollkommenheiten dienen können.⁴⁷ Eine Ausnahme hiervon bilden lediglich solche pekuniären Externalitäten, die das Ergebnis der Bildung oder Ausübung von Marktmacht auf der Angebots- oder Nachfrageseite sind. Beispielfhaft kann hier auf das abgestimmte Verhalten von Anbietern in Oligopolmärkten verwiesen werden, wobei entsprechende Preisabsprachen zu verzerrten Knappheitssignalen führen, was – vermittelt über den Marktmechanismus – zu einer indirekten Beeinträchtigung der Nutzenfunktionen der Nachfrager beiträgt. Nach Zimmermann et al. (2012; S. 50) zeigen „Monopol- und Fusionskontrollen sowie andere wettbewerbspolitische Maßnahmen [...], wie der Staat diese Unzulänglichkeiten des Marktes durch geeignete Rahmenbedingungen zu korrigieren versucht“.

Die Erkenntnisse der Verhaltensökonomik führen zu keiner grundsätzlichen Neubewertung des staatlichen Handlungsbedarfs im Umgang mit pekuniären Externalitäten. Lediglich mit Blick auf die zuletzt genannte Ausprägungsform von pekuniären externen Effekten in Gestalt der Erzeugung und Ausübung von Marktmacht kann mit Käseberg (2013; S. 36) festgestellt werden, dass sich mittels der in verhaltensökonomischen Ansätzen aufgezeigten Abweichungen von einem vollständig rationalen (Nachfrager-)Verhalten „die bisherige [...] Sicht auf Märkte und Marktteilnehmer“ ändern kann. Dies betrifft unter anderen die Frage, wie ein eingeschränkt rationaler Akteur auf die verschiedenen Formen von Marktversagen reagiert. Es wird dabei vermutet, dass beispielsweise ein in seinen kognitiven Fähigkeiten systematisch begrenzter

⁴⁷ Nach Fritsch (2011; S. 81) können pekuniäre Externalitäten „allerdings Probleme unter dem Verteilungsziel verursachen“.

Nachfrager im Fall von angebotsseitig ausgeübter Marktmacht in stärkerem Maße „ausbeutbar“ ist, als dies für den Fall eines vollständig rationalen Akteursverhaltens gilt. Zusätzlich zu Wettbewerbspolitik, Kartellrecht und traditionellem Verbraucherschutz wäre – folgt man Käseberg (2013; S. 36) – in Anbetracht dessen zu prüfen, inwieweit vor allem die bisherigen Instrumente des Verbraucherschutzes eine etwaige Ergänzung erfordern.⁴⁸

Im Unterschied zu pekuniären externen Effekten besteht bei sogenannten *technologische Externalitäten* mit Fritsch (2011; S. 81) ein „direkter Zusammenhang zwischen den Gewinn- und Nutzenfunktionen mehrerer Akteure (Individuen bzw. Unternehmen), der nicht durch den Marktmechanismus erfasst und – etwa in Form einer preislichen Kompensation – ausgeglichen wird“. Technologische Externalitäten stellen damit eine zentrale Ursache für Marktunvollkommenheiten dar, die unter Effizienzaspekten eine staatliche Korrektur erfordern. Solche externen Effekte können bekanntermaßen durch das Entscheidungsverhalten von Akteuren sowohl im Produktions- wie im Konsumbereich entstehen, um sich positiv (sozialer Zusatznutzen) oder auch negativ (soziale Zusatzkosten) auf die Produktion oder den Konsum dritter Personen auszuwirken. Entscheidend ist dabei, dass die Interdependenz zwischen den Produktions- und Nutzenfunktionen der betroffenen Akteure rein physischer Natur ist, der Marktmechanismus folglich die entsprechenden Interdependenzen nicht erfasst und damit die betroffenen Akteure selbst nicht oder nur sehr bedingt zu einer Internalisierung dieser Art von Externalitäten beitragen können. Technologische externe Effekte gelten daher innerhalb der Finanzwissenschaft als ein klassischer Rechtfertigungsgrund staatlichen Handelns unter der Zielsetzung einer Internalisierung bestehender positiver wie negativer Externalitäten. Im Unterschied zu rechtlichen Ge- und Verboten sollten dabei aus ökonomischer Sicht vor allem finanzielle Anreizinstrumente (z.B. in Form von Steuern oder Subventionen) zum Einsatz kommen, da sie eine marktconforme, weil über den Preismechanismus vermittelte, Internalisierung externer Effekte erlauben.

Die Relevanz von finanziellen Anreizinstrumenten zur Internalisierung von positiven wie negativen (technologischen) Externalitäten wird aus verhaltensökonomischer Sicht nicht grundsätzlich in Frage gestellt. Vielmehr zeigen entsprechende Untersuchungen, dass eine solche Internalisierung nicht allein zu einer Vermeidung verzerrter Marktpreise, sondern ebenso zu einer Steigerung des individuellen Glücksgefühls beitragen kann.⁴⁹ Enste und Hüther (2011; S. 56) verweisen allerdings darauf, dass individuelle Entscheidungsprozesse nicht al-

⁴⁸ So sieht etwa Billen (2011; S. 159) diesbezüglich „[z]wischen Eigenverantwortung und Schutz der Verbraucher“ einen „Platz für neue Instrumente der Verbraucherpolitik“. Eine ausführlichere Betrachtung alternativer Instrumente des Verbraucherschutzes aus verhaltensökonomischer Sicht findet sich in Kapitel 2.3 des vorliegenden Beitrags.

⁴⁹ Siehe hierzu etwa die Studie von Gruber/Mullainathan (2002), die belegt, dass eine Steuer auf Zigaretten zu einer Erhöhung des Glücksgefühls von Rauchern beitragen kann.

lein durch „finanzielle Kriterien determiniert, sondern auch durch soziale Motive beeinflusst“ werden. So ist – folgt man Reiss (2000) oder auch Schuler und Prochaska (2000) – aus der Motivationspsychologie hinreichend bekannt, dass nicht nur ein finanzieller Anreiz, sondern unter anderen auch der soziale Status ein starkes Handlungsmotiv darstellt. Angewendet auf das Beispiel energetisch sanierter Häuser und der damit verbundenen positiven externen Effekte bezogen auf Primärenergieverbrauch und Klimaschutz bedeutet dies, dass Investitionen in ein entsprechend energetisch optimiertes Gebäude nicht allein für Sparen und Verzicht auf Gegenwartsverbrauch mit der Aussicht auf eine in die Zukunft verschobene Bedürfnisbefriedigung stehen, sondern nach Enste und Hüther (2011; S. 56) ebenso „für einen verantwortungsvollen Lebensstil, mit dem sich der moderne, nachhaltige Mensch profilieren kann“. Für staatliche Interventionen zwecks Internalisierung externer Effekte bedeutet dies, dass sich deren Anreizwirkung dadurch steigern lässt, wenn die zum Einsatz kommenden finanziellen Anreize mit einer *affektiven Komponente* verknüpft werden. Auf diese Weise lassen sich die mit finanziellen Anreizen verbundenen Gefühle der Belohnung (bzw. Bestrafung bei nicht Befolgung) entsprechend intensivieren, um das unter Effizienzaspekten staatlich gewünschte Entscheidungsverhalten zu realisieren.

Die Wirkung von finanziellen Anreizen zur Internalisierung externer Effekte lässt sich aus verhaltensökonomischer Sicht darüber hinaus durch eine Erhöhung der *Merklichkeit (Salienz)* der entsprechenden Handlungsfolgen steigern. Nach Swim et al. (2009) ist diese Erinnerungsfunktion insofern psychologisch wichtig, als die Akteure ihren eigenen Einfluss auf das gegebene gesellschaftliche Umfeld in aller Regel unterschätzen. Das unmittelbare Aufzeigen von Handlungskonsequenzen verstärkt demgegenüber die innere Bereitschaft der Akteure zu einer Änderung ihres bisherigen Entscheidungsverhaltens.⁵⁰ Neben einer zeitnahen Übermittlung von Daten zum eigenen Verhalten kann diese Erinnerungsfunktion auch in Form von sozialen Vergleichsprozessen hervorgehoben werden. So konnte beispielsweise Allcott (2010) in einem Feldexperiment zur individuellen Energienachfrage zeigen, dass die Probanden ihren Stromverbrauch immer dann reduzierten, wenn sie über den durchschnittlichen Energieverbrauch ihrer Nachbarn informiert wurden. Bei gegebener Preiselastizität der Nachfrage nach Strom entsprach der auf diese Weise realisierte Einspareffekt einer Preiserhöhung von bis zu 28 Prozent.

⁵⁰ Enste/Hüther (2011; S. 57) verweisen in diesem Zusammenhang exemplarisch auf den Einsatz eines sogenannten Smart Meter, um die subjektive Salienz des Stromverbrauchs zu erhöhen. Solche Smart Meter zeigen dabei nicht nur zeitpunktbezogen den Verbrauch des Stroms in Kilowattstunden an, sondern auch die mit einer geringeren Verbrauchsmenge verbundene monetäre Einsparung sowie die Vermeidung an CO₂-Ausstoß. Vor allem durch „die Darstellung des CO₂-Ausstoßes wird der Verbraucher immer wieder an die Auswirkungen des eigenen Verhaltens auf die Umwelt erinnert“ (ebenda).

Schließlich kann die staatlich intendierte Wirksamkeit von (finanziellen) Verhaltensanreizen zudem durch eine Kombination mit *optischen Informationen* gesteigert werden, wie dies nach Enste und Hüther (2011; S. 58) etwa für den zusätzlichen Einsatz von sogenannten Ampelkennzeichnungen gilt oder auch auf die Verwendung von lachenden und weinenden Gesichtern („Smileys“) zutrifft. In beiden Fällen erfolgt eine Verknüpfung von kognitiver und emotionaler Ebene, was zu einer Verstärkung rein materiell orientierter Handlungsmotive beiträgt. Nach Haley und Fessler (2005) entfaltet dabei vor allem der Gebrauch von Smileys eine entsprechende Wirkung auf das Belohnungssystem, was anstelle von Frust (schlechtes Gewissen) zu positiven Emotionen führt. Auf diese Weise kann das individuelle Anspruchsniveau zum einen im Sinne der Etablierung eines neuen mentalen Status quo verändert werden, so dass negative Abweichungen davon subjektiv als Niederlage wahrgenommen werden, die es zu vermeiden gilt. Aber auch für den Fall, dass das individuelle Anspruchsniveau unverändert bleibt, kann eine positive emotionale Rückkopplung dafür sorgen, dass ein anreizkonformes Entscheidungsverhalten jenseits seiner materiellen Implikationen auch mental als Gewinn oder Belohnung verbucht wird. Folgt man Enste und Hüther (2011; S. 59), haben beide Mechanismen „den gleichen Effekt, der als psychologische Internalisierung von externen Effekten beschrieben werden kann“.

2.2.2

Nutzeninterdependenzen in Form von psychologischen Externalitäten

Im Unterschied zu technologischen und pekuniären Externalitäten, auf die innerhalb der ökonomischen (neoklassischen) Standardargumentation das Augenmerk konzentriert ist, kann aus verhaltensökonomischer Sicht zudem auf die Existenz sogenannter *psychologischer Externalitäten* verwiesen werden, die ein weiteres Argument für staatliche Eingriffe in das Marktgeschehen liefern.⁵¹ Folgt man Fritsch (2011; S. 96), lässt sich diese Art von externen Effekten auf solche Nutzeninterdependenzen zwischen Akteuren zurückführen, bei denen das Nutzen- bzw. Konsumniveau anderer Akteure in der eigenen Nutzenfunktion eine Berücksichtigung findet, ohne dass zwischen diesen Akteuren eine marktvermittelte (pekuniäre Externalitäten) oder physische Interaktionsbeziehung (technologische Externalitäten) besteht.

Es können dabei grundsätzlich zwei Arten von psychologischen Externalitäten unterschieden werden, die sich „entweder in altruistisch-wohlmeinender („benevolenter“) oder in neidisch-böswilliger („malevolenter“) Haltung der Individuen manifestieren“ (Fritsch 2011; S. 96).⁵² Auch wenn die angesprochenen Ge-

⁵¹ Siehe zu Ursachen und Inhalt von psychologischen externen Effekten die Ausführungen in Rodgers (1974), Pommerehne (1980), Becker (1981) oder auch Paqué (1986).

⁵² Bezogen auf diese beiden Arten psychologischer externer Effekte stellt Fritsch (2011; S. 96) zudem erläuternd fest: „Beispielhaft für solche psychologischen Externalitäten wären etwa der Neid auf den Erfolg bzw. den Wohlstand anderer oder das Mitleid mit Notleidenden“.

fühle von Wohltätigkeit und Neid vordergründig auf ein Problem der Einkommens- und Vermögensumverteilung verweisen, verbindet sich mit dem Vorliegen psychologischer externer Effekte die Frage nach einer effizienten Allokation knapper Ressourcen mit dem Ziel, die gesamtgesellschaftliche Wohlfahrt zu erhöhen. Hochman und Rogers (1969) sprechen in diesem Zusammenhang von einer „pareto-optimalen Umverteilung“, wobei unter Anwendung unterschiedlich gestalteter Nutzeninterdependenz-Konzepte⁵³ freiwillige Transferzahlungen zwischen Wirtschaftssubjekten und die ihnen zugrunde liegenden karitativen Motive erklärt werden sollen. Als Voraussetzung für entsprechende *Nutzeninterdependenzen* und daraus resultierende private Sach- oder Geldtransfers gilt dabei, dass die Einkommenssituation der „ärmeren“ Gesellschaftsmitglieder in die Nutzenfunktion der „reicheren“ Gesellschaftsmitglieder mit einfließt und deren Entscheidungsverhalten entsprechend beeinflusst.⁵⁴

Von Bedeutung in diesem Kontext und damit Gegenstand entsprechender empirischer Untersuchungen war die Frage, in welchem Umfang sich eine praktizierte Einkommens- und Vermögensumverteilung durch Nutzeninterdependenzen und freiwillige Umverteilungsmotive begründen läßt. Ireland und Johnson (1970) konnten dabei in einer frühen Untersuchung für die USA zeigen, dass US-Bürger im Durchschnitt lediglich bis zu 1 Prozent ihres Einkommens für karitativ motivierte Transfers auszugeben bereit sind. Bezogen auf die ökonomische Rechtfertigung von Staatseingriffen ist jedoch nicht das geringe Ausmaß an privater Umverteilung maßgeblich. Entscheidend ist vielmehr die Frage, inwiefern trotz gegebener Nutzeninterdependenzen freiwillige Transferzahlungen aus spezifischen Gründen nicht oder in einem nur sehr geringen Umfang erfolgen und daher von einem Marktversagen privater Umverteilungsmaßnahmen ausgegangen werden muss. Können solche Gründe für ein Marktversagen im Fall von karitativen Spenden benannt werden, lassen sich – folgt man Fritsch (2011; S. 96) – daraus „wiederum entsprechende staatliche Maßnahmen rechtfertigen“.

Als ein wesentlicher Grund dafür, dass es trotz bestehender (psychischer) Nutzeninterdependenzen zu keinen oder nur geringen privaten Umverteilungsmaßnahmen kommt, gilt die *Größe eines Kollektivs* an Akteuren. So wird unter anderen bei Becker (1981; S. 10ff.) davon ausgegangen, dass in vergleichsweise kleinen Gruppen – beispielsweise der Familie – private Transferleistungen in einem effizienten Umfang zustande kommen. Je größer jedoch die Gruppe ist (bis hin zu anonymen Marktbeziehungen), die von freiwilligen

⁵³ Siehe für die unterschiedlichen Formen von Nutzeninterdependenzen im Fall von psychologischen Externalitäten den Überblick in Fritsch (1984; S. 59ff.).

⁵⁴ Siehe für eine knappe Darstellung des Problems der „pareto-optimalen Umverteilung“ etwa Blankart (2011; S. 94f.). Mit Hilfe solcher Nutzeninterdependenzen lassen sich nach Fritsch (2011; S. 96) beispielsweise „die Tätigkeit privater Wohlfahrtsorganisationen oder die Vorsorge für nachfolgende Generationen“ zumindest teilweise erklären.

ligen Umverteilungsmaßnahmen profitieren würde, desto unwahrscheinlicher ist es, dass es zu entsprechenden Spendenaktivitäten kommt. Die Relevanz der Kollektivgröße wird vor allem damit begründet, dass – so auch Fritsch (2011; S. 98) – das „Ausschlussprinzip auf die Nutznießung einer verbesserten Einkommensverteilung kaum anwendbar ist“. Damit in Einklang stehen Überlegungen von Pauly (1973), der darauf hinweist, dass die persönliche oder auch räumliche Nähe zu Bürgern mit geringer Einkommenshöhe das Ausmaß an privaten Geld- und Sachtransfers in der Tendenz ansteigen lässt. Begründet wird dies damit, dass die Bürger ein Mitgefühl für die Bedürftigen im nahen persönlichen Umfeld oder auch innerhalb der eigenen Gebietskörperschaft (nicht aber für Person außerhalb des persönlichen Umfelds oder die weiter entfernt Wohnenden) haben und daher leichter dazu bereit sind, entsprechende Transferleistungen auf freiwilliger Basis zu erbringen. Sind diese Randbedingungen nicht gegeben, sind solche Umverteilungsmaßnahmen nach Blankart (2011; S. 644) nur auf dem Weg (zentral-)staatlicher Interventionen zu realisieren.

Ein Marktversagen im Fall von freiwilligen Transferleistungen kann nach Fritsch (2001; S. 98) insbesondere dann auftreten, wenn in der Nutzenfunktion eines Akteurs die folgenden Elemente enthalten sind: (1) die Einkommens- und Nutzenniveaus anderer Akteure, (2) die von anderen Akteuren konsumierte Menge an Gütern oder auch (3) solche Güter wie beispielsweise „Innere Sicherheit“ oder auch „Gesundheit“, bei denen davon auszugehen ist, dass deren Bereitstellung durch bestimmte Umverteilungsmaßnahmen verbessert wird. In allen drei genannten Fällen kann eine staatliche Erfüllung dieser distributiven Aufgabe unter Effizienz- bzw. Wohlfahrtsaspekten ökonomisch zweckmäßig sein, da sich damit ein Nutzengewinn für alle Gesellschaftsmitglieder verbindet. Zu einer anderen Einschätzung der Notwendigkeit staatlichen Handelns kommt man demgegenüber dann, wenn die psychologische Externalität darin besteht, dass ein Akteur aus dem Akt der freiwilligen Transferleistung als solcher einen zusätzlichen Nutzen bezieht. Eine unter dieser Bedingung vom Staat erzwungene Umverteilung könnte beim vormals freiwillig spendenden Akteur anstelle eines Nutzengewinns vielmehr als Minderung der eigenen Wohlfahrt empfunden werden. Auf diesen Aspekt staatlicher Transfermaßnahmen weist auch Balcerovic (2004) hin, der in diesem Zusammenhang auf einen möglichen motivationalen Crowding-out-Effekt privater karitativer Tätigkeiten durch staatliche Transferleistungen verweist.⁵⁵

⁵⁵ Siehe hierzu kritisch Bengtsson/Engström (2014), die in ihrer Untersuchung zeigen, dass eine erhöhte staatliche Kontrolle keineswegs zu entsprechenden Crowding-Out Effekten führen muss, sondern vielmehr zu einer Effizienzsteigerung karitativer Tätigkeit beitragen kann. Dass das Problem eines motivationalen Crowding-Out durch staatliche Interventionen nicht selten überschätzt wird, lässt sich durch die Untersuchung von Rand/Epstein (2014) zum Verhalten von zivilen Lebensrettern stützen. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die große Mehrheit der Probanden intuitiv handelt, ohne über mögliche Konsequenzen

2.2.3

Psychologische Externalitäten, Sozialkapital und Lebenszufriedenheit

Neben den bislang bereits dargestellten Ausprägungsformen psychologischer Externalitäten wird zudem im Rahmen der seit Beginn der 1990er Jahre sich entwickelnden Sozialkapitalforschung auf eine weitere Variante von Nutzeninterdependenzen hingewiesen. Mit dem Begriff des Sozialkapitals werden nach Woolcock (2001; S. 70) in allgemeiner Form „norms and networks that facilitate collective action“ umschrieben.⁵⁶ Die Normkomponente wird dabei oft mit Vertrauen und postmaterialistischen Werten wie zivilgesellschaftlichem Engagement, Bürgerbeteiligung, politischem Interesse und Selbstbestimmung gleichgesetzt, während die Netzwerke sich sowohl auf ehrenamtliches Engagement und Nachbarschaftshilfe als auch auf die Mitgliedschaft in Vereinen, Verbänden, Gewerkschaften und Parteien beziehen. *Sozialkapital* leistet – so die weitere Argumentation – einen wesentlichen Beitrag zur produktiven Strukturierung von sozialen und ökonomischen Interaktionsbeziehungen und führt damit zu einer Reduzierung von Transaktionskosten.⁵⁷ Aufgrund dieser Eigenschaft hat der Sozialkapitalbegriff unter anderen einen prominenten Eingang in die Untersuchung der Bestimmungsfaktoren einer unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklung von Regionen gefunden.⁵⁸

Im Unterschied zu den Wachstumswirkungen von Sozialkapital sind mit Blick auf die Internalisierung psychologischer Externalitäten allerdings jene Effekte von besonderer Bedeutung, wie sie bislang vor allem im Kontext der ökonomischen Glücksforschung eingehender untersucht wurden.⁵⁹ Den Anknüpfungspunkt hierfür liefert das aus der sozialen Interaktion von Akteuren mit ihrem unmittelbaren Umfeld (Familie, Freunde, Nachbarn, Gemeindemitglieder) resultierende (*Gemeinschafts-*)*Gefühl* der Anerkennung, Zugehörigkeit und Geborgenheit und den sich daraus ergebenden Auswirkungen auf das subjektive Wohlbefinden. So hat Putnam (1995) in einer Pionierstudie mit Da-

nachzudenken. Die Autoren interpretieren dies als einen Hinweis darauf, dass ausgeprägter Altruismus als ein automatisierter Prozess abläuft. D.h. staatliche Interventionen führen hier zu keiner Verdrängung eines „reflexartigen“ privaten Altruismus.

⁵⁶ Den Ausgangspunkt des Sozialkapitalbegriffs stellten die Überlegungen von Bourdieu (1982) und Coleman (1990) dar. Weitere wichtige frühe Arbeiten zum Sozialkapital sind die Beiträge von Coleman (1988), Putnam et al. (1993) oder auch Helliwell/Putnam (1995).

⁵⁷ Siehe hierzu etwa Milgrom et al. (1990), Greif (1993), Fehr/Schmidt (2000), Bolton/Ockenfels (2000), Scott/Storper (2003) oder auch Falk et al. (2005). Siehe zu den Fragen, wie Wertvorstellungen entstehen und wie individuelle Werte ein bestimmtes Verhalten begünstigen Fehr et al. (2005) sowie Glaeser et al. (2001).

⁵⁸ Siehe als Überblick zu entsprechenden theoretischen und empirischen Studien in diesem Bereich Döring et al. (2008; S. 92ff.) mit weiteren Literaturhinweisen.

⁵⁹ Siehe hierzu auch Weimann et al. (2012; S. 52ff.), die einen Überblick zu den Untersuchungsergebnissen der ökonomischen Lebenszufriedenheitsforschung bezogen auf den Faktor „Sozialkapital“ geben.

ten für die US-Bundesstaaten gezeigt, dass Akteure mit engen Familien-, Freundschafts- oder Nachbarschaftskontakten zugleich auch über eine bessere Gesundheit verfügen und eine höhere Lebenszufriedenheit aufweisen. Gleiches gilt für solche Akteure, die sich aktiv in soziale Gemeinschaften und Vereine vor Ort einbringen oder die Mitglieder in religiösen Vereinigungen sind.⁶⁰ Eine Bestätigung dieser Ergebnisse für die USA, aber auch für Kanada findet sich in Helliwell und Putnam (2005), die in ihrer Untersuchung umfangreiche Daten des World Values Survey, des US Benchmark Survey sowie vergleichbare kanadische Daten ausgewertet haben.

Ähnliche Ergebnisse einer positiven Wirkung des Sozialkapitals auf das subjektive Wohlbefinden liegen für Europa vor. So konnte Powdthavee (2008) für Großbritannien zeigen, dass Untersuchungsteilnehmer, die eine hohe Frequenz an Kontakten zu Freunden aufweisen, über eine *höhere Lebenszufriedenheit* verfügen als jene befragten Akteure, die nur durch eine geringe Zahl an sozialen Kontakten gekennzeichnet sind.⁶¹ Gefühle der emotionalen Geborgenheit, Sicherheit und sozialen Unterstützung sind bei der zuletzt genannten Akteursgruppe signifikant niedriger ausgeprägt, was sich entsprechend negativ auf das subjektive Glücksempfinden auswirkt. Auch für Deutschland kamen Becchetti et al. (2008) unter Verwendung von Daten des sozio-ökonomischen Panels (SOEP) zu dem Ergebnis, dass die durchschnittliche Lebenszufriedenheit bei Akteuren mit einer vergleichsweise hohen Rate an Gemeinschaftsaktivitäten systematisch höher ausfällt, als dies bei Akteuren der Fall ist, die relativ wenig Zeit für solche Aktivitäten aufwenden. Allerdings zeigen sich hierbei auch geschlechtsspezifische Unterschiede, wie eine Untersuchung von Nolen-Hoeksema (1991) ergab, wonach Frauen im Vergleich zu Männern mehr Freundschaften pflegen, auch wenn sie diese eher selten zielstrebig und damit produktiv nutzen.⁶²

⁶⁰ Siehe diesbezüglich ebenso Putnam (2000) sowie Putnam (2001).

⁶¹ Bezogen auf die Studie von Powdthavee (2008) beschreiben Weimann et al. (2012; S. 53) die damit einhergehenden (psychischen) Nutzeninterdependenzen wie folgt: „Freunde sind wertvoll und enge Freunde sind besonders wertvoll. Jedenfalls gilt das dann, wenn diese Freundschaften dazu genutzt werden, um auch über sehr persönliche Dinge zu sprechen“. Siehe hierzu auch die Untersuchung von Oswald/Powdthavee (2008).

⁶² Weimann et al. (2012; S. 53) stellen diesbezüglich fest: „Anstatt mit ihren Freundinnen zu sprechen, wie sie ein bestimmtes Problem lösen können, klagen sie mehr und diskutieren. Männer sind da weniger offen, aber zielstrebig. Sie sind eher bemüht, Probleme zu lösen und verlieren sich nicht in langen Diskussionen. Neuere Studien haben zwar das Vorurteil widerlegt, dass Männer deutlich weniger reden als Frauen, aber beim Problemlösen scheint es immer noch eine höhere Redebereitschaft bei Frauen zu geben“. Bezogen auf das subjektive Wohlbefinden ist dabei von Bedeutung, dass – wie Wheeler et al. (1983) in einer Studie mit amerikanischen Studierenden nachweisen konnten – aus Sicht von Akteuren beiderlei Geschlechts sich die Freundschaftsbeziehung mit einer Frau positiver auf das individuelle Glücksgefühl auswirkt als die mit einem Mann.

Grundsätzlich ist nach Kahneman et al. (2004) davon auszugehen, dass soziale Kontakte mit anderen Akteuren – positiv wie negativ – zu einer intensiveren Wahrnehmung von Gefühlen beitragen. Im Umkehrschluss bedeutet dies aber auch, dass fehlende soziale Kontakte und eine damit verbundene individuelle Vereinsamung zu einer emotionalen Beschränktheit von Akteuren führen. Mit Kirchler (2011; S. 802) ist dies darauf zurückzuführen, dass soziale Kontakte eine „stete Quellen von Neuem [sind], was Aufmerksamkeit, Neugier und Auseinandersetzung fördert“, um auf diese Weise auch zu einer höheren Lebenszufriedenheit beizutragen.⁶³

Aus den dargestellten Untersuchungsergebnissen zu den psychologischen Externalitäten in Form der Bedeutung des Sozialkapitals für das individuelle Wohlbefinden lässt sich mit Blick auf die Rechtfertigung staatlichen Handelns ableiten, dass solche Staatsinterventionen als verhaltensökonomisch legitim zu bewerten sind, die zu einer Förderung von sozialen Kontakten beitragen. Vor diesem Hintergrund kann – folgt man Weimann et al. (2012; S. 54) – nicht allein die bereits im deutschen Grundgesetz verfassungsrechtlich verankerte staatliche Unterstützung von Ehe und Familie zusätzlich gerechtfertigt werden. Vielmehr sind auch solche Maßnahmen wie etwa die steuerliche Förderung von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen aus verhaltensökonomischer Sicht als wohlfahrtssteigernd und damit unter dem Effizienzaspekt als zweckmäßig zu bewerten. Gleiches gilt im Bereich des Sozialkapitals schließlich ebenso für die staatliche Unterstützung von zivilgesellschaftlichem Engagement und Bürgerbeteiligung, soweit diese zu einer Steigerung von Gefühlen der sozialen Zugehörigkeit und Anerkennung sowie von emotionaler Geborgenheit und Sicherheit beitragen.

2.3

Marktunvollkommenheiten aufgrund von Informationsasymmetrien unter Berücksichtigung kognitionspsychologischer Aspekte

Neben der Existenz unterschiedlicher Typen von externen Effekten, die aus Sicht der ökonomischen (neoklassischen) Standardtheorie zu Marktunvollkommenheiten führen und damit mögliche Staatseingriffe rechtfertigen, können nach Fritsch (2011; S. 247ff.) zudem Informationsmängel auf Seiten der Marktakteure dazu beitragen, dass die Funktionsweise von Märkten wesentlich beeinträchtigt wird. Entsprechende Informationsmängel und damit ver-

⁶³ Kirchler (2011; S. 802) zieht daraus die folgende Schlussfolgerung: „Da alle materiellen Dinge, mit denen sich Konsumenten umgeben können, schnell ihren Neuigkeitscharakter verlieren und somit als Glückquelle versiegen, lohnt es sich nicht, nach ihnen zu streben, sondern nach Sozialkontakten“. Dies deckt sich auch mit den Ergebnissen einer Studien von Frey (2008), in der mehr als 42.000 Personen aus 22 europäischen Ländern zu ihren TV-Gewohnheiten und ihrer Lebenszufriedenheit befragt wurden. Dabei konnte gezeigt werden, dass ein übermäßiger TV-Konsum, der zu einer Vernachlässigung von Sozialkontakten führt, sich negativ auf das Glücksgefühl der Befragten auswirkt.

bundene Marktineffizienzen bilden den zentralen Untersuchungsgegenstand der Informationsökonomik.⁶⁴ Auch wenn solche Informationsdefizite auf beiden Marktseiten – also bei Anbietern wie Nachfragern – auftreten können, richtet sich das Augenmerk informationsökonomischer Ansätze insbesondere auf das Vorliegen asymmetrischer Informationen sowie das damit verbundene Informationssuchverhalten auf Seiten der Verbraucher. *Asymmetrische Informationsstrukturen* können bekanntermaßen aus der Tatsache resultieren, dass produktspezifische Informationen in der Regel als Kuppelprodukte im Produktionsprozess anfallen. Sie sind somit für den Produzenten praktisch kostenlos, während der Konsument nicht selten hohe Kosten aufbringen muss, um sie zu erlangen.

In Anbetracht dessen ist davon auszugehen, dass der rationale Verbraucher nicht vollständig informiert sein wird, sondern lediglich einen – unter Nutzen-Kosten-Aspekten – optimalen Informationsgrad anstrebt. Zusammen mit der Annahme, dass sich die Anbieter opportunistisch verhalten, kann eine asymmetrische Informationsverteilung – so etwa Vahrenkamp (1991; S. 39) – zu ineffizienten Marktergebnissen führen, solange Anbieter keinen Anreiz haben, ihr Wissen vollständig und glaubwürdig weiterzugeben. Zudem könnten Anbieter versucht sein, Informationen nur selektiv preiszugeben oder sogar falsche Informationen an die Konsumenten zu übermitteln, um ihre Marktposition zu stärken. Beides verringert die Möglichkeit der Verbraucher rationale (Kauf-)Entscheidungen zu treffen, was im Ergebnis zu Fehlallokationen oder sogar zum Zusammenbrechen des betreffenden Marktes führen kann. Da allein wettbewerbspolitische Maßnahmen des Staates hierbei aus ökonomischer

⁶⁴ Unter den Begriffen der „Adversen Selektion“ sowie des „Moral Hazard“ ist das Auftreten entsprechender Marktineffizienzen im Rahmen der Informationsökonomik untersucht worden. Siehe hierzu grundlegend Stigler (1961), Akerlof (1970) sowie Nelson (1970). Adverse Selektion kennzeichnet dabei jenen Fall, bei dem Informationsasymmetrien – etwa im Fall von Versicherungsleistungen – zu einer Negativ-Auslese von abzusichernden Risiken führen. D.h. die Nachfrage nach entsprechenden Versicherungsleistungen ist bei jenen Akteuren am größten, bei denen auch die abzusichernden Risiken am höchsten sind. Sind demgegenüber Akteure mit lediglich niedrigen Risiken in ihrer Nachfrage nach Versicherungsleistung zurückhaltend, kann dies aus Sicht eines Unternehmens zu einer ungünstigen Risikostruktur der zu versichernden Fälle ohne hinreichenden Risikoausgleich führen. Mit dem Problem des Moral Hazard wird demgegenüber ein Verhalten beschrieben, dass – wählt man erneut das Beispiel der Versicherungsleistungen – angesichts eines bestehenden Versicherungsschutzes durch ein geringes Sorgfaltsniveau gekennzeichnet ist. Durch das sorglose Verhalten steigt jedoch die Wahrscheinlichkeit, dass es zu einer übermäßigen und damit ineffizienten Nutzung bestehender Versicherungsleistungen kommt. Können nach Fritsch (2011; S. 255) „Versicherer nicht erkennen, wer ein hohes Sorgfaltsniveau einhält und wer nicht, muss er für alle – auch für die wirklich Vorsichtigen – eine gleich hohe Prämie festsetzen. Bei einer relativ hohen Prämie werden aber die guten Risiken auf eine [V]ersicherung verzichten [...]. Vor allem für die schlechten Risiken, die ein geringes Sorgfaltsniveau walten lassen, lohnt sich die nunmehr zu relativ hohen Prämien angebotene Versicherung“. Damit begünstigt Moral Hazard zugleich den Effekt der Adversen Selektion.

Sicht zu keiner zufriedenstellenden Lösung des Problems beitragen, dient die Existenz von Informationsmängeln auf Konsumentenseite zur Rechtfertigung staatlicher Eingriffe in den Markt unter der Zielsetzung eines hinreichenden Verbraucherschutzes.

2.3.1

Informationsökonomische Argumente für Markteingriffe des Staates

Um Markteingriffe des Staates zu begründen, die aus der Existenz von Informationsasymmetrien abgeleitet werden, ist es aus informationsökonomischer Sicht zweckmäßig, zwischen verschiedenen Güterarten zu unterscheiden. So bezieht sich das Problem unvollkommener Information nach Sinn (1989; S. 82) nur auf solche Güter, deren „Qualität erst bei ihrer Nutzung festgestellt werden kann und die selten oder von häufig wechselnden Anbietern (Laufkundschaft) erworben werden“. Ob diese „Erfahrungsgüter“ (z.B. elektronische Geräte, Qualität von Restaurants) zur Befriedigung der Bedürfnisse des Konsumenten geeignet sind, wird entsprechend erst nach dem Kauf und durch den Gebrauch festgestellt, da eine Beurteilung der Qualität dieser Güter vor dem Kauf in der Regel nicht möglich ist. Damit können potenzielle negative Beeinträchtigungen, die mit der Nutzung des Gutes verbunden sind, eventuell zu spät bemerkt werden. Ein noch größeres „Schädigungspotenzial“ verbindet sich mit „Vertrauensgütern“ (z.B. pharmazeutische Produkte, Versicherungsleistungen oder komplexe Güter wie Autos), deren Eigenschaften sich dem Konsumenten selbst durch den Gebrauch nicht oder erst nach einem langen Zeitraum erschließen. D.h. die mit dem Konsum dieser Güter kurzfristig gemachten Erfahrungen bieten keine Evidenz für eine gute oder schlechte Qualität der Leistung.

Aus den mit *Erfahrungs- wie Vertrauensgütern* einhergehenden Informationsproblemen leitet sich somit eine vergleichsweise hohe Schutzbedürftigkeit des Verbrauchers ab. Demgegenüber benötigt der Verbraucher bei Gütern, die aufgrund ihrer Eigenschaften vorwiegend der Gruppe der *Such- bzw. Inspektionsgüter* (z.B. Lebensmittel wie Obst, Gemüse, Brötchen) zuzuordnen sind, weniger Schutz. Vielmehr kann der Konsument hier in der Regel zu geringen Kosten erkennen, ob das vorliegende Gut seinen Bedürfnissen und Qualitätspräferenzen entspricht.⁶⁵ Auch wenn sich in Anbetracht dessen aus dem Vorliegen asymmetrischer Informationen grundsätzlich ein staatlicher Regulierungsbedarf ableiten lässt, dann muss dies aus Sicht der ökonomischen (neoklassischen) Standardtheorie aber noch nicht zwangsläufig zu Markteingriffen des Staates führen. Vielmehr besteht aus informationsökonomischer Sicht hier die Möglichkeit zu Marktlösungen, da Anbieter durchaus einen An-

⁶⁵ Siehe Kuhlmann (1990; S. 48). Die Kategorisierung von Gütern nach ihrem Informationsaufwand in Such- und Erfahrungsgüter geht ursprünglich auf Nelson (1970) und Nelson (1974) zurück und wurde von Darby/Karni (1973) um die Kategorie der Vertrauensgüter ergänzt. Für eine zusammenfassende Darstellung siehe auch Weiber/Adler (1995).

reiz haben, Konsumenten ausreichend mit Informationen zu versorgen.⁶⁶ Erst wenn private Mechanismen bei der Erhöhung der Funktionsfähigkeit von Märkten mit asymmetrischer Informationsverteilung versagen, gelten Staatsingriffe zugunsten der Verbraucher als gerechtfertigt.

Dies kann etwa dann der Fall sein, wenn selbst nach dem Gebrauch eines Gutes dessen Leistungsqualität vom Konsumenten nicht oder lediglich zu sehr hohen Kosten beurteilt werden kann oder wenn potenzielle Gefahren, die mit einem Gut oder seinem Gebrauch verbunden sind, sich diesem erst zu spät erschließen. Zudem bietet das Gut Information – folgt man Becker (1998; S. 11) – mannigfaltige Möglichkeiten der anbieterseitigen Manipulation, was wiederum eine staatliche Kontrolle notwendig macht. Die Verbreitung von Fehlinformationen oder die Zurückhaltung von negativen Informationen über ein Produkt sind immer dann „profitabel“, wenn solche falschen Informationen vom Konsumenten geglaubt bzw. von Seiten Dritter nicht als Fehlinformation entlarvt werden. Zu den staatlichen Instrumenten, welche die Kosten der Informationssuche reduzieren sowie den Informationsstand der Verbraucher verbessern sollen, zählen aus Sicht der Informationsökonomik insbesondere *Informationspflichten* seitens der Anbieter (bezogen auf das Produkt und den Leistungserbringer), die Aufhebung von Informationsbeschränkungen (beispielsweise durch das Zulassen vergleichender Werbung), die Definition von Standards oder Metriken zur Spezifikation der Informationen, die vom Anbieter bereitzustellen sind, oder auch das Verbot irreführender Information. Für den Fall, dass diese Maßnahmen nicht ausreichen, um dem Konsumenten hinreichend zu informieren, kann darüber hinaus ein eigenes staatliches Informationsangebot gerechtfertigt sein.⁶⁷

Folgt man Beales et al. (1981; S. 513) oder auch Wein (2001; S. 94f.), sind demgegenüber solche staatlichen Maßnahmen mit Vorsicht zu betrachten, die das Setzen von verpflichtenden Qualitätsstandards oder die zwingende Ein-

⁶⁶ In diesem Zusammenhang wird etwa in der Emission von glaubhaften Qualitätssignalen seitens der Unternehmen ein bedeutendes Instrument der nicht-staatlichen Lösung von Informationsproblemen gesehen. Hierzu gehören insbesondere Mechanismen zum Aufbau von Reputation und die Investition in einen Markennamen oder in qualitativ hochwertige und häufig praktizierte Werbung. Eine weitere Möglichkeit der Signalemission ist die (freiwillige) Gewährung von Garantien, die – als Qualitätsversprechen – die Überzeugung von der Qualität der eigenen Produkte unterstreicht. Aber auch die Verbraucher selber können im Markt aktiv nach Informationen über Güter und Anbieter suchen, wobei neben dem direkten Einholen von Informationen bei Anbietern oder durch das Testen von Produkten ebenso auf externe Informationsquellen zurückgegriffen werden kann, zu denen unter anderen die Nutzung so genannter Informationsintermediäre (z.B. Journalisten, Broker, Verbraucherverbände, gemeinnützige Einrichtungen zum Test von Waren) zählt. Siehe hierzu etwa Hörner (2002), Spence (2002), Tirole (1990), Beales et al. (1981) oder auch Ungern-Sternberg/ Weizsäcker (1981).

⁶⁷ Siehe zu den genannten Überlegungen auch Meyer (1990), Vahrenkamp (1991), Mitropoulos (1996) sowie Wein (2001).

führung von Haftungsregeln zum Gegenstand haben, da diese – bei ausreichender Information der Konsumenten – als die Wohlfahrt mindernde Eingriffe in den Marktmechanismus bewertet werden. Dies gilt insbesondere für solche Situationen, in denen die Konsumenten nicht besonders daran interessiert sind, dass die Qualität oder die Sicherheit eines Produktes steigt. Während einheitliche Qualitätsstandards zu einer Uniformität des Produktangebotes führen, lassen Informationspflichten hier einen Freiraum, so dass Konsumenten nach wie vor ihre Kaufentscheidungen an individuellen Preis-Qualitäts-Abwägungen ausrichten können. Demgegenüber verbindet sich mit Qualitätsregulierungen die schwierige Aufgabe, auf unterschiedliche Konsumentenpräferenzen mit einem einheitlichen Standard reagieren zu müssen. Davon abweichend zielen Informationspflichten auf einen verbesserten Selbstschutz der Konsumenten in Abhängigkeit ihrer individuellen Präferenzen. Direkte staatliche Eingriffe, die auf die Regulierung der Inhalte oder der Partner von Markttransaktionen ausgerichtet sind, werden in Grenzen lediglich dann als gerechtfertigt eingestuft, wenn – wie im Fall von Vertrauensgütern – auch die staatliche Bereitstellung zusätzlicher Informationen zu keiner Lösung von Informationsasymmetrien beiträgt. Von den Vertretern der Informationsökonomik in jedem Fall abgelehnt werden jedoch all jene staatlichen Maßnahmen, die im Sinne paternalistischer Staatseingriffe auf eine Korrektur der Präferenzen der Verbraucher abzielen.⁶⁸

2.3.2

Verhaltensökonomisch gebotener Umgang mit Informationsasymmetrien

Aus Sicht des Verbraucherschutzes zählt es zu den zentralen Leistungen der Informationsökonomik, auf die Besonderheiten des Gutes Information sowie auf informationsbedingte Funktionsdefizite von Märkten aufmerksam gemacht zu haben. Durch die alleinige Betrachtung von Problemen der asymmetrischen Informationsverteilung als Ursache von Marktineffizienzen werden jedoch weitere wichtige Einflussgrößen, die ebenfalls Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten sowie die Effizienz von Marktergebnissen haben, nicht hinreichend berücksichtigt. So kann mit Beales et al. (1981; S. 506) festgestellt werden, dass „consumers may not always protect themselves by gathering and rationally evaluating the optimal amount of product information. [...] Consumers may underestimate the value of additional information simply because they lack other data that would tell them of their need to learn more. Consumers' information-processing skills are also imperfect. Consumers, like anyone else, can make false deductions or errors of judgment. Moreover, consumers can also be poor negotiators and may be persuaded by insistent salesmen to 'by the product now' without waiting to acquire additional in-

⁶⁸ Siehe stellvertretend Glaeser (2003) oder auch Sinn (2003).

formation“. Anstelle einer genaueren Betrachtung solcher Probleme und der daraus resultierenden verbraucherpolitischen Schlussfolgerungen besteht vielmehr die Neigung „to treat them as factors which lead the market to generate less information than informed consumers would ‘really’ prefer“ (ebenda).

Vor diesem Hintergrund lässt sich – zugespitzt formuliert – das informationsökonomische Credo darauf reduzieren, dass allein unvollkommene Information zu einer Beeinträchtigung der Effizienz des Marktes führt. Der Verbraucher bedarf – sofern er mit ausreichend Information ausgestattet ist – keines zusätzlichen Schutzes.⁶⁹ Für eine Erweiterung der informationsökonomischen Analyseperspektive unter der Zielsetzung, auch solche Faktoren und Mechanismen näher zu beleuchten, die ebenfalls das Konsumentenverhalten (negativ) beeinflussen, sind aus verhaltensökonomischer Sicht allerdings noch weitere Punkte zu berücksichtigen. Zwar erfolgt mit der Informationsökonomik eine Korrektur der Verhaltenshypothesen des neoklassischen Verhaltensmodells dahingehend, dass die Annahme vollkommener Information zugunsten eines am individuellen Nutzen-Kosten-Kalkül orientierten Suchverhaltens von Informationen aufgegeben wird. Demgegenüber wird jedoch im Rahmen dieses Ansatzes auch weiterhin von einem rational handelnden Konsumenten ausgegangen, der in der Lage ist, optimale Kaufentscheidungen zu treffen, indem er sich einen Überblick über die ihm zur Verfügung stehenden Alternativen verschafft, diese ordnet und eine folgerichtige Auswahl trifft.

Aus Sicht von in der Realität auftretenden Verbraucherproblemen sollte nach Vahrenkamp (1991; S. 158f.) jedoch ebenso berücksichtigt werden, dass „bei begrenzter Informationsverarbeitungsfähigkeit, mangelnden kritischen Bewusstseins gegenüber Anbieterinformationen und einer teilweisen Offenheit für manipulative Werbung [...] zusätzliche Informationen nur ein begrenztes Korrektiv darstellen“. In gleicher Weise stellen auch Enste und Hüther (2011; S. 47) fest, dass „Informationsasymmetrien eben nicht über mehr Informationen überwunden werden können“.⁷⁰ Aus verhaltensökonomischer Sicht kann

⁶⁹ Entsprechend weist auch Shapiro (1983; S. 527) darauf hin, dass Konsumentenschutz „would be unnecessary in a world of perfect information“. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass eine Reihe von Beiträgen zur Informationsökonomik sehr wohl durch eine breiter angelegte Betrachtungsperspektive gekennzeichnet ist. Solche Beiträge können jedoch überwiegend im Schnittpunkt zwischen der Informationsökonomik und alternativen Ansätzen der Verbraucherpolitik wie etwa der Verhaltensökonomik verortet werden.

⁷⁰ In gleicher Weise stellen auch Reisch/Oehler (2009; S. 34) fest, dass es zu den wichtigsten Einsichten der Verhaltensökonomik zählt, dass „der informationsökonomische Ansatz – man biete den Konsumenten mehr und bessere Informationen an – keineswegs ausreichend ist. Ein zu großes Informationsangebot kann ganz im Gegenteil zu einer Überforderung und Verwirrung der Konsumenten führen, und daraus folgend zu einer Weigerung, sich überhaupt mit dem Angebot zu befassen“. Bei Beck (2014; S. 378) heißt es hierzu: „Problematisch allerdings wird es, wenn die Konsumenten mit zu viel Informationen überfrachtet werden, die sie nicht mehr nachvollziehen wollen oder auch können“.

eine *qualitativ hochwertige Information* in geringer Menge wirksamer sein als der Überfluss dieses Gutes. Auch gilt die Art und Weise der Präsentation von Informationen als entscheidend dafür, ob ein Konsument diese auch aufnimmt. Vor diesem Hintergrund gelten solche Maßnahmen als notwendig, die eine möglichst einfache Nutzung von Informationen erlauben. Informationen zu Eigenschaften des Produktes oder des Herstellungsverfahrens sollten danach nicht nur pflichtmäßig bereitgestellt, sondern dem Verbraucher zudem in Form von Schlüsselsignalen (z.B. symbolische anstelle von textbasierten Informationen) dargeboten werden.

Demgegenüber können *Informationsflut* und qualitativ minderwertige Information ihrerseits zu Marktversagen führen.⁷¹ In diesem Zusammenhang haben Jacoby et al. (1974) ebenso wie Russo (1974) schon früh auf das aus kognitionspsychologischer Sicht bestehende Problem eines möglichen „Information-Overload“ hingewiesen, ohne dass diesem Sachverhalt innerhalb der Informationsökonomik allerdings bislang hinreichend Rechnung getragen wurde. Vielmehr wird auch weiterhin von einer aktiven (und rationalen) Mitwirkung der Konsumenten bei der Wahrnehmung und Verarbeitung von Informationen ausgegangen. Unklar ist diesbezüglich allerdings nicht nur, wie groß – folgt man Reisch und Oehler (2009; S. 32) – in empirischer Hinsicht „der Anteil solcher gut informierten und ‚aktiven‘ Verbraucher sein muss, um die gewünschte Marktdynamik zu erzeugen“. Offen bleibt vielmehr auch, inwiefern ein solches Verbraucherverhalten überhaupt als realitätsgerecht unterstellt werden kann. So ist immer wieder festzustellen, dass die Konsumenten auch bei hinreichender Quantität an verfügbaren Informationen situationsgebunden mehr für Produkte ausgeben als notwendig, nicht ihren Bedürfnissen entsprechende Güter kaufen, aufgrund einer zu großen Angebotsvielfalt nur unzureichend in Vorsorgeleistungen investieren oder auch Formen der kurzfristigen Bedürfnisbefriedigung praktizieren, die ihren langfristigen Interessen entgegenstehen. Auch verhindert laut Billen (2011; S. 159) ein ausreichendes Maß an Information nicht, dass Verbraucher im Fall von komplexen Entscheidungsprozessen verstärkt zu willkürlichen Entscheidungen neigen oder sogar versuchen, sich dem Treffen einer Entscheidung gänzlich zu entziehen.

Des Weiteren zeigen verhaltensökonomische Untersuchungen, dass Verbraucher die ihnen zur Verfügung stehenden Informationen nicht oder nur be-

⁷¹ Siehe hierzu Mitropoulos (1996) oder auch Berndt (1984). In ähnlicher Weise stellen auch Strünck et al. (2012; S. 6) mit Verweis auf verhaltensökonomische Untersuchungen fest, dass es nicht ausreicht, „fehlende oder falsche Information einfach durch mehr oder bessere Information zu ersetzen, da die affektiven und kognitiven Fähigkeiten der Verbraucher oft nicht ausreichend sind, um ‚mündige‘ Entscheidungen zu treffen“. Und weiter: „Die Verhaltensökonomik verabschiedet sich damit nicht nur von der Annahme der ‚Mündigkeit‘. Sie betrachtet auch das Leitbild des mündigen Verbrauchers als unerreichbares Ideal – als wissenschaftliche und politische Fiktion“ (ebenda).

grenzt nutzen.⁷² Eine Erhöhung der Rationalität von Kaufentscheidungen über zusätzliche Informationen scheint somit selbst spezifischen Restriktionen zu unterliegen. In diesem Zusammenhang entstehende Verbraucherprobleme müssen folglich andere Ursachen als die (wahrgenommene) Unterversorgung der Konsumenten mit Informationen haben. Unberücksichtigt bleiben auch systematische Defizite im menschlichen Informationsverarbeitungs- und Entscheidungsverhalten. Vor diesem Hintergrund liegt die Schlussfolgerung nahe, dass die Informationsökonomik wichtige Determinanten der Suche, Aufnahme und Verarbeitung von Informationen als Grundlage von Kaufentscheidungen vernachlässigt. So kann die individuelle *Aufnahme- und Verarbeitungskapazität* von Informationen realiter als emotional gesteuert und vielfach durch den Entscheidungskontext beeinflusst gelten.⁷³ Auch muss davon ausgegangen werden, dass das individuell bereits akkumulierte Wissens- und Informationsniveau sich auf die Suche nach und die Verarbeitung von weiteren Informationen auswirkt und zu entsprechenden Pfadabhängigkeiten führt.⁷⁴

Angesichts von subjektiven Wahrnehmungsverzerrungen, dem Rückgriff auf simplifizierende Entscheidungs-Heuristiken, der Bedeutung emotionaler Einflussfaktoren sowie der Wirksamkeit von Kontexteffekten ist zudem davon auszugehen, dass die überwiegende Mehrheit der Konsumenten in den meisten Fällen sich nicht reflektiert und bewusst mit Informationsangeboten von Unternehmen auseinandersetzt, sondern selbige nur flüchtig wahrnimmt. Auch gilt aus verhaltensökonomischer Sicht ein verbraucherpolitisches Verbot jeder Art von unlauteren (d.h. irreführenden oder aggressiven) Geschäftspraktiken, die zu einer „manipulativen“ Beeinflussung des Konsumenten geeignet sind, als geboten. Dies umfasst beispielsweise den Schutz des Verbrauchers bei Impulskäufen vor negativen Einwirkungen des Marketings.⁷⁵ Dem liegt mit Reisch und Oehler (2009; S. 34) die Einsicht zugrunde, dass sowohl die Art der Darstellung einer Information als auch der situative Kontext, in dem die Information dargeboten wird, in erheblichen Maße „Aufnahmebereitschaft, Verständnis, Akzeptanz und Verhaltensrelevanz der Botschaften beeinflussen“.

Dieses Problem wird noch dadurch verschärft, dass – wie die verhaltenswissenschaftliche Konsumforschung ebenfalls zeigt⁷⁶ – die mathematischen Fä-

⁷² Siehe für einen Überblick Roßmanith (2001) sowie Gino (2004). Nach Strünck et al. (2010; S. 9) verdeutlichen diese Untersuchungsergebnisse, dass „umfassende, transparente und neutrale Informationen alleine nicht ausreichen, um Wettbewerb zu garantieren“. In gleicher Weise stellt auch Billen (2011; S. 160) fest, dass „im Konsumalltag weitere Maßnahmen entwickelt werden müssen, die ergänzend neben Information und Transparenz treten“.

⁷³ Siehe etwa Loewenstein (2000) oder auch Kahneman (2003).

⁷⁴ Siehe zur Pfadabhängigkeit der Verarbeitung von Informationen etwa Dohse (2001).

⁷⁵ Siehe Rischkowsky/Döring (2009; S. 315) mit weiteren Literaturverweisen.

⁷⁶ Siehe hierzu stellvertretend Kruger/Vargas (2008). Siehe in prägnanter Form ebenso Lang (2014).

higkeiten (z.B. Prozentrechnung) ebenso wie das Sprachverständnis von Konsumenten, die beide eine zwingende Voraussetzung sind, um eine Vielzahl von Produkten angemessen bewerten zu können (z.B. Finanzprodukte oder Produkte mit Mengen- und Gewichtsangaben), oft nicht hinreichend ausgebildet sind. In Anbetracht dessen kann nicht überraschen, dass Verhaltensökonominnen zusätzlich zum Inhalt von Informationen auch eine verbraucherpolitische Regulierung von deren Form und Darstellungsweise einfordern, um die anbieterseitige Informationsbereitstellung auf einen ebenso wesentlichen wie verständlichen Umfang zu begrenzen.

Des Weiteren ist bei einer staatlichen Korrektur von Marktunvollkommenheiten aufgrund von Informationsasymmetrien laut Weinberg (1981; S. 23) zu beachten, dass zusätzliche Informationen überhaupt nur dann Beachtung finden, wenn die Verbraucher dazu motiviert sind, diese Informationen auch aufzunehmen und zu verarbeiten. Neben der Annahme, dass die Konsumenten zu einem optimalen Such- und Verarbeitungsverhalten von Informationen befähigt sind, wird innerhalb der Informationsökonomik implizit davon ausgegangen, dass diese auch intrinsisch motiviert sind, überhaupt eine Informationssuche zu betreiben oder angebotene Informationen aufzunehmen. Empirische Studien zeigen hier jedoch, dass das Engagement der Verbraucher zur aktiven Informationssuche entscheidend vom *Grad der persönlichen Beteiligung* (Involvement) abhängt.⁷⁷ Der Grad dieser persönlichen Beteiligung (verstanden als intrinsische Motivation oder Bereitschaft, überhaupt nach Informationen suchen zu wollen), wird wiederum unter anderen durch personen-, produkt-, medienspezifische sowie situative Faktoren beeinflusst. Danach kann die im Rahmen der Informationsökonomik unterstellte aktive Informationssuche allenfalls für jenen Teil der Konsumenten angenommen werden, der über ein hohes persönliches Engagement („Ich-Beteiligung“) verfügt.

Auf der Grundlage von Studien der verhaltenswissenschaftlichen Konsumforschung lassen sich (mindestens) vier *Typen von Verbraucherentscheidungen* benennen, die durch eine unterschiedliche Verknüpfung von kognitiven, emotionalen sowie reaktiven Prozessen gekennzeichnet sind.⁷⁸ Diese unterschiedli-

⁷⁷ Siehe auch Kroeber-Riel/Weinberg (1999) sowie Weinberg (1981). In gleicher Weise stellen auch Enste/Hüther (2011; S. 47) mit Verweis auf Warmbier (2008) fest, dass „die meisten alltäglichen Konsumententscheidungen mit einer nur sehr geringen Beteiligung der für die Kognition zuständigen Hirnregionen getroffen werden“.

⁷⁸ Siehe hierzu und zu den nachfolgenden Überlegungen Weinberg (1981). Siehe zu den unterschiedlichen Typen des Verbraucherverhaltens zudem Rischkowsky (2007; S. 129ff.). Der Begriff der verhaltenswissenschaftlichen Konsumforschung dient hier als Oberbegriff für empirische Studien aus den Bereichen von Psychologie, Soziologie, Anthropologie sowie der betriebswirtschaftlichen Marketinglehre zum Konsumentenverhalten. Siehe hierzu stellvertretend Featherstone (1990), Kroeber-Riel (1992), Triandis (1994), Lury (1996), Gallagher (1997), Ölander (2005) oder auch Thøgersen (2005). Siehe für einen Rückgriff auf diese unterschiedlichen Typen des Entscheidungsverhaltens im Rahmen der Politikberatung auch Bizer/Führ (2014).

chen Verhaltensmuster lassen sich jedoch nicht einfach verschiedenen Personenkreisen von Konsumenten etwa dergestalt zuordnen, dass zwischen (weitgehend) rational und (überwiegend) „irrational“ sich verhaltenden Verbrauchergruppen differenziert werden kann. Vielmehr ist empirisch davon auszugehen, dass diese unterschiedlichen Typen von Verbraucherentscheidungen bei ein und demselben Konsumenten anzutreffen sind und in Abhängigkeit von situativen, motivationalen oder auch kognitiven Einflussfaktoren zeitpunktbezogen unterschiedlich aktiviert werden. Dabei decken sich lediglich „extensive Kaufentscheidungen“ mit dem in der Informationsökonomik unterstellten Verbraucherverhalten in Form einer aktiven Suche nach und Verarbeitung von Informationen. Entscheidungen dieser Art sind durch ein Fehlen bewährter Problemlösungsmechanismen gekennzeichnet, sodass eine Vielzahl an Alternativen miteinander verglichen werden müssen, woraus ein hoher Informationsbedarf resultiert. Dies setzt wiederum einen hohen Bedarf an gedanklicher Steuerung sowie „emotionaler Schubkraft“ auf Seiten des Verbrauchers voraus. Zudem verlaufen extensive Kaufentscheidungen nicht reaktiv, sie sind vielmehr das Ergebnis umfassender Informationsverarbeitungsprozesse. Sie gelten allerdings nicht als der Regelfall alltäglichen Verbraucherverhaltens, sondern kommen unter dem Einfluss starker Motivationskräfte und neuer Situationen zustande.

Damit unterscheiden sich extensive Kaufentscheidungen von „vereinfachten (limitierten) Entscheidungen“, bei denen der Verbraucher bereits über Kauferfahrungen und ein gesammeltes Wissen verfügt.⁷⁹ Die zu treffende Entscheidung ist auf wenige Handlungsalternativen (evoked set) beschränkt. Aufgrund des Rückgriffs auf bewährte Problemlösungen wird die Informationssuche auf wenige Schlüsselmerkmale begrenzt, der Suchprozess – so die Untersuchungsergebnisse – wird zudem beendet, wenn das subjektive Anspruchsniveau des Verbrauchers erreicht ist. Unter „habituelle Kaufentscheidungen“ werden des Weiteren immer wiederkehrende Entscheidungen mit gleichem Ausgang verstanden. Über Alternativen denkt der Konsument hier nicht mehr nach, d.h. mögliche Veränderungen innerhalb der Entscheidungssituation bleiben unberücksichtigt. Aufgrund vorhandener Produkterfahrungen ist das Ausmaß an kognitiver Steuerung gering, entsprechend spielt das Anspruchsniveau des Konsumenten – wenn überhaupt – nur eine untergeordnete Rolle.

Eine weitere Gruppe bilden nach Kroeber-Riel (1977; S. 94) schließlich sogenannte impulsive (nicht geplante) Entscheidungen, die „unmittelbar unter dem Einfluss der Kaufsituation zustande kommen. Sie werden insbesondere durch eine vom Angebot ausgelöste emotionale Hinwendung der Konsumenten zum Produkt verursacht“. Sie gelten als kognitiv nicht kontrolliert, entsprechend fällt der Informationsbedarf des Verbrauchers gering aus bei jedoch gleichzeitig hoher Risikoneigung. Impulsive Kaufentscheidungen treten da-

⁷⁹ Siehe hierzu auch Kroeber-Riel (1977; S. 94) sowie Weinberg (1981; S. 14).

nach insbesondere dann auf, wenn – folgt man Weinberg (1981; S. 14) – „ausgeprägte Bedürfnisse (zumindest latent) vorliegen, der Konsument durch Reize stark stimuliert wird und keine situativen Hemmnisse die spontane kognitiv gering gesteuerte Kaufentscheidung beeinträchtigen“. Die Möglichkeit einer (manipulativen) Beeinflussung des Konsumenten bei dieser Art von Entscheidungen muss als vergleichsweise hoch eingestuft werden.

Jenseits der Quantität und Qualität von Informationen zu einer bestimmten Produktvariante gilt aus verhaltensökonomischer Sicht schließlich auch die *Zahl an Produktvarianten* selbst als problematisch. Damit wird explizit der – auch innerhalb der Informationsökonomik gängigen – Annahme widersprochen, dass mit steigender Angebotsvielfalt der potenzielle Nutzen der Verbraucher steigt. Diese Annahme ist zwar nicht generell falsch, vielmehr trifft sie im Fall von überschaubaren Märkten bei zugleich gut informierten (rationalen) Konsumenten mit hinreichender Produkterfahrung in aller Regel zu. Verhaltensökonomische Studien zeigen aber auch, dass bei selten gekauften „Vertrauensgütern“ (z.B. Finanzprodukte, Versicherungen) oder im Fall von komplexen Marktsituationen, bei denen sich die Eigenschaften der angebotenen Produkte nur minimal voneinander unterscheiden und diese Eigenschaften zudem häufig geändert werden (z.B. bei den Tarifen im Bereich von Telekommunikation oder Energieversorgung), ein Überangebot an Produktvarianten und ein damit verbundenes „zu viel“ an Auswahlmöglichkeiten tendenziell zu vergleichsweise „schlechten“ Kaufentscheidungen oder sogar zu einem gänzlichen Kaufverzicht führen kann.⁸⁰

Um im Fall von Produkten mit Vertrauensguteigenschaften oder in komplexen Marktsituationen dem Konsumenten dennoch eine „echte“ Wahlfreiheit zu ermöglichen, wird daher für staatliche Standardisierungen votiert, um dem Problem der Überkomplexität und „Konsumentenverwirrung“ entgegenzuwirken. Die Vorschläge reichen hier von einer Vereinheitlichung komplexer Finanzprodukte einschließlich des Angebots einer Standard- oder Grundversion, der weiteren Standardisierung von Vertragsbedingungen (AGBs), der Standardisierung von Beratung, Dienstleistung oder Vermittlung mit kontrollierten Kodizes, über leicht verständliche Begleitinformationen in Gestalt von einfachen Nutzungs- und Warnhinweisen bei komplexen Produkten (wie etwa Versicherungen oder Medikamenten) bis hin zur Verpflichtung staatlicher Regulierer zur Einrichtung sogenannter Transparenzplattformen im Bereich von

⁸⁰ Siehe zu entsprechenden empirischen Studien etwa Sela et al. (2009), De Meza et al. (2008), Tapia/Yermo (2007) oder auch Iyengar/Lepper (2000). Oehler/Reisch (2008; S. 64) merken in diesem Zusammenhang unter Verweis auf Walsh (2002) zudem an: „Konsumentenentscheidungen sind belastend, sie kosten Zeit und Energie. [...] Das Marketing hat sich dies schon länger zunutze gemacht und die gezielte Konsumentenverwirrung durch Alternativen(schein)vielfalt zu einer Strategie der ‚Konfusion und Resignation‘ entwickelt. Wettbewerb und Vielfalt scheinen nicht per se das Funktionieren von Märkten zu garantieren, sondern können auch zu schlechteren Entscheidungen führen“.

Energie oder Telekommunikation, soweit es zu keiner Bereitstellung entsprechender Informationen über den Markt (z.B. im Internet) kommt.

2.4

Bereitstellung (de-)meritorischer Güter aus traditioneller und verhaltensökonomischer Sicht

Während die staatliche Bereitstellung öffentlicher Güter dazu dient, bestehende Bedürfnisse der Gesellschaftsmitglieder für solche Leistungen zu befriedigen, wird innerhalb der Finanzwissenschaft davon ausgegangen, dass sich sogenannte meritorische Güter nicht oder zumindest nicht hinreichend in den individuellen Präferenzen niederschlagen.⁸¹ Oder mit den Worten von Scherf (2009; S. 73): „Bei diesen Gütern sind also nicht individuelle, sondern gesellschaftliche Präferenzen relevant“. Folglich dienen staatliche Eingriffe in das Marktgeschehen dazu, eine gegebene individuelle Nachfrage an die gesellschaftlich gewünschte Nachfrage nach diesen Gütern anzupassen. Als Rechtfertigung für solche Marktinterventionen gelten dabei „*verzerrte*“ *individuelle Präferenzen*. Damit wird dem Staat zugleich zugebilligt, dass dieser in bestimmten Fällen die „wahren“ Bedürfnisse der Bürger besser kennt als diese selbst. Das daraus resultierende Verhalten des Staates kann insofern als paternalistisch bezeichnet werden, wie es – abweichend vom Fall der öffentlichen Güter – nicht darum geht, bestehende Präferenzen aufzudecken und zu bündeln. Vielmehr kommt dem Staat hier eine Ergänzungs- und Korrekturfunktion im Hinblick auf die individuellen Bedürfnisse zu, wobei zwei Fälle von verzerrten Präferenzen unterschieden werden können: (1) Bei meritorischen Gütern – so die übliche Argumentation – soll deren Bereitstellung staatlicherseits unabhängig von den Bedürfnissen der einzelnen Konsumenten begünstigt werden, d.h. die entsprechend nachgefragten Leistungen werden nach Blankart (2011; S. 70) aus „übergeordneten Gründen“ in einem größeren Umfang angeboten, als der Markt dies tut (z.B. höhere Bildung, Gesundheitsdienstleistungen). (2) Demgegenüber versucht der Staat bei demeritorischen Gütern (z.B. Suchtmittel wie Alkohol, Tabak, Rauschmittel), die am Markt zu viel nachgefragt werden und deren Konsum als gesellschaftlich unerwünscht gilt, die Bereitstellung zu diskriminieren.

Für eine zu hohe oder zu geringe Nachfrage nach diesen Gütern als Ausdruck individuell verzerrter Präferenzen, die es paternalistisch zu korrigieren gilt, wird auf verschiedene Gründe verwiesen: So wird zum einen angenommen, dass die Gesellschaftsmitglieder nicht genügend über die Kosten und Nutzen meritorischer bzw. demeritorischer Güter informiert sind, was zu „falschen“ Nachfrageentscheidungen führt. Zum anderen wird auf das Auftreten eines „irrationalen“ Entscheidungsverhaltens verwiesen, welches sich vor allem in

⁸¹ Siehe hierzu auch Zimmermann et al. (2012; S. 55ff.), Blankart (2011; S. 70) oder auch Schwerf (2009; S. 73ff.).

einer Minderwertschätzung zukünftiger individueller Bedürfnisse ausdrückt. Dies trifft – so die gängigen Beispiele – sowohl auf eine hinreichende Absicherung gegen soziale Risiken zu (Krankheit, Unfall, Alter, Arbeitslosigkeit, Pflegebedürftigkeit) als auch auf gesundheitliche Beeinträchtigungen, die beispielsweise mit einem übermäßigen Tabak- oder Alkoholkonsum einhergehen können. Der mit diesen Argumenten gerechtfertigte Paternalismus lässt sich nach Beck (2014; S. 381) umschreiben mit dem Satz: „Der Staat weiß, was gut für seine Bürger ist und zwingt ihn, entsprechend zu handeln“.

Bereits innerhalb der traditionellen Finanzwissenschaft werden dergestalt begründete paternalistische Staatseingriffe im Allgemeinen kritisch betrachtet, da sie nicht mit einer mangelnden Allokationseffizienz des Marktes zu begründen sind und daher die Konsumentensouveränität grundsätzlich beeinträchtigen.⁸² Es kann daher nicht überraschen, dass das im Rahmen der Verhaltensökonomik entwickelte Verständnis von Paternalismus sich grundlegend von dieser traditionellen Sichtweise meritotischer Güter unterscheidet. Es lässt sich – wie nachfolgend noch ausführlich zu erläutern sein wird – demgegenüber in Anlehnung an Whitman (2006) mit dem Satz umreißen: „Die Bürger wissen, was gut für sie ist, und der Staat bringt sie dazu, entsprechend zu handeln“ (Beck 2014; S. 381).

2.4.1

Die Grundidee des asymmetrischen (libertären) Paternalismus

Aus Sicht der Verhaltensökonomik liefert das sogenannte Konzept des „asymmetrischen Paternalismus“ die Grundlage für eine Neubewertung meritotischer Eingriffe. Es verbindet sich damit im Unterschied zur traditionellen Diskussion um die staatliche Bereitstellung meritotischer Güter eine Form der paternalistischen Verhaltenslenkung, die ohne staatlichen Zwang auskommt.⁸³ Während die traditionelle Legitimation von paternalistischen Staatseingriffe auf bestimmte Personengruppen ausgerichtet ist, denen eine verzerrte Präferenzstruktur unterstellt wird, bezieht sich das Konzept des asymmetrischen bzw. libertären Paternalismus auf *Entscheidungssituationen*. Damit lassen sich

⁸² Die Beeinträchtigung der Konsumentensouveränität erfolgt nach Camerer et al. (2003, S. 1211) hierbei „by forcing, or preventing, choices for the individuals’s own good, much as when parents limit their children’s freedom to skip school or eat candy for dinner“. Siehe für eine kritische Auseinandersetzung mit dem Konzept der meritotischen Gütern stellvertretend die Beiträge von Anel (1984) und Head (1988).

⁸³ Siehe ausführlich zum Konzept des „asymmetrischen bzw. libertären Paternalismus“ die Ausführungen in Camerer et al. (2003) sowie Jolls et al. (1998). Nach Thaler und Sunstein (2012, S. 15) handelt es sich „hierbei um eine relativ leichte, weiche und unaufdringliche Art des Paternalismus, weil die Auswahl der Möglichkeiten nicht eingeschränkt und keine der Optionen mit überaus strengen Auflagen versehen wird“. Siehe für eine ausführliche Darstellung der inhaltlichen Kernaussagen des Konzepts des libertären Paternalismus zudem die Ausführungen in Neumann (2013; S. 15ff.).

meritorische Eingriffe des Staates begründen, ohne dass man eine Aussage darüber treffen muss, welche Interessen (Präferenzen) die besseren sind. Staatliches Handeln, welches der Bereitstellung meritorischer Güter dient, wäre danach laut Camerer et al. (2003; S. 1219) dann „asymmetric paternalistic if it creates large benefits for those people who are boundedly rational [...] while imposing little or no harm on those who are fully rational“. Der Nett Nutzen als die Differenz zwischen dem Nutzen, den ein staatlicher Eingriff rational begrenzten agierenden Individuen stiftet, und den Kosten, die er denen auferlegt, die rationale Entscheidungen ohne Probleme treffen können, sollte entsprechend positiv sein. Dabei wird ein „fehlerhaftes“ Entscheidungsverhalten, welches das Ergebnis eines spezifischen Zusammenspiels aus kognitiven, emotionalen und situativen Faktoren sein soll, als für den Akteur mit negativen externen Effekten versehen interpretiert. Es wird in diesem Zusammenhang daher auch – wie etwa bei Hernstein et al. (1993) – von „negativen Internalitäten“ gesprochen, deren Internalisierung auf dem Wege staatlicher Eingriffe zu einer Erhöhung der Markteffizienz beitragen soll.

Für das Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus ist die Annahme zentral, dass Akteure zu Entscheidungen neigen, die zu einem späteren Zeitpunkt bereut werden, weil sie in der entsprechenden Entscheidungssituation nur über begrenzte kognitive Fähigkeiten verfügt haben, die verwendeten Informationen unvollständig waren und die eigene Willenskraft eingeschränkt war. D.h. entgegen dem neoklassischen Verhaltensmodell, in dem von einer unbegrenzten Rationalität der Akteure ausgegangen wird, sind diese aus Sicht des Konzepts des asymmetrischen (libertären) Paternalismus aufgrund der genannten Restriktionen nur zu einem Entscheidungsverhalten mit lediglich begrenzter Rationalität in der Lage. Staatliche Eingriffe, die mit keinerlei Zwang verbunden sind, eröffnen jedoch die Möglichkeit, das individuelle Entscheidungsverhalten in die richtige Richtung zu lenken. Thaler und Sunstein (2012; S. 23) sprechen in diesem Zusammenhang auch davon, dass der Staat durch eine *Gestaltung der „Entscheidungsarchitektur“* ein „benutzerfreundliches Umfeld schaffen“ kann, welches helfen soll, im eigenen Interesse liegende und insofern vernünftige Entscheidungen besser treffen zu können.⁸⁴

⁸⁴ Anhand des bekannten Cafeteria-Beispiels erläutern Thaler/Sunstein (2012; S. 9ff.), was es bedeutet, das Umfeld zu organisieren, in dem Akteure ihre Entscheidungen treffen: Da das Management einer Cafeteria in jedem Fall die angebotenen Speisen in irgendeiner Reihenfolge präsentiert werden müssen, kann dies auch so geschehen, dass den Besuchern der Cafeteria ein gesundes Ernährungsverhalten erleichtert wird. Dies kann dadurch geschehen, dass gesundheitlich als problematisch geltende Speisen (z.B. Süßigkeiten) außerhalb des unmittelbaren Laufweges oder Blickfeldes angeordnet werden und damit der Aufwand marginal steigt, sich für diese Speisen zu entscheiden, ohne zugleich das Angebot an Speisen zwangsweise einzuschränken: Wer sich unter diesen Rahmenbedingungen dennoch für Süßigkeiten entscheidet, findet diese im Sortiment und kann sie auch kaufen.

Wenn Akteure „unvernünftige“ Entscheidungen treffen, dann resultiert dies aus verhaltensökonomischer Sicht nicht selten aus einem Zusammenspiel von Versuchung und Gedankenlosigkeit. Akteure sehen sich danach immer wieder Versuchungen ausgesetzt, gegen die zwar auch eigenständig Schutz- bzw. Gegenmaßnahmen ergriffen werden können (und einige dies auch tun). Den meisten Akteuren gelingt nach Thaler und Sunstein (2012; S. 63) jedoch „die Selbstkontrolle nicht, weil sie die Kraft der Erregung unterschätzen“. Nach Loewenstein (1996) liegt die Ursache hierfür in einer „Empathie-Kluft“, d.h. in einem erregungsfreien Zustand ist in aller Regel nicht nachvollziehbar, wie stark situative Wünsche das Verhalten beeinflussen können und wie stark damit der jeweilige Kontext individuelle Entscheidungen prägt.

Im Ergebnis führt dies nicht selten zu einem dynamisch inkonsistenten Verhalten.⁸⁵ Dies wird dadurch begünstigt, dass aktuell zu bewältigende Aufgaben häufig keine aktive Aufmerksamkeit erfahren. Zwar rechtfertigt dies per se noch keine staatlichen Eingriffe zur Korrektur eines solchen Verhaltens, zumal bereits der Markt in vielen Fällen eine Hilfe zur besseren Selbstkontrolle bietet, da sich damit erfolgreiche Geschäftsmodelle von Unternehmen begründen lassen. Allerdings bildet der Markt wiederum nur einen Rahmen, innerhalb dessen Unternehmen mit Blick auf die Erfüllung von Konsumentenwünschen zueinander in Wettbewerb treten und dies unabhängig davon, ob diese Wünsche auch vernünftig sind oder nicht. Eine mangelnde Selbstkontrolle kann etwa durch soziale Einflüsse in Form des Herdenverhalten oder auch des Spotlight-Effekts bewirkt werden. In entsprechenden Situationen neigen Akteure – folgt man etwa Asch (1955) oder auch Gilovich et al. (2000) – dazu, sich am Entscheidungsverhalten anderer zu orientieren. Dies kann aufgrund eines Gruppenzwangs geschehen, dies kann aber auch aufgrund dessen geschehen, dass man sich beobachtet fühlt und im Zuge dessen an die Erwartungen Dritter anzupassen versucht.⁸⁶

Neben sozialen Einflüssen führen aus verhaltensökonomischer Sicht zudem Emotionen nicht selten zu einer mangelnden Selbstkontrolle des individuellen Entscheidungsverhaltens. So können nach Beck (2014; S. 286) in „der emotionalen Hitze des Moments (Gier, Wut) [...] Objekte oder Handlungsweisen attraktiv [werden], weswegen man sich gegen die langfristige Option entscheidet“. Auch können die „Nähe der Belohnung oder andere Faktoren wie

⁸⁵ Gestützt wird diese Sichtweise auch durch Untersuchungsergebnisse aus dem Bereich der Neuroökonomik, zu denen sich etwa bei Chaiken/Trope (2006) ein Überblick findet. Danach neigt immer ein Teil des Gehirns dazu, sich in Versuchung führen zu lassen, während ein anderer Teil zu widerstehen versucht, was zu starken Konflikten führen kann, den wiederum nur einer der beiden Gehirnbereiche gewinnen kann.

⁸⁶ Shiller (2008) spricht in diesem Zusammenhang – wenn auch bezogen auf das Verhalten auf Finanzmärkten – von sozialer Ansteckungskraft. In seiner Auswertung von 130 Experimenten in 17 verschiedenen Ländern weist Sunstein (2003) darauf hin, dass dieses soziale Anpassungsverhalten einen generellen Charakter aufweist.

Gerüche, Geräusche oder vertraute Situationen [...] ungesteuerte Gefühle aus[lösen], die zu zeitinkonsistentem Verhalten führen“ (ebenda). Der Grund hierfür ist, dass nach Kopcke et al. (2004) zum einen *emotionale Reaktionen* schneller als kognitive Prozesse sind, Emotionen zudem aufgrund ihrer Gefühlsintensität ein inhärentes Potenzial zu radikalen Verhaltensänderungen aufweisen und schließlich die Auswirkung von Emotionen auf die Rationalität des Entscheidungsverhalten von den Akteuren tendenziell unterschätzt wird.⁸⁷ Bezogen auf letzteres weist auch Pham (2007) darauf hin, dass starke Emotionen (z.B. Angst) die Leistung des Arbeitsgedächtnisses nachweislich reduziert, was dazu führt, dass die Fähigkeit zum Abrufen und Kombinieren von Informationen, zum Überprüfen der Konsistenz von Informationen sowie zur Suche nach Entscheidungsalternativen signifikant beeinträchtigt wird. Zudem neigen Akteure dazu, ihre Emotionen demjenigen Objekt zuzuschreiben, das sich gerade in ihrem Aufmerksamkeitsfeld befindet. Darüber hinaus beeinträchtigen Emotionen die individuelle Risikowahrnehmung. Handelt es sich hierbei um negative Emotionen in Verbindung mit Furcht, trägt dies in aller Regel zu einer Überschätzung von Risiken bei, während positive Emotionen in Verbindung mit einem Gefühl des Ärgers häufig zu einer Unterschätzung von Risiken führen.⁸⁸

Verhaltensökonomisch kann das Problem der *fehlenden Selbstkontrolle* staatlicherseits mit Hilfe „kleiner Schubser“ (Nudges) korrigiert werden. Dabei sind staatliche Maßnahmen zur Verbesserungen der situativen Rahmenbedingungen des individuellen Entscheidungsverhaltens (d.h. der Einsatz von Entscheidungsarchitektur) aus Sicht des asymmetrischen (libertären) Paternalismus vor allem dort angezeigt, wo ein – folgt man Neumann (2013; S. 34) – „zu verbessernder“ Entscheidungskontext durch einen „intertemporalen und von Unsicherheit geprägten Charakter“ gekennzeichnet ist, wie dies etwa auf Entscheidungen im Bereich der Altersvorsorge, der Gesundheitsvorsorge oder auch der Bildungspolitik zutrifft.⁸⁹ Dabei wird insbesondere auf solche Ent-

⁸⁷ Bezogen auf die unterschiedliche Geschwindigkeit der Verarbeitung von emotionalen und kognitiven Reaktionen haben Damasio et al. (1991) sowie Damasio (1996) die „Somatic-marker-hypothesis“ formuliert, der zufolge körperliche Reaktionen auf situative Gegebenheit einsetzen, noch bevor eine entscheidungsbezogene Nutzen-Kosten-Analyse zur Anwendung kommt. Siehe hierzu kritisch auch Pham (2007) ebenso wie Dunn et al. (2006). Zum verhaltensändernden Potenzial von Emotionen siehe wiederum exemplarisch die Studie von Winterich/Haws (2011), in der die Auswirkungen von Emotionen auf die Essgewohnheiten von Versuchspersonen untersucht wurden.

⁸⁸ Folgt man Beck (2014; S. 296), führen negative Emotionen auch „eher zu übermäßigen Essen, Rückfällen bei Rauchern, die aufgehört haben zu rauchen, zu verstärktem Kaufverhalten und zu verstärkter Neigung, Versuchungen zu erliegen“.

⁸⁹ Neumann (2013; S. 34) weist diesbezüglich darauf hin, dass es sich hierbei um Entscheidungen handelt, die in Anlehnung an Williamson (1979; S. 239ff.) aufgrund hoher Unsicherheit und geringer Häufigkeit und einer sich daraus ergebenden Spezifität der Transaktion als idiosynkratisch und diskret bezeichnet werden kann. Aufgrund der genannten

scheidungssituationen abgestellt, in denen keine Möglichkeit besteht, eine „einmal getroffene Entscheidung auf der Grundlage von Lernprozessen selbstständig zu optimieren“ (ebenda). Nach Thaler und Sunstein (2012; S. 106ff.) ist dies immer dann der Fall, wenn Nutzen- und Kostenrealisierung nicht zum gleichen Zeitpunkt erfolgen und dadurch „unvernünftige“ Entscheidungen begünstigt werden.

Die daraus sich ergebende, unzureichende Reflexion über die zu erwartenden Handlungsfolgen des eigenen Entscheidungsverhaltens werden – folgt man O'Donoghue und Rabin (2001) oder auch Loewenstein und O'Donoghue (2006) – sowohl durch die Status-Quo-Orientierung als auch die Tendenz zur Prokrastination (d.h. dem aus Bequemlichkeit erfolgenden Aufschieben von Entscheidungen) noch zusätzlich begünstigt. Der Unterschied zum traditionellen Meritorik-Ansatz ist nun gerade darin zu sehen, dass zur Lösung des Problems fehlender Selbstkontrolle sowie zur Optimierung intertemporaler Entscheidungen der Staat lediglich so in das Marktgeschehen eingreifen soll, dass die individuelle Wahlfreiheit gewahrt bleibt.⁹⁰ Zielsetzung dieser staatlichen Korrektur irrationalen Entscheidens ist es laut Neumann (2013; S. 35) wiederum, die „Rahmenbedingungen von Entscheidungssituationen genau auf die Weise zu gestalten, dass sich in der Folge tatsächlich das rationale und kalkulierende Entscheidungsverhalten einstellen wird“.

2.4.2

Möglichkeiten zur Korrektur irrationalen Entscheidungsverhaltens

Um genauer zu spezifizieren, worauf bei der staatlichen Gestaltung der Rahmenbedingungen von Entscheidungssituationen zu achten ist, kann mit Fazio (1990; S. 92f.) darauf verwiesen werden, dass bezogen auf die Verarbeitung entscheidungsrelevanter Informationen sowohl „Motivation“ als auch „Möglichkeit“ die Einflussgrößen einer überlegten und reflektierten Form der Informationsverarbeitung sind. Der Erklärungsfaktor „Motivation“ bezieht sich dabei auf die jeweilige Bedeutung einzelner Entscheidungen, während der

Eigenschaften von Unsicherheit, Häufigkeit und Spezifität handelt es sich zugleich um Tauschvorgänge, die durch hohe Transaktionskosten gekennzeichnet sind.

⁹⁰ Siehe hierzu auch Jolls et al. (1998; S. 1514). Die Konsequenz daraus ist nach Thaler/Sunstein (2012; S. 106), „dass Menschen kleine Schubser brauchen, wenn es um Entscheidungen geht, die schwierig und selten zu treffen sind, bei denen sie nicht umgehend Rückmeldung bekommen und nicht alle Aspekte problemlos verstehen können“. Und weiter: „Menschen neigen in solchen Fällen dazu, zu wenig zu tun“ (ebenda; S. 107). Bezogen auf die Möglichkeiten des Marktes zur Korrektur irrationaler Entscheidungen stellen Thaler/Sunstein (2012; S. 115) demgegenüber fest: „Der Wettbewerb schützt irrationale Verbraucher oft vor sich selbst. Manchmal gibt es diesen Schutz allerdings nicht“. Denn man „verdient kein Geld damit, Leute davon zu überzeugen, gewisse Dinge nicht zu kaufen. Daraus schlussfolgern wir: Wenn Verbraucher eine irrationale Überzeugung hegen, dann profitieren Unternehmen mehr davon, wenn sie diese Ansicht bedienen, als wenn sie sie korrigieren“ (ebenda; S. 116).

Faktor „Möglichkeit“ auf die bestehende zeitliche Gelegenheitsstruktur abstellt. Vor diesem Hintergrund ist nur bei hinreichender Motivation sowie zeitlicher Möglichkeit mit einem rationalen Entscheidungsverhalten im Sinne des neoklassischen Verhaltensmodells zu rechnen. Die staatliche Gestaltung der Entscheidungsarchitektur zielt laut Neumann (2013; S. 36) folglich darauf ab, dass „den Akteuren genügend Motivation und hinreichend viele Möglichkeiten eingeräumt werden, um in Entscheidungssituationen auch tatsächlich nachzudenken und über ihre Handlungskonsequenzen intensiv zu reflektieren“. Ob dabei eine Handlungsoption tatsächlich zu einer individuellen Besserstellung beiträgt, bleibt nach Camerer et al. (2003; S. 1215) der Bewertung der Akteure überlassen. Damit bleiben die subjektiven Einschätzungen von Handlungsoptionen und Entscheidungsergebnissen – im Einklang mit dem ökonomischen Mainstream – auch beim Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus ein zentraler Bezugspunkt, um das individuelle Entscheidungsverhalten zu erklären sowie staatliche Interventionen zu rechtfertigen.

Die verschiedenen Möglichkeiten und Formen paternalistischer Regulierung lassen sich nach Thaler und Sunstein (2012; S. 118ff.) anhand ihrer Eingriffintensität in das individuelle Entscheidungsverhalten voneinander unterscheiden. Einen geringen Interventionsgrad weisen danach sogenannte *Default-Optionen* („Voreinstellungen“) auf, bei denen sich der Staat die Wirksamkeit des Status-quo-Bias bei seinen Eingriffen zunutze machen kann. Die grundsätzliche Bedeutung solcher Voreinstellungen (Defaults) in Gestalt von Opting-in- bzw. Opting-out-Klauseln für das individuelle Entscheidungsverhalten gilt in der verhaltensökonomischen Literatur als hinreichend empirisch belegt. So konnte etwa gezeigt werden, dass solche Defaults im Sinne der Ankerheuristik zur Vereinfachung von Entscheidungsprozessen genutzt werden, um auf diese Weise das Entscheidungsverhalten bei der Wahl zwischen Produkten nachweislich zu beeinflussen.⁹¹ Zu den klassischen Beispielen für die effizienzsteigernde Wirkung entsprechender Voreinstellungen zählt hier der Bereich der privaten Altersvorsorge, in welchem Akteure aufgrund von zeitinkonsistentem Verhalten und Prokrastination dazu neigen, weniger Mittel für spätere Lebensphasen anzusparen, als dies aus ökonomischer Sicht optimal wäre. Die

⁹¹ Dies ist vor allem dann der Fall, wenn eine Voreinstellung vom Konsumenten wie die „Empfehlung“ eines Experten gedeutet wird. Siehe zur Analyse der Wirksamkeit solcher Defaults etwa Goldstein/Johnson (2003) oder auch Goldstein et al. (2008). Reisch/Oehler (2009, S. 36) weisen in diesem Zusammenhang auf ein markantes Beispiel für die Verhaltenswirksamkeit entsprechender Voreinstellung hin: „Von der Organspendenbereitschaft weiß man, dass in den Ländern, in denen die Verstorbenen grundsätzlich als Organspender betrachtet werden und die Angehörigen der Organentnahme aktiv widersprechen müssen („opt-out“), der Anteil der Organspender bei 99 Prozent liegt (Österreich), während dieser Anteil in Ländern mit einer „Opt-in“-Bedingung im einstelligen Bereich liegt (Deutschland)“. Siehe für die Nutzung solcher Voreinstellungen im Rahmen der Verbraucherpolitik die Ausführungen in Döring/Rischkowsky (2014; S. 34f.). Siehe darüber hinaus auch OECD (2010) sowie Lissowska (2011).

Einführung von Opting-out-Klauseln hätte laut Enste und Hüther (2011; S. 48ff.) in der neoklassischen Logik keine negativen Auswirkungen auf den Einzelnen, „da er entsprechend seinen Präferenzen die Höhe der Sparbeträge anpassen würde. Gemäß der verhaltensökonomischen Logik würde die freiwillige Verpflichtung als Status quo hingegen dazu führen, dass Menschen mehr sparen und ihre längerfristigen Ziele stärker berücksichtigen würden“. Im Unterschied zu einer Opting-in-Klausel ist in Anbetracht dessen zu erwarten, dass die individuellen Beiträge zur Altersvorsorge „durch diese andere Voreinstellung deutlich steigen würden, ohne dass zusätzliche Werbe- oder Informationsmaßnahmen notwendig wären“ (ebenda).⁹²

Eine weitere Form paternalistischer Regulierung mit einer vergleichsweise geringen Eingriffsintensität stellt die *Versorgung mit Information* dar, die Akteuren staatlicherseits unter der Zielsetzung einer Verbesserung des eigenen Entscheidungsverhaltens bereitgestellt werden. Aufgrund einer Vielzahl an verhaltensökonomischen Studien zur Wirksamkeit von Framing-Effekten kann sich der Staat dabei mit Blick auf die Bereitstellung von Informationen zur Verhaltenskorrektur die Einsicht zunutze machen, dass – wie schon in Kapitel 2.3. erläutert wurde – weniger die Menge an Informationen als vielmehr die Art und Weise, wie diese Informationen dargeboten werden, für die Ergebnisse individuellen Entscheidungsverhaltens von Bedeutung sind. Folgt man Beck (2014; S. 378) kann danach bereits die „rein semantische Umgestaltung einer Situation, die aus ökonomischer Perspektive unerheblich ist, [...] aus Sicht der Behavioral Economics große Wirkung zeigen“.⁹³ Von praktischer Bedeutung sind diese Erkenntnisse vor allem im Bereich der staatlichen Verbraucherpolitik, wo Unternehmen mit Blick auf den Konsumentenschutz gesetzlich dazu verpflichtet sind, Informationen zu den eigenen Produkten und deren Herstell-

⁹² Siehe auch Thaler/Sunstein (2012; S. 148ff. und S. 216fff.) ebenso wie Neumann (2013; S. 55ff.), Haupt (2014; S. 785ff.) und Bosworth/Bartke (2014; S. 776ff.) mit weiteren Anwendungsbeispielen aus den Bereichen der Alters- und Gesundheitsvorsorge, der Umwelt- und Energiepolitik, des Verbraucherschutzes sowie der Entwicklungspolitik. Siehe in diesem Zusammenhang ebenso die Untersuchung von Johnson et al. (2003) zur Wirkung unterschiedlich gestaltetet Wahlmöglichkeiten im Bereich der Autoversicherung der US-Staaten New Jersey und Pennsylvania. Bei einem identischen Angebot an Versicherungspolice führte eine jeweils unterschiedliche Voreinstellung dazu, dass entweder weit mehrheitlich die günstigste (New Jersey) oder die teuerste Police (Pennsylvania) gekauft wurde.

⁹³ Beck (2014; S. 378) verweist hier zur Illustration auf das Problem der falschen Einschätzung von Gewinn-Wahrscheinlichkeiten im Rahmen des Lotto-Spielens. Ausgangspunkt ist dabei der Sachverhalt, dass „Menschen dazu tendieren, kleine Wahrscheinlichkeiten zu überschätzen [...]. Hier würde der asymmetrische Paternalismus raten, die wahren Gewinnwahrscheinlichkeiten explizit für den Spieler sichtbar zu machen, eventuell unterstützt durch Grafiken [...] oder durch anschauliche Vergleiche [...]. Wenn die Lottokunden rational sind und die Wahrscheinlichkeiten korrekt einschätzen, entstehen ihnen aus dieser Politik mehr oder weniger keine Kosten; irren sie sich hingegen bei der Einschätzung der Wahrscheinlichkeiten, dann hilft ihnen diese Politik, ihre wahre Nachfrage nach Lottoscheinen zu finden“.

lungsverfahren zu veröffentlichen. Dabei kann durch eine möglichst anschauliche Gestaltung von Produkt- und Verfahrensinformationen (z.B. mittels der Verwendung von Qualitätssiegeln oder auch sogenannter Ampel-Kennzeichnungen) eine Grundlage dafür geschaffen werden, dass es zu „vernünftigen“ Konsumententscheidungen kommt, die im eigenen Interesse der Verbraucher liegen.⁹⁴

Eine weitere Form staatlicher Maßnahmen, die dem Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus folgen, stellen laut Mulholland (2007) oder auch McAurey (2007) sogenannte *Cooling-off-Regulierungen* dar. Den Hintergrund für solche Regulierungen bildet die Beobachtung, dass Akteure immer wieder auch (Kauf-)Entscheidungen aus momentanen Gefühlslagen heraus treffen („emotionally hot states“), die sie mit etwas Abstand und unter rationaler Abwägung aller Handlungsalternativen so nicht treffen würden. Folgt man dem herkömmlichen (neoklassischen) Verhaltensmodell, entscheiden sich rationale Akteure immer für jene Handlungsalternative, die den größten Nettonutzen erwarten lässt. Aus verhaltensökonomischer Sicht können jedoch situationsspezifische Faktoren (soziale Einflüsse wie das Herdenverhalten, intensive Gefühlslagen, kognitive Wahrnehmungsfehler, Minderschätzung des zukünftigen Nutzens etc.) dazu führen, dass sich in einer Entscheidungssituation nicht für jene Handlungsalternative mit der besten Nutzen-Kosten-Relation entschieden wird. Mit dem Einräumen einer „Cooling-off-Phase“ wird Akteuren die Möglichkeit zu einer rationalen Korrektur impulsiv getroffener Entscheidungen eröffnet.⁹⁵ Während eingeschränkt rational agierende Akteure damit vom Druck emotional bestimmter Handlungssituationen entlastet werden, um ihre Entscheidungen nochmals überdenken zu können, übt eine solche Cooling-off-Regelung in Form eines zeitlich erweiterten Widerrufrechts – so die Argumentation – keinen (negativen) Einfluss auf das Entscheidungsverhalten solcher Akteure aus, die zu rationalen Entscheidungen in der Lage sind.

Die höchste Eingriffsintensität paternalistischer Regulierungen weisen sogenannten *Sündensteuern* (sin taxes) sowie die Beschränkung von Handlungsrechten auf, die beide Formen der staatlichen Hilfe zur Selbstbeschränkung darstellen. Grundlegend für den Gebrauch beider Interventionsformen ist dabei laut Thaler und Sunstein (2012; S. 61ff.) die Annahme, dass insbesondere zeitinkonsistent handelnde Personen es positiv bewerten, wenn der Staat rechtliche Möglichkeiten schafft oder auch anreizwirksame Instrumente einsetzt, die Akteuren eine Selbstbeschränkung erleichtern, um sich auf diese

⁹⁴ Siehe hierzu auch Döring/Rischkowsky (2014) mit weiteren Literaturverweisen.

⁹⁵ Siehe hierzu Beck (2014; S. 379), der als Beispiele für solche Cooling-off-Regelungen in der Realität auf das Rücktrittsrecht bei Haustürgeschäften, die Wartezeiten zwischen der Bestellung des Aufgebots und der Heirat oder auch die Wartezeit bis zur Rechtswirksamkeit von Scheidungen verweist.

Weise vor ihren eigenen Schwächen besser schützen zu können. Im Fall der Sündensteuern wird des Weiteren unterstellt, dass Akteure ein „Multiple-Selves-Problem“ aufweisen, wobei Entscheidungen eines „jetzigen Ichs“ zu Lasten eines „zukünftigen Ichs“ zu externen Effekten führen, die jedoch aufgrund ihres intrapersonalen Charakters als „Internalitäten“ bezeichnet werden. Analog zum Auftreten von externen Effekten in anderen Politikbereichen (z.B. in der Umweltpolitik) zielt die Besteuerung schädlicher Verhaltensweisen (z.B. Alkohol- oder Tabakkonsum) auf eine wohlfahrtsoptimierende Internalisierung dieser Externalitäten ab.

In der *Beschränkung von Handlungsrechten* wird demgegenüber ein Instrument gesehen, um aus verhaltensökonomischer Sicht in bestimmten Entscheidungssituationen überhaupt erst zur Durchsetzung einer echten Wahlfreiheit beizutragen. Exemplarisch kann auch hier wieder auf den Bereich des staatlichen Verbraucherschutzes verwiesen werden, der entsprechende Einschränkungen des Vertragsrechts aufweist. Beispiele hierfür stellen verbraucherpolitische Regelungen dar, mit denen ein vertraglicher Ausschluss von Informations- oder Widerrufsrechten generell untersagt wird.⁹⁶ Als Begründung hierfür lässt sich auf die präventive Schutzfunktion dieser Rechte verweisen, die diesen unter der Annahme zukommt, dass angesichts spezifischer kognitiver und emotionaler Mechanismen Konsumenten in komplexen Marktsituationen „fehlerhafte“ Kaufentscheidungen treffen können. Damit verbunden ist die Skepsis bezüglich der Fähigkeit zumindest eines Teils der Konsumenten, jederzeit Entscheidungen zum eigenen Vorteil treffen zu können.⁹⁷

Die Wohlfahrtswirkung der erläuterten Maßnahmen einer paternalistischen Regulierung, wie sie sich für vollständig informierte Akteure ergeben, werden allerdings durchaus kontrovers diskutiert, da diese zu einer verzögerten Realisierung effizienter Transaktionen und somit zu zusätzlichen Kosten führen können.⁹⁸ Dies ist dann der Fall, wenn staatliche Verbraucherschutzregelungen beispielsweise Versicherungsunternehmen dazu verpflichten, Änderungen

⁹⁶ So ist beispielsweise im Rahmen der EU-Verbraucherpolitik diese Empfehlung bereits in entsprechenden Richtlinien zum Fernabsatz und E-Commerce umgesetzt. Siehe hierzu auch Rischkowsky (2007) sowie Rischkowsky/Döring (2004).

⁹⁷ Als Beleg für ein solches „Fehlverhalten“ gelten Situationen (z.B. im Bereich von Internet-Transaktionen), bei denen Konsumenten auch dann nicht von einer Kaufentscheidung abgesehen haben, wenn die entsprechenden Verträge Regelungen enthielten, die zu ihrem Nachteil waren. Siehe ausführlicher Clapperton/Corones (2007) sowie Howell (2006). Jenseits der Verbraucherpolitik stellen Abgabetermine für Steuererklärungen oder auch Seminararbeiten weitere Beispiele für solche Beschränkungen in den Handlungsrechten von Akteuren zum Selbstschutz bzw. zur besseren Selbstkontrolle dar. Siehe hierzu auch die Untersuchungen von Ariely/Wertenbroch (2002) sowie die Ausführungen in O'Donoghue/Rabin (1999) und Yaacov/Fishbach (2000).

⁹⁸ Siehe für eine zusammenfassende Darstellung der Kritik am Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus sowie der daraus sich ergebenden Grenzen für die Gestaltung staatlichen Handelns etwa Beck (2014; S. 383ff.) oder auch Neumann (2013; S. 78ff.).

bestehender Versicherungsverträge nur unter der Bedingung vornehmen zu dürfen, dass die Versicherungsnehmer vollständig über alle Änderungen und die damit verbundenen Wirkungen informiert wurden und diesen die Möglichkeit gegeben wird, unter Einhaltung einer bestimmten Bedenkfrist den Versicherungsanbieter zu wechseln. Wenn eine solche Cooling-off-Regelung jedoch – wie bereits in Rischkowsky und Döring (2008; S. 308) angemerkt – dazu führt, dass „it takes much longer to change contracts (compared to the absence of such a rule), at least, well-informed and rationally acting consumers, whose purpose of change is to switch away from a more expansive company, could face noticeable financial losses“. Das Beispiel verdeutlicht, dass das Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus noch einer weiteren Konkretisierung bedarf. So wird – vergleichbar dem Kaldor-Hicks-Kriterium zur Bewertung der Wohlfahrtseffekte wirtschaftspolitischer Maßnahmen – hier zunächst lediglich ein Effizienzgrundsatz formuliert, anhand dessen sich staatliche Markteingriffe angesichts einer unterschiedlichen Reichweite individuellen Rationalverhaltens beurteilen lassen. Wie die Nutzenbewertung in einer je spezifischen Entscheidungssituation erfolgen kann, bleibt jedoch unklar. Zudem ist zu berücksichtigen, dass nach Englerth (2004; S. 58) im Unterschied zur Theorie des Marktversagens aus der bloßen Feststellung von kognitiven oder emotionalen Restriktionen des Akteursverhaltens allein noch nicht die Vorzugswürdigkeit spezifischer Staatseingriffe folgt.

Schließlich ist auch zu bedenken, dass die im Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus angelegte Normvorstellung eines als „wünschenswert“ anzusehenden Akteursverhaltens zu einer – letztlich innovationsfeindlichen – Standardisierung individueller Entscheidungen führen kann. Bezogen auf einen daraus resultierenden Konformismus stellt Schnellenbach (2011; S. 455) fest: „Erstens wohnt [...] auch dem liberalen Paternalismus eine Tendenz zur Standardisierung inne. Wird er konsequent umgesetzt, und ist er erfolgreich, dann werden Individuen mit eher schwachen Präferenzen in Richtung eines Normkonsums gelenkt und nur Individuen mit ohnehin schon relativ starken abweichenden Präferenzen nehmen auch bewusst die Kosten eines abweichenden Konsums auf sich. Eine möglicherweise große Gruppe von Individuen mit zunächst schwachen Präferenzen, die nicht der Vielfalt, den Zufällen und den Überraschungen nicht-paternalistischer Entscheidungssituationen ausgesetzt ist, wird also möglicherweise nie durch Versuch und Irrtum erfahren, wie hoch die Opportunitätskosten des Normkonsums tatsächlich sind. Zweitens ist zu bedenken, dass ein politisch gestützter, zeitgeistiger Paternalismus gerade diesen Zeitgeist möglicherweise verstärkt und stabilisiert. Auch auf der gesellschaftlichen Ebene besteht also die Gefahr, dass das Lernen aus Versuch und Irrtum behindert und verlangsamt wird“.⁹⁹

⁹⁹ Siehe für eine kritische Auseinandersetzung mit dem Konzept des asymmetrischen (libertären) Paternalismus zudem Güth/Kliemt (2014), Schnellenbach (2014), Kirchgässner (2012), Schnellenbach (2012) ebenso wie Koopman und Ghei (2013). In ähnlicher Weise kritisieren

3

Staatseingriffe unter Verteilungsaspekten - Erweiterung der traditionellen Sicht um Einsichten der Verhaltensökonomik

Innerhalb der Finanzwissenschaft wird neben der Allokationsfunktion staatlichen Handelns auch die Verteilungsfunktion zu den grundlegenden Aufgaben des Staates gerechnet.¹⁰⁰ Verteilungspolitische Maßnahmen des Staates sind hierbei nicht allein auf die Umverteilung von Einkommen und Vermögen unter der Zielsetzung einer gesellschaftlich erwünschten *Korrektur der Primärverteilung* des Marktes gerichtet. Vielmehr fällt unter die Verteilungsfunktion des Staates ebenso die Absicherung möglicher persönlicher Lebensrisiken (Krankheit, Arbeitslosigkeit, Unfälle, Pflegebedürftigkeit) einschließlich der Einkommenssicherung im Alter (Rente). Richtet man den Blick zunächst auf die staatliche Umverteilung zwischen reichen und armen Gesellschaftsmitgliedern, fallen nicht nur die herkömmlichen Begründungen dafür unterschiedliche aus. Darüber hinaus gilt aus ökonomischer Sicht auch das Ausmaß an Einkommens- und Vermögensnivellierung als umstritten, wobei dessen Bestimmung letztlich nicht ohne Rückgriff auf Werturteile erfolgen kann.

Musgrave et al. (1990; S. 96ff.) haben in Anbetracht dessen die Begründungen staatlicher Umverteilungspolitik und das sich daraus ergebende Umverteilungsniveau in Form von drei *unterschiedlichen Gerechtigkeitspostulaten* zusammengefasst: (1) Gemäß dem sogenannten ausstattungsfundierten Gerechtigkeitskriterium verfügt jeder Akteur über ein grundlegendes Recht an den Ergebnissen seiner Anstrengungen, was auf eine Legitimation der Marktverteilung hinausläuft.¹⁰¹ Staatliche Korrekturen dieser Marktverteilung sind nur in denjenigen Fällen gerechtfertigt, in denen entweder Einkommen und Vermögen aus Monopolstellungen resultieren oder die Start- und Chancengleichheit mit Blick auf die Beteiligung am Marktgeschehen nicht gewahrt ist. (2) Im Unterschied dazu verbindet sich mit dem „nutzenfundierten Gerechtigkeitskriterium“ die Forderung nach einer Maximierung der Summe des Nutzens aller Gesellschaftsmitglieder.¹⁰² Unter der Annahme eines abnehmenden Grenz-

auch Enste/Hüther (2011; S. 44), dass bei entsprechend zum Einsatz kommenden „Nudges“ (Anstößen bzw. Voreinstellungen) „die Zielrichtung mitunter unklar“ ist. Auch kann danach gefragt werden, ob „die längerfristigen Präferenzen der Menschen, die sie eigentlich haben, aber nicht (immer) zeigen und nicht immer dementsprechend handeln, die richtige Orientierungsgröße [sind]“ und inwieweit „irrationale Entscheidungen immer zu vermeiden [sind] oder [...] nicht zum freiheitlichen Leben dazu [gehören]“ (ebenda).

¹⁰⁰ Siehe hierzu auch Zimmermann et al. (2012; S. 291ff.), Blankart (2011; S. 89ff.) oder auch Scherf (2009; S. 8ff.).

¹⁰¹ Dieses Gerechtigkeitskriterium geht auf Hobbes (1651, 1966) und Locke (1690, 1967) zurück und wurde in der jüngeren Vergangenheit vor allem von Nozick (1974) postuliert.

¹⁰² Das Verteilungskriterium der nutzenfundierten Gerechtigkeit leitet sich aus den frühen Überlegungen von Bentham (1789, 1968) ab.

nutzens des Einkommens sowie einer vom Umverteilungsvolumen unabhängigen Ressourcenausstattung steigt dann der Gesamtnutzen aller Individuen, wenn Einkommen von reich zu arm umverteilt wird. (3) Mit dem Verteilungskriterium der „beschränkten Gleichheit“ verbindet sich schließlich die Auffassung, dass jedem Gesellschaftsmitglied eine Güterausstattung in Orientierung an seinem Bedarf zusteht. Nach dem sogenannten Maximin-Kriterium ist danach eine Ungleichverteilung von Einkommen und Vermögen nur dann als gerecht anzusehen, wenn dadurch die Ärmsten der Gesellschaft durch verteilungspolitische Maßnahmen des Staates besser gestellt werden.¹⁰³

Eine ökonomische Begründung staatlicher Verteilungspolitik in Form der Bereitstellung sozialer Sicherungssysteme (Kranken-, Arbeitslosen-, Unfall-, Pflege-, Rentenversicherung) erfolgt demgegenüber – anknüpfend an Brennan und Buchanan (1985), Brennan (1973) sowie Buchanan und Tullock (1962) – unter Verweis auf das Kriterium der „konsensualen Gerechtigkeit“, welches sich auf konstitutionell vereinbarte Umverteilungsregeln (Metaregeln der Umverteilung) und deren Einhaltung im gesellschaftlichen Alltag bezieht. Für die Etablierung solcher Umverteilungsregeln auf der Verfassungsebene werden dabei zwei unterschiedliche Motive benannt: (1) Beim *Versicherungsmotiv* wird davon ausgegangen, dass die Individuen zum einen überwiegend risikoavers sind, sich daher gegenüber zukünftigen Lebensrisiken absichern wollen, die jedoch nur eingeschränkt – wenn überhaupt – über den Markt in angemessener Form bereitgestellt werden. Gesetzliche Sozialversicherungssysteme stellen in diesem Fall eine Lösung des Problems der Risikoabsicherung dar. (2) Staatliche Umverteilungspolitik und soziale Sicherungssysteme lassen sich unter dem *Selbstschuttmotiv* darüber hinaus als ein Beitrag zur (präventiven) Vermeidung von sozialen Unruhen sowie einer Kriminalisierung sozialer Randgruppen interpretieren. Eine solche „Sozialpolitik für den Markt“ kann zugleich als ein Instrument zur Ergänzung bzw. Stabilisierung des Rechtsstaats angesehen werden.¹⁰⁴

3.1

Soziale Präferenzen, Altruismus und Ungleichheitsaversion

Eine Erweiterung erfahren diese traditionellen ökonomischen Argumente für eine staatliche Umverteilungspolitik aus Sicht der Verhaltensökonomik vor allem durch den Verweis auf die *Existenz sozialer Präferenzen*. Folgt man Charness und Rabin (2002), wird beim Konzept der sozialen Präferenzen davon ausgegangen, dass nicht allein das eigene Einkommen und Vermögen und der auf dieser Grundlage erfolgende Konsum einen individuellen Nutzen stiften. Vielmehr erzeugt – so die Argumentation – auch das Wohlbefinden anderer Akteure einen nutzenstiftenden Effekt, worauf bereits im Rahmen der Überle-

¹⁰³ Siehe zum beschränkten Gleichheitskriterium die Überlegungen in Rawls (1971).

¹⁰⁴ Siehe hierzu auch die Ausführungen in Homann/Pies (1996).

gungen zu den psychologischen Externalitäten hingewiesen wurde.¹⁰⁵ Soziale Präferenzen sind ein Ausdruck der individuellen Vorstellungen davon, wie die gesellschaftliche Realität aus Sicht der Akteure gestaltet sein sollte. Diese Vorstellungen können unterschiedliche Ausprägung annehmen, so etwa (1) in Form der Wirksamkeit von sozialen Normen und Werten wie *Altruismus* oder auch Fairness und Reziprozität, (2) als eine subjektive Aversion gegen Ungleichheit, (3) als Vorliebe für die Gleichverteilung von Einkommen und Vermögen oder auch (4) als Angst um den Verlust der eigenen sozialen Position innerhalb einer Gruppe.¹⁰⁶ Weicht die gesellschaftliche Realität von den sozialen Präferenzen eines Akteurs ab, führt dies zu einer Reduzierung seines Nutzens. Umgekehrt kann bei bestehenden Inkongruenzen zwischen gesellschaftlicher Realität und sozialen Präferenzen durch staatliche Eingriffe zu einer individuellen Nutzensteigerung beigetragen werden.

Die Existenz solcher sozialen Präferenzen lässt sich mit Hilfe der bereits an früherer Stelle erwähnten Ultimatum- und Diktatorspiele nachweisen. Vergleicht man die Aufteilungsergebnisse des Geldbetrages bei beiden Spielvarianten miteinander, fällt bekanntermaßen die Anzahl derjenigen Akteure im Diktatorspiel niedriger als im Ultimatumspiel aus, die eine „faire“ Aufteilung (50:50-Lösung) vorschlagen. Während im Ultimatumspiel die Präferenz für eine Gleichverteilung des Geldbetrages auch der (eigennützigen) Angst vor der Ablehnung des Teilungsangebots durch den Mitspieler geschuldet sein kann, legt die Abwesenheit der Bestrafungsmöglichkeit im Diktatorspiel eine Erklärung der verbleibenden Anzahl an 50%-Lösungen durch die Existenz sozialer Präferenzen nahe.¹⁰⁷ Der Vergleich beider Spielvarianten zeigt nach Beck (2014; S. 272) allerdings auch, dass die gewonnen Untersuchungsergebnisse noch keinen Hinweis auf die Wirkungsrichtung bestehender sozialer Präferenzen enthalten: „Beim Diktator-Spiel zeigen die Versuchspersonen Altruismus in dem Sinne, dass das Wohlergehen der anderen Spieler auch ihr Wohlergehen steigert, im Ultimatumspiel ist hingegen das Gegenteil der Fall: Hier steigert man offensichtlich seinen Nutzen, wenn man den Gegenspieler bestraft. Es ist also nicht allein eine altruistische Ader, die unser Verhalten bestimmt, sondern es kommt wohl auch auf den Kontext an“.

Anstelle von Altruismus können soziale Präferenzen auch in Gestalt einer subjektiven *Ungleichheitsaversion* auftreten. Folgt man Fehr und Schmidt (1999), enthält die Nutzenfunktion der Akteure in diesem Fall nicht nur die unmittelbaren monetären Auszahlungen, wie dies das herkömmliche ökonomische Verhaltensmodell unterstellt. Vielmehr wird der individuelle Nutzen –

¹⁰⁵ Siehe zum Phänomen psychologischer Externalitäten die Ausführungen in Kapitel 2.3.

¹⁰⁶ Siehe zu den genannten Ausprägungsformen von sozialen Präferenzen und deren Erläuterung ebenso Beck (2014; S. 271ff.).

¹⁰⁷ Siehe zu Erklärung der unterschiedlichen Verhaltensergebnisse im Vergleich von Ultimatum- und Diktatorspiel ebenso Behnke (2012; S. 200ff.) mit weiteren Literaturverweisen.

so die weitergehende Annahme – zudem durch Unterschiede in diesen Auszahlungen beeinflusst, wobei dieser umso geringer ausfällt, je ausgeprägter die Unterschiede sind. Dies bedeutet zugleich, dass die Akteure, welche die 50:50-Aufteilungsregel in Verhaltensexperimenten bevorzugen, den unterschiedlichen relativen Nutzen, den Akteure aus den zugeteilten Geldbeträgen ziehen können, bei ihren Entscheidungen nicht in Rechnung stellen. Dieses Verhalten steht nicht in Einklang mit der herkömmlichen ökonomischen Effizienzüberlegung, der zufolge man den Gesamtnutzen im Ultimatum- oder Diktatorspiel dadurch steigern kann, indem man demjenigen Akteur den größten Geldbetrag zuteilt, der daraus den höchsten marginalen Nutzen zieht.¹⁰⁸ Die Ungleichheitsaversion ist dabei keineswegs auf die eigene Person beschränkt. Das sogenannte Third-Party-Punishment-Spiel zeigt nach Fehr und Fischbacher (2004) vielmehr, dass Akteuren die Realisierung von Gleichheit und Fairness auch gegenüber Dritten wichtig ist. In dieser Variante des Diktatorspiels erhält ein dritter Akteur, der das Spiel der beiden anderen Akteure beaufsichtigt, die Möglichkeit zur Bestrafung des „Diktatorspielers“ für den Fall eines aus seiner Sicht unfairen Aufteilungsverhaltens. Obwohl das Durchführen von Sanktionen für den „Aufseher“ selbst mit Kosten verbunden ist, da jede Bestrafung zu einer Verringerung des ihm vorab zugeteilten Budgets führt, zeigt sich dennoch, dass rund 60% der Versuchspersonen den „Diktatorspieler“ sanktionieren.

Jenseits dieser grundlegenden sozialpsychologischen Einsicht, dass Ungleichheit und die *relative Position anderer Akteure* für das individuelle Entscheidungsverhalten von Bedeutung sind, ist nach Beck (2014; S. 274f.) jenseits dessen jedoch weitgehend unklar, wann und in welchem Umfang die Einkommens- und Vermögenssituation anderer Akteure und die daraus sich ergebende soziale Lage berücksichtigt wird. Als vergleichsweise sicher gilt lediglich, dass die Bereitschaft zum Teilen eines Geldbetrages mit zunehmender sozialer Distanz abnimmt. Oder anders formuliert: Die Bereitschaft zur freiwilligen Umverteilung eines Geldbetrages ist umso größer, je kleiner und homogener eine Gruppe von Akteuren ist. Umgekehrt nimmt der Anreiz zum Trittbrettfahrerverhalten mit steigender Gruppengröße zu, d.h. aus eigenem Antrieb praktizierte Umverteilungsaktivitäten nehmen ab, wenn die soziale Anonymität steigt.

Abgesehen vom Faktor „soziale Distanz“ lassen sich die Ergebnisse von Ultimatum- und Diktatorspielen darüber hinaus vor allem durch solche verhaltens-theoretischen Modelle sozialer Präferenzen erklären, bei denen angenommen wird, dass die Akteure durch eine Ungleichheitsaversion gekennzeichnet sind,

¹⁰⁸ Siehe hierzu etwa Yaari/Bar-Hillel (1984), die in Experimenten anhand der Aufteilung von Früchten mit unterschiedlichem Vitamingehalt zeigen, dass es nicht zu der ökonomisch effizienten Lösung kommt, sondern sich jenes Verteilungsmuster durchsetzt, welches im Einklang mit der These von der Ungleichheitsaversion steht.

in die auch die relative Position anderer Akteure mit einfließt. Ein solcher Erklärungsansatz ist das ERC-Modell (Equity, Reciprocity, Competition) von Bolton und Ockenfels (2000), bei dem davon ausgegangen wird, dass der Nutzen eines Akteurs neben dem Geldbetrag, über den er selbst verfügt, auch vom persönlichen Anteil an der gesamten „Verteilungsmasse“ abhängt. Anstelle einer Maximierung dieses Anteils an der Gesamtauszahlung wird unterstellt, dass die Akteure sich mit einem Geldbetrag zufriedengeben, der dem Durchschnitt aller Auszahlungen entspricht. Vor diesem Hintergrund fühlt sich ein einzelner Akteur – so das Modell weiter – dann glücklich und zufrieden, wenn die Gesamtheit aller Akteure (bzw. Mitspieler) den gleichen Betrag erhalten. Als zufrieden gilt ein Akteur im ERC-Modell aber auch dann, wenn es einige reiche und einige arme Akteure gibt, solange seine Auszahlung dem Durchschnitt entspricht. Nach Engelmann und Strobel (2000) würde es bei dieser Motivationsstruktur bereits ausreichen, dass man selbst der Mittelschicht angehört. Eine Begründung für staatliche Umverteilungsaktivitäten kann daraus allerdings nicht abgeleitet werden.

Dieser Auffassung widersprechen Fehr und Schmidt (1999) in ihrem Modell sozialer Präferenzen, bei dem unterstellt wird, dass die Akteure jede Art von Ungleichheit zu den Auszahlungen anderer Akteure zu vermeiden versuchen. Damit kann sowohl das freundliche Verhalten in Diktatorspielen als auch das bestrafende Verhalten in Ultimatumspielen erklärt werden. Im Unterschied zum ERC-Modell verfügen die Akteure, die der Mittelschicht angehören, bei diesem Erklärungsansatz über eine eindeutige Präferenz zur Besteuerung der Reichen, um aus den daraus erzielten Einnahmen die Transferleistungen an die Armen zu finanzieren. D.h. die Existenz ungleicher Einkommen liefert in diesem Fall ein Argument für eine staatliche Verteilungspolitik. Verantwortlich hierfür ist, dass die Akteure eindeutig eine solche Situation bevorzugen, in der alle über den gleichen Betrag verfügen. Auch wenn bei diesem Modell nicht alle denkbaren Verhaltensmotive der Akteure – altruistische Motive ebenso wie Maximierungsüberlegungen – berücksichtigt werden, finden Engelmann und Strobel (2000) in entsprechenden Verhaltensexperimenten in der Tendenz den Erklärungsansatz von Fehr und Schmidt (1999) anstelle des ERC-Modells von Bolton und Ockenfels (2000) empirisch bestätigt.¹⁰⁹

Die Bedeutung des im ERC-Modell enthaltenen Faktors „Wettbewerb“ zeigt sich in weiteren Varianten des Diktatorspiels, die in Experimenten von Fershtman et al. (2012) durchgeführt wurden und bei denen sich zum einen wiederum soziale Präferenzen in Form einer Ungleichheitsaversion beobachten ließen.¹¹⁰ Zum anderen zeigte sich bei einer Spielvariante, bei der den Versuchs-

¹⁰⁹ Weitere Verhaltensmodelle, die neben der Ungleichheitsaversion noch zusätzliche Entscheidungsmotive berücksichtigen, finden sich in Fehr/Schmidt (2005).

¹¹⁰ Die Variation des Diktatorspiels bestand darin, dass dem Spieler mit dem Vorschlagsrecht zwei Verteilungsoptionen (11:2 versus 8:8) vorgegeben wurden, zwischen denen er sich

personen mit Vorschlagsrecht mitgeteilt wurde, dass die Aufteilung des Geldbetrages von den Ergebnissen einer Aufgabe abhängt, die beide Spieler zu bewältigen hatten, dass die Mehrheit der Akteure sich anstrenge, um das Spiel zu gewinnen. Ein solches Verhalten steht jedoch nicht in Einklang mit der Annahme, dass die Akteure über eine soziale Präferenz zugunsten gleichverteilter Einkommen verfügen.¹¹¹ Nach Fershtman et al. (2012; S. 139ff.) lassen sich die Ergebnisse ihre Experimente mit dem Vorhandensein kollidierender sozialer Normen erklären, die je nach Spielkontext unterschiedlich aktiviert werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass in der herkömmlichen Variante des Diktatorspiels bei der Aufteilung des Geldbetrages einer sozialen Norm gefolgt wird, die sich unter diesen Rahmenbedingungen an der Idee einer Gleichverteilung der Einkommen orientiert. Beck (2014; S. 276) spricht darauf bezogen auch von der Idee der „Verteilungsgerechtigkeit“. Demgegenüber herrscht in der Situation, in welcher die Probanden eine Aufgabe zu erfüllen haben, eine Wettbewerbsorientierung vor, die in Widerstreit zur Gleichverteilungsnorm tritt. Da bei dieser Spielvariante „unterschiedliche Leistungen auch unterschiedliche Einkommensverteilungen zulassen“, spiegelt sich darin nach Beck (2014; S. 277) die Idee der „Leistungsgerechtigkeit“. Zwar kann aus dieser Erkenntnis keine zusätzliche Begründung für eine staatliche Umverteilungspolitik abgeleitet werden, da sich in beiden Fällen eine Korrektur der bestehenden Einkommensverteilungen verhaltensökonomisch legitimieren lässt. Die kontextabhängige Existenz unterschiedlicher Gerechtigkeitsnormen hat allerdings Konsequenzen für die jeweilige Ausgestaltung staatlicher Umverlungsmaßnahmen.¹¹²

entscheiden sollte. Dabei präferierten 75% der „Diktatoren“ eine Gleichverteilung des Geldbetrages.

¹¹¹ Es fand sich allerdings auch keine experimentelle Evidenz dafür, dass ein solches Verhalten auf eine Lust am Wettbewerb zurückgeführt werden könnte. Siehe hierzu Fershtman et al. (2012; S. 137f.).

¹¹² Entsprechend stellt auch Beck (2014; S. 272) in diesem Zusammenhang fest: „Wenn man dem ersten Spieler, dem Diktator, das Gefühl vermittelt hat, dass er das Geld, das er bekommt, auch verdient hat, dann senkt das deutlich seine Bereitschaft, mit dem zweiten Spieler zu teilen“. Und an anderer Stelle betont er zudem: „Eine weitere Verteilungsmaxime könnte darin bestehen, dass demjenigen, der das Geld zuerst gesehen hat oder der mehr Anstrengungen unternommen hat, es zu bekommen (beispielsweise, indem er den Gullydeckel angehoben hat), auch Anspruch auf einen größeren Anteil hat“ (ebenda; S. 273). Die Relevanz der Kontextbedingungen zeigt sich zudem in einem weiteren Experiment von Cherry et al. (2002), bei dem die mangelnde Beobachtbarkeit des eigenen Verhaltens durch Dritte dazu führt, dass die Versuchsperson mit dem Vorschlagsrecht zu einem ausgeprägt weniger solidarischen Verhalten tendiert. Dies kann als eine Bestätigung des schon an früherer Stelle berichteten Sachverhalts angesehen werden, dass die Anonymität großer Gruppen und die damit einhergehende soziale Distanz zu einer Reduzierung des „Solidargefühls“ beiträgt.

Ein weiterer sozialpsychologischer Erklärungsansatz der Existenz sozialer Präferenzen geht auf die sogenannte Theorie der *intentionalen Gegenseitigkeit* zurück.¹¹³ Danach sind im Unterschied zum Konzept der Ungleichheitsaversion nicht die Ergebnisse des Verhaltens eines Gegenübers von Bedeutung, sondern vielmehr die Absichten (Intentionen), die diesem Verhalten zugrunde liegen. D.h. es kommt dann zu einem altruistischen Verhalten, wenn Akteure davon ausgehen, dass auch der jeweiligen Interaktionspartner sich altruistisch verhält. Wird jedoch demgegenüber vermutet, dass der Gegenüber eigennützig handelt, reagieren die Akteure darauf ebenfalls mit einem eigennutzmaximierenden Verhalten. Ein solches Verhalten lässt sich in einer Variante des Ultimatumspiels beobachten, bei der die Aufteilung des Geldbetrages nicht durch den Akteur vorgenommen wird, der über das Vorschlagsrecht verfügt, sondern durch einen Zufallsgenerator erfolgt. Im Ergebnis zeigt sich bei dieser Spielvariante eine deutlich reduzierte Schwelle, ab der ein Mitspieler den Aufteilungsvorschlag akzeptiert, was zu der Interpretation führt, dass nicht der Grad an Ungleichverteilung des Geldbetrages als vielmehr die Intention des Gegenübers für die Akzeptanzbereitschaft ausschlaggebend ist. Stellvertretend hierfür kann auf die Untersuchung von Kagel et al. (1996) verwiesen werden, bei der die Bestrafung eines Akteurs in Abhängigkeit von dessen Wissensstand erfolgt: Wenn ein Akteur in den Augen seiner Mitspieler wesentlich einen ungleichen Verteilungsvorschlag unterbreitet, dann steigt die Wahrscheinlichkeit der Bestrafung. Wenn demgegenüber jedoch auf Seiten der Mitspieler davon ausgegangen wird, dass die vorschlagende Person keine Kenntnis über das Ausmaß an Ungleichheit hat, welches sich mit der Aufteilung des Geldbetrages verbindet, dann entgeht diese Person tendenziell einer möglichen Sanktionierung.

Der Rückgriff auf die Theorie der intentionalen Gegenseitigkeit zur Erklärung sozialer Präferenzen stößt allerdings dann an seine Grenzen, wenn plausibel gemacht werden soll, warum Akteure auch in Diktatorspielen gewillt sind, einen Teil des Geldbetrages an ihre Mitspieler zu transferieren, obwohl hierzu unter rein rationalen Erwägungen keine Notwendigkeit besteht. Dieses Verhalten stellt insofern ein Erklärungsproblem dar, da es hier – folgt man Beck (2014; S. 279) – kein Verhalten des Gegenübers gibt, welches man im Hinblick auf seine Intentionen bewerten könnte. Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse zu Diktatorspielen deuten – wie schon an früherer Stelle dargestellt – vielmehr darauf hin, dass für die vorgenommene Aufteilung des Geldbetrages nicht die Motivationsstruktur des Gegenübers von Relevanz ist,

¹¹³ Es handelt sich bei diesem Ansatz um eine Weiterentwicklung der sogenannten Theorie der intentionalen Kausalität als einer bekannten Variante psychologischer Attributionstheorien findet. Beim Konzept der „intentional causality“ wird von Annahme ausgegangen, dass Akteure nicht nur automatisch Kausalitäten suchen, sondern diese auch mit absichtsvollen Motiven verbinden. Siehe hierzu auch Kahneman (2011; S. 76) mit Verweis auf die Pionierstudie von Heider/Simmel (1944).

sondern stattdessen entweder die Ungleichheitsaversion oder das Eigennutzstreben der vorschlagenden Person maßgeblich sind. Soweit soziale Präferenzen vor diesem Hintergrund als zusätzliche Begründung für staatliche Umverteilungsaktivitäten ins Feld geführt werden, dürfte daher am ehesten das Streben nach Vermeidung einer ungleichen Einkommensverteilung als inhaltliche Konkretisierung einer solchen Präferenzstruktur in Frage kommen.

3.2

Ungleiche Einkommen und individuelle Lebenszufriedenheit

Allerdings ist auch dieser Erklärungsversuch der Existenz sozialer Präferenzen mit Vorsicht zu bewerten, wie die Ergebnisse der ökonomischen Glücksforschung zum Zusammenhang von Einkommensungleichheit und individueller Lebenszufriedenheit zeigen. Dabei kann grundlegend zwischen einem Einkommenseffekt und einem Status-Effekt differenziert werden.¹¹⁴ Der Einkommenseffekt besagt, dass mit steigendem Einkommen zwar auch das Glücksgefühl steigt, der positive Effekt des Einkommenszuwachses auf die Lebenszufriedenheit aber umso geringer ausfällt, je reicher eine Person wird bzw. bereits ist.¹¹⁵ Aus ökonomischer Sicht ist dies jedoch keine überraschende Erkenntnis, da traditionell von einem abnehmenden Grenznutzen des Einkommens ausgegangen wird, der nicht zuletzt die Möglichkeit zu staatlichen Umverteilungsaktivitäten bietet. Von größerer Bedeutung ist daher der *Status-Effekt*, mit dem die verhaltensökonomische Einsicht verbunden ist, dass das Glücksempfinden auch davon abhängt, wie die eigene Einkommenssituation sich im Vergleich zum Einkommen einer sozialen Bezugsgruppe (Verwandte, Nachbarn, Kollegen etc.) darstellt. Danach steigt die individuelle Lebenszufriedenheit nur dann, wenn das eigene Einkommen stärker steigt als das der Vergleichsgruppe. Eine auf Einkommensnivellierung ausgerichtete staatliche Verteilungspolitik würde danach zu keiner Erhöhung des gesamtgesellschaftlichen Glücksempfindens beitragen können, da dem Gewinn an Lebenszufriedenheit bei jenen Personen, deren Einkommen sich verteilungspolitisch erhöht, ein eben solcher Verlust bei denjenigen Akteuren gegenübersteht, deren relative Einkommensposition sich dadurch verschlechtert.

¹¹⁴ Für eine zusammenfassende Darstellung der Untersuchungsergebnisse siehe etwa Weimann et al. (2012; S. 71f.) ebenso wie Jansen/Neumann (2014). Eine Erläuterung des Einkommenseffekts und des Status-Effekts findet sich zudem in Beck (2014; S. 307ff.).

¹¹⁵ Eine Bestätigung des Einkommenseffekts findet sich etwa in den psychologischen Untersuchungen von Brandstätter/Brandstätter (1996) sowie Brandstätter (1998), die zu dem Ergebnis kommen, dass der subjektiv wahrgenommene Wert des verfügbaren Geldes negativ mit der Höhe des Einkommens korreliert ist. Damit wird bestätigt, was bereits Bruner/Goodman (1947) in einer frühen Studie nachweisen konnten, der zufolge ärmere Kinder im Vergleich zu Kindern aus wohlhabenden Verhältnissen Münzen als größer wahrnehmen als sie eigentlich sind, was als empirischer Beleg für die These vom abnehmenden Grenznutzen gilt.

Diese „Wahrnehmung des Einkommens der anderen – das soziale Vergleichsniveau also“ – ist nach Wiswede (2012; S. 167) zentral für die individuelle Bewertung distributiver Ungerechtigkeiten. Auf diesen Sachverhalt, den die ökonomische Glücksforschung betont, hat schon früh Duesenberry (1952) als Bezugspunkt für die Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit der eigenen Einkommenssituation hingewiesen. Ein niedriges Einkommen oder auch Einkommensänderungen führen danach zu subjektiver Frustration, wenn man schlechter abschneidet als die jeweiligen Bezugspersonen.¹¹⁶ Diese Bedeutung der *relativen Einkommensposition* könnte eine Erklärung dafür sein, dass Venhoven (2006) in seiner empirischen Untersuchung keinen Zusammenhang zwischen den staatlichen Sozialausgaben und der individuellen Lebenszufriedenheit nachweisen konnte. Auch kann Luttmer (2005) zeigen, dass das subjektive Glücksempfinden abnimmt, je stärker das Einkommen der Nachbarn steigt. Dem stehen allerdings auch Studien gegenüber, wie etwa jene von Alesina et al. (2004), die belegen, dass das Glücksempfinden umso stärker sinkt, je ungleicher das Einkommen innerhalb einer Gesellschaft verteilt ist, was insbesondere für Europa nachgewiesen werden kann, wenngleich dieser Effekt auch für die Vereinigten Staaten gelten soll. Vor dem Hintergrund dieser – teilweise widersprüchlichen – Untersuchungsergebnisse der Glücksforschung schlussfolgern Weimann et al. (2012; S. 72), „dass Sozialpolitik bei weitem nicht so wichtig ist, wie wir bisher immer angenommen haben“. Gleiches ließe sich in Anbetracht dessen auch für die Notwendigkeit einer staatlichen Umverteilungspolitik feststellen.

Zu einer positiveren Bewertung der staatlichen Korrektur einer durch den Markt erzeugten Primärverteilung gelangt man demgegenüber, wenn man – wie etwa Klocke und Hurrelmann (2002) oder auch Hanesch et al. (2000) – die *psychosozialen Folgen* von niedrigem Einkommen und Armut in die Betrachtung mit einbezieht. Mit Wiswede (2012; S. 168) lassen sich die negativen Auswirkungen von Armut als Ausdruck von Einkommensungleichheit wie folgt zusammenfassen: „Schädliche Auswirkungen auf das Wohlbefinden und die Gesundheit, Stress-Erleben, insbesondere auch durch Konfliktsituationen, die aus der Geldknappheit resultieren, geringere Lebenserwartung, höhere Kindersterblichkeit, Minderwertigkeitsgefühle, Ängstlichkeit, Depressivität und Resignation, Feindseligkeit und Aggression. Dabei werden psychische Spannungen und Störungen des psychosozialen Verhaltens auf die Kinder übertragen und führen zu entsprechenden Leistungsdefiziten im schulischen Bereich

¹¹⁶ Diese nach Gurr (1970) oder auch Runciman (1961) relative soziale Deprivation kann mit subjektiv unterschiedlichen Bewältigungsstrategien einhergehen. Wird das eigene Einkommen mit dem Einkommen anderer verglichen und entwickelt sich dabei das Gefühl ungleicher Behandlung, kann bei geringer Kontrollüberzeugung (d.h. fehlender Chance, an dieser Situation etwas zu ändern) ein bestehendes Frustrationsgefühl in Abhängigkeit von den jeweiligen Randbedingungen entweder in Resignation oder in Aggression einmünden.

und zu Erfahrungen der Ausgrenzung“.¹¹⁷ Während bei der herkömmlichen ökonomischen Sicht auf das Einkommen allein die damit verbundenen Konsummöglichkeiten und das daraus resultierende Bedürfnisbefriedigungspotenzial (Nutzen) im Vordergrund stehen, betont die verhaltenspsychologische Perspektive – folgt man wiederum Wiswede (2012; S. 166) – zudem „die symbolischen Aspekte des Einkommens als Quelle des Selbstwertgefühls und der sozialen Anerkennung“. Auch ist in Abweichung von der Annahme rationalen Verhaltens auf Seiten der ärmeren Bevölkerungsschichten nicht selten ein wenig wirtschaftlicher Umgang mit den knappen finanziellen Mitteln festzustellen, worauf bereits Caplowitz (1963) in seiner Untersuchung des Konsumverhaltens von Familien mit niedrigem Einkommen hingewiesen hat.¹¹⁸

Eine staatliche Umverteilungspolitik könnte in Anbetracht dessen zu einer Verringerung der genannten psychosozialen Kosten eines geringen Einkommens beitragen. Fragt man dabei nach den Anknüpfungspunkten für eine staatliche Umverteilungspolitik von „Reich“ zu „Arm“, liefert aus psychologischer Sicht die Kognition darüber, wie mühevoll das Einkommen oder Vermögen erworben wurde, einen möglichen Hinweis.¹¹⁹ Zwar sollte es aus der herkömmlichen ökonomischen Sichtweise irrelevant sein, unter welchen Umständen ein gegebenes Einkommen und Vermögen erzielt wurde.¹²⁰ Verhaltensökonomische Studien zeigen jedoch, dass diese Annahme der Standardökonomie nicht zutreffend ist. So lässt sich nach Shefrin und Thaler (1988) eine subjektiv unterschiedliche Wahrnehmung von Einkommen und Vermögen nachweisen, die in Abhängigkeit davon variiert, wie groß der jeweilige Aufwand zur Generierung des jeweiligen Einkommens und Vermögens war. Entsprechend diesem von Thaler (1999) als „mental accounting“ bezeichneten Kognitionsmechanismus wird beispielsweise zwischen regulärem Einkommen, Vermögen, Erbschaften, Prämieinkommen oder auch Zufallsgewinnen differenziert. In ähnlicher Weise kommen auch Loewenstein und Issacharoff (1994) in einer weiteren Untersuchung zu dem Ergebnis, dass die subjektive Wertschätzung

¹¹⁷ Mit Blick auf die psychosozialen „Kosten der Ungleichheit“ im Hinblick auf die Gestaltung sozialer Beziehungen, seelische Gesundheit und Drogenkonsum, physische Gesundheit und Lebenserwartung, schulische Leistungen, Umweltverhalten, Gewalt aus mangelnder sozialer Anerkennung sowie Kriminalität und Bestrafung siehe auch die umfassende empirische Untersuchung von Wilkinson/Pickett (2009).

¹¹⁸ Nach Wiswede (2012; S. 166) deckt sich dies mit „der Beobachtung, dass Arme (oft auch durch geringeren Bildungsstand trotz des Knappheitsdrucks nicht gerade haushälterisch wirtschaften, indem sie in ‚falschen‘ Läden einkaufen, Sonderangebote nicht nutzen, öfter von Hausierern ausgenommen werden usw.“.

¹¹⁹ Vershofen (1940) hat in diesem Zusammenhang schon früh den Begriff der „Müheerinnerung“ geprägt.

¹²⁰ Kirchler (2011; S. 652) spricht diesbezüglich auch vom „ökonomischen Postulat der Ursprungsunabhängigkeit von Ressourcen“, von dem im neoklassischen Verhaltensmodell üblicherweise ausgegangen wird.

eines Einkommenszuflusses höher ausfällt, wenn dieser auf interne Ursachen (z.B. eigene Leistung) zugerechnet werden kann. Sind für das zusätzliche Einkommen demgegenüber externe Ursachen (z.B. Glück oder Zufall) verantwortlich, fällt dessen subjektive Wertschätzung geringer aus. Dies steht im Einklang mit dem Untersuchungsergebnis von Arkes et al. (1994), wonach unerwartete Gewinne (z.B. Erfolge im Glückspiel oder zufällig gefundenes Geld) leichtfertiger ausgegeben oder investiert werden als Einkommen, welches durch eigene Arbeit verdient wurde.

In ähnlicher Weise können auch Muehlbacher und Kirchler (2009) in einem Public-Goods-Spiel zeigen, dass die (freiwilligen) Finanzierungsbeiträge für ein Kollektivgut immer dann höher ausfielen, wenn die Versuchsteilnehmer der Auffassung waren, dass es sich bei diesen Beiträgen um leicht verdientes Geld handelt. War demgegenüber die Mühe des Gelderwerbs groß, waren die Akteure der Meinung, dass ihnen das Geld selbst zustünde, was zu deutlich geringeren Finanzierungsbeiträgen führte. Die zuletzt referierten Untersuchungsergebnisse legen die Schlussfolgerung nahe, dass die Bereitschaft, auf Teile seines Einkommens und Vermögens – etwa als Ergebnis einer verteilungspolitisch motivierten Besteuerung – zu verzichten, umso größer ist, je geringer der eigene Aufwand war, dieses Einkommen oder Vermögen zu erzielen. Dies spricht für eine vorrangige Besteuerung solcher Einkommens- und Vermögenstatbestände, die – wie etwa Erbschaften, Spekulationsgewinne, Lotteriegewinne, Zinserträge, Dividenden etc. – nicht oder nur bedingt das Resultat eigener Leistung sind. Demgegenüber sollte der Staat in jenen Fällen steuerlich zurückhaltend sein, in denen das erzielte Einkommen oder Vermögen stark mit dem eigenen Arbeitseinsatz korreliert ist (z.B. Prämieinkommen, Einkommen aufgrund von Überstunden, Einkommen und Vermögen aus unternehmerischer Leistung).

4

Staatseingriffe unter Stabilisierungsaspekten – Verhaltensökonomische Erkenntnisse zu Geldwert und Arbeitslosigkeit

Aus Sicht der traditionellen ökonomischen Theorie der Wirtschaftspolitik zählen – neben der staatlichen Allokations- ebenso wie der Verteilungspolitik – sowohl die Sicherung des Geldwertes und damit die Bekämpfung von Inflation mittels staatlicher Geldpolitik als auch die Stabilisierung der Konjunktur mit Hilfe einer fiskalpolitischen Steuerung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und des gesamtwirtschaftlichen Angebots zu den weiteren Aufgaben des Staates.¹²¹ Durch Inflation sinkt nicht allein die Kaufkraft des Geldes einschließlich der daraus resultierenden Opportunitätskosten in Form von steigenden Transaktionskosten des wirtschaftlichen Handelns. Vielmehr führt der in aller Regel unterschiedliche Anstieg der Preise im Zuge einer Inflation zu relativen Preisverzerrungen und einer damit verbundenen Fehlallokation knapper Ressourcen. Unter beiden Ausprägungen einer Entwertung des Geldes leidet die Effizienz von Tauschprozessen auf Märkten, denen durch geldpolitische Maßnahmen entgegengewirkt werden soll. Die Notwendigkeit zu staatlichen Markteingriffen im Fall konjunktureller Krisen lässt sich demgegenüber vor allem mit einer damit einhergehenden Unterbeschäftigung des Produktionsfaktors Arbeit begründen, die entweder das Ergebnis zu hoher Löhne oder einer zu geringen gesamtwirtschaftlichen Nachfrage ist. In dem Maße, wie dabei nicht allein durch privatwirtschaftliche Entscheidungen eine konjunkturelle Trendwende herbeigeführt werden kann, bedarf es – so die herkömmliche Argumentation – staatlicher Maßnahmen zur Konjunkturstabilisierung, wobei neben wettbewerbs- und strukturpolitischen Maßnahmen der Staat vor allem mittels seiner Fiskalpolitik (Steuern, Ausgaben, Verschuldung) die gesamtwirtschaftliche Nachfrage beeinflussen kann.¹²²

Auch hier – wie schon in den Kapiteln zuvor – stellt sich wiederum die Frage, welchen Erkenntnisgewinn verhaltensökonomische Untersuchungen bezogen auf die Themenfelder „Geldwert“ und „Arbeitslosigkeit“ aufweisen, die entweder in Ergänzung zu traditionellen Argumenten zusätzliche Rechtfertigungsgründe für die Notwendigkeit staatlichen Handelns liefern oder die zu einer Korrektur traditioneller ökonomischer Gründe für stabilitätspolitische Interventionen in das Marktgeschehen veranlassen. Die verhaltenswissenschaftliche Auseinandersetzung mit beiden Themenfeldern – Geld wie Arbeitslosigkeit – reicht dabei weit zurück. So hat bekanntermaßen bereits Keynes (1936, 2009) in seiner Analyse des Problems konjunktureller Unterbeschäftigung und den sich daraus ergebenden wirtschaftspolitischen Implikationen auf die Rele-

¹²¹ Siehe stellvertretend Klump (2006; S. 108ff. und S. 137ff.).

¹²² Siehe hierzu ausführlich Zimmermann et al. (2012; S. 385ff.). Siehe zum Einfluss von Geld- und Fiskalpolitik auf die gesamtwirtschaftliche Nachfrage ebenso die Ausführungen in Mankiw/Taylor (2012; S. 939ff.).

vanz verhaltenspsychologischer Faktoren verwiesen.¹²³ Hinsichtlich der Bedeutung und Funktionen des Geldes liefert in ähnlicher Weise auch Schmölders (1966) in seiner „Psychologie des Geldes“ schon früh eine verhaltenswissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Gegenstandsbereich, die über die herkömmliche ökonomische Betrachtung von Geld als bloßes Mittel zur Realisierung wirtschaftlicher Transaktionen hinausreicht. Neuere verhaltensökonomische Untersuchungen enthalten weitere Analyseergebnisse, die mit Blick auf die Rechtfertigungsdiskussion staatlichen Handelns von Bedeutung sind und auf die daher nachfolgend näher eingegangen wird.

4.1

Geld und Finanzmärkte aus psychologischer Sicht – Eigenwert des Geldes, wahrgenommene Inflation und Finanzmarktregulierung

Es zählt zu den Kernaussagen der traditionellen Ökonomie, dass Geld über keinen Eigenwert verfügt. Einen Wert gewinnt Geld nur dadurch, dass es bestimmte Funktionen erfüllt. Hierzu ist – folgt man Klump (2006; S. 109) – zum einen die Tauschmittelfunktion zu rechnen, welche im Vergleich zum reinen Naturaltausch die Abwicklung von Tauschprozessen auf Märkten erheblich erleichtert. Zum anderen stellt Geld eine Recheneinheit dar, mit deren Hilfe die Preise von Gütern ausgedrückt und damit vergleichsweise einfach miteinander verglichen werden können. Schließlich dient Geld als Wertaufbewahrungsmittel, so dass neben gegenwärtigen auch zukünftige Transaktionen sichergestellt sind, um auf diese Weise „die Effizienz des intertemporalen Tauschs“ zu erhöhen (ebenda).

4.1.1

Subjektive Bedeutung des Geldes und seine Auswirkungen

Aus psychologischer Sicht lässt sich Geld jedoch nicht allein auf seine ökonomischen Funktionen begrenzen. Neben dem Ausdruck von gegenwärtiger wie zukünftiger Kaufkraft gilt Geld zudem als Symbol für individuellen Erfolg, Macht und Unabhängigkeit ebenso wie für soziale Anerkennung und Anse-

¹²³ So verweist Keynes (1936, 2009; S. 131) hier unter anderen auf die Situationsbewertungen von Marktteilnehmern, die „auf der Massenpsychologie einer großen Zahl unwissender Menschen“ beruhen und die „heftigen Schwankungen [...] als Folge einer plötzlichen Meinungsänderung“ ausgesetzt sein können. Als Ergebnis „wird der Markt Wellen von Optimismus und Pessimismus ausgesetzt sein, die unvernünftig und doch in einem Sinne gerechtfertigt sind, wenn keine soliden Grundlagen für eine vernünftige Berechnung bestehen“ (ebenda). Vor allem die von Keynes (1936, 2009; S. 137) wiederholt betonte Bedeutung jener „animalischen Instinkte“ (animal spirits) ist es, die nach Akerlof und Shiller (2009; S. 10) auf ein weit gefasstes Verhaltensmodell verweist, das – vergleichbar dem dualen Handlungsmodell der Verhaltensökonomik – neben der Option des rationalen Handelns auch „irrationale“ Facetten des menschlichen Verhaltens in die Betrachtung mit einbezieht..

hen.¹²⁴ Aus historischer Perspektive können dabei die *gesellschaftliche Status- und Signalfunktion* des Geldes als den ökonomischen Funktionen vorgelagert gelten, worauf schon früh Polanyi (1957), Schmölders (1966) oder auch Pryor (1977) in ihren finanzpsychologischen Untersuchungen hingewiesen haben. In diesem Sinne betonen auch Belk (1988) und Dittmar (1992) den identitätsstiftenden Charakter des Geldes, welches bezogen auf seinen Gebrauch oder auch seinen Besitz als eine äußere Ausdrucksform des jeweiligen Selbst interpretiert wird. Eine Bestätigung erfährt diese Sichtweise in der Untersuchung von Furnham (1984) zur psychologischen Bedeutung des Geldes. Danach erleben die befragten Probanden Geld als Ausdruck von Macht und individuellem Leistungsvermögen, als ein Mittel zur Realisierung von Sicherheit ebenso wie ein Instrument zur Gewinnung sozialer Zuneigung.¹²⁵ Auch kann Geld die Akteure zu übertriebener Sparsamkeit, Geiz sowie einem stark ausgeprägten Kontrollbedürfnis verleiten, wobei – folgt man Yamauchi und Templer (1982) – die jeweilige subjektive Bedeutung des Geldes (Sicherheit, Besessenheit, Macht und Prestige) durchaus von Person zu Person variieren kann.¹²⁶

Untersuchungsergebnisse der sogenannten Neuroökonomik als einem Teilgebiet der Verhaltensökonomien deuten jenseits dessen darauf hin, dass Geld – abweichend von der herkömmlichen ökonomischen Annahme – aus Sicht der Akteure sehr wohl über einen Eigenwert verfügen kann, der sich nicht bereits darin erschöpft, was man gegenwärtig oder auch zukünftig mit dem verfügbaren Geld kaufen kann. Folgt man Beck (2014; S. 325), zeigen neurologische Befunde, dass „Geld in unserem Kopf die gleichen Gehirnaktivitäten aus[löst] wie Essen, Kokain oder Sportwagen“. Danach stiftet bereits der bloße Besitz von Geld einen Nutzen, unabhängig davon, wie es aktuell oder später verwendet wird.¹²⁷ Bei der Neuroökonomik handelt es sich um einen vergleichsweise jungen Zweig der verhaltenswissenschaftlichen Forschung, in deren Mittelpunkt die Analyse der psychologischen und physiologischen Grundlagen

¹²⁴ Siehe für einen Überblick zu den psychologischen Funktionen des Geldes etwa Wiswede (2012; S. 159ff.) oder auch Kirchler (2011; S. 636ff.).

¹²⁵ Wiswede (2012; S. 161) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass in „einer Gesellschaft, in der Geld weitgehend ‚Erfolg‘ symbolisiert, [...] auch der Erfolgsorientierte versuchen [wird], seine Leistung an der Messlatte ‚Geld‘ einzustufen, Geld bietet daher den gemeinsamen Nenner eines sozialen Vergleichsniveaus“. Siehe darüber hinaus zur Verbindung zwischen Geld und Macht ebenso Lindgren (1991).

¹²⁶ So lassen sich unter anderen auch geschlechtsspezifische Unterschiede der Bedeutung des Geldes feststellen. Während für Männer Geld vor allem Ausdruck von Macht und Prestige ist, scheint für Frauen stärker die Erfüllung individueller Konsumbedürfnisse durch den Einsatz von Geld sowie damit assoziierte Neidgefühle im Vordergrund zu stehen. Siehe hierzu auch Meier-Pesti/Kamleitner (2005), Prince (1993) sowie Dittmar (1992).

¹²⁷ Nach Beck (2014; S. 326) ließe sich sicher Befund allerdings auch „dahingehend interpretieren, dass Menschen im Geld den Wert der Güter sehen, den sie damit kaufen können, und dass die Aussicht auf diese Güter Gehirnaktivitäten auslöst, die denen entsprechen, die beim Betrachten der Güter selbst auftreten“.

des individuellen Entscheidungsverhaltens steht. Vorrangig untersucht werden dabei die *biologischen Prozesse* innerhalb des Gehirns, die als Basis sich herausbildender individueller Vorlieben (Präferenzen), der subjektiven Urteilsbildung (Einschätzungen) sowie von spezifischen Verhaltensweisen (Routinen) fungieren.¹²⁸

Mit Blick auf diese biologischen Prozesse lassen sich verschiedene Arten unterscheiden¹²⁹, wobei zum einen zwischen kontrollierten und automatischen Abläufen differenziert wird. Im Fall von kontrollierten Prozessen wird von einem schrittweisen, bewusst reflektierenden Umgang mit Problemen ausgegangen, der jederzeit nachvollziehbar ist und gegenüber Dritten dokumentiert werden kann. Im Unterschied dazu handelt es sich bei automatischen Abläufen um solche, die dem menschlichen Bewusstsein nicht zugänglich sind und damit oft in ihrem Ergebnis nicht nachvollzogen werden können.¹³⁰ Im Regelfall – so die weitere Annahme – erfolgt ein kontrollierter Umgang mit Problemen erst dann, wenn sich Akteure mit neuartigen Aufgaben konfrontiert sehen, die sie nicht mehr ohne weiteres automatisch lösen können.¹³¹ Zum anderen kann zwischen kognitiven und affektiven Prozessen unterschieden werden, von denen wiederum die erstgenannte Kategorie durch Bewusstsein und Rationalität gekennzeichnet ist, während bei der letztgenannten Prozessvariante Emotionen und Gefühle eine verhaltenssteuernde Rolle entfalten. Kombiniert man die verschiedenen Varianten neuronaler Prozesse, erhält man vier Typen von Entscheidungsverhalten, von denen das traditionelle ökonomische Verhaltensmodell lediglich die Variante der „kontrollierten-kognitiven Prozesse“ berücksichtigt. Analytisch ausgeblendet sind demgegenüber „automatische-kognitive“, „kontrollierte-affektive“ sowie „automatische-affektive“ Entscheidungsprozesse.

Wenn Geld – wovon in der Neuroökonomik ausgegangen wird – neben seinem funktionalen Wert als Tauschmittel, Recheneinheit sowie Wertaufbewah-

¹²⁸ Siehe für einen Überblick zum Ansatz der Neuroökonomik etwa Fehr (2006). Siehe hierzu auch die verschiedenen Beiträge in Glimcher et al. (2009) oder auch Priddat (2007). Die im Rahmen der Neuroökonomik zu Anwendung kommenden Untersuchungsmethoden reichen von bildgebenden Verfahren und psychophysischen Messmethoden über die Messung einzelner Neuronen und Hirnschäden bis hin neuropsychologischen Methoden und sogenannten transcranialen magnetischen Stimulationen. Siehe zu den Methoden der Neuroökonomik im Einzelnen die Erläuterungen in Kable (2011) sowie Murawski (2011).

¹²⁹ Siehe zu diesen Differenzierungen auch Camerer et al. (2005) ebenso wie O'Donoghue/Loewenstein (2004).

¹³⁰ Als Beispiel hierfür verweist Beck (2014; S. 319) auf das Phänomen, das Akteure oft nicht sagen können, warum sie „ein Gesicht als attraktiv empfinden oder nicht“.

¹³¹ Dies deckt sich mit der psychologischen Vorstellung vom dualen Verhaltensmodell, die in der Einleitung zum vorliegenden Beitrag erläutert wurde und bei der – folgt man Kahneman (2011; S. 28) – zwischen einem intuitiv-automatischen und einem reflexiv-rationalen „Entscheidungs-system“ unterschieden wird.

rungsmittel darüber hinaus auch einen *Eigenwert* besitzt, dann könnte dessen Verausgabung aus Sicht der Akteure automatisch zu affektiven Reaktionen in Form eines subjektiven Schmerzempfindens führen. Folgt man Beck (2014; S. 326), würde dies unter anderen erklären, warum Menschen beispielsweise „Pauschalgebühren (flat rates) Einzelabrechnungen vorziehen. Auch ließe sich die Verwendung von Ersatzgeld (Chips im Casino, Clubgeld im Urlaub) mit dieser Idee rechtfertigen – gibt man dieses Geld aus, so fühlt es sich nicht an wie der Verlust von echtem Geld“. Letzteres könnte dann auch als eine mögliche Lösung angesehen werden, um der von Kahneman und Tversky (1984) aus kognitionspsychologischer Sicht hervorgehobenen Verlustaversion zu begegnen, die dem Geld ausgeben ansonsten im Wege stehen könnte. Auch wenn es sich hierbei um einen interessanten psycho-neurologischen Effekt handelt, der sich unter bestimmten Umständen konjunkturpolitisch nutzen ließe, um beispielsweise die Nachfragewirksamkeit staatlicher Sozialtransfers auf Seiten der privaten Empfänger durch den Einsatz von Gutscheinen anstelle von monetären Transferleistungen zu erhöhen, bleibt dessen geldpolitische Bedeutung allerdings unklar. Eine zusätzliche Rechtfertigung staatlicher Markteingriffe unter dem Ziel der Geldwertstabilisierung lässt sich daraus zumindest nicht ableiten.

Dies gilt in gleicher Weise für die weiteren Untersuchungsergebnisse der Neuroökonomik, soweit diese sich mit der Verhaltensrelevanz von Geld beschäftigen. So kommen etwa Vohs et al. (2006) in ihren Verhaltensexperimenten zu dem Ergebnis, dass der Anblick von Geld bei den Akteuren marktkonforme Denkschemata hervorruft. Dies umfasst nicht allein eine stärkere Beachtung von finanziellen Anreizen sowie eine vermehrte Orientierung am Konzept der Leistungsgerechtigkeit. Vielmehr wird zudem mehr Wert auf *soziale Distanz* gelegt, was sowohl mit einer geringeren Hilfsbedürftigkeit als auch einer reduzierten Hilfsbereitschaft einhergeht. Auch gingen die Versuchspersonen dazu über, vermehrt in ökonomischen Kategorien („Handel“, „Geschäft“, „Gewinn“) zu denken.¹³² Des Weiteren weisen Kouchaki et al. (2013) in ihrer Untersuchung zum Zusammenhang von Geld und moralischen Einstellungsmustern nach, dass allein schon der Gedanken an das monetäre Zahlungsmittel die Bereitschaft zu einem unmoralischen bzw. unethischen Verhalten fördert.¹³³

Die bislang referierten Ergebnisse legen die Schlussfolgerung nahe, dass bereits die optische Verfügbarkeit von Geld (und nicht erst dessen Besitz) bei den Akteuren automatisch entweder spezifische Heuristiken oder bestimmte affektive Reaktionen hervorruft, die sich einem kontrolliert-kognitiven Umgang im

¹³² Siehe hierzu ebenso die Untersuchungsergebnisse in Vohs et al. (2008).

¹³³ Nach Beck (2014; S. 326) findet dieses Ergebnis auch in anderen verhaltenswissenschaftlichen Studien eine Bestätigung: „Allein der Anblick eines Geldstapels führt dazu, dass Menschen bei Experimenten im Labor stärker dazu neigen, zu mogeln“.

Sinne eines vollständig rationalen Verhaltens entziehen. Dies wird in der Tendenz auch durch solche Untersuchungen bestätigt, die wie etwa Zhou et al. (2009) oder auch Lelieved et al. (2013) zu dem Ergebnis kommen, dass Ereignisse wie Schmerz oder soziale Ausgrenzung nicht nur das individuelle Bedürfnis nach Geld steigern. Vielmehr konnte ebenso nachgewiesen werden, dass bereits der Gedanke an Geld auch umgekehrt in der Lage ist, ein gegebenes Schmerzempfinden abzumildern.¹³⁴

Betrachtet man diese weiteren Untersuchungsergebnisse der Neuroökonomik vor dem Hintergrund einer ökonomischen Rechtfertigung staatlicher Markteingriffe, sind jedoch auch in diesem Fall die daraus abzuleitenden geldpolitischen Schlussfolgerungen unklar. Lediglich die aus Ultimatumspielen gewonnenen Einsichten bezogen auf individuelle Fairnesseinschätzungen und emotionale Reaktionen könnten auch für die Geldpolitik von Bedeutung sein. So konnten Sanfey et al. (2003) in einem Verhaltensexperiment nachweisen, dass die Aktivierung unterschiedlicher Hirnregionen und die sich daran anschließenden Verhaltensreaktionen nicht nur von der Höhe der transferierten Geldbeträge, sondern auch vom Verwendungskontext abhängig sind. Danach führten unfaire Geldangebote bei den Versuchspersonen dazu, dass die darauf folgenden Entscheidungen verstärkt emotionaler Natur waren. D.h. subjektiv als ungerecht wahrgenommene Angebote aktivieren vorrangig die emotionalen Entscheidungszentren des Gehirns und lassen die Wahrscheinlichkeit ansteigen, dass es zu einer negativen Bewertung bzw. Ablehnung des Angebots kommt (Reaktanz). Bezogen auf die Geldpolitik ließe sich daraus schlussfolgern, dass – wie etwa im Fall der Hilfsmaßnahmen der Europäischen Zentralbank für die südeuropäischen Mitgliedstaaten der Europäischen Währungsunion im Rahmen der jüngsten Euro-Krise – eine in Teilen der deutschen Bevölkerung als unfair eingestufte Rettungspolitik zu emotionalen Widerstandsreaktionen führen kann, welche die Legitimation der gemeinsamen Geldpolitik in Frage stellen.

4.1.2

Tatsächliche und wahrgenommene Inflation

Ein im Kontext der Geldpolitik in der jüngeren Vergangenheit ebenfalls viel diskutierter Sachverhalt ist die aus verhaltensökonomischer Sicht vorzunehmende Unterscheidung zwischen tatsächlicher und wahrgenommener Inflation.¹³⁵ Wenn subjektiv wahrgenommene und statistisch gemessene Inflati-

¹³⁴ In ihrer Studie zeigen Zaleskiewicz et al. (2013) darüber hinaus, dass die mentale Präsenz von Geld dazu führen kann, die Angst vor dem Tod zu reduzieren.

¹³⁵ Aus psychologischer Sicht unterliegt nicht Inflation (d.h. die Veränderung des Geldwertes), sondern auch das Geld selbst subjektiven Wahrnehmungseffekten. So zeigen etwa Webley et al. (1983), dass Münzgeld generell eine geringere subjektive Wertschätzung als Notengeld erfährt. Furnham (1983) ermittelte wiederum, dass in ihrem Design neu gestaltete Banknoten im Vergleich zu den bisherigen Banknoten als kleiner empfunden wurden. Eben-

onsraten auf Dauer auseinanderfallen, dann kann diese Diskrepanz – zusätzlich zu einer Kritik an der amtlichen Statistik und deren Messung der Preisentwicklung – nach Hoffmann et al. (2005; S. 706) „das Vertrauen in die Stabilitätsorientierung der Geldpolitik untergraben und zu Fehlallokationen führen“.¹³⁶ Eine *verzerrte Inflationswahrnehmung* kann aber auch zu einem ökonomisch irrationalen Entscheidungsverhalten führen, wie dies bereits in den frühen Studien von Katona (1951) und Schmolders (1966) betont wurde. Es wird dabei zwischen einer schleichenden Teuerung (creeping inflation) und einer galoppierenden Geldentwertung (runaway inflation) differenziert, für die unterschiedliche Verhaltenseffekte gelten sollen. So kann der sogenannte Creeping-Effekt zu einer falschen Realitätswahrnehmung in dem Sinne führen, dass die tatsächliche Teuerung weitgehend unbemerkt bleibt und das inflationsbedingt steigende Nominaleinkommen fehlerhaft mit einem gestiegenen Realeinkommen gleichgesetzt wird, was aus psychologischer Sicht eine Form von Geldillusion darstellt.¹³⁷

Verhaltensökonomisch von größerem Interesse war und ist allerdings der Sachverhalt, dass Akteure im Fall einer stark steigenden Inflation (Runaway-Effekt) und eines daraus resultierenden Negativzinses – entgegen den An-

falls bezogen auf ein neu in Umlauf gebrachtes Geld stellen Lea et al. (1987) zudem fest, dass vor allem ältere Personen durch eine generelle Abneigung „gegen neues Geld“ gekennzeichnet sind. Darüber hinaus zeigt Lea (1981) in einer weiteren empirischen Untersuchung, dass sich eine inflationsbedingte Geldentwertung auch auf die wahrgenommene Größe von Geldmünzen auswirken kann. Danach wurden die betrachteten Münzen als umso kleiner wahrgenommen, je ausgeprägter die Inflation war. Zum gleichen Ergebnis kommen auch Leiser/Izak (1987), d.h. in Zeiten hoher Inflation wird die tatsächliche Größe von Geldmünzen signifikant unterschätzt. Die Untersuchung zeigte zudem, dass der Wertschwund, der sich in der verzerrten Größenschätzung dokumentierte, nicht der Inflation als solcher geschuldet war. Vielmehr wurde deutlich, dass mit der Inflation bei den Untersuchungsteilnehmern ein Vertrauensverlust in Wirtschaft und Währung verbunden war. Der Vertrauensverlust konnte auch durch einen Währungswechsel nicht wieder rückgängig gemacht werden, was dadurch zum Ausdruck kam, dass auch die Größenschätzung der neuen Geldmünzen unterhalb von deren tatsächlicher Größe lag. Der Einfluss der wahrgenommenen Inflation auf den subjektiven Wert des Geldes wurde schließlich von Ostazewsky et al. (1998) anhand von in unterschiedlicher Währung erfolgenden monetären Belohnungen untersucht. Dabei zeigte sich, dass – trotz eines objektiv gleichen Geldwertes – diejenige monetäre Gratifikation in ihrem subjektiven Wert als geringer eingestuft wurde, die in einer Währung erfolgte, mit der die Untersuchungsteilnehmer eine hohe Inflation assoziierten. Bestanden demgegenüber keine Inflationsassoziationen im Hinblick auf eine Währung, kam es zu keinen Unterschieden in der subjektiven Wertschätzung der gewährten Belohnungen.

¹³⁶ In diesem Zusammenhang stellt Hinze (2006; S. 125) darüber hinaus fest: „Ging es früher eher darum, eine gewisse Überzeichnung des Preisanstiegs durch die Preisstatistik zu korrigieren, drehte sich in der jüngeren Vergangenheit die Diskussion um Diskrepanzen zwischen höherer gefühlter und tatsächlicher Inflation und um adäquate Messkonzepte von Inflationswahrnehmung“.

¹³⁷ Siehe zum Phänomen der Geldillusion schon früh Fisher (1928) oder auch Patinkin (1965).

nahmen des neoklassischen Verhaltensmodells – anstelle der Konsumquote ihre Sparquote erhöhen. Strümpel und Katona (1983) interpretieren dieses Verhalten damit, dass hohe Inflationsraten zu einer Verunsicherung der Bevölkerung führen, in deren Folge das gesamte Wirtschaftsgeschehen als besonders problematisch angesehen wird. Als Reaktion auf diese Krisensituation erfolge ein verstärktes Sicherheitssparen, um auf noch schlechtere Zeiten vorbereitet zu sein. Hierzu vorliegende empirische Untersuchungen deuten allerdings darauf hin, dass ein solches Sicherheitssparen erst dann praktiziert wird, wenn in Abhängigkeit von individuellen Inflationserfahrungen und Zukunftserwartungen bestimmte Schwellenwerte der Verunsicherung erreicht sind.¹³⁸ Ein solch vermehrtes Sparverhalten und ein damit verbundener Rückgang der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage wirkt – auch ohne Ergänzung durch eine aktive staatliche Stabilisierungspolitik – aufgrund seiner konjunkturdämpfenden Wirkung wie ein automatischer Stabilisator, soweit bestehende inflationäre Tendenzen das Ergebnis eines wirtschaftlichen Booms sind.

Neben den Auswirkungen auf das Konsum- und Sparverhalten stellt sich aus verhaltensökonomischer Sicht zudem die Frage, in wieweit sich die Inflationsrate auf die Lebenszufriedenheit von Akteuren auswirkt. Eine Antwort auf diese Frage findet sich wiederum in Untersuchungen der ökonomischen Glücksforschung.¹³⁹ Wenn hohe Teuerungsraten zusätzlich zu den gesamtwirtschaftlich negativen Auswirkungen zudem auch das *individuelle Glückempfinden* negativ beeinträchtigen, wäre dies ein weiterer Legitimationsgrund für eine staatliche Politik der Geldwertstabilität. Die bislang vorliegenden Untersuchungen – wie etwa jene von Di Tella et al. (2003) oder auch Alesina et al. (2004) – kommen diesbezüglich zu einem eindeutigen Ergebnis: Danach besteht ein signifikant negativer Zusammenhang zwischen Inflationsrate und Lebenszufriedenheit. Dabei zeigt die für die USA erstellte Studie von Di Tella et al. (2001), dass – unter der Bedingung einer kompensatorischen Einkommensvariation – zum Ausgleich einer um ein Prozent steigenden Inflationsrate ein Betrag in Höhe von durchschnittlich 70 Dollar gezahlt werden müsste. Eine im Zuge staatlicher Geldpolitik praktizierte Deflationspolitik zur Eindämmung hoher Inflationsraten stellt unter Berücksichtigung dieses Untersuchungsergebnisses einen Beitrag zur Steigerung der individuellen Lebenszufriedenheit dar. Statistisch gemessene Inflation und von Wirtschaftssubjekten empfundene Teuerungsraten müssen nicht zwangsläufig in ihrem Wert übereinstimmen.

¹³⁸ Siehe hierzu etwa die Untersuchungen von Blomquist (1983) oder auch Wärneryd/Walerud (1982). Bezüglich der kognitiven Einstellungsmuster zu Ursachen und Folgewirkungen von Inflation siehe zudem Leiser und Drori (2005). Zum Sachverhalt, dass Inflationserwartungen auch im Sinne sich selbst erfüllender Prophezeiungen wirken können, siehe des Weiteren Svenson/Nilson (1983). Empirische Nachweise für das Auseinanderfallen von tatsächlicher und wahrgenommener Inflation finden sich darüber hinaus bei Gabor/Granger (1961), Gabor/Granger (1964) sowie Bates/Gabor (1986).

¹³⁹ Siehe hierzu den Überblick bei Weimann et al. (2012; S. 70f.).

Eine Reaktion auf die Unterscheidung zwischen tatsächlicher und *subjektiv empfundener Inflation* stellt der von Brachinger (2005a) im Nachgang zur Euro-Einführung entwickelte Index der wahrgenommenen Inflation (IWI) dar, mit dessen Hilfe entsprechende Diskrepanzen systematisch erfasst werden sollen und demzufolge beispielsweise im Jahr 2005 die gefühlte Inflation allein in Deutschland viermal so hoch war wie die amtlich gemessene Inflationsrate.¹⁴⁰ Die Konstruktion dieses Index beruht auf vier Annahmen, die wiederum in Anlehnung an die von Kahneman und Tversky (1991) entwickelte Prospect-Theorie des Entscheidens formuliert wurden. Danach resultiert das Preisempfinden der Verbraucher aus einem Vergleich der aktuellen Preise mit bestimmten Referenzpreisen (Ankereffekt), was im Fall der Euro-Bargeldeinführung und mit Blick auf Deutschland zu einer Verwendung der vormaligen DM-Preise als individuellen Referenzpreisen geführt hat. Höhere Preisforderungen werden dabei subjektiv als Verluste und niedrigere Preisforderungen als Gewinne wahrgenommen. Aufgrund der Verlustaversion werden des Weiteren höhere Preise stärker gewichtet als rückläufige oder unverändert gebliebene Preise.¹⁴¹ Schließlich wird davon ausgegangen, dass die individuelle Preiswahrnehmung von der Kaufhäufigkeit beeinflusst wird, d.h. je häufiger ein Produkt gekauft wird, desto stärker schlagen sich die Preisveränderungen in der Inflationswahrnehmung der Verbraucher nieder.¹⁴²

¹⁴⁰ Siehe zu diesem Messergebnis Hinze (2005; S. 800), für den der Index der wahrgenommenen Inflation den Versuch „einer Quantifizierung subjektiver, teils eingeschränkter Inflationswahrnehmungen“ darstellt. Siehe hierzu auch die Ausführungen in Brachinger (2005b) sowie Brachinger (2005c). Die Euro-Bargeldeinführung und die damit verbundene Umstellung der Preise hatte deswegen eine besondere Bedeutung mit Blick auf den Zusammenhang zwischen Inflationswahrnehmung und tatsächlicher Inflation gewonnen, da die meisten Experten die durchschnittliche Preiswirkung dieser Umstellung als gering einstufen, während die Verbraucher – nicht zuletzt aufgrund von einzelnen kräftigen Preiserhöhungen, die in den öffentlichen Medien besonders hervorgehoben wurden – mehrheitlich die Einschätzung teilten, dass die Euro-Umstellung überwiegend zu Preiserhöhungen geführt hat.

¹⁴¹ In der Berechnung des Index für die wahrgenommene Inflation (IWI) werden von Brachinger (2005a, S. 1008ff.) für den Verlustaversionsparameter unterschiedliche Werte angenommen, wobei neben dem Wert 2 alternativ auch Berechnungen des IWI für die Werte 1,5 und 2,5 durchgeführt werden. Je höher der gewählte Parameterwert ist, desto stärker weicht die wahrgenommene von der auf herkömmliche Weise gemessenen Inflationsrate ab. Siehe für den empirischen Nachweis einer diskrepanten Wahrnehmung von Verlusten und Gewinnen um die genannten Faktoren die Studien von Hardie et al. (1993) oder Fluch/Stix (2005).

¹⁴² Dies führt dazu, dass im Vergleich zum Preisindex für die Lebenshaltungskosten, der von der amtlichen Statistik zur Inflationsmessung üblicherweise eingesetzt wird, nach Hinze (2006; S. 127) „die zehn am häufigsten gekauften Güter – und damit die Güter mit dem größten Gewicht im Index der wahrgenommenen Inflation – zusammen ein Häufigkeitsgewicht von knapp 25 %, aber nur einen Ausgabenanteil von gut 5 % haben. Auf der anderen Seite haben die zehn gewichtigsten Güter im Verbraucherpreisindex ein Ausgabengewicht von beinahe 40 %, aber nur ein Häufigkeitsgewicht von 7 %“. Die von Vogel et al. (2009) untersuchte Wahrnehmung der Inflationsraten in den Mitgliedstaaten der Euro-Währungsunion kam zu dem Ergebnis, dass zum Zeitpunkt der Währungsumstellung jene Produkte,

Die genannten Annahmen, die der Berechnung des Index der wahrgenommenen Inflation zugrunde liegen, sind in der Literatur jedoch wiederholt kritisiert worden.¹⁴³ Hierbei wird zum einen bemängelt, dass die unterstellte Verlustaversion regelmäßig zu einer Überschätzung des Preisanstiegs von Periode zu Periode führt und dies selbst dann noch, wenn sich Preisanhebungen und Preissenkungen vollständig kompensieren würden. Realistischer erscheint hier die Annahme, dass zumindest im Fall von zusammenhängenden Käufen (z.B. billiger gewordener Kaffee bei gleichzeitig teurer gewordenem Kuchen) seitens der Verbraucher auch auf die Kaufsumme geachtet wird. Zum anderen wird kritisiert, dass die individuelle Merklichkeit von „kleinen“ Preisänderungen geringer ausfallen dürfte als die von „großen“ Preisänderungen, da die erstgenannte Variation eine geringere Budgetwirksamkeit aufweist und es – folgt man Hoffmann et al. (2005; S. 708) – „deshalb rational ist, sie bei positiven Informationskosten nicht zu beachten“. Des Weiteren wird in Frage gestellt, ob allein eine Häufigkeitsgewichtung ausreicht, um die subjektive Preiswahrnehmung der Verbraucher hinreichend zu verstehen. So dürften viele Verbraucher – so das Argument – auch bei unregelmäßig stattfindenden Käufen vergleichsweise gut über die Preisentwicklung informiert sein. Schließlich wird unter Verweis auf einsetzende Gewöhnungseffekte und damit entgegen eines längerfristig wirksamen Ankereffekts als realistischer eingestuft, dass es laut Kirchler (2011; S. 689) bereits kurzfristig „zu einer Anpassung der mentalen Währungsskalierung kommt und dadurch ein Gefühl für Euro-Preise entwickelt wird“.¹⁴⁴

Jenseits dieser Kritik zeigen die vorliegenden Messergebnisse für die Inflationswahrnehmung der privaten Haushalte innerhalb des Euro-Währungsraums, wie diese monatlich im Rahmen einer Verbraucherumfrage der EU-Kommission erhoben werden, dass es über die Zeit sehr wohl wiederholt zu Diskrepanzen zwischen der amtlich gemessenen Inflationsrate und dem individuellen Preisempfinden der Verbraucher kommen kann.¹⁴⁵ Als Begründung für diese Diskrepanzen wird allerdings – abweichend von Kaufhäufigkeit und

die im Preis stiegen, von den Konsumenten tatsächlich auch stärker gewichtet wurden als jene Produkte, deren Preise unverändert blieben oder sogar zurückgingen.

¹⁴³ Für eine Kritik am Index der wahrgenommenen Inflation siehe stellvertretend Hinze (2006; S. 126ff.), Hoffmann et al. (2005; S. 707ff.) oder auch Hoffmann et al. (2006; S. 143ff.).

¹⁴⁴ So zeigen etwa Mussweiler/Englich (2004) für Deutschland, dass bereits im Sommer 2002 individuelle Preisschätzungen nachgewiesen werden können, die unabhängig von externen Ankern erfolgt sind. Siehe hierzu auch Mussweiler/Englich (2003). Siehe zu vergleichbaren Ergebnissen ebenso die Untersuchungen von Marques/Dehaene (2004) für Österreich sowie Jonas (2003) und Jonas et al. (2002) für Deutschland. Folgt man diesen Untersuchungen, verschwand die Einschätzung von Euro-Preisen in Orientierung an DM-Preisen bzw. Schilling-Preisen bereits innerhalb des ersten Jahres der Euro-Bargeldeinführung.

¹⁴⁵ Für Deutschland erfolgt die Erhebung durch die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), bei der 2000 repräsentativ ausgewählte private Haushalte entsprechend befragt werden.

Verlustaversion – vorrangig auf andere psychologische Einflussfaktoren verwiesen. Folgt man Fischer et al. (2002), führt die Einführung einer neuen Währung (wie etwa dem Euro) zu einer *verstärkten Preissensibilisierung*. Dabei verfolgen die Konsumenten nicht selten erstmals mit Aufmerksamkeit die Preise, auf deren Entwicklung ansonsten nicht oder nur in geringem Maße geachtet wird. Erfolgt die Merklichkeit der Preise nur selektiv und wird diese durch eine entsprechende Darstellung in den Medien noch verstärkt, sind in aller Regel pauschale und generalisierende Urteile die Folge.¹⁴⁶ Zu einer subjektiv ausgeprägten Inflationswahrnehmung kommt es nach Rotemberg (2004) aber auch in diesem Fall nur dann, wenn gegebene Preisanhebungen als unberechtigt und damit als „unfair“ empfunden werden. Ärgern sich die Verbraucher über solche aus ihrer Sicht unberechtigten Preiserhöhungen, kann davon ausgegangen werden, dass sich dies auch negativ in deren Preisgefühl niederschlägt. Umgekehrt werden Preisanstiege immer dann mehrheitlich akzeptiert, wenn die Verbraucher diese Erhöhungen ursächlich auf gestiegene Kosten zurückführen können. Für diesen Fall stimmen aus subjektiver Sicht Leistung (hier: der höhere Preis) und Gegenleistung (hier: die gestiegenen Kosten) überein.

Speziell mit Blick auf die Euro-Bargeldeinführung wurde darüber hinaus von Traut-Mattausch (2004) im Rahmen von Verhaltensexperimenten gezeigt, dass die Verbraucher oftmals gar keine Vergleichspreise mental verfügbar hatten und sie zudem – wenn dennoch ein solcher Referenzpreis vorlag – sie nicht selten Umrechnungs- bzw. Einschätzungsfehler begingen, die lediglich selektiv korrigiert wurden.¹⁴⁷ So akzeptierten die Versuchspersonen errechnete Preisanhebungen – egal, ob diese richtig oder falsch waren – in aller Regel vorbehaltlos, während sie Preissenkungen signifikant häufiger einer kritischen Überprüfung unterzogen. Der Grund für dieses asymmetrische Verhalten wird darin gesehen, dass die Akteure von vornherein Preiserhöhungen im Zusammenhang mit der Euro-Bargeldeinführung erwarteten, was zu einer selektiven Informationsverarbeitung geführt hat (confirmation bias). In ihrer Untersuchung des Eurobarometers von 1992-2000 kommen Banducci et al. (2003) zu einem ähnlichen Ergebnis. Danach zeigte sich bei jenen Bürgern eine negative Einstellung zur Euro-Bargeldeinführung, die auch der EU als solcher kritisch gegenüber standen. Die Einstellung zum Euro wurde – folgt man Kaltenthaler und Anderson (2001) – zudem durch die nationale Wirtschaftslage sowie die Akzeptanz der nationalen Regierung bestimmt.

¹⁴⁶ In diesem Zusammenhang spricht Wiswede (2012; S. 163) auch von einer erhöhten „Preissalienz“ bzw. einer „verstärkten Preisaufmerksamkeit“.

¹⁴⁷ Für den Nachweis einer selektiven Fehlerkorrektur siehe auch Traut-Mattausch et al. (2007), die zeigen, dass Rechenfehler, welche die eigenen Erwartungen stützen, systematisch weniger entdeckt werden, als solche Fehler, die sich nicht mit der eigenen Erwartung decken.

Darüber hinaus konnten Greitemeyer et al. (2002) im Rahmen von Verhaltensexperimenten zeigen, dass die Erwartung von Preissteigerungen aufgrund der Euro-Einführung auch zur Wahrnehmung höherer Preise führte. Dieser Einfluss der individuellen Erwartung auf die subjektive Preiswahrnehmung konnte umso deutlicher nachgewiesen werden, je stärker die Erwartungen manipuliert wurden. So zeigen Greitemeyer et al. (2005), dass die induzierte Erwartung steigender Preise auch zu einer verstärkten Wahrnehmung gestiegener Preise führte, auch wenn das tatsächliche Preisniveau unverändert blieb. Wurde demgegenüber eine Erwartung gleichbleibender Preise erzeugt, kam es zu einer Unterschätzung der tatsächlichen Preissteigerung. Zu einem vergleichbaren Ergebnis kommen die Untersuchungen von Mandl (2000) sowie der European Opinion Research Group (2002), die ebenfalls einen engen Zusammenhang zwischen Inflationserwartung und der Wahrnehmung steigender Lebenshaltungskosten aufzeigen. Anhand einer Schätzung von Produktpreisen in DM und Euro untersuchten wiederum Jonas et al. (2002), inwiefern die wahrgenommene Teuerung dem Euro zugerechnet wird mit dem Ergebnis, dass die Euro-Preise real höher als die DM-Preise waren. Eine Bestätigung dieses Ergebnisses findet sich bei Traut-Mattausch et al. (2004), die anhand des Vergleichs von Speisekarten mit Euro- und DM-Preisen zeigen konnten, dass erstere als generell höher wahrgenommen wurden. Diese Wahrnehmungsverzerrung führt nach Greitemeyer et al. (2008) nicht nur insofern zu einem unterschiedlichen Konsumverhalten, wie beim Vorliegen von DM-Speisekarten sowohl mehr als auch teurere Speisen nachgefragt wurden. Darüber hinaus konnte festgestellt werden, dass diese Wahrnehmungsverzerrung – folgt man Hoffmann et al. (2006) oder auch Kamleitner et al. (2004) – sich in ihrem Auftreten über die Zeit als vergleichsweise stabil erwies.¹⁴⁸

Auch wenn sich aus der Gesamtheit der zurückliegenden Ausführungen zum Phänomen der Diskrepanz zwischen wahrgenommener und tatsächlicher Inflation keine zusätzlichen Rechtfertigungsargumente für eine stabilitätsorientierte Geldpolitik ableiten lassen, sollte dennoch deutlich geworden sein, dass vor dem Hintergrund dieses psychologischen Effektes es zu *Fehlallokationen im Entscheidungsverhalten* der Akteure kommen kann, die im Rahmen der Ausgestaltung geldpolitischer Maßnahmen nicht unberücksichtigt bleiben sollten. Vergleichbar der in der ökonomischen Lehrbuchliteratur breit diskutierten Diskrepanz zwischen erwarteter und effektiver Inflation ist davon auszugehen, dass auch das Auseinanderfallen von wahrgenommener und tatsächlicher

¹⁴⁸ Nach Traut-Mattausch et al. (2004) ist die verzerrte Wahrnehmung der Euro-Inflation zudem davon abhängig, in welchem Umfang kognitive Ressourcen zur Umrechnung von Preisen in vorherige und aktuelle Währung eingesetzt werden: Wurde der Preisumrechnung keine besondere Aufmerksamkeit gewidmet, kam es auch zu keiner Wahrnehmung einer generellen Teuerung durch die Euro-Einführung mit entsprechenden Auswirkungen auf das private Konsumverhalten. Bezüglich der Auswirkungen des „Teuro-Effektes“ auf das Investitionsverhalten siehe zudem Jonas/Frey (2003).

Teuerung zumindest kurzfristig zu makroökonomischen Folgewirkungen führt, die für eine staatliche Stabilitätspolitik von Bedeutung sind.¹⁴⁹ So ist vorstellbar, dass – ähnlich dem Problem der Liquiditätsfalle – eine fehlerhaft als zu hoch wahrgenommene Inflation und eine daraus resultierende Reaktanzen im Kaufverhalten zu einem Rückgang der privaten Nachfrage mit negativen Auswirkungen auf den Konjunkturverlauf führen kann, der durch eine staatliche Informationspolitik sowohl über das Ausmaß der tatsächlichen Inflation als auch die gerechtfertigten Gründen für gegebene Preissteigerungen entgegengewirkt werden könnte.¹⁵⁰

4.1.3

Psychologie der Finanzmärkte und Behavioral Finance

Betrachtet man nicht allein die Geldpolitik, sondern richtet man den Blick zudem auch auf die Finanzmärkte, führen verhaltensökonomische Überlegungen – abweichend von den bislang dargestellten Untersuchungsergebnissen – nicht nur zu marginalen, sondern zu grundlegend anderen Einsichten bezüglich der Notwendigkeit staatlicher Markteingriffe. Verantwortlich für die Einschätzung sind Studien aus dem Bereich der sogenannten Behavioral Finance als einem weiteren Anwendungsfeld der Verhaltensökonomik, die mit ihren Resultaten im Widerspruch stehen zu herkömmlichen Finanzmarkttheorien, denen die *These effizienter Märkte* zugrunde liegt („market efficiency hypothesis“). In dieser traditionellen Sicht der ökonomischen Analyse von Finanzmärkten wird bekanntermaßen unterstellt, dass sämtliche Informationen, die für das Anlageverhalten der Marktteilnehmer von Bedeutung sind, unmittelbar in deren Entscheidungen verarbeitet werden. Dies führt im Ergebnis dazu, dass alle relevanten Informationen stets in den Marktergebnissen Berücksichtigung finden und die Märkte aufgrund dessen effizient funktionieren.¹⁵¹ Eine aus verhaltensökonomischer Sicht weitere Implikation ist, dass Kapital- bzw. Finanzmarktschwankungen nur zufällig entstehen können und damit nicht systematischer Natur sind. Kommt es zudem durch Informationsasymmetrien zeitweilig zu Ineffizienzen im Entscheidungsverhalten einzelner Marktteilnehmer

¹⁴⁹ Siehe hierzu stellvertretend die Ausführungen in Mankiw/Taylor (2012; S. 969ff.) oder auch Blanchard/Illing (2004; S. 239ff.).

¹⁵⁰ Im Zusammenhang mit der Euro-Einführung wurde allerdings auch der gegenteilige Effekt festgestellt. Aufgrund der in fast allen Euro-Ländern – mit Ausnahme von Irland – geringeren Nominalbeträge des Euro im Verhältnis zur vormals nationalen Währung kam es zum Phänomen der Geldillusion, d.h. die Konsumenten gaben bereitwilliger als sonst Geld aus, weil die niedrigeren Geldbeträge dazu verführten, auch niedrigere Preise zu vermuten. Siehe zu diesem auch als „Euroillusion“ bezeichneten Phänomen etwa Shafir et al. (1997), Burgoyne et al. (1999), Gamble et al. (2002), Raaij/Rijen (2003), Ferrari/Loza (2003) oder auch Ranyard et al. (2003).

¹⁵¹ Siehe für diese Sichtweise etwa Schulz-Hardt et al. (2007), Spremann/Gantenbein (2005) sowie – grundlegend – Fama (1970) und Fama (1965). Siehe zur Markt-Effizienz-These zudem Beck (2014; S. 349ff.), Kirchler (2011; S. 587f.) oder auch Vogel (2011; S. 31ff.).

mer, führt Arbitrage zum Ausgleich unvollkommener Information und sorgt mittels entsprechender Lernprozesse zumindest langfristig für effiziente Marktergebnisse im Sinne einer Annäherung an den sogenannten fundamentalen Wert gegebener Anlageoptionen.¹⁵²

Dieser Sichtweise stellt die Behavioral Finance das Konzept irrationaler Finanzmärkte gegenüber, demzufolge die dort anzutreffenden Preisschwankungen ausgeprägter sind, als dies der Effizienz-Markt-These und der ihr zugrunde liegenden Annahme rationaler Akteure entspricht. Diese Einsicht geht auf Shiller (1981) zurück, für den die *Über- und Unterreaktionen* auf Finanzmärkten – gemessen am fundamentalen Wert der Anlageoptionen – zu hoch oder zu niedrig ausfallen.¹⁵³ Als Grund hierfür gelten systematische Fehler im Entscheidungsverhalten der Marktteilnehmer aufgrund von subjektiven Kapazitätsbeschränkungen in der Verarbeitung von Informationen, die auch durch verbesserte Möglichkeiten zur Arbitrage nicht aufgehoben werden können. Danach bestünde die Rolle des Staates mit Blick auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen von Finanzmärkten nicht darin, durch eine expansive Geldpolitik für mehr Liquidität und mittels einer Politik der Deregulierung für zusätzliche unternehmerische Innovationen bei den Finanzmarktinstrumenten zu sorgen. Vielmehr bedarf es demgegenüber einer Politik der verstärkten Finanzmarktregulierung, um die Handlungsmöglichkeiten der Marktteilnehmer zu begrenzen. Ein Beispiel für solche Markteingriffe ist das Verbot von Leerverkäufen oder auch die Einführung einer Finanzmarkttransaktionssteuer zur

¹⁵² Siehe hierzu bereits Friedman (1953), der davon ausgeht, dass systematisch „falsche Preise“ aufgrund eines irrationalen Verhaltens von Marktteilnehmern einen Anreiz für rationale Akteure schafft, die „falschen Preise“ zum eigenen Vorteil auszunutzen, was im Ergebnis zu einer effizienzorientierten Preiskorrektur führt.

¹⁵³ Siehe zu dieser Einschätzung auch Shiller (1998), für den diese Abweichungen zudem bis zu einem gewissen Grad prognostizierbar sind, was ebenfalls der Idee der effizienten Finanzmärkte widerspricht. Siehe zudem zu den Erkenntnissen der Behavioral Finance auch DeBondt (2008), Baberis/Thaler (2003), Nitzsch/Rouette (2003), Shleifer (2000), Goldberg/Nitzsch (1999), Odean (1999), Nitzsch/Friedrich (1999), Odean (1998) oder auch Shleifer/Vishny (1997). Folgt man Beck (2014; S. 351) kann die Kernaussage der Behavioral Finance darin gesehen werden, dass die auf Finanzmärkten auftretenden irrationalen „Verhaltensweisen systematischer Natur sind; das würde bedeuten, dass mehr oder weniger alle Anleger die gleichen Fehler begehen und damit auch die Finanzmärkte ihren Nimbus als Rationalitätsmaschinen verlieren“. In gleicher Weise stellt auch Kirchler (2011; S. 589) fest: „Der Grund für die systematischen Abweichungen vom Rationalmodell könnten darin liegen, dass sich Händler und Investoren nicht rein rational verhalten. [...] Akteure am Finanzmarkt sind oft nicht in der Lage und oft nicht motiviert, komplexe Informationen entsprechend detailliert zu verarbeiten. Sie benutzen Heuristiken, unterliegen Urteilsfehlern und neigen je nach Darstellung eines Sachverhaltes zu riskanten Entscheidungen oder reagieren besonders vorsichtig. Oft wird auch nicht nach Informationen gesucht, sondern das Verhalten nach dem Verhalten der übrigen Marktteilnehmer ausgerichtet“.

Eindämmung von (irrationalen) Kursschwankungen auf den Kapitalmärkten.¹⁵⁴

Das aus verhaltensökonomischer Sicht als irrational bezeichnete Entscheidungsverhalten der Marktteilnehmer kann sich dabei in Form verschiedener psychologischer Effekte auf den Finanzmärkten einstellen.¹⁵⁵ So wird etwa von French und Poterba (1991) auf den sogenannten *Home Bias* verwiesen, der für den Sachverhalt steht, dass Anleger oftmals in Wertpapiere des eigenen Landes investieren. Eine rationale Anlagestrategie würde demgegenüber ein international diversifiziertes Portfolio erfordern, um das Anlagerisiko entsprechend zu reduzieren. Begründet wird dieser kognitive Bias mit der Wirksamkeit der Verfügbarkeits-Heuristik, die Investoren aufgrund des in aller Regel höheren Informationsstandes zu Unternehmen des eigenen Heimatlandes dazu verleitet, überproportional häufig Anlagen dieser Unternehmen zu kaufen.¹⁵⁶ Ebenfalls unter Verweis auf die Verfügbarkeits-Heuristik lässt sich mit Jarrel und Peltzman (1985) das Phänomen erklären, dass Anleger verstärkt in solche Finanzmarktprodukte investieren (oder dies unterlassen), die – vermittelt über eine entsprechende Darstellungen in den Medien und eine damit einhergehende mentale Präsenz bei den Marktteilnehmern – gerade als besonders nachgefragt (oder auch nicht) gelten. Dieser Effekt der mentalen Präsenz wird zugleich dafür verantwortlich gemacht, dass Analysten, Vermögens-

¹⁵⁴ Siehe für Maßnahmen zur Regulierung der Finanzmärkte aus verhaltensökonomischer Sicht stellvertretend Dullien (2013) oder auch Dullien et al. (2010).

¹⁵⁵ Eine zusammenfassende Darstellung der verschiedenen Fehlerquellen findet sich bei Montier (2010; S. 57) ebenso wie bei Kirchler (2011; S. 597).

¹⁵⁶ Diese Verhaltensklärung wird nach Beck (2014; S. 358) durch die empirische Evidenz gestützt, dass „weniger erfahrene und informierte Anleger mehr dem Home Bias unterliegen als Profis“. Siehe zum Ausmaß des Home Bias auch die Untersuchungen von Ke et al. (2009), Hau/Rey (2008) sowie Sercu/Vanpée (2007). Eine mangelnde Risikostreuung von Anlegern wird auch bereits in der Untersuchung von Kroll et al. (1988) nachgewiesen. Folgt man den Untersuchungsergebnissen von Hedesström et al. (2007), kann jedoch durch eine Verbesserung des Informationsstands der Anleger eine verbesserte Risikostreuung erreicht werden. Siehe darüber hinaus zur Bedeutung der Verfügbarkeits-Heuristik am Finanzmarkt auch die empirische Untersuchung von Borges et al. (1999). Eine weitere Verhaltensanomalie, auf die hier nur am Rande verwiesen wird, stellt das sogenannte Equity-Premium-Puzzle dar. Ausgangspunkt hierfür ist der Sachverhalt, dass Aktien im Vergleich zu Anleihen durch einen Renditeaufschlag gekennzeichnet sind, welche das Anlagerisiko übersteigt. Unter der Annahme rationalen Verhaltens müsste dies dazu verführen, dass verstärkt Aktien gekauft werden, was – folgt man Siegel/Thaler (1997) oder auch Baberis/Thaler (2003) – jedoch nicht der Fall ist. Ein Grund hierfür scheint nach Benartzi/Thaler (1995) die mentale Buchführung von Anlegern zu sein, die zu einer Beurteilung von Anlageoptionen in Jahreshorizonten und – damit verbunden – zu einer Aversion gegen Aktienkäufe führt. Dies ändert sich dann, wenn man den Anlegern anstelle von Einzelinformationen zur jährlichen Rendite einer Aktie für einen längeren Zeitraum eine einzige Information zur Gesamtrendite der Aktie für den kompletten Betrachtungszeitraum zur Verfügung stellt. Im Fall der letztgenannten Variante der Informationsbereitstellung erhöht sich die Bereitschaft zum Aktienkauf deutlich.

verwalter oder auch Investmentprodukte, die in der Vergangenheit wiederholt erfolgreich waren, von den Finanzmarktteilnehmern oftmals als Indiz für überlegene individuelle Fähigkeiten bzw. Produkteigenschaften angesehen werden, was rein statistisch jedoch lediglich Ausdruck zufälliger Ereignisse sein kann.

Als weitere Verhaltensanomalien gelten ein gewinnbezogener *Überoptimismus* und eine daraus resultierende – gemessen an einem vollständig rationalen Verhalten – zu große Umschlagshäufigkeit bestehender Anlagedepots. Dieses Ergebnis findet sich in einer empirischen Studie von Barber und Odean (2001), die anhand von umfangreichen Anlegerdaten aus den 1990er Jahren zeigen, dass die Marktteilnehmer höhere Renditen hätten erzielen können, wenn sie weniger häufig Investmentprodukte verkauft oder neu gekauft hätten. Dabei zeigten sich auch geschlechtsspezifische Unterschiede im Anlageverhalten und zwar dergestalt, dass Männer im Vergleich zu Frauen ein höheres Handelsvolumen aufwiesen, was aufgrund bestehender Transaktionskosten im Ergebnis zu niedrigeren Nettoerträgen in Höhe von durchschnittlich 2,65 % führte. Man kann dies als negative Folgewirkung eines Überoptimismus auf Seiten der Männer interpretieren. Als Ausdruck irrationalen Finanzmarktverhaltens gilt darüber hinaus der sogenannte *Dispositionseffekt*, der nach Shefrin und Statman (1985) darin besteht, dass Anleger dazu neigen, gewinnträchtige Investments zu schnell zu verkaufen, während im Gegenzug verlustreiche Anlageprodukte zu lange gehalten werden.¹⁵⁷

Erklären lässt sich diese Verhaltensasymmetrie wiederum mit Hilfe der schon mehrfach genannten Prospect Theory, der zufolge Anleger aufgrund einer bestehenden Verlustaversion immer dann zu einem risikoreichen Verhalten neigen, wenn sich damit die Hoffnung auf ein Vermeiden entsprechender Verluste verbindet. Nicht selten fungiert dabei der jeweilige Kaufpreis eines Investments als kognitiver Referenzpunkt, den es beim Verkauf einer Anlage mindestens zu erreichen gilt (Anker-Heuristik). Neben dem Kaufpreis können auch von Analysten ausgegebene Kursziele eine vergleichbare psychologische Ankerwirkung entfalten.¹⁵⁸ Nach Benartzi und Thaler (1995) erfolgt die Auswahl eines solchen Referenzpunktes für die eigenen Anlageentscheidungen

¹⁵⁷ Ein empirischer Nachweis des Dispositionseffekts findet sich bei Odean (1998), Weber/Camerer (1998), Barber et al. (2005), Kirchler et al. (2005), Linnainmaa (2005), Chen et al. (2007) oder auch Lee et al. (2008). Der Dispositionseffekt fällt demgegenüber geringer aus, wenn die Anleger erfahren sind, sich in positiver Stimmung befinden oder unmittelbar zuvor Gewinne realisieren konnten (house-money-effect). Siehe in Reihenfolge der genannten Einflussfaktoren Dhar/Zhu (2006), Fox/Dayan (2004) und Thaler/Shefrin (1981), Pinóñ/Gärling (2004) und Schwarz (2001) sowie Oberlechner (2004) und Thaler/Johnson (1990).

¹⁵⁸ Ein Überblick zu den empirischen Belegen für die Wirksamkeit der Anker-Heuristik auf Finanzmärkten findet sich in Baker/Nofsinger (2002). Siehe hierzu auch Heath et al. (1999). Nach Ku et al. (2006) lässt sich aber auch ein „Starting Low but Ending High“-Effekt feststellen, der eine zur Anker-Heuristik entgegengesetzte Wirkung entfaltet.

zumeist unbewusst. An einem solchen kognitiven Anker wird im Kontext von Dispositionseffekt und Verlustaversion mehrheitlich selbst dann festgehalten, wenn dies zu noch höheren Verlusten führt. Dieses in Widerspruch zu einer rationalen Anlagestrategie stehende Verhalten kann durch eine selektiv-affirmative Informationsverarbeitung (confirmation bias) noch zusätzlich verstärkt werden.¹⁵⁹

Aus verhaltensökonomischer Sicht können laut Kirchler (2011; S. 600ff.) wiederum eine Zunahme des Überoptimismus, die Ausrichtung der Erwartungen an der vergangenen Marktentwicklung (Anker-Heuristik) oder auch das Ignorieren und Umdeuten von Marktinformationen (confirmation bias) zu Überreaktionen auf den Finanzmärkten führen. Dabei gilt vor allem auf bereits destabilisierten Finanzmärkten das Ausmaß an Preisschwankungen aufgrund von Medienberichten als besonders hoch, da im Zuge dessen oftmals alte Informationen systematisch untergewichtet und neue Informationen entsprechend übergewichtet werden. Im Gegenzug kann die Wirksamkeit der Verfügbarkeits-Heuristik dazu beitragen, dass sich das individuelle Entscheidungsverhalten nicht oder nur unzureichend an veränderte Rahmendaten anpasst und es in der Folge zu Unterreaktionen auf den Finanzmärkten im Sinne einer lediglich verzögerten Verarbeitung von neuen Marktinformationen kommt. In beiden Fällen könnte zumindest durch eine entsprechende staatliche Informationspolitik einschließlich ausgewählter regulatorischer Vorgaben zu den Informationspflichten der Anbieter von Investmentprodukten bezogen auf Form und Inhalt versucht werden, entsprechenden Über- und Unterreaktionen auf den Finanzmärkten entgegenzuwirken.

Die empirische Evidenz bezüglich solcher „irrationaler“ Schwankungen auf den Finanzmärkten, die staatliche Eingriffe rechtfertigen könnte, ist allerdings nicht eindeutig. So zeigt beispielsweise Fama (1998), dass sich die zyklischen Schwankungen auf Finanzmärkten alles in allem ungefähr ausgleichen, was im Einklang mit der Markteffizienzthese steht und staatliche Interventionen als obsolet erscheinen lässt. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen auch Marquering et al. (2006) in ihrer Untersuchung der Persistenz von Anomalien auf

¹⁵⁹ Folgt man Beck (2014; S. 360), kann ein von Analysten ausgegebenes Kursziel „von den Anlegern als Anker wahrgenommen werden, in der Folge suchen sie aktiv nach Argumenten, die dieses Kursziel rechtfertigen könnten [...], was dieses Kursziel realistischer erscheinen lässt; Argumente, die gegen das Kursziel sprechen, werden systematisch vernachlässigt“. Folgt man Odean (1998), kann der Dispositionseffekt allerdings auch zu einer Stabilisierung der Finanzmärkte beitragen. Dies ist immer dann der Fall, wenn sich die Anleger bei der Berechnung von Gewinnen und Verlusten auf den jeweiligen Einstandspreis eines Investments beziehen. Vor diesem Hintergrund führen unter den Einstandspreis absinkende Anlagekurse dazu, dass die Anleger aufgrund der Verlustaversion den Verkauf dieser Anlagen hinauszögern werden, was dämpfend auf einen im Abschwung befindlichen Finanzmarkt wirkt. Umgekehrt gilt für eine Aufschwungsphase, dass der Dispositionseffekt aufgrund vergleichsweise frühzeitiger Anlageverkäufe zu einer Begrenzung möglicher Kursgewinne beiträgt.

den Finanzmärkten. Die empirische Analyse enthält Hinweise darauf, dass solche Anomalien – gemessen über die Zusatzrenditen, die sich aus deren Ausnutzung erzielen lassen – nach gewissen Anpassungszeiträumen (vollständig) erodieren. Dieses zuletzt genannte Ergebnis, welches als eine Bestätigung der Effizienz-Markt-These interpretiert werden kann, findet sich in etwas abgeschwächter Form auch in der Studie von McLean und Pontiff (2012), die ebenfalls die aufgrund von Arbitrage bedingte Veränderung von Zusatzrenditen auf Finanzmärkten untersucht haben. Zwar belegt diese Untersuchung nicht das vollständige Verschwinden bestehender Zusatzrenditen, es zeigt sich in den Ergebnissen jedoch eine starke Reduktion dieser Gewinne, sobald die übrigen Marktteilnehmer über die bestehenden Anomalien informiert werden.¹⁶⁰

Nicht im Einklang mit der Effizienz-Markt-These stehen demgegenüber die Untersuchungsergebnisse von DeBondt und Thaler (1985). Analysiert wurde die mittel- bis langfristige Kursentwicklung von 70 Aktien der US-amerikanischen Börse, von denen jeweils die Hälfte sich in der Vergangenheit positiv („Gewinner“) bzw. negativ („Verlierer“) entwickelt hatten. Trifft die Annahme zu, dass es auf Finanzmärkten aufgrund der genannten Gründe zu zyklischen Über- und Unterreaktionen kommt, müssten die „Gewinneraktien“ vergangener Jahre in der Gegenwart eher an Wert verlieren, während die früheren „Verliereraktien“ durch aktuelle Kursgewinne gekennzeichnet sind. Genau dieses Ergebnis findet eine Bestätigung in der Untersuchung der beiden Autoren. Empirische Belege für eine übermäßige Volatilität der Preise auf Finanzmärkten aufgrund einer verzerrten Informationsverarbeitung finden sich darüber hinaus bei Schachter et al. (1985) oder auch Andreasson (1990). Moore et al. (1999) verweisen des Weiteren darauf, dass Überoptimismus und Kontrollillusion zu einem überhöhten subjektiven Sicherheitsempfinden führen und auf diese Weise zu Selbstüberschätzung und fehlerhaften Prognosen bezüglich der Wertentwicklung von eigenen Investments beitragen. Svedsäter et al. (2007) zeigen zudem, dass auch eine bestehende Geldillusion zu Überreaktionen auf den Finanzmärkten führen kann. Danach erwarteten jene Versuchspersonen, die im Besitz von Aktien mit einem hohen Nominalwert wa-

¹⁶⁰ Dieses Ergebnis zeigt sich ebenso bei Levya/Yagil (2005), die „irrationale“ Kursdifferenzen zwischen den Aktien von Royal Dutch und Shell Transport untersucht haben. Auch hier hat die breite Publikation der ungerechtfertigten Unterschiede in der Marktbewertung beider Aktien dazu geführt, dass diese Preisanomalien mittlerweile verschwunden sind, auch wenn der Anpassungsprozess neun Jahre gedauert hat. Demgegenüber weisen Froot/Dabora (1999) allerdings ebenfalls nach, dass mit Blick auf die beiden Aktien die ökonomisch nicht gerechtfertigten Kursdivergenzen im Zeitraum zwischen 1980 und 1995 vergleichsweise persistent waren. Siehe zu den Anomalien in der Kursentwicklung beider Aktien auch Barberis/Thaler (2003). Eine zusammenfassende Darstellung „des Falls“ Royal Dutch/Shell Transport findet sich zudem bei Beck (2014; S. 354).

ren, nach positiven oder negativen Medienmeldungen höhere Preisänderungen als jene, die über Aktien mit einem niedrigen Nennwert verfügten.¹⁶¹

Neben der Wirksamkeit von Heuristiken und kognitiven Verzerrungen gibt es zudem empirische Belege dafür, wie emotionale Faktoren wie das momentane Befinden, Stimmungen oder auch Gefühle die Entwicklung auf Finanzmärkten beeinflussen.¹⁶² Nach Peters et al. (2006) kann dabei zwischen drei *Arten von Emotionen* differenziert werden: Der erste Typus von Emotionen tritt zwar zum Zeitpunkt der Entscheidung auf, ohne jedoch im Zusammenhang mit der zu treffenden Entscheidung zu stehen. Davon zu unterscheiden sind antizipierte Emotionen (Bedrohung, Optimismus, Pessimismus), die einen lediglich mittelbaren Zusammenhang mit der zu erfüllenden Aufgabe aufweisen. Der dritte Typus von Emotionen ist schließlich direkt mit der getroffenen Entscheidung verbunden (Freude, Bedauern oder Enttäuschung über die getroffene Wahl). Auch wenn empirische Studien über die Auswirkungen solcher Emotionen am Finanzmarkt eher selten sind, weisen Au et al. (2003) anhand eines internetbasierten Handelssystems nach, dass jene Anleger den höchsten Gewinn erzielten, die in einer neutralen Stimmung waren, während solche in einer positiven Stimmung den geringsten Erfolg aufwiesen.

Dowling und Lucey (2005) sowie Nosfinger (2005) belegen zudem die Wirksamkeit stimmungsauslösender Einflussfaktoren (Temperatur, Sonnenschein, Regen) auf das Finanzmarktgeschehen. So gingen die Aktienkurse bei schlechtem Wetter stärker zurück als bei Sonnenschein. In gleicher Weise zeigen auch Hirshleifer und Shumway (2003) sowie Saunders (1993), dass die Aktienkurse an sonnigen Tagen tendenziell steigen. MacGregor et al. (2000) kamen wiederum in einem Verhaltensexperiment zu dem Ergebnis, dass die Aktien von Unternehmen einer Branche, die mit einem negativen Gefühl belegt war (z.B. Biotechnologie oder Logistik), weniger gekauft wurden als die Unternehmensaktien solcher Branchen, die mit einem positiven Gefühl besetzt waren (z.B. Gesundheitswesen). Auch wurde von den Versuchsteilnehmern angenommen, dass die Aktien der Unternehmen mit positivem Image eine bessere Marktentwicklung aufweisen würden als die Aktien von Unternehmen aus negativ erlebten Branchen, was allerdings nicht der Realität entsprach.

Mit Blick auf die Entstehung von *spekulativen Blasen* am Finanzmarkt zeigen wiederum Smith et al. (1988), dass insbesondere das Entscheidungsverhalten von unerfahrenen Händlern zu entsprechenden Überreaktionen in Form hoher

¹⁶¹ Ein ähnliches Ergebnis findet sich bei Ikenberry et al. (1996), die zeigen, dass ein Splitting von Aktien trotz gleichbleibendem Aktienvermögen zu einem veränderten Händlerverhalten führt. Danach stiegen die Aktienkurse nach einem solchen Splitting an, während sie im Fall der Zusammenfassung mehrerer Aktien tendenziell sinken.

¹⁶² Siehe hierzu auch die Ausführungen in Oberhuber (2014). Stärker grundsätzlich angelegte erste Überlegungen dazu, wie für die bisherige Makroökonomik unter Einbezug des Finanzmarktgeschehens eine angemessene Mikrofundierung auf der Grundlage verhaltensökonomischer Ansätze entwickelt werden kann, finden sich in Baddeley (2014).

Amplituden führen kann. Zu dem gleichen Ergebnis gelangen auch Caginalp et al. (2000) in ihrer Auswertung von mehr als 150 Verhaltensexperimenten zur Kursentwicklung auf Finanzmärkten. Dabei wird ebenfalls deutlich, dass Kursblasen dann geringer ausfallen, wenn Versuchspersonen sowohl über entsprechende Erfahrungswerte verfügen als auch ein vergleichsweise hohes Bildungsniveau aufweisen. Folgt man Averbek (2010), Fenzl (2009), Wärneryd (2001) sowie Shiller (2000), lässt sich die Entwicklung von Spekulationsblasen auf verschiedene Mechanismen zurückführen. Neben der sogenannten finanziellen Ansteckung, die auf physische Geldflüsse im internationalen Handel mit Gütern zurückgeht, ist darüber hinaus eine gegenseitige *psychologische Ansteckung* von Bedeutung, die mit der Ausbreitung einer Seuche verglichen werden kann, wobei Emotionen, Einstellungen und Erwartungen der Anleger für den entsprechenden Ansteckungseffekt verantwortlich sind. Davon zu unterscheiden ist der Effekt des psychologischen Aufschaukelns, bei dem etwa durch Medienmeldungen über den zukünftigen Erfolg von Unternehmen oder neuen Technologien ein euphorisches Gefühl bei den Anlegern ausgelöst werden kann, was aufgrund der dadurch erhöhten Nachfrage zu entsprechend massiven Preissteigerungen führt.¹⁶³

Zwar kann der Staat nicht direkt auf die genannten Bestimmungsfaktoren von Über- und Unterreaktionen auf Finanzmärkten einwirken. In dem Maße jedoch, wie solchen extremen Entwicklungen nach Gärling et al. (2010) das Vertrauen in die Märkte und Finanzinstitute untergraben, kann jedoch durch eine staatliche Regulierung der Rahmenbedingungen von Finanzmärkten zu einer entsprechenden *Vertrauensbildung* bei Sparern und Investoren beigetragen werden. Hierzu zählen unter anderem staatliche Vorgaben, die sicherstellen, dass die Vertreter von Banken und Finanzinstituten sowohl über ein sachlich fundiertes Wissen bezüglich der gehandelten Finanzprodukte verfügen als auch dazu in der Lage sind, den Anlegern dieses Wissen korrekt zu übermitteln. Dies schließt eine ehrliche, sorgfältige und verständliche Beratung der Kunden mit ein, um für Integrität und Transparenz zu sorgen. Auch sollte die Regulierung der Finanzmärkte mit solchen Anreizen verbunden sein, die auf eine kontinuierliche und langfristige Ertragssicherung und damit die Stabilität von Geldinstituten und Versicherungsgesellschaften ausgerichtet sind.¹⁶⁴ Dies

¹⁶³ Siehe hierzu auch Kirchler (2011; S. 619f.) der in diesem Zusammenhang zudem auf psychologische Analysen der jüngsten Kreditmarkt- und Finanzkrise verweist. Siehe hierzu etwa Leiser und Rötheli (2010), Lewis (2010) ebenso wie Rötheli (2010). Siehe zur Wirksamkeit von Gerüchten für das Entstehen von Spekulationsblasen darüber hinaus DiFonzo/Bordia (1997). Zu Prozessen der Informationsweitergabe und deren Akzeptanz (sogenannte Informationskaskaden) als einer weiteren sozialen Ursache von Überreaktionen auf den Finanzmärkten siehe schließlich auch Schulz-Hardt et al. (2007) oder Anderson/Holt (1997).

¹⁶⁴ Nach Kirchler (2011; S. 625) impliziert dies die Forderung nach Etablierung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, bei dem „die Interessen der ‚Stakeholder‘ vor den Interessen der ‚Shareholder‘ stehen, und nicht nur kurzfristige Gewinne für die Aktionäre maximiert werden. Folglich muss sichergestellt werden, dass Interessengruppen generell berücksichtigt

kann neben staatlichen Standards für die Gewährung von Bonuszahlungen an Unternehmensmanager und Investmenttrader ebenso Vorgaben für die Gestaltung der Unternehmensverfassung unter der Zielsetzung einer stärkeren gesellschaftlichen Verantwortung umfassen, um nur zwei Beispiele zu nennen.

4.2

Verhaltensökonomische Aspekte der Verursachung, Attribution und Folgewirkungen von Arbeitslosigkeit

Neben einer Sicherung der Geldwertstabilität sowie dem Bedarf zur Regulierung der Finanzmärkte stellt die *Reduzierung der Arbeitslosigkeit* eine weitere zentrale Problemstellung der Makroökonomik dar. Dabei steht das Ziel eines hohen Beschäftigungsniveaus seit dem Auftreten einer anhaltenden Massenarbeitslosigkeit in den meisten Industrieländern in Folge der Weltwirtschaftskrise der 1920er und 1930er Jahre auf der wirtschaftspolitischen Agenda. Die aus ökonomischer Sicht bestehende Notwendigkeit staatlicher Interventionen in das Marktsystem zwecks Abbau bestehender Arbeitslosigkeit lässt sich laut Klump (2006; S. 258f.) mit den folgenden Argumenten begründen: „Arbeitslosigkeit bedeutet unter Effizienzgesichtspunkten eine Verschwendung der volkswirtschaftlichen Ressource Arbeit. Ein Einkommensausfall durch Arbeitslosigkeit führt zu wachsender Ungleichheit der personellen Einkommensverteilung. Durch sinkende Einnahmen und wachsende Ausgaben wirkt sich Arbeitslosigkeit negativ auf die Finanzlage der öffentlichen Haushalte aus. Schließlich sind die sozialen und politischen Folgen von Arbeitslosigkeit zu bedenken. Produktive Arbeit bietet Selbstbestätigung und die Möglichkeit zur persönlichen Entfaltung. Arbeitslosigkeit schließt dagegen Individuen von ökonomischen und gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen aus. Sie kann gerade in Marktwirtschaften Zweifel an der Funktionsfähigkeit der Wirtschaftsordnung entstehen lassen, die – wie zur Zeit der Weltwirtschaftskrise – tiefgreifende Änderungen des politischen, gesellschaftlichen und ökonomischen Systems nach sich ziehen“.

Bezogen auf die unterschiedlichen Gründen, die im Zitat genannten werden und die wirtschaftspolitische Maßnahmen des Staates zur Bekämpfung von Arbeitslosigkeit als (zwingend) erforderlich erscheinen lassen, wird mit dem Verweis auf eine Beeinträchtigung des Selbstwertgefühls und der Begrenzung der Persönlichkeitsentfaltung bereits auf psychologische Folgen eines zu geringen Beschäftigungsniveaus verwiesen. Mit den folgenden Ausführungen soll die psychologische Dimension von Arbeitslosigkeit und das sich daraus ableitende Erfordernis staatlichen Handelns noch weiter ausgeleuchtet werden.

werden und vor allem die Nachhaltigkeit unternehmerischer Tätigkeit als vorrangiges Ziel verfolgt wird“.

4.2.1

Ursachen und Folgen von Arbeitslosigkeit aus psychologischer Sicht

Während bereits in den 1930er Jahren mit der makroökonomischen Analyse der Weltwirtschaftskrise und den Möglichkeiten zu ihrer Überwindung durch Keynes (1936, 2009) das Thema der Arbeitslosigkeit in den ökonomischen Fokus geriet, finden sich in der wirtschaftspsychologische Forschung – von wenigen frühen Arbeiten abgesehen¹⁶⁵ – nach Wiswede (2012; S. 153ff.) erst mit den Beschäftigungskrisen der 1970er Jahre und einer damit einhergehenden hohen Sockelarbeitslosigkeit zahlreiche Untersuchungen zu den Ursachen und psychologischen Folgen einerseits sowie der individuellen Attribuierung und den psychischen Wirkungen der Antizipation von Arbeitslosigkeit andererseits.¹⁶⁶ Richtet man den Blick zunächst auf die *Ursachenanalyse von Arbeitslosigkeit*, gelten auch aus psychologischer Sicht in erster Linie sozialstrukturelle sowie ökonomische Faktoren als maßgeblich. So kommen etwa Lynn et al. (1984) im Einklang mit den Ergebnissen ökonomischer Untersuchungen zu der Einsicht, dass Grad und Richtung der individuellen Ausbildung zu den wichtigsten strukturellen Bestimmungsfaktoren von Arbeitslosigkeit gehören. Dabei werden unterschiedliche Verursachungs- bzw. Vorhersagefaktoren (Prädiktoren) von Arbeitslosigkeit wie etwa das familiäre Umfeld („home background“), der Wissensstand („intelligence“), die Persönlichkeitsstruktur („personality“), die Art der Schule („school type“) oder auch das Ausbildungsumfeld („educational environment“) identifiziert. Die Wahrscheinlichkeit, im Zeitverlauf arbeitslos zu werden, fällt danach vergleichsweise hoch aus bei Personen ohne abgeschlossene Berufsausbildung, Personen mit zu geringer Berufsausbildung sowie Personen, die – folgt man Wiswede (2012; S. 154) – durch „erschwerende Faktoren“ (Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund etc.) gekennzeichnet sind.

Neben diesen strukturellen Bestimmungsgründen lassen sich aber auch *psychische Verursachungsfaktoren* von Arbeitslosigkeit benennen. Folgt man diesbezüglich der Untersuchung von Noelle-Neumann und Gillies (1987), soll Arbeitslosigkeit vor allem aus einer niedrigen Arbeitsmotivation bzw. einem zu

¹⁶⁵ Siehe diesbezüglich vor allem die weithin bekannte Marienthal-Studie von Jahoda et al. (1960). In dieser unter Leitung von Paul Lazarsfeld durchgeführten Langzeit-Untersuchung wurde von Ende 1931 und in den folgenden Jahren die Situation des österreichischen Dorfes Marienthal analysiert, dessen Bewohner nach Stilllegung der einzigen Fabrik vor Ort arbeitslos geworden waren. Siehe zum Untersuchungsdesign dieser Studie sowie deren Ergebnissen auch die zusammenfassende Darstellung in Kirchler (2011; S. 454ff.).

¹⁶⁶ Stellvertretend verweist Wiswede (2012; S. 153) in diesem Zusammenhang auf die Arbeiten von Wacker (1976), Hentschel et al. (1977), Kieselbach/Offe (1979), Kirchler (1984), Furnham (1988), Pelzmann (1988), Kirchler (1993) sowie Paul/Moser (2001). Siehe darüber hinaus die verschiedenen Beiträge in Kutsch/Wiswede (1978) oder auch Zempel et al. (2001). Für eine zusammenfassende Darstellung der Untersuchungsergebnisse der wirtschaftspsychologischen Arbeitslosenforschung siehe zudem Pelzmann (2012; S. 97ff.).

geringen Arbeitsengagement resultieren. Als verantwortlich hierfür gelten eine veränderte Einstellung zur Arbeit, eine Abnahme der Arbeitsmotivation, eine geringe Mobilitätsbereitschaft oder auch ein lediglich eingeschränkter Wille zu Kompromissen. Arbeitslosigkeit wird damit jedoch – so auch die häufig an diesen Untersuchungsergebnissen geäußerte Kritik¹⁶⁷ – allein auf das aus ökonomischer Sicht wohlbekannte Modell einer freiwilligen Beschäftigungslosigkeit reduziert. Einen Hinweis auf die Bedeutung psychischer Verursachungsfaktoren von Arbeitslosigkeit enthält auch das sogenannte *Phasenmodell der Arbeitslosigkeit*, wie es schon früh von Eisenberg und Lazarsfeld (1938) entwickelt und unter anderen in der Tagebuchstudie von Kirchler (1984) bestätigt wurde.¹⁶⁸ Diese mit 33 Arbeitslosen durchgeführte Untersuchung zeigt, dass sich Arbeitslose nach etwa drei bis sechs Monaten in ihrer Handlungsfreiheit deutlich stärker eingeschränkt fühlen, als dies für Beschäftigte gilt. Als Reaktion auf diese Wahrnehmung einer eingeschränkten Handlungsfreiheit bzw. einer fehlenden Kontrollmöglichkeit bezüglich der gegebenen Situation der Arbeitslosigkeit zeigen sich passive ebenso wie resignative Verhaltensweisen, die nicht selten von misserfolgsorientierten Einstellungen begleitet werden. Wenn aversive Bedingungen nicht beeinflusst oder kontrolliert werden können, führt dies nach Seligman (1979) zu einer „erlernten Hilflosigkeit“, die eine aktive Suche nach einer neuen Beschäftigung motivational zunehmend untergräbt und damit zu einer Verfestigung der bestehenden Arbeitslosigkeit beiträgt.¹⁶⁹

Die Bedeutung von Merkmalen der *Persönlichkeitsstruktur* im Hinblick auf die Verursachung von Arbeitslosigkeit wird zudem in der Untersuchung von Wanberg et al. (2005) berücksichtigt. Sie fanden heraus, dass Arbeitslose mit einem positiven Selbstkonzept schneller wieder Arbeit finden als andere. Unter einem positiven Selbstkonzept wird dabei ein mentaler Zustand verstan-

¹⁶⁷ Siehe hierzu etwa Reuband (1987), der auf die ausgeprägte Wirksamkeit struktureller Verursachungsfaktoren verweist. Wiswede (2012; S. 154f.) stellt in diesem Zusammenhang zudem fest: „Die Auswirkungen von Arbeitslosigkeit sind heute [...] durch die Existenz eines engmaschigen Auffangnetzes sozialer Sicherungen abgemildert, und in manchen Fällen könnte gerade dieses Sicherungsnetz ein Anreizsystem darstellen: durch Arbeitslosenunterstützung plus Schwarzarbeit plus Steuerhinterziehung Nutzen zu maximieren und sich kontrollierenden Instanzen zu entziehen (dies entspricht wohl auch dem Postulat rationalen Verhaltens). Allerdings übersieht die Studie von Noelle-Neumann, [...] dass das Modell der freiwilligen Arbeitslosigkeit auf recht begrenzte Fälle eingeschränkt werden muss und allenfalls dort einige Geltung hat, wo Arbeitslosigkeit durch Schwarzarbeit kompensiert wird.“

¹⁶⁸ Weitere Phasenmodelle der Arbeitslosigkeit finden sich bei Hopson/Adams (1976), Harrison (1976), Briar (1977), Hill (1978) oder auch Hilpert (1981). In diesen Modellen wird ein Zusammenhang zwischen dem individuellen Wohlbefinden in Abhängigkeit vom Beschäftigungsstatus und der Dauer der Arbeitslosigkeit hergestellt. Siehe hierzu auch Pelzmann (2012; S. 143ff.) ebenso wie Kirchler (2011; S. 552ff.).

¹⁶⁹ Siehe zum Modell der erlernten Hilflosigkeit auch Pelzmann (2012; S. 204ff.) mit weiteren Literaturverweisen.

den, der durch eine hohe Selbstwirksamkeit, eine internale Kontrollüberzeugung sowie eine emotionale Stabilität gekennzeichnet ist. In ähnlicher Weise stellt auch Uhlendorff (2004) fest, dass Arbeitslose mit einer hohen Kontrollüberzeugung (und damit einer geringen „erlernten Hilflosigkeit“) sowie einer ausgeprägten geographischen Mobilitätsbereitschaft schneller eine neue Beschäftigung finden als andere. Dies gilt nach Warr (1983) in gleicher Weise für Personen, die über eine hohe Widerstandsfähigkeit, eine ausgeprägte Belastbarkeit sowie eine hohe Extravertiertheit und Normorientierung verfügen. Schließlich weisen Kokko und Pulkkinen (2000) in einer weiteren Untersuchung darauf hin, dass Aggressivität in der Kindheit einen indirekten Einfluss auf die Dauer der Arbeitslosigkeit hat. Danach erleben aggressive Kinder Fehlanspassungen in der Schule und zählen häufiger zu jenem Personenkreis, der die Schulausbildung frühzeitig abbricht, was sich negativ auf die späteren beruflichen Karriereaussichten auswirkt. Das führt dazu, dass Personen mit dieser Persönlichkeitseigenschaft später öfter und länger arbeitslos sind. Bezogen auf den staatlichen Interventionsbedarf zur Begrenzung von Arbeitslosigkeit kann daraus abgeleitet werden, dass staatliche Maßnahmen nicht erst mit dem Eintreten von Arbeitslosigkeit erforderlich sind, sondern schon deutlich früher zum Zeitpunkt der schulischen und beruflichen Ausbildung einer Person ansetzen sollten.

Gegen das ökonomische Argument der freiwilligen Arbeitslosigkeit als Ausdruck einer Maximierung von Freizeit sprechen darüber hinaus all jene Untersuchungen, in denen Arbeitslosigkeit von den betroffenen Akteuren als erhebliche psychische Belastung empfunden wird. So wird in den Meta-Analysen von Murphy und Athanasou (1999) oder auch von Paul und Moser (2001) nachgewiesen, dass Arbeitslosigkeit zu einem *verminderten Selbstwertgefühl* sowie einer Beeinträchtigung des subjektiven Wohlbefindens führt. Dabei werden die psychischen Belastungen durch Arbeitslosigkeit in aller Regel deutlich stärker wahrgenommen als jene Belastungen, die aus den mit dem Verlust des Arbeitsplatzes verbundenen ökonomischen Einschränkungen resultieren. Dies entspricht auch den Annahmen der von Jahoda (1986) formulierten Deprivationstheorie, wonach die Erwerbsarbeit in modernen Gesellschaften zusätzlich zur unmittelbaren Funktion des Gelderwerbs zudem weitere mittelbare Funktionen erfüllt, die der Aufrechterhaltung des psychischen Wohlbefindens sowie des individuellen Selbstkonzepts dienen und zu denen die Auferlegung einer festen Zeitstruktur, die Realisierung von Sozialkontakten, die Definition von sozialem Status und persönlicher Identität, das Verfolgen einer regelmäßigen Tätigkeit sowie die Teilhabe an gesellschaftlichen Zielen und kollektiven Anstrengungen gehören.¹⁷⁰

¹⁷⁰ Entsprechend stellt auch Wiswede (2012; S. 155) fest, dass „Beruf und Arbeit immer noch als die wichtigsten Quellen sozialer Geltung und des Selbstwertgefühls angesehen werden“. In ähnlicher Weise schlussfolgert Kirchler (2011; S. 543): „Arbeitslosigkeit stellt ein volkswirtschaftliches, politisches und vor allem ein psychosoziales Problem dar“.

Spiegelbildlich zu diesen Funktionen lassen sich nach Frese und Mohr (1978; S. 311f.) eine Reihe von Verlustereignissen als Auswirkungen von Arbeitslosigkeit benennen. Der Verlust des Arbeitsplatzes bedeutet danach – folgt man Kirchler (2011; S. 543) – zugleich den Verlust „der Struktur des Tages durch die Arbeit, von ökonomischer Sicherheit, der Karriereperspektive, von sozialer Anerkennung, von Sozialkontakten mit Arbeitskollegen, des Gefühls der eigenen Wichtigkeit in der Gesellschaft, von Anregungen durch die soziale Umwelt und, vor allem für Männer, der Ernährerrolle in der Familie“.¹⁷¹ Bezogen auf die unterschiedliche Wirkung von Arbeitslosigkeit auf Männer und Frauen kommen Paul und Moser (2009) in einer Meta-Analyse, in der 237 Querschnittsstudien ausgewertet wurden, zu dem Ergebnis, dass arbeitslose Männer signifikant häufiger von gesundheitlichen Problemen betroffen waren als arbeitslose Frauen.¹⁷² Unabhängig vom Geschlecht zeigt wiederum die Untersuchung von Wagner (1999), in der knapp 350 Personen innerhalb des Zeitraums von 1995 bis 1997 zu den subjektiven Ursachen von Arbeitslosigkeit, zur Selbstwirksamkeit und Handlungsorientierung, zu Leistungs- und Arbeitsorientierung sowie zu Selbstwert, Depressivität, Ängstlichkeit und darauf bezogenen Bewältigungsstrategien befragt wurden, dass sich in Abhängigkeit von der Dauer der Arbeitslosigkeit die Werte aller genannten psychologischen Faktoren verschlechterten. Während die Depressivitätswerte ebenso wie die gesundheitlichen Beschwerden zu Beginn der Messung noch vergleichsweise gering waren, stiegen diese bei den Probanden in der Phase der Antizipation der Arbeitslosigkeit stark an, sanken dann zu Beginn der Arbeitslosigkeit leicht ab, um im weiteren Verlauf der Arbeitslosigkeit jedoch zunehmend anzusteigen. Parallel dazu entwickelten sich die Messwerte zum Selbstwert.

Nach Fröhlich (1979) erleben darüber hinaus arbeits- und berufsorientierte Personen die Arbeitslosigkeit deutlich negativer als jener Personenkreis, welcher der Arbeit nur einen geringen Wert beimisst. D.h. Arbeitslose, welche die Arbeit hoch bewerten, sind in der Tendenz durch ein größeres Unbehagen,

¹⁷¹ Die Art und Weise der Auswirkung von Arbeitslosigkeit auf die Zeitstruktur ist allerdings nicht eindeutig. Vielmehr lassen sich grundsätzlich drei Typen von Wirkungsweisen differenzieren, die von „Rigidität“ über „Rahmenstruktur“ bis hin zu „Strukturlosigkeit“ reichen. Siehe hierzu vor allem Rogge et al. (2007), Behringer (1998) oder auch Behringer/Jurczyk (1995).

¹⁷² Siehe zur geschlechtsdifferenzierenden Wirkung von Arbeitslosigkeit auch die frühe Studie von Brinkmann (1976), der zu dem Ergebnis kommt, dass die psychosozialen Belastungen bei arbeitslosen Männern deutlich ausgeprägter sind als bei arbeitslosen Frauen. Nach Warr (1983) lässt sich eine den Männern vergleichbare psychosoziale Belastung bei arbeitslosen Frauen allerdings dann nachweisen, wenn die Arbeit dazu diene, den Lebensunterhalt zu bestreiten. Zu gänzlich anderen empirischen Ergebnissen kommen Kirchler/Nowy (1988), in deren Untersuchung Frauen angaben, depressiver, ängstlicher, müder und öfter verärgert zu sein, als dies bei zugleich untersuchten Männern der Fall war. Die Frauen tendierten zudem dazu, seltener gute Laune zu haben, häufiger nervös sowie mit ihrer Ausbildung und Gesundheit unzufrieden zu sein.

einen schlechteren Gesundheitszustand sowie ein geringes Selbstwertgefühl gekennzeichnet.¹⁷³ Neben der Berufsorientierung wirkt sich auch die Motivation, Arbeit zu finden, in unterschiedlicher Form auf das subjektive Wohlbefinden aus. So kommen Feather und Davenport (1981) in einer Befragung von 212 jungen Arbeitslosen zu dem Ergebnis, dass jene Personen, die hochmotiviert nach einer neuen Arbeitsstelle suchten, auch höhere Depressionswerte in Folge der Arbeitslosigkeit aufwiesen. Zugleich wurde bei diesem Personenkreis die Ursache der eigenen Arbeitslosigkeit eher auf äußere (strukturelle) Umstände zugerechnet als auf die eigene Person. Dies entspricht nach Kirchler (2011; S. 557) den Annahmen des sogenannten *Erwartungs-Wert-Ansatzes*, der besagt, dass „depressive Affekte besonders bei jenen Arbeitslosen auftreten, deren Motivation, Arbeit zu finden, hoch ist“.¹⁷⁴

Mit Blick auf die Auswirkungen staatlichen Handelns ist dabei zum einen die Einsicht von Bedeutung, dass sich aufgrund einer öffentlichen Arbeitslosenunterstützung in Form der gesetzlichen Arbeitslosenversicherung zwar die ökonomischen Nachteile von Arbeitslosigkeit abmildern lassen, nicht jedoch die daraus erwachsenen psychischen Belastungen.¹⁷⁵ Zum anderen kann festgestellt werden, dass die positive Anreizfunktion einer restriktiven Gewährung staatlicher Arbeitslosenunterstützung, wie dies bekanntermaßen im Rahmen von ökonomischen Job-Search-Modellen unterstellt wird¹⁷⁶, in psychologischen Untersuchungen nicht oder lediglich bedingt bestätigt wird. Entsprechend diesen Modellen fällt die individuelle Suche nach Wiederbeschäftigung umso intensiver und zugleich erfolgreicher aus, je stärker der finanzielle und

¹⁷³ Siehe hierzu auch Stafford et al. (1979) ebenso wie Payne et al. (1983).

¹⁷⁴ Wird die Ursache der eigenen Arbeitslosigkeit auf externe Faktoren und nicht die eigenen Person zugerechnet, ist die „Kontrollhoffnung“ im Sinne einer durch eigenes Handeln überwindbaren Arbeitslosigkeit vergleichsweise groß, wie dies auch bereits in der Untersuchung von Frese (1979) zum Zusammenhang von Arbeitslosigkeit und Depressivität festgestellt wurde. Die aus diesem individuellen Einstellungsmuster resultierende Konsequenz fasst Kirchler (2011; S. 554) wie folgt zusammen: „Langzeitarbeitslosigkeit oder wiederholte Arbeitslosigkeit führten bei jenen Personen, deren Kontrollhoffnung anfangs hoch war, später zu höheren Depressivitätswerten als bei Personen mit anfangs ‚realistischer Hoffnungslosigkeit‘. Arbeitslosigkeit führt mit zunehmender Dauer auch zu verringerten Kontrollerwartungen und zu Hoffnungslosigkeit“.

¹⁷⁵ Damit wird der Auffassung von Cole (2007) widersprochen, der davon ausgeht, dass unter anderen aufgrund der besseren materiellen Absicherung, die Erfahrung von Arbeitslosigkeit zur Zeit der Weltwirtschaftskrise in den 1920er und 1930er Jahren nicht mit heutigen Erfahrungen vergleichbar sei. Dem hält Kirchler (2011; S. 549) entgegen: „Trotz der relativ besseren materiellen Lage ist die psychische Belastung der Arbeitslosen heute mit jener vor über acht Jahrzehnten vergleichbar. Damals wie heute verschafft der Verlust der Arbeit, die Erschütterung des gewohnten Lebensrhythmus in seinem Wechsel von Arbeit und Freizeit, Probleme bei der Organisation des täglichen Lebens“.

¹⁷⁶ Siehe zu den Job-Search-Modellen kritisch Pelzmann (2012; S. 97ff.) ebenso wie Wiswede (2012; S. 156).

soziale Druck anwächst, dem eine arbeitslose Person ausgesetzt ist. Folgt man den empirischen Untersuchungen von Pelzmann (2012), werden Arbeitslose jedoch lediglich in der Anfangsphase der Arbeitslosigkeit durch finanziellen und sozialen Druck positiv stimuliert. Bei anhaltender Arbeitslosigkeit werden demgegenüber finanzielle und soziale Anreize der geschilderten Art zunehmend als ein weiterer Belastungsfaktor ohne positive Handlungsmotivation empfunden.

Die „psychischen Kosten“ von Arbeitslosigkeit, soweit diese sich im Verlust sozialer Kontakte, dem Abgleiten in die soziale Isolation oder auch einem wachsenden Gefühl der Hilflosigkeit und Ohnmacht ausdrücken, scheinen dann geringer auszufallen, wenn die *soziale Integration* arbeitslos gewordener Personen in einem Umfeld hoher sozialer Vernetzung sowie einer ausgeprägten solidarischen Orientierung der Gesellschaft erfolgt. So waren einer Untersuchung von Martella und Maass (2000) zufolge Arbeitslose aus dem Süden Italiens, wo eine vergleichsweise kollektivistische Gesellschaftsorientierung vorherrscht, mit ihrer aktuellen Lebenssituation weit weniger unzufrieden, als Arbeitslose aus dem stärker individualistisch geprägten Norden Italiens. Begründet wird dieses Ergebnis mit den in Süditalien dichteren Beziehungsnetzen, in denen Arbeitslose finanzielle und soziale Unterstützung erfahren. Während sich solche sozialen Netze nicht einfach staatlich erzeugen lassen, zeigen jedoch weitere Untersuchungen, dass der Staat auf andere Weise sehr wohl einen Beitrag zur Steigerung des Wohlbefindens von Arbeitslosen leisten kann. So erleben Arbeitslose dann ihre Lage weniger negativ als andere, wenn öffentliche (oder auch private) Einrichtungen zur Verfügung stehen, die von Arbeitslosen zur sozialen, emotionalen und informationellen Unterstützung genutzt werden können, um die eigene Situation besser zu bewältigen.¹⁷⁷ Damit im Einklang stehen auch die Untersuchungsergebnisse von Fryer und Payne (1982) sowie Hepworth (1980), die zeigen, dass die Folgen der Arbeitslosigkeit dann besonders negativ sind, wenn – neben fehlenden Sozialbeziehungen, ungenügenden persönlichen Fertigkeiten oder geringen finanziellen Mitteln – die Arbeitslosen zudem aufgrund mangelnder öffentlicher Maßnahmen an der Entfaltung eigener Aktivitäten gehindert werden.

Ebenfalls von zentraler Relevanz innerhalb der psychologischen Arbeitslosenforschung ist die Frage, inwieweit eine anhaltende Arbeitslosigkeit zu *Gewöhnungseffekten* führt und sich somit die psychischen Belastungen über die Zeit

¹⁷⁷ So zeigte die Studie von Stafford (1982), in der das Wohlbefinden von arbeitslosen Schulabgängern untersucht wurde, die am sogenannten British Government's Youth Opportunities Programm teilnahmen, dass das genannte staatliche Programm mit einem positiven Effekt verbunden war. Zu dem gleichen Ergebnis gelangen Kemp/Mercer (1983) in ihrer Untersuchung von Arbeitslosen, die sich in einem Employment Rehabilitation Centre. Wiederum in einer Studie von Winter-Ebmer/Zweimüller (1991) wird nachgewiesen, dass Arbeitslose, die an Schulungsmaßnahmen des Arbeitsamtes teilgenommen hatten, durch eine größere Chance auf Wiederbeschäftigung gekennzeichnet waren.

verringern. Folgt man der sogenannten Set-Point-Theorie, der zufolge ein durch einschneidende Lebensereignisse bewirktes Absinken des individuellen Wohlbefindens aufgrund von subjektiven Adaptionsprozessen im Zeitverlauf ausgeglichen wird, dürfte auch der Verlust des Arbeitsplatzes langfristig zu keinen negativen Auswirkungen auf das individuelle Zufriedenheitsgefühl führen. Lucas (2007) zeigt jedoch in einer Untersuchung, dass dies keineswegs der Fall ist, d.h. es kommt zu keinen entsprechenden Gewöhnungseffekten bei Langzeitarbeitslosen. Dies wird auch von Paul und Moser (2009) bestätigt, die zeigen, dass sich Gesundheit und Wohlbefinden mit zunehmender Dauer der Arbeitslosigkeit stetig verschlechtern und dass auch selbst nach deutlich mehr als zwei Jahren eine negative Entwicklung des Gesundheitszustands festgestellt werden kann. „Menschen ‚gewöhn‘ sich nicht an Arbeitslosigkeit“, ist daher die von Kirchler (2011; S. 555) aus diesen Befunden abgeleitete Schlussfolgerung, die auch innerhalb der verhaltensökonomischen Glücksforschung eine entsprechende Bestätigung findet.¹⁷⁸

Folgt man diesbezüglich Weimann et al. (2012; S. 62ff.), reduziert Arbeitslosigkeit die *Lebenszufriedenheit* sowohl dramatisch als auch dauerhaft. So zeigt eine für Deutschland vorgenommene Auswertung von SOEP-Daten für den Zeitraum von 1984 bis 2010, dass Arbeitslosigkeit die durchschnittliche Lebenszufriedenheit von Männern um mehr als 22 Prozent und die von Frauen um etwas weniger als 17 Prozent reduziert. Unter dem Zeitaspekt wird zudem deutlich, dass die Lebenszufriedenheit im dritten Jahr nach Verlust des Arbeitsplatzes noch deutlich niedriger ausfällt als im ersten und zweiten Jahr.¹⁷⁹ Aus Sicht der ökonomischen Glücksforschung resultiert dieser Rückgang dabei nicht allein aus der Einkommenseinbuße der Arbeitslosen. D.h. auch wenn der Einkommensverlust vollständig durch staatliche Sozialtransfers kompensiert wird, sind arbeitslose Personen immer noch unzufriedener als Personen, die Arbeit besitzen. Damit bestätigt sich die psychologische Einsicht, dass – folgt man Weimann et al. (2012; S. 61) – „die Arbeit ein wichtiger Teil der Selbstverwirklichung“ ist: Sie „bestimmt unser Selbstbild und verschafft das Gefühl gebraucht zu werden“ (ebenda). Auch kommen weitere Untersuchungen wie etwa die von Winkelmann und Winkelmann (1998) oder Clark et al. (2001) zu dem Ergebnis, dass auch ehemalige Arbeitslose eine im Durchschnitt geringere Lebenszufriedenheit aufweisen als Personen, die zu keiner Zeit von Arbeitslosigkeit betroffen waren, was auf einen *langfristigen „Vernarbungseffekt“* eines einmal erfahrenen Arbeitsplatzverlustes hindeutet.¹⁸⁰ Zugleich gibt es

¹⁷⁸ So stellen auch Weimann et al. (2012; S. 64) fest: „Weder Männer noch Frauen gewöhnen sich an die Arbeitslosigkeit“.

¹⁷⁹ Eine Untersuchung der Lebenszufriedenheit von Langzeitarbeitslosen durch Hetschko et al. (2011), zeigt allerdings auch, dass mit dem Eintritt in das Rentenalter das Glücksgefühl bei dieser Personengruppe deutlich ansteigt.

¹⁸⁰ Folgt man Knabe/Rätzel (2011), ist dieser sogenannte Vernarbungseffekt darauf zurückzuführen, dass ein einmaliger Verlust des Arbeitsplatzes die Wahrscheinlichkeit erhöhen kann,

nicht so etwas wie einen Abhärtungseffekt im Umgang mit Arbeitslosigkeit. So zeigen die Untersuchungen von Clark et al. (2008) und Lucas et al. (2004), dass Personen, die wiederholt ihren Arbeitsplatz verlieren, in gleicher Weise eine Zufriedenheitseinbuße erleiden, wie Personen, die zum ersten Mal arbeitslos werden.

Weitere interessante Ergebnisse der ökonomischen Glücksforschung in Bezug auf das Phänomen der Arbeitslosigkeit lassen sich wie folgt zusammenfassen: So zeigen zum einen Alesina et al. (2004) in ihrer Untersuchung des Zusammenhangs zwischen politischer Wertorientierung, Arbeitslosigkeit und Lebenszufriedenheit, dass die Wähler von konservativen Parteien im Unterschied zu den Wählern von linken Parteien stärker unter dem Verlust des Arbeitsplatzes leiden. Bezogen auf das Alter kommen wiederum Winkelmann und Winkelmann (1998) zu dem Ergebnis, dass die jüngeren Alterskohorten (und hier vor allem die unter 30jährigen) am stärksten unter Arbeitslosigkeit leiden, während sich in jenen Alterskohorten, die am Ende ihres Erwerbslebens stehen (d.h. die über 50jährigen), dieser negative Effekt reduziert. Dies würde für eine entsprechend altersbezogene Ausrichtung arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen des Staates auf die jüngeren Alterskohorten (Stichwort: Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit) sprechen. Diesem Ergebnis widerspricht allerdings die Untersuchung von Pichler (2006), der zufolge in der Alterskohorte der unter 30jährigen ein Arbeitsplatzverlust als deutlich weniger problematisch angesehen wird als in sämtlichen anderen Alterskohorten.

Eine weitere Fragestellung im Rahmen der ökonomischen Glücksforschung ist, ob der Beschäftigungsumfang einen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit hat. Diesbezüglich kommen Schoon et al. (2005) für England zu dem Ergebnis, dass Personen in Teilzeitbeschäftigung einen geringeren Zufriedenheitsgrad aufweisen als Personen, die vollzeitbeschäftigt sind. Für die USA findet sich demgegenüber – folgt man Blanchflower und Oswald (2005) – keine entsprechende Bestätigung. Danach hat ein unterschiedlicher Beschäftigungsgrad keine differentiellen Auswirkungen auf die Lebenszufriedenheit. In der ebenfalls für die USA durchgeführten Untersuchung von Luttmer (2000) zeigt sich sogar, dass Personen mit einer Vollzeitbeschäftigung durch eine geringere Lebenszufriedenheit im Vergleich zu Teilzeitbeschäftigten gekennzeichnet sind. Mit Blick auf Deutschland weisen wiederum Rätzl (2009) ebenso wie Meier

auch in Zukunft wieder von Arbeitslosigkeit betroffen sein zu können. In Einklang mit dieser Sichtweise stehen auch die Untersuchungsergebnisse von Dolan/Powdthavee (2012), die besagen, dass Personen, die in Besitz eines Arbeitsplatzes sind und für die Arbeitslosigkeit eine „bedeutsames Ereignis“ darstellen würde, eine gleich hohe Lebenszufriedenheit aufweisen wie Arbeitslose, für die der Verlust des eigenen Arbeitsplatzes nicht als ein gravierendes Ereignis im Lebensverlauf eingestuft wird.

und Stutzer (2006) in ihrer Auswertung von SOEP-Daten eine positive Korrelation zwischen Arbeitszeit und Lebenszufriedenheit nach.¹⁸¹

Während sich aus den zuletzt genannten Befunden nur schwer Argumente für die Notwendigkeit staatlicher Markteingriffe zur Reduzierung der Arbeitslosenraten ableiten lassen, trifft dies nicht auf jene empirischen Untersuchungen zu, die einen Zusammenhang zwischen *politischer Radikalisierung*, zunehmender Gewaltbereitschaft und hoher Arbeitslosigkeit nachweisen. So kommen Falk und Zweimüller (2005) in einer Auswertung von kriminalstatistischen Daten von insgesamt 44.403 rechtsextremistischen – gewalttätigen wie nicht-gewalttätigen – Verbrechen im Zeitraum von 1996 bis 1999 zu dem Ergebnis, dass rechtsextremistische Verbrechen und eine hohe Arbeitslosenrate positiv miteinander korrelieren. In ähnlicher Weise scheint auch ein Zusammenhang zwischen hoher Arbeitslosigkeit und Fremdenfeindlichkeit gegeben zu sein. So konnte etwa Siedler (2006) zeigen, dass rechtsextremistische und fremdenfeindliche Einstellungen bei solchen Jugendlichen vergleichsweise häufig auftreten, die in ihre Kindheit mit der Erfahrung elterlicher Arbeitslosigkeit konfrontiert waren. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommen auch Krosch und Amodio (2014) im Rahmen von Verhaltensexperimenten mit (weißen) Versuchspersonen, die Gesichter danach einstufen sollten, ob sie einem Schwarzen oder Weißen gehören. Dabei zeigte sich, dass mit zunehmender Angst vor Einkommenseinbußen und sozialem Abstieg, wie dies durch Arbeitslosigkeit verursacht werden kann, die Probanden umso eher dazu neigten, nicht eindeutige Mischgesichter als „schwarz“ einzustufen. D.h. mit Änderung der ökonomischen Rahmenbedingungen veränderte sich zugleich das individuelle Urteilsvermögen in Richtung einer verstärkten Wahrnehmung vermeintlicher Rassemerkmale. Angesichts der genannten Zusammenhänge könnten staatliche Maßnahmen zum Abbau von Arbeitslosigkeit einen positiven Beitrag zur Verringerung von Fremdenfeindlichkeit, rechtsextremistischer Kriminalität und Rassismus leisten.

4.2.2

Psychologische Effekte der Antizipation und Attribution von Arbeitslosigkeit

Aus Sicht der ökonomischen Glücksforschung wirkt sich nicht allein der Verlust des Arbeitsplatzes als solcher, sondern auch bereits die Wahrscheinlichkeit, arbeitslos werden zu können, negativ auf die Lebenszufriedenheit aus. Diese negative Wirkung einer *mangelnden Arbeitsplatzsicherheit* zeigt sich

¹⁸¹ Folgt man Rätzel (2009), ist dieser Zusammenhang jedoch nicht linearer Natur, vielmehr führt eine steigende Arbeitszeit ab einem bestimmten Niveau wieder zu einem Rückgang der Lebenszufriedenheit. Nach Weimann et al. (2012; S. 68) dieses Ergebnis „in hohem Maße plausibel. Die meisten Menschen, die Vollzeit arbeiten wollen, sind weder zufrieden, wenn sie nur drei Tage die Woche arbeiten können, noch sind sie zufrieden, wenn sie der Chef regelmäßig auch am Wochenende ins Büro beordert“.

unter anderen in der Untersuchung von Dekker und Schaufeli (1995), die den Effekt einer angekündigten Unternehmensumstrukturierung auf die Lebenszufriedenheit der Betroffenen zum Gegenstand hat. Dabei zeigte sich, dass erst nach der definitiven Entscheidung darüber, welche Unternehmensabteilungen geschlossen werden, die Lebenszufriedenheit (wieder) anstieg und zwar sowohl bei den Arbeitnehmern, die bleiben konnten, als auch bei jenen, die entlassen wurden.¹⁸² Wenn auch nicht auf die Lebenszufriedenheit, sondern auf das gesundheitliche Wohlbefinden bezogen, kommt auch Dragano (2007) in einer Befragung von mehr als 20.000 Beschäftigten in Deutschland in den Jahren 1998 und 1999 zu dem Ergebnis, dass der Gesundheitszustand der Mitarbeiter von Unternehmen, in denen Personal abgebaut wird, vergleichsweise niedrig ist und dies unabhängig davon, ob die Mitarbeiter von Rationalisierungsmaßnahmen betroffen waren oder auch nicht.

Neben einer schlechteren Gesundheit weisen nach Wiswede (2012; S. 159) von Arbeitsplatzverlust bedrohte Personen zudem häufig die folgenden Symptome auf: „Gefühle der Ungerechtigkeit, Depression, Stress, reduzierte Motivation, Erschütterung der [...] Identifizierung mit dem Unternehmen“.¹⁸³ Folgt man einer Studie des Internationalen Instituts für empirische Sozialökonomie (INIFES 2012), führt eine Ausweitung sogenannter prekärer Beschäftigungsverhältnisse und hier insbesondere die zunehmende Verwendung zeitlich befristeter Arbeitsverträge zu ähnlichen Ergebnissen. Neben einer steigenden finanziellen Abhängigkeit, die aus solchen Beschäftigungsformen resultiert, wird vor allem die damit einhergehende Unsicherheit und *psychische Beeinträchtigung* von Arbeitnehmern hervorgehoben.¹⁸⁴ Daraus ließe sich das Er-

¹⁸² Für weitere Studien zum Zusammenhang von Arbeitsplatzsicherheit und Lebenszufriedenheit siehe auch Clark (2010), Clark et al. (2009) sowie De Witte (1999). Der darin ebenfalls zum Ausdruck kommende negative Zusammenhang zwischen einer hohen Arbeitslosenrate, die für eine geringe Arbeitsplatzsicherheit spricht, und der individuellen Lebenszufriedenheit zeigt sich unter anderen in den Studien von Helliwell (2003) sowie Alesina et al. (2004). Nicht bestätigt wird dieser Zusammenhang in der Untersuchung von Rehdanz/Maddison (2005), in der eine Auswertung von entsprechenden Daten aus 67 Ländern erfolgte. Clark et al. (2009) zeigen wiederum, dass der Verlust an Lebenszufriedenheit kleiner ausfällt, wenn die Arbeitslosigkeit im regionalen Umfeld groß ist und damit zu einer „selbstverständlichen“ Erscheinung wird. Siehe zu dieser Bedeutung der „relativen Position“ auch Clark (2003).

¹⁸³ Bezogen auf die vom Arbeitsplatzabbau innerhalb eines Unternehmens letztlich nicht negativ Betroffenen stellt Wiswede (2012; S. 159) zugleich fest: „Die verbleibenden Mitarbeitern entwickeln dagegen eine Survivor-Syndrom, das gleichfalls mit Motivationsverlust verbunden ist“. Siehe zu den genannten Auswirkungen auch Noer (1993), Baeckmann (1998) ebenso wie Kalimo et al. (2003).

¹⁸⁴ Siehe hierzu ausführlich INIFES (2012), wobei neben den negativen psychologischen Effekten von atypischen Beschäftigungsverhältnissen zudem auf die daraus resultierende Gefahr einer wachsenden Altersarmut verwiesen wird.

fordernis einer staatlichen Begrenzung entsprechender Beschäftigungsverhältnisse zum Schutz von Arbeitnehmern ableiten.

Mangelnde Arbeitsplatzsicherheit führt aus psychologischer Sicht nicht nur zu dem gleichem Stressempfinden, wie dies beim Verlust des Arbeitsplatzes der Fall ist. Frühe empirische Studien, wie etwa die von Frese und Mohr (1978) oder auch von Cobb und Kasl (1977) deuten vielmehr darauf hin, dass die Befürchtung, der eigene Arbeitsplatz könnte verloren gehen, zu einem größeren Unwohlsein bzw. mehr Stress führt als der tatsächliche Arbeitsplatzverlust als solcher. Folgt man dabei der Untersuchung von Borg und Braun (1992), kann hinsichtlich der *subjektiven Unsicherheit* der Arbeitsstelle zwischen einer affektiven (Befürchtung) und einer kognitiven (Bedenken) Variante differenziert werden. Je größer die ökonomische Abhängigkeit und je geringe die soziale Unterstützung sind, desto ausgeprägter fällt die affektive Unsicherheit bezüglich des eigenen Arbeitsplatzes aus. Demgegenüber reduziert sich die kognitive Unsicherheit, wenn das Arbeits-Involvement und die affektive Bindung an das Unternehmen groß sind. Grundsätzlich führt eine hohe subjektive Unsicherheit der Arbeitsstelle in beiden Dimensionen sowohl zu einer geringen Leistungsbereitschaft als auch zu einer zunehmend negativen Einstellung gegenüber allen Aspekten der Arbeit.¹⁸⁵

Neben den Auswirkungen eines antizipierten Arbeitsplatzverlustes auf das subjektive Wohlbefinden ist aus psychologischer Sicht schließlich auch die *Attribution von Arbeitslosigkeit* von Bedeutung.¹⁸⁶ Dabei zeigt sich, dass Personen, die arbeitslos sind, und Personen, die im Besitz einer Arbeitsstelle sind, durch unterschiedliche Muster bezüglich der Erklärung von Arbeitslosigkeit gekennzeichnet sind. Ausgehend von einer Differenzierung zwischen individualistischen, gesellschaftlichen und fatalistischen Ursachenzuschreibungen kommt Furnham (1988) zu dem Ergebnis, dass Arbeitslose eher externe Umstände (ökonomische, politische, soziale) sowie fatalistische Ereignisse (Glück, Chance, Schicksal) für das Eintreten von Arbeitslosigkeit verantwortlich machen, während Beschäftigte mehrheitlich dazu neigen, unter Verweis auf Persönlichkeits- oder Einstellungsmerkmale die Gründe bei den Arbeitslosen selbst zu suchen („individualistic explanations“). Damit wird das Ergebnis der frühen Untersuchung von Hentschel et al. (1977) bestätigt, wonach 52 % der Beschäftigten der Auffassung waren, dass Arbeitslose nicht hinreichend arbeitswillig seien und sich nicht genügend anstrengen würden, um wieder eine neue Arbeitsstelle zu finden. Allerdings vertraten auch 25 % der Arbeitslosen

¹⁸⁵ Siehe hierzu auch die Untersuchungen von Jacobson (1987) sowie Greenhalgh/Rosenblatt (1984). Mit Verweis auf die zuletzt genannte Untersuchung spricht Wiswede (2012; S. 159) im Zusammenhang mit dieser Rückzugsstrategie auch von einer „antizipativen Trauer“, die sich im Umgang mit der Arbeitsplatzunsicherheit bei den betroffenen Personen einstellt.

¹⁸⁶ Siehe hierzu etwa die Untersuchungen von Kirchler (1999), Furnham (1997), Kastner (1988) oder auch Pelzmann (1988). Für eine Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse siehe darüber hinaus auch Wiswede (2012; S. 157f.) ebenso wie Kirchler (2011; S. 558ff.).

diese Meinung, was sich mit dem Ergebnis einer Befragung von arbeitslosen Männern zum Vorwurf der Arbeitsunwilligkeit durch Grau und Thomsen (1985) deckt, dem zufolge etwas mehr als 23 % der Probanden die Ansicht vertraten, dass der Grund für diese Vorwürfe in der Person der Arbeitslosen selbst liege.

Folgt man wiederum Pelzmann (2012; S. 167ff.), die die Änderung der Attribution von Arbeitslosen anhand zweier insolventer Unternehmen über ein Jahr hinweg untersucht hat, werden von 90 % der Betroffenen stabil externe Ursachen für die Arbeitslosigkeit verantwortlich gemacht. Damit unterscheidet sich die mehrheitliche Attribution von Arbeitslosen grundlegend von jener, die sich bei staatlichen Arbeitsvermittlern findet. So führen professionelle Arbeitsvermittler nach einer Untersuchung von Kirchler (1993) die Arbeitslosigkeit vorrangig auf personenbezogene Faktoren zurück. Als Eigenschaften von Arbeitslosen werden dabei unter anderen eine mangelnde Arbeitsmotivation, Interessenlosigkeit, Bequemlichkeit, mangelnde Ausdauer, arbeitshemmende Einstellungen oder auch fehlende Flexibilität genannt, woraus sich ein Bild der individuellen Verschuldung ergibt.¹⁸⁷ In ähnlicher Weise attribuieren auch potentielle Arbeitgeber – folgt man Pelzmann (2012; S. 133ff.) – die personenbezogenen Ursachen von Arbeitslosigkeit: Danach deutet eine längere Arbeitslosigkeit auf Verwahrlosung, Motivationslosigkeit, Leistungsunvermögen, soziale Unverträglichkeit ebenso wie psychische und physische Problemlagen, um lediglich die am häufigsten genannten Zuschreibungen zu nennen. Unter Anwendung der *Labeling-Theorie* auf Arbeitslosigkeit stellt Wiswede (2012; S. 156) diesbezüglich fest: „Dies alles scheint darauf hinzudeuten, dass das Merkmal Arbeitslosigkeit mit zunehmender Dauer zum Stigma werden kann“.¹⁸⁸ Die daraus sich ergebenden Konsequenzen mit Blick auf die Arbeitslosen selbst fasst Kirchler (2011; S. 558) wiederum wie folgt zusammen: „Die gesellschaftliche Stigmatisierung der Arbeitslosen als ‚Faulenzer‘ und ‚Schmarotzer‘ hat ihre Wirkung dahingehend, als sich nicht nur viele Arbeitslose kaum gegen dieses Bild wehren können, sondern es verinnerlichen und auch selbst häufig der Meinung sind, Arbeitslose seien faul und arbeitsunwillig“.

In diesem Zusammenhang spricht auch Wacker (1983; S. 31) von „verinnerlichten Sozialnormen“, die Arbeitslosigkeit überwiegend als allein individuelles Problem erscheinen lassen, wodurch arbeitslose Personen für ihre Situation mindestens mitverantwortlich gemacht werden. Bezogen auf die bereits an

¹⁸⁷ Siehe hierzu auch Kirchler (2011; S. 558ff.). Hinsichtlich der sich daraus ergebenden Folgen für Arbeitslose stellt Wiswede (2012; S. 155) fest: „Der Arbeitslose – zumal in einer Umgebung, in der sonst keine Arbeitslosen wohnen – gilt vielfach als gezeichneter, der für sein Schicksal selbst verantwortlich ist und mit dem man keinen Umgang haben möchte. [...] Die etwas voreilige Assoziation von ‚arbeitslos = arbeitsscheu‘ verstärkt dabei die Verstrickung in die Defizitsituation. Die psychische Belastung wird meist begleitet von einer fortschreitenden sozialen Desintegration“.

¹⁸⁸ Siehe schon früh für diesen Bezug zur Labeling-Theorie auch Kutsch/Wiswede (1978).

früherer Stelle genannten psychischen Belastungen von Arbeitslosigkeit führt die Übernahme gesellschaftlicher Schuldzuweisungen durch die von Arbeitslosigkeit betroffenen Personen nach Kieselbach und Schindler (1984) zu (noch stärker) ausgeprägten Formen von Depression, Apathie und Resignation in Verbindung mit einem negativen Selbstbild sowie einer verringerten Bereitschaft, bestehende psychische Probleme einzugestehen und therapieren zu lassen. Auch in den Untersuchungen der ökonomischen Glücksforschung spiegeln sich die Folgen dieser Auswirkungen von Arbeitslosigkeit wider, wenn dort der Frage nachgegangen wird, inwiefern sich das *emotionale Alltagsempfinden* (affektives Glück) von Arbeitslosen und Beschäftigten voneinander unterscheidet. Folgt man Knabe et al. (2010), lässt sich dabei empirisch zeigen, dass beide Personengruppen mit Blick auf ein vorgegebenes Set an Aktivitäten den jeweiligen Einzelaktivitäten zwar die gleiche Rangordnung beimessen. Davon abgesehen weisen Arbeitslose jedoch bei der weit überwiegenden Zahl dieser Aktivitäten signifikant niedrigere Zufriedenheitswerte auf, als dies bei der Gruppe der Beschäftigten der Fall ist.¹⁸⁹ Dies deckt sich mit dem Untersuchungsergebnis von Krueger und Mueller (2008), die diesbezüglich von einem „Saddening“-Effekt der Arbeitslosigkeit sprechen.

Mit Blick auf die Frage nach der Notwendigkeit staatlichen Handelns zur Reduzierung von Arbeitslosigkeit weisen allerdings Weimann et al. (2012; S. 143) darauf hin, dass „das affektive Glück auf keinen Fall eine geeignete Orientierung für die Bewertung gesellschaftlicher Zustände ist. Menschen können auch unter sehr schlechten Bedingungen noch gute Gefühle entwickeln, aber diese guten Gefühle rechtfertigen nicht die schlechten Bedingungen“. In Anbetracht dessen liefern nur Werte zur kognitiven Zufriedenheit von Arbeitslosen einen Anhaltspunkt dafür, ob staatliche Eingriffe in das Marktgeschehen zur Erhöhung des Beschäftigungsniveaus gerechtfertigt sind. Da die kognitive Zufriedenheit von Arbeitslosen – wie schon an früherer Stelle hervorgehoben – deutlich schlechter ausfällt als jene von Beschäftigten, kann darin eine verhaltensökonomische Legitimation für arbeitsmarktpolitische Interventionen des Staates gesehen werden. In gleicher Weise stellen daher auch Weimann et al. (2012; S. 142) fest: „Geht man von der kognitiven Lebenszufriedenheit aus, spricht vieles dafür, dass durch Politikmaßnahmen, die die Menschen zurück in Lohn und Brot bringen, erhebliche Wohlfahrtsgewinne erzielt werden können“.

¹⁸⁹ Diesem negativen Glückseffekt, der unmittelbar aus der Arbeitslosigkeit resultiert, steht nach Knabe et al. (2010) allerdings ein positiver Zeitverwendungseffekte gegenüber, der sich dadurch ergibt, dass Arbeitslose über mehr Freizeit verfügen, was wiederum zu einer Verbesserung des affektiven Glücks beitragen kann. Siehe zum Zusammenhang von affektiven Glück und Arbeitslosigkeit auch Weimann et al. (2012; S. 135ff.).

5

Verhaltensökonomische Schlussfolgerungen für die Notwendigkeit und Gestaltung staatlicher Eingriffe in den Markt

Bezogen auf die Notwendigkeit ebenso wie die Ausgestaltung staatlicher Markteingriffe lässt sich aus den Erkenntnissen der Verhaltensökonomik eine Reihe von Schlussfolgerungen ableiten, die zum einen dazu dienen, die herkömmlicherweise aus finanzwissenschaftlicher Sicht angeführten Rechtfertigungsgründe bezüglich der Art und Weise staatlicher Interventionstätigkeit sowohl zu erweitern als auch in Teilen zu korrigieren. In all jenen Fällen, in denen die verhaltensökonomische Perspektive zu keinen fundamental neuen Erkenntnissen führt, lassen sich zum anderen bekannte Argumente für Markteingriffe des Staates darüber hinaus zusätzlich fundieren. Da sich die verhaltensökonomische Analyse staatlicher Interventionstätigkeit vor allem mit Fragen der Relevanz von Fairness und Reziprozität, der Bedeutung des Handlungskontextes, des Einflusses von Emotionen oder auch der Wirkung kognitiver Wahrnehmungsverzerrungen auf das individuelle Entscheidungsverhalten beschäftigt, sind diese auch Gegenstand der aus diesen Analysen abgeleiteten Schlussfolgerungen. Im Einzelnen lassen sich dabei die folgenden Erkenntnisse mit Blick auf das „Ob“ und das „Wie“ staatlichen Handelns benennen:

- (1) *Bereitstellung öffentlicher Güter* – Abweichend von der finanzwissenschaftlichen Standardargumentation, aufgrund deren eine staatliche Bereitstellung öffentlicher Güter angesichts eines strategisch motivierten Freifahrerverhaltens aus Eigennutzmotiven als zwingend erforderlich gilt, deuten verhaltensökonomische Experimente darauf hin, dass ein großer Teil der Nutznießer staatlicher Leistungen bereit ist, einen freiwilligen Beitrag zu deren Erstellung zu leisten. Diese Bereitschaft zur freiwilligen Kooperation hinsichtlich der Bereitstellung öffentlicher Güter ist nach Behnke (2012) umso größer, je höher der Stellenwert von sozialen Normen wie „Fairness“ (Gerechtigkeit) und „Respekt vor anderen“ (Reziprozität) aus individueller Sicht ausfällt und je stärker diese Normen innerhalb der Gesellschaft verhaltenswirksam verankert sind. Umgekehrt sinkt die Bereitschaft zu freiwilligen Kooperationsbeiträgen, je stärker Normen wie „Unabhängigkeit“ und „Individualität“ das Akteursverhalten beeinflussen. Neben der verhaltenskoordinierenden Wirkung entsprechender Normen und Wertvorstellungen kommt aus verhaltensökonomischer Sicht zudem den jeweiligen Kontextbedingungen eine entscheidende Bedeutung zu: Danach fallen die freiwilligen Beiträge zur Erstellung öffentlicher Güter dann groß aus, wenn das eigene Entscheidungsverhalten gegenüber Dritten transparent ist, die Akteure miteinander kommunizieren können, wirksame Bestrafungsmöglichkeiten für den Fall eines nicht-kooperativen Verhaltens verfügbar sind und der soziale Zusammenhalt

der betroffenen Akteure hoch ist. Unter diesen Rahmenbedingungen ist davon auszugehen, dass nicht Vorteilsmaximierung und Eigennutz sondern Fairness und Reziprozität das individuelle Entscheidungsverhalten bestimmen. Da diese Bedingungen nicht selten auf der lokalen Ebene – unter Abstrichen auch auf der regionalen Ebene – gegeben sind, spricht aus verhaltensökonomischer Sicht einiges dafür, insbesondere im Fall der Bereitstellung von lokalen und regionalen öffentlichen Gütern noch stärker als bislang auf „Bürgerbeteiligung“ und „ehrenamtliches Engagement“ zu setzen. Danach ist nicht die Bereitstellung der öffentlichen Güter als solche die vorrangige Aufgabe des Staates als vielmehr das Schaffen von Anreizbedingungen, welche die mehrheitlich vorhandene Bereitschaft zu freiwilligen Beiträgen bei der Erstellung von Kollektivgütern auch entsprechend aktiviert.

- (2) *Internalisierung externer Effekte* – Neben der Bereitstellung öffentlicher Güter zählt aus finanzwissenschaftlicher Sicht auch die Internalisierung externer Effekte zu den zentralen Aufgaben des Staates. Auch wenn mit Verweis auf Coase (1960) nicht per se auszuschließen ist, dass eine entsprechende Internalisierung externer Effekte mittels privater Verhandlungen erfolgen kann, verhindern jedoch im Regelfall bestehende Transaktionskosten eine solche Verhandlungslösung, so dass staatliche Markteingriffe unter Effizienzaspekten unumgänglich sind. Diese Einsicht wird aus Sicht der Verhaltensökonomik nicht grundlegend in Frage gestellt. Vielmehr zeigen verhaltenspsychologische Untersuchungen, dass durch eine Internalisierung externer Effekte nicht allein verzerrte Marktpreise vermieden werden können, sondern sich darüber hinaus durch entsprechende Marktinterventionen des Staates auch das individuelle Glücksgefühl steigern lässt. Verhaltensökonomische Erkenntnisse können hier zum einen dazu beitragen, dass sich die Wirksamkeit einer staatlichen Internalisierung externer Effekte erhöht. Dies kann etwa dadurch erreicht werden, dass die staatlicherseits zum Einsatz kommenden Anreiz- und Sanktionsinstrumente mit einer affektiven Komponente (z.B. besseres Lebensgefühl) verknüpft werden. Auf diese Weise lassen sich die mit staatlichen Interventionen verbundenen Gefühle der Belohnung bzw. Bestrafung entsprechend intensivieren, um das unter Effizienzaspekten gewünschte Entscheidungsverhalten der privaten Akteure zu realisieren. Auch kann die Wirksamkeit solcher Marktinterventionen durch eine Erhöhung der Merkblichkeit (Salienz) der entsprechenden Handlungsfolgen (z.B. mittels optischer Rückmeldungen des Handlungserfolgs) gesteigert werden. Zum anderen liefern verhaltensökonomische Ansätze durch den Verweis auf die Existenz von psychologischen Externalitäten (z.B. in Gestalt eines subjektiven Unwohlseins aufgrund der Armut anderer), die zusätzlich zu pekuniären und technologischen Externalitäten auftreten können, ein weiteres Argument für staatliche Eingriffe in das Marktge-

schehen. Um solche psychischen Nutzeninterdependenzen, die oft Anlass für ein karitatives Verhalten (Altruismus) sind, zu internalisieren, kann der Staat sowohl Vereine und gemeinnützige Organisationen (steuerlich) fördern als auch zivilgesellschaftliches Engagement und Bürgerbeteiligung rechtlich wie finanziell unterstützen.

- (3) *Beseitigung informationsbedingter Marktunvollkommenheiten* – Zusätzlich zum Auftreten externer Effekte können zudem Informationsmängel auf Seiten der Marktakteure die Funktionsweise von Märkten negativ beeinträchtigen. Entsprechende Marktunvollkommenheiten liefern aus finanzwissenschaftlicher Sicht einen weiteren Rechtfertigungsgrund für mögliche Staatseingriffe. So wird etwa die Notwendigkeit für staatliche Regulierungen im Bereich des Verbraucherschutzes vorrangig aus bestehenden Informationsasymmetrien zulasten der Konsumenten abgeleitet. Diesem Argument, wie es sich unter anderen bei Sinn (1989) oder auch Shapiro (1983) findet, wird zwar aus Sicht der Verhaltensökonomik nicht widersprochen. Auf Kritik stößt jedoch die daraus abgeleitete Handlungsempfehlung für eine staatliche Verbraucherpolitik, wonach eine ausreichende Bereitstellung von Informationen bereits für einen hinreichenden Konsumentenschutz und damit eine Beseitigung bestehender informationsbedingter Marktunvollkommenheiten sorgen soll. Aus verhaltensökonomischer Sicht können Informationsasymmetrien nicht einfach durch ein Mehr an Informationen überwunden werden. Vielmehr erweisen sich qualitativ hochwertige Informationen in geringen Mengen häufig als deutlich wirksamer als ein Überfluss an (qualitativ minderwertigen) Informationen. Auch gilt die Art und Weise der Präsentation von Informationen als entscheidend dafür, ob ein Verbraucher diese auch zur Verbesserung seiner Kaufentscheidungen aufnimmt. Dies ist insofern von besonderer Bedeutung, wie angesichts von kognitiven Wahrnehmungsverzerrungen, der Verwendung von Entscheidungs-Heuristiken, der Bedeutung emotionaler Einflussfaktoren oder auch der Wirksamkeit von Kontexteffekten davon auszugehen ist, dass die überwiegende Mehrheit der Verbraucher sich in den meisten Fällen nicht reflektiert und bewusst mit bestehenden Informationsangeboten auseinandersetzt, sondern diese lediglich flüchtig aufnimmt. Jenseits des Umfangs und der Qualität an Informationen zu einem bestehenden Marktangebot gilt aus verhaltensökonomischer Sicht schließlich auch die Fülle des Angebots an Produkten selbst als eine mögliche Ursache von Marktunvollkommenheiten, die einer staatlichen Regulierung bedürfen. Damit wird explizit der in der traditionellen Ökonomik anzutreffende Annahme widersprochen, dass mit steigender auch der potentielle Nutzen der Verbraucher steigt. Alle genannten Einsichten der Verhaltensökonomik zum Problem informationsbedingter Marktunvollkommenheiten lassen sich nach Funk (2014;

S. 791) „insbesondere [...] fruchtbar auf dem Gebiet einer problemorientierten und realitätsgerechteren Verbraucherpolitik anwenden“.

- (4) *Bereitstellung (de-)meritorischer Güter* – Während aus finanzwissenschaftlicher Sicht eine staatliche Bereitstellung öffentlicher Güter dazu dienen soll, bestehende Präferenzen für solche Leistungen zu befriedigen, gilt eine zu hohe oder zu niedrige Nachfrage im Fall von meritorischen Gütern als Ausdruck individuell verzerrter Präferenzen, die – notfalls auch unter Einsatz von Zwangsmitteln – einer paternalistischen Korrektur bedürfen. Das im Rahmen der Verhaltensökonomik entwickelte Verständnis eines asymmetrischen (libertären) Paternalismus unterscheidet sich grundlegend von dieser traditionellen Sicht meritorischer Güter. Bedeutsam ist hierbei die Annahme, dass Akteure in Entscheidungssituationen lediglich über begrenzte kognitive Fähigkeiten verfügen, unvollständige Informationen verwenden oder durch eine eingeschränkte Willenskraft gekennzeichnet sind, was zum Problem einer mangelnden Selbstkontrolle führt, so dass einmal getroffene Entscheidungen zu einem späteren Zeitpunkt bereut werden. Anstelle staatlicher Zwangsmaßnahmen zur Verhaltenskorrektur leiten sich aus den Überlegungen der Verhaltensökonomik alternative Möglichkeiten und Formen der paternalistischen Regulierung ab. Mit Bruttel und Stolley (2014; S. 767) besteht die zentrale Idee darin, „durch eine bedeutsame, quasi ‚minimalinvasive‘ Umgestaltung der Entscheidungssituation z.B. komplexe Entscheidungen zu erleichtern oder Selbstkontrollprobleme zu reduzieren, ohne dabei de facto die Entscheidungsfreiheit zu beschneiden“. Dabei lassen sich staatlich gesetzte Framing-Effekte (Stichwort: Entscheidungsarchitektur) zum Zweck einer „sanften“ Verhaltenssteuerung nutzen, die sich anhand ihrer Eingriffsintensität in das individuelle Entscheidungsverhalten voneinander unterscheiden lassen. Den geringsten Interventionsgrad weisen danach – neben der bloßen Versorgung mit Informationen – die Verwendung von Default-Optionen, mit denen das individuelle Verhalten durch „Voreinstellungen“ (Nudges) beeinflusst werden soll, oder auch der Gebrauch von „Cooling-off-Regulierungen“ auf, die eingeschränkt rational agierende Akteure vom Druck vor allem emotional bestimmter Handlungssituationen befreien soll. Eine höhere Eingriffsintensität weisen demgegenüber die Einführung von sogenannten Sündensteuern (z.B. Alkohol- oder Tabaksteuern), mit denen finanzielle Anreize zugunsten einer höheren Selbstkontrolle einhergehen, oder auch die Einschränkung bestehender Handlungsrechte (z.B. Verbot des Verzichts auf ein gegebenes Widerrufsrecht) auf, die zur Durchsetzung einer „echten“ Wahlfreiheit von Akteuren beitragen soll.
- (5) *Korrektur der Einkommens- und Vermögensverteilung* – Neben der Erfüllung effizienzbezogener Aufgaben im Rahmen der Allokationsfunktion zählt aus Sicht der Finanzwissenschaft auch die Verteilungsfunktion zu

den grundlegenden Aufgaben des Staates, die neben einer Absicherung bestehender Lebensrisiken (Krankheit, Arbeitslosigkeit, Altersversorgung etc.) auch die Umverteilung von Einkommen und Vermögen unter dem Ziel einer Korrektur der Primärverteilung des Marktes umfasst. Richtet man den Blick vor allem auf die staatliche Umverteilungspolitik, die traditionell unter Rückgriff auf verschiedene (sozialphilosophische) Gerechtigkeitspostulate zu begründen versucht wird, tragen verhaltensökonomische Analysen zu einer Erweiterung dieser Argumente bei, indem auf die Existenz sozialer Präferenzen als Rechtfertigung staatlicher Markteingriffe unter dem Verteilungsziel verwiesen wird. Soziale Präferenzen können empirisch unterschiedliche Ausprägungsformen annehmen, so etwa in Form von sozialen Normen oder subjektiven Werten wie Altruismus, Fairness und Reziprozität, einer subjektiven Aversion gegen Ungleichheit, einer Vorliebe für die Gleichverteilung von Einkommen und Vermögen oder von Angst um den Verlust der eigenen sozialen Position innerhalb der Gesellschaft. Sind soziale Präferenzen und gesellschaftliche Realität nicht deckungsgleich, kann durch staatliche Umverteilungspolitik zu einer Steigerung des individuellen Nutzens beigetragen werden. Aus verhaltensökonomischer Sicht ist hier staatliches Handeln in dem Maße erforderlich, wie mit zunehmender sozialer Distanz (bzw. steigender sozialer Anonymität) die Bereitschaft zur freiwilligen Umverteilung von Einkommen und Vermögen abnimmt. Mit Blick auf den Zusammenhang zwischen Einkommensungleichheit und Lebenszufriedenheit ist allerdings zu berücksichtigen, dass die individuelle Lebenszufriedenheit nur dann steigt, wenn das eigene Einkommen stärker steigt als das der Vergleichsgruppe. Für eine staatliche Verteilungspolitik, die unter dem Ziel einer Einkommensnivellierung erfolgt, bedeutet dies, dass sie möglicherweise zu keiner Erhöhung des gesamtgesellschaftlichen Glücksempfindens beiträgt, da der Gewinn an Lebenszufriedenheit bei den verteilungspolitischen Nutznießern zu einem ebensolchen Verlust bei jenen Akteuren führt, deren relative Einkommens- und Vermögensposition sich dadurch verschlechtert. Dies legt – so Beck (2014) oder auch Weimann et al. (2012) – die Schlussfolgerung nahe, dass die Notwendigkeit staatlicher Umverteilungspolitik bei weitem nicht so groß ist, wie landläufig vielfach unterstellt wird.

- (6) *Sicherung der Geldwertstabilität* – Die Begründung staatlicher Geldpolitik unter dem Ziel der Inflationsbekämpfung und Stabilisierung des Geldwertes erfolgt bekanntermaßen mit Verweis auf die Sicherung der makroökonomischen Funktionen des Geldes (Zahlungsmittel, Recheneinheit, Wertaufbewahrung). Aus verhaltensökonomischer Sicht lässt sich Geld jedoch nicht allein auf seine ökonomischen Funktionen reduzieren, sondern es gilt darüber hinaus auch als Symbol für individuellen Erfolg, Macht, Unabhängigkeit oder auch soziale Anerkennung. Während die aus jenem Eigenwert des Geldes abzuleitenden geldpolitischen Schluss-

folgerungen eher unklar sind, trifft dies nicht in gleicher Weise auf die verhaltensökonomische Erkenntnis zu, dass eine als ungerecht empfundene Geldverwendung vorrangig emotional (und nicht rational) bewertet wird. Etwa bezogen auf die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank zur Stabilisierung des Banken- und Finanzsektors in einigen Mitgliedsstaaten der EWU kann dies dazu führen, dass subjektiv als ungerecht eingestufte Rettungsmaßnahmen emotionale Widerstandsreaktionen hervorrufen, welche die Legitimation der gemeinsamen Geldpolitik in Frage stellen. Ein Vertrauensverlust bezogen auf die Stabilitätsorientierung der Geldpolitik kann auch dann eintreten, wenn subjektiv wahrgenommene und statistisch gemessene Inflationsraten wiederholt oder sogar auf Dauer auseinanderfallen und es aufgrund dessen zu Fehlallokationen im Entscheidungsverhalten der Wirtschaftssubjekte kommt. So führt bereits eine lediglich als zu hoch empfundene Inflationsrate aus verhaltensökonomischer Sicht zu einem verstärkten Sicherheitssparen als Reaktion auf eine als krisenhaft wahrgenommene Wirtschaftslage mit entsprechend negativen Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftliche Nachfrage. Solchen Fehlwahrnehmungen sollte durch eine staatliche Informationspolitik entgegengewirkt werden, die sowohl über das Ausmaß der tatsächlichen Inflation als auch die gerechtfertigten Gründe für gegebene Preissteigerungen aufklärt. Ein zusätzliches Rechtfertigungsargument für eine staatliche Politik der Geldwertstabilität ergibt sich schließlich aus dem verhaltensökonomisch nachgewiesenen Sachverhalt, dass hohe Inflationsraten – neben den aus makroökonomischer Sicht bereits hinlänglich bekannten negativen Effekten – zudem auch das subjektive Glücksempfinden mindern.

- (7) *Regulierung der Finanzmärkte* – Betrachtet man nicht allein die Geldpolitik, sondern richtet man den Blick zudem auf die Finanzmärkte, ergeben sich aus verhaltensökonomischer Sicht grundlegend andere Einsichten bezüglich der Notwendigkeit staatlicher Markteingriffe, als dies im Rahmen der traditionellen (neoklassischen) Betrachtung von Finanzmärkten der Fall ist, die von der Effizienz-Markt-These bestimmt wird. So ist mit Shiller (1998) davon auszugehen, dass die Schwankungen im Anlageverhalten auf Finanzmärkten – gemessen an einem als effizient einzustufenden Marktgeschehen – übermäßig ausfallen, was vor allem auf kognitiv begrenzte Fähigkeiten in der Verarbeitung von Informationen zurückzuführen ist, die auch durch ein entsprechendes Arbitrageverhalten nicht ausgeglichen werden können. Sollen (irrationale) Kursschwankungen auf den Finanzmärkten begrenzt werden, bedarf es einer verstärkten staatlichen Regulierung dieser Märkte etwa in Form des Verbots von Leerkäufen oder auch der Einführung einer Finanzmarkttransaktionssteuer, um nur zwei mögliche Interventionsformen zu benennen. Abweichungen von einem effizienten Marktgeschehen können zudem durch weitere psycholo-

logische Effekte wie etwa den Home Bias, einen gewinnbezogenen Überoptimismus, den Dispositionseffekt in Verbindung mit einer bestehenden Verlustaversion oder auch das Umdeuten von Marktinformationen bewirkt werden. Um durch die genannten Faktoren ausgelöste Über- und Unterreaktionen auf den Finanzmärkten entgegenzuwirken, werden aus Sicht der Verhaltensökonomik sowohl eine staatliche Informationspolitik unter der Zielsetzung einer verbesserten Aufklärung der Marktteilnehmer als auch die Durchsetzung regulatorischer Vorgaben zu den Informationspflichten der Anbieter von Investmentprodukten gefordert. Neben der Wirksamkeit von Heuristiken und kognitiven Verzerrungen gelten schließlich auch emotionale Faktoren wie das momentane Befinden, aktuelle Gefühle oder situative Stimmungslagen (Herdenverhalten) als verantwortlich für die Entwicklung auf Finanzmärkten. Zwar kann der Staat nicht direkt auf diese Bestimmungsfaktoren einwirken. In dem Maße jedoch, wie diese Einflussgrößen das Vertrauen in die Märkte und Finanzinstitute nachhaltig untergraben können, soll durch eine staatliche Gestaltung der marktbezogenen Rahmenbedingungen zur Vertrauensbildung von Sparern und Investoren beigetragen werden. Hierzu zählen unter anderen staatliche Vorgaben, die sicherstellen, dass die Vertreter von Banken und Finanzinstituten sowohl über ein hinreichend fundiertes Wissen bezüglich der gehandelten Finanzprodukte als auch über die Fähigkeit verfügen, den Anlegern dieses Wissen korrekt zu vermitteln. Dies schließt eine ehrliche, sorgfältige und verständliche Beratung der Kunden mit ein, um für Integrität und Transparenz zu sorgen. Auch sollte die Regulierung der Finanzmärkte solche Anreize setzen, die auf eine langfristige Ertragssicherung und damit die Stabilität von Banken und sonstigen Finanzinstituten ausgerichtet sind. Dies kann beispielsweise neben staatlichen Standards für die Gewährung von Bonuszahlungen ebenso Vorgaben für die Gestaltung der Unternehmensverfassung unter der Zielsetzung einer stärkeren gesellschaftlichen Verantwortung umfassen.

- (8) *Begrenzung von Arbeitslosigkeit* – Neben einer Sicherung von Geldwertstabilität sowie dem Bedarf zur Regulierung übermäßiger Kursschwankungen auf den Finanzmärkten zählt die Reduzierung von Arbeitslosigkeit traditionell zu den wirtschaftspolitischen Aufgaben des Staates. Als Begründung dafür wird auf die mit einer konjunkturellen oder auch strukturellen Unterbeschäftigung verbundene Unterauslastung des Produktionsfaktors Arbeit verwiesen, was im Ergebnis zu einer Nichtausschöpfung eines prinzipiell vorhandenen Potentials an wirtschaftlicher Entwicklung und damit einhergehender Wohlfahrtseinbußen führt. Aus verhaltensökonomischer Perspektive wird dieser Argumentation nicht widersprochen. Vielmehr werden weitere Rechtfertigungsgründe für staatliche Maßnahmen zum Abbau einer bestehenden Arbeitslosigkeit identifiziert, zu denen vor allem die erheblichen psychischen Belastungen zu rechnen

sind, die sich bei von Arbeitslosigkeit betroffenen Akteuren feststellen lassen und die in erheblichen Maße zu einer Reduzierung von Lebenszufriedenheit beitragen. Der Grund hierfür ist, dass die Erwerbsarbeit nicht allein die ökonomische Funktion der Einkommenserzielung erfüllt, sondern darüber hinaus auch eine Vielzahl mittelbarer Funktionen (Realisierung von Sozialkontakten, Auferlegung einer festen Zeitstruktur, Definition von sozialem Status und persönlicher Identität etc.), die im Fall von Arbeitslosigkeit (einschließlich einer lediglich antizipierten Arbeitslosigkeit) ebenfalls unerfüllt bleiben. Auch ist nachweislich mit einer steigenden Arbeitslosigkeit nicht selten ein Anstieg von Fremdenfeindlichkeit und Rechtsextremismus verknüpft. Nach Weimann et al. (2012) spricht daher aus Sicht der Verhaltensökonomik vieles dafür, dass durch beschäftigungspolitische Interventionen des Staates erhebliche Wohlfahrtsgewinne erzielt werden können. Bezogen auf die Ausgestaltung des arbeitsmarktpolitischen Handelns des Staates ist darüber hinaus zum einen bedeutsam, dass sich mittels der gesetzlichen Arbeitslosenversicherung zwar die ökonomischen Nachteile von Arbeitslosigkeit reduzieren lassen, nicht jedoch die damit einhergehenden „psychischen Kosten“, die zudem keinerlei Gewöhnungseffekt aufweisen. Die damit verbundenen Einschränkungen des Selbstwertgefühls scheint dabei in jüngeren Alterskohorten ausgeprägter zu sein als in jenen Alterskohorten, die am Ende ihres Erwerbslebens stehen, was für eine stärkere Gewichtung von arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen zugunsten der Bekämpfung von Jugendarbeitslosigkeit sprechen könnte. Zum anderen ist die Erkenntnis von Relevanz, dass die positive Anreizfunktion, die einer restriktiven Gewährung staatlicher Arbeitslosenunterstützung, wie dies herkömmlicherweise im Rahmen von ökonomischen Job-Search-Modellen unterstellt wird, in verhaltenswissenschaftlichen Untersuchungen keine oder lediglich eine bedingte empirische Bestätigung findet. Demgegenüber erweisen sich solche staatlichen Maßnahmen als zweckdienlich, die Arbeitslose dabei unterstützen, ihre eigene Situation besser zu bewältigen. Hierzu zählen etwa die Verfügbarkeit von öffentlichen Einrichtungen (oder die staatliche Förderung entsprechender privater Einrichtungen), die von Arbeitslosen zur informationellen, sozialen und emotionalen Unterstützung genutzt werden können. Gleiches gilt für solche staatlichen Maßnahmen, die auf Seiten der Arbeitslosen zu einem positiven Selbstkonzept, der Steigerung der eigenen Widerstandsfähigkeit und Belastbarkeit oder auch einer verstärkten Normorientierung beitragen, da Arbeitslose mit entsprechenden Persönlichkeitseigenschaften aus verhaltensökonomischer Sicht schneller eine neue Beschäftigung finden. Auch sollten staatliche Maßnahmen nicht erst mit dem Eintreten von Arbeitslosigkeit einsetzen sondern schon deutlich früher, da sich nachweisen lässt, dass bereits die Rahmenbedingungen

der kindlichen Entwicklung einschließlich des jeweiligen familiären Umfelds sich auf die Dauer einer späteren Arbeitslosigkeit auswirken können.

6 Literatur

- Ainslie, G. und N. Haslam (1992): Hyperbolic Discounting, in: Loewenstein, G. und J. Elster (Hrsg.), *Choice over Time*, New York, S. 57-92.
- Akerlof, G.A. (1970), The Market of Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, S. 488-500.
- Alesina, A., Di Tella, R. und R. McCulloch (2004): Inequality and Happiness – Are Europeans and Americans Different?, in: *Journal of Public Economics*, Vol. 88, S. 2009-2042.
- Allcott, H. (2010): Social Norms and Energy Conservation, in: *Science*, Vol. 327, S. 1204-1205.
- Andel, N. (1984), Zum Konzept der meritorischen Güter, in: *Finanzarchiv*, Bd. 42, S. 630-648 .
- Anderson, L.R. und C.A. Holt (1997): Information Cascades in the Laboratory, in: *American Economic Review*, Vol. 87, S. 847-862.
- Andreasson, P.A. (1990): Judgemental Extrapolation and Market Overreaction – On the Use and Disuse of News, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 3, S. 153-174.
- Andreoni, J. (1988): Privately Provided Public Goods in a Large Economy – The Limits of Altruism, in: *Journal of Public Economics*, Vol. 35, S. 57-73.
- Ariely, D. (2010): *Denken hilft zwar, nützt aber nichts – Warum wir immer wieder unvernünftige Entscheidungen treffen*, 2. Auflage, München.
- Ariely, D. und K. Wertenbroch (2002): Procrastination, Deadlines, and Performance – Self-Control by Precommitment, in: *Psychological Science*, Vol. 13, S. 219-224.
- Arkes, H.R., Joyner, C.A., Pezzo, M.V. Nash, J.G., Siegel-Jacobs, K. und E. Stone (1994): The Psychology of Windfall Gains, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 59, S. 331-347.
- Asch, S.E. (1955): Opinions and Social Pressure, in: *Scientific American*, Vol. 193, S. 31-35.
- Au, K., Chan, F., Wang, D. und I. Vertinsky (2003): Mood in Foreign Exchange Trading – Cognitive Processes and Performance, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 9, S. 322-338.
- Averbeck, D. (2010): Die Rolle der Behavioral Finance bei der Preisbildung an Aktienmärkten – Implikationen für die Entstehung von Spekulationsblasen, Saarbrücken.
- Baberis, N. und R.H. Thaler (2003): A Survey of Behavioral Finance, in: Constantinidis, G., Harris, M. und R. Stulz (Hrsg.), *Handbook of the Economics of Finance*, Amsterdam, S. 1051-1121.

- Baekmann, I. von (1998): *Downsizing*, München.
- Baddeley, M. (2014): Rethinking the Micro-Foundations of macroeconomics – Insights from Behavioral Economics, in: *European Journal of Economics and Economic Policies*, Vol. 11, S. 99-112.
- Bahr, G. und T. Requate (2014): Reciprocity and Giving in a Consecutive Three-Person Dictator Game with Social Interaction, in: *German Economic Review*, Vol. 15, S. 374-392.
- Baker, H.K. und J.R. Nofsinger (2002): Psychological Biases of Investors, in: *Financial Service Review*, Vol. 11, S. 97-116.
- Balcerovic, L. (2004): Toward a Limited State, in: *Cato Journal*, Vol. 24, S. 185-204.
- Banducci, S.A., Karp, J.A. und P.H. Loedel (2003): The Euro, Economic Interests and Multi-Level Governance – Examining Support for the Common Currency, in: *European Journal for Political Research*, Vol. 42, S. 685-703.
- Barber, B.M. und T. Odean (2001): Boys will be Boys – Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment, in: *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 116, S. 261-292.
- Barber, B.M., Odean, T. und L. Zheng (2005): Out of Sight, Out of Mind – The Effects of Expenses on Mutual Fund Flows, in: *Journal of Business*, Vol. 78, S. 2095-2120.
- Bartos, O. (1972): Is Toughness Profitable, in: Sauer mann, H. (Hrsg.), *Beiträge zur experimentellen Wirtschaftsforschung*, Band 3, Tübingen, S. 166-219.
- Bates, J.M. und A. Gabor (1986): Price Perception in Creeping Inflation – Report on an Inquiry, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 6, S. 291-314.
- Beales H., Craswell, R. und S.C. Salop (1981): The Efficient Regulation of Consumer Information, in: *Journal of Law and Economics*, Vol. 24, S. 491-539.
- Becchetti, L., Pelloni, A. und F. Rossetti (2008): Relational Goods, Sociability, and Happiness, in: *Kyklos*, Vol. 61, S. 343-363.
- Beck, H. (2014): *Behavioral Economics – Eine Einführung*, Wiesbaden.
- Becker, G.S. (1981): Altruism in the Family and Selfishness in the Market Place, in: *Economica*, Vol. 48, S. 1-15.
- Becker, T. (1998): Markt versus Staat – Ein Vergleich unvollkommener Mechanismen, in: Hermann, R. et al. (Hg.), *Landwirtschaft in der Weltwirtschaft*, Frankfurt am Main, S. 2-36.
- Behnke, J. (2013): *Entscheidungs- und Spieltheorie*, Baden-Baden.
- Behnke, J., Hintermaier, J. und L. Rudolph. (2010): Die Bedeutung von Werten für Verteilungsergebnisse im Ultimatum- und Diktatorspiel, in: Behnke, J., Bräuninger, T. und S. Shikano (Hrsg.), *Jahrbuch für Handlungs- und Entscheidungstheorie*, Band 6, Wiesbaden, S. 165-192.
- Behringer, L. (1998): *Lebensführung als Identitätsarbeit – Der Mensch im Chaos des modernen Alltags*, Frankfurt am Main.

- Behringer, L. und K. Jurcyk (1995): Umgang mit Offenheit – Methoden und Orientierungen in der Lebensführung von JournalistInnen, Opladen.
- Belk, R.W. (1988): Possessions and the Extended Self, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 15, S. 139-162.
- Benartzi, S. und R.H. Thaler (1995): Myopic Loss Aversion and the Equity Premium Puzzle, in: *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 110, S. 73-92.
- Bengtsson, N. und P. Engström (2014): Replacing Trust with control – A Field Test of Motivation Crowd-Out Theory, in: *The Economic Journal*, Vol. 124, S. 833-858.
- Bentham, J. (1789, 1968): An Introduction to the Principles of Morals and Legislation, in: Page, A.N. (Hrsg.), *Utility Theory – A Book of Readings*, New York et al., S. 3-29.
- Berndt, H. (1984): Informationsmenge und Informationsverarbeitungsleistung bei Konsumentenentscheidungen, in: *Marketing*, Jg. 6, S. 181-188.
- Bettman, J.R. und W. Park (1980): Effects of Prior Knowledge and Experience and Phase of the Choice Process on Consumer Decision Processes – A Protocol Analysis, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 7, S. 234-248.
- Bettman, J.R., Luce, M.F. und J.W. Payne (1998): Constructive Consumer Choice Processes, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 25, S. 187-217.
- Billen, G. (2011): Zwischen Eigenverantwortung und Schutz der Verbraucher – Platz für neue Instrumente der Verbraucherpolitik, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 91, S. 159-161.
- Bizer, K. und M. Führ (2014): Praktisches Vorgehen in der interdisziplinären Institutionenanalyse. Ein Kompaktleitfaden. sofia-Diskussionsbeiträge zur Institutionenanalyse Nr. 14-7, Darmstadt.
- Blanchard, O. und G. Illing (2004): *Makroökonomie*, 3. Auflage, München.
- Blanchflower, D.G. und A.J. Oswald (2005): Happiness and the Human Development Index – The Paradox of Australia, in: *Australian Economic Review*, Vol. 38, S. 307-318.
- Blankart, Ch.B. (2011): *Öffentliche Finanzen in der Demokratie*, 8. Auflage, München.
- Blomquist, H.C. (1983): On the Formation of Inflationary Expectations – Some Empirical Evidence from Finland, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 3, S. 319-334.
- Blount, S. (1995): When Social Outcomes aren't Fair – The Effect of Causal Attribution on Preferences, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 63, S. 131-144.
- Bolton, G. und A. Ockenfels (2000): A Theory of Equity, Reciprocity and Competition, in: *American Economic Review*, Vol. 100, S. 166-193.
- Bolton, G., Katok, E. und R. Zwick (1998): Dictator Game Giving – Rules of Fairness versus Acts of Kindness, in: *International Journal of Game Theory*, Vol. 27, S. 269-299.

- Bolton, G.E. und A. Ockenfels (2000): ERC – A Theory of Equity, Reciprocity, and Competition, in: *American Economic Review*, Vol. 90, S. 166-193.
- Borg, I. und M. Braun (1992): Arbeitsethik und Arbeitsinvolvement als Moderatoren der psychologischen Auswirkungen von Arbeitsplatzunsicherheit, ZUMA Arbeitsbericht.
- Borges, B., Goldstein, D.G., Ortmann, A. und G. Gigerenzer (1999): Can Ignorance Beat the Stock Market?, in: Gigerenzer, G., Todd, P.M. und ABS Research Group (Hrsg.), *Simple Heuristics that Make Us Smart*, Oxford, S. 59-72.
- Bosworth, S. und S. Bartke (2014): Implikationen von Nudging für das Wohlergehen von Konsumenten, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 94, S. 774-777.
- Bourdieu, P. (1982): *Die feinen Unterschiede – Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt am Main.
- Bower, G.H. (1981): Mood and Memory, in: *American Psychologist*, Vol. 36, S. 129-148.
- Bowles, S. (2004): *Microeconomics – Behavior, Institutions and Evolution*, Princeton.
- Bowles, S. und H. Gintis (2011): *A Cooperative Species*, Princeton.
- Brachinger, H.W. (2005a): Der Euro als Teuro? – Die wahrgenommene Inflation in Deutschland, in: *Wirtschaft und Statistik*, Nr. 9/2005, S. 999-1013.
- Brachinger, H.W. (2005b): Euro gleich Teuro – wahrgenommene versus gemessene Inflation, in: Greulich, G., Lösch, M., Müller, C. und W. Stier (Hrsg.), *Empirische Konjunktur- und Wirtschaftsforschung*, Zürich, S. 11-30.
- Brachinger H.W. (2005c): Measuring Perceived Inflation – A Prospect Theory Approach, Lecture at the 55th World Congress of the International Statistical Institute (ISI), Sydney (April 2005).
- Brandstätter, E. (1998): *Ambivalente Zufriedenheit – Der Einfluss sozialer Vergleiche*, Münster.
- Brandstätter, E. und H. Brandstätter (1996): What's Money Worth? – Determinants of the Subjective Value of Money, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 17, S. 443-464.
- Brennan, G. (1973): Pareto Desirable Distribution – The Non-Altruistic Dimension, in: *Public Choice*, Vol. 14, S. 43-67.
- Brennan, G. und J.M. Buchanan (1985): *The Reason of Rules – Constitutional Political Economy*, Cambridge (MA) et al.
- Briar, R. (1977): The Effect of Long-Term Unemployment on Workers and Their Families, in: *Dissertation Abstracts International*, Vol. 37, S. 6062.
- Brinkmann, C. (1976): Finanzielle und psycho-soziale Belastungen während der Arbeitslosigkeit, in: *Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung*, Jg. 9, S. 397-413.

- Bruner, J. und C. Goodman (1947): Value and Need as Organizing Factors in perception, in: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 42, S. 33-44.
- Bruttel, L.V. und F. Stolley (2014): Ist es im Interesse der Bürger, wenn ihre Regierung Nudges implementiert?, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 94, S. 767-771.
- Buchanan, J.M. und G. Tullock (1962): *The Calculus of Consent – Logical Foundations of Constitutional Democracy*, Ann Arbor.
- Burgoyne, C., Routh, D. und A. Ellis (1999): The Transition of the Euro – Some Perspectives from Economic Psychology, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 22, S. 91-116.
- Caginalp, G., Porter, D. und V.L. Smith (2000): Overreactions, Momentum, Liquidity, and Price Bubbles in Laboratory and Field Asset Markets, in: *The Journal of Psychology and Financial Markets*, Vol. 11, S. 24-48.
- Camerer, C. F. und G. F. Loewenstein (2004): Behavioral Economics – Past, Present, Future, in: Camerer, C.F., Loewenstein, G.F. und M. Rabin (Hrsg.), *Advances in Behavioral Economics*, Princeton, S. 3-51.
- Camerer, C. F., Issacharoff, S., Loewenstein, G.F., O'Donoghue, T. und M. Rabin (2003): Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for Asymmetric Paternalism, in: *University of Pennsylvania Law Review*, Vol. 151, S. 1211-1254.
- Camerer, C.F. (2003): *Behavioral Game Theory*, Princeton (NJ).
- Camerer, C.F. und R.H. Thaler (1995): Anomalies – Ultimatums, Dictators and Manners, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 9, S. 209-219.
- Camerer, C.F., Loewenstein, G. und D. Prelec (2005): Neuroeconomics – How Neuroscience Can Inform Economics, in: *Journal of Economic Literature*, Vol. XLIII, S. 9-64.
- Camerer, C.F., Loewenstein, G. und M. Rabin (2004): *Advances in Behavioral Economics*, Princeton.
- Caplowitz, D. (1963): *The Poor Pay More*, New York.
- Carter, J.R. und M. Irons (1991): Are Economists different, and if so, why?, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 5, S. 171-177.
- Chaicken, S. und Y Trope (1999): *Dual Process Theories in Social Psychology*, New York.
- Charness, G. und M. Rabin (2002): Understanding Social Preferences with Simple Tests, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 117, S. 817-869.
- Chen, G., Kim, K., Nofsinger, J. und O. Rui (2007): Trading Performance, Disposition Effect, Overconfidence, Representativeness Bias and Experience of Emerging Market Investors, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 20, S. 425-451.
- Cherry, T.L., Frykblom, P. und J.F. Shogren (2002): Hardnose the Dictator, in: *American Economic Review*, Vol. 92, S. 1218-1221.

- Clapperton, D. and S. Coronos (2007): Unfair Terms in 'Clickwrap' and other Electronic Contracts, in: *Australian Business Law Review*, Vol. 35, S. 152-180.
- Clark, A.E. (2003): Unemployment as a Social Norm – Psychological Evidence from Panel Data, in: *Journal of Labor Economics*, Vol. 21, S. 323-351.
- Clark, A.E. (2010): Work, Jobs and Well-Being across the Millennium, in: Diener, E., Helliwell, J. und D. Kahneman (Hrsg.), *International Differences in Well-Being*, New York, S. 436-464.
- Clark, A.E., Diener, E., Georgellis Y. und R.E. Lucas (2008): Lags And Leads in Life Satisfaction – A Test of the Baseline Hypothesis, in: *Economic Journal*, Vol. 118, S. 222-243.
- Clark, A.E., Georgellis, Y. und P. Sanfey (2001): Scarring – The Psychological Impact of Past Unemployment, in: *Economica*, Vol. 68, S. 221-241.
- Clark, A.E., Knabe, A. und S. Rätzel (2009): Boon or Bane? – Other's Unemployment, Well-Being and Job Insecurity, in: *Labour Economics*, Vol. 17, S. 52-61.
- Coase, R. (1960): The Problem of Social Cost, in: *Journal of Law and Economics*, Vol. 3, S. 1-44.
- Cobb, S. und S.V. Kasl (1977): *Termination – The Consequences of Job Loss*, Cincinnati.
- Cole, M. (2007): Re-Thinking Unemployment – A Challenge to the Legacy of Jahoda et al., in: *Sociology*, Vol. 41, S. 1133-1149.
- Coleman, J.S. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital, in: *American Journal of Sociology*, Vol. 94, S. 95-120.
- Coleman, J.S. (1990): *Foundations of Social Theory*, Cambridge (Mass.).
- Conlisk, J. (1996): Why Bounded Rationality?, in: *Journal of Economic Literature*, Vol. 34, S. 669-700.
- Damasio, A.R. (1996): The Somatic Marker Hypothesis and the Possible Functions of the Prefrontal Cortex, in: *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, Vol. 351, S. 1413-1420.
- Damasio, A.R., Tranel, D. und H. Damasio (1991): Somatic Markers and the Guidance of Behaviour – Theory and Preliminary Testing, in: Levin, H.S., Eisenberg, H.M. und A.L. Benton (Hrsg.), *Frontal Lobe Function and Dysfunction*, New York, S. 217-229.
- Darby, R.R. und E. Karni (1973): Free Competition and the optimal amount of fraud, in: *Journal of Law and Economics*, Vol. 16, S. 67-88.
- Dawes, R.M. und R.H. Thaler (1988): Anomalies – Cooperation, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 2, S. 187-197.
- De Meza, D., Irlenbusch, B. und D. Reyniers (2008): *Financial Capability – A Behavioural Economics Perspective*, Report prepared for the Financial Services Authority (FSA), Consumer Research Report No. 69, London.

- De Witte, H. (1999): Job Insecurity and Psychological Well-Being – Review of the Literature and Exploration of Some Unresolved Issues, in: *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 8 (2), S. 155-177.
- DeBondt, W.F.M. (2008): Stock Prices – Insights from Behavioral Finance, in: Lewis, A. (Hrsg.), *The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behavior*, Cambridge, S. 64-104.
- DeBondt, W.F.M. und R.H. Thaler (1985): Does the Stock Market Over-React?, in: *Journal of Finance*, Vol. 40, S. 793-805.
- Decker, S. und W.B. Schaufeli (1995): The Effects of Job Insecurity on Psychological Health and Withdrawal – A Longitudinal Study, in: *Australian Psychologist*, Vol. 30, S. 57-63.
- DellaVigna, S. (2009): Psychology and Economics, in: *Journal of Economic Literature*, Vol. 47, S. 315-372.
- Dhar, R. und N. Zhu (2006): Up Close and Personal – Investor Sophistication and the Disposition Effect, in: *Management Science*, Vol. 52, S. 726-740.
- Di Tella, R., McCulloch, R.J. und A.J. Oswald (2001): Preferences over Inflation and Unemployment – Evidence from Surveys of Happiness, in: *American Economic Review*, Vol. 91, S. 335-341.
- Di Tella, R., McCulloch, R.J. und A.J. Oswald (2003): The Macroeconomics of Happiness, in: *Review of Economics and Statistics*, Vol. 8, S. 809-827.
- Diekmann, A. (2008): Soziologie und Ökonomie – Der Beitrag der experimentellen Wirtschaftsforschung zur Sozialtheorie, in: *Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 60, S. 528-550.
- DiFonzo, N. und P. Bordia (1997): Rumor and Prediction – Making Sense (But Losing Dollars) in the Stock Market, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 71, S. 329-353.
- Dijk, E. van und R. Vermunt (2000): Strategy and Fairness in Social Decision Making – Sometimes it pays to be Powerless, in: *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 36, S. 1-25.
- Dittmar, H. (1992): *The Social Psychology of Material Possessions – To Have is to Be*, Hempstead.
- Dohse, D. (2001): Knowledge Creation, Knowledge Diffusion and Regional Growth, in: Bröcker, J. und H. Hermann (Hrsg.), *Spatial Change and Inter-regional Flows in the Integrating Europe*, Heidelberg und New York, S. 131-142.
- Dolan, P. und N. Powdthavee (2012): Thinking About It – A Note on Attention and Well-Being Losses from Unemployment, in: *Applied Economics Letters*, Vol. 19, S. 325-328.
- Döring, T. (1994), Subsidiaritätsprinzip, in: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, Jg. 23, S. 243-246.
- Döring, T. (1995), Das Subsidiaritätsprinzip in der Europäischen Union, in: *ORDO – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, Jg. 47, S. 293-323.

- Döring, T. (2013), Staatsfinanzierung und Verhaltensökonomik – Zur Psychologie der Besteuerung und Verschuldung, Sofia-Studien zur Institutionenanalyse, Nr. 13-1, Darmstadt.
- Döring, T. (2014), Staatsausgaben und Verhaltensökonomik – Zur Psychologie der öffentlichen Ausgabentätigkeit, Sofia-Studien zur Institutionenanalyse, Nr. 14-1, Darmstadt.
- Döring, T. Blume, L. und M. Türck (2008): Ursachen der unterschiedlichen Wirtschaftskraft der deutschen Länder – Gute Politik oder Resultat günstiger Rahmenbedingungen?, Baden-Baden.
- Döring, T. und F. Rischkowsky (2014): Problemorientierte Verbraucherpolitik – Der Beitrag der Verhaltensökonomik zu einem verbesserten Verbraucherschutz, sofia-Diskussionsbeiträge zur Institutionenanalyse Nr. 14-1, Darmstadt.
- Dowling, M. und B.M. Lucey (2005): The Role of Feelings in Investor Decision-Making, in: *Journal of Economic Survey*, Vol. 19, S. 211-237.
- Dragano, N. (2007): Personalabbau, Outsourcing, Restrukturierung – Gesundheitliche Folgen von Rationalisierungsmaßnahmen und mögliche Erklärungen, in: *Psychosozial*, Jg. 109, S. 39-54.
- Duesenberry, J. (1952): *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, New York.
- Dullien, S. (2013): Umbau der Finanzmärkte – Übermäßiges Vertrauen in die Marktrationalität hält an, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 93, S. 23-29.
- Dullien, S., Heise, M., Schick, G. und H.-P. Burghof (2010): Nach der Krise – Wirksame Regelungen auf dem Finanzmarkt?, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 90, S. 75-91.
- Dunn, B.D., Dalgleish, T. und A.D. Lawrence (2006): The Somatic Marker Hypothesis: A Critical Evaluation, in: *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, Vol. 30, S. 239-271.
- Eisenberg, G.P. und P.F. Lazarsfeld (1938): The Psychological Effects of Unemployment, in: *Psychological Bulletin*, Vol. 35, S. 358-390.
- Elster, J. (1998): Emotions and Economic Theory, in: *Journal of Economic Literature*, Vol. 36, S. 47-74.
- Engelmann, D. und M. Strobel (2000): An Experimental Comparison of the Fairness-Models by Bolton and Ockenfels and by Fehr and Schmidt, Discussion Paper, Interdisciplinary Research Project 373: Quantification and Simulation of Economic Processes, No. 2000-28.
- Englerth, M. (2004): *Behavioral Law and Economics – Eine kritische Einführung*, Preprints of the Max Planck Institute for Research on Collective Goods, Nr. 2004-11, Bonn.
- Enste, D.H. und M. Hüther (2011): *Verhaltensökonomik und Ordnungspolitik – Zur Psychologie der Freiheit*, Köln.
- Esser, H. (1996): Die Definition der Situation, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 48, S. 1-34.

- Eucken, W. (2012), Grundsätze der Wirtschaftspolitik, 7. Auflage, Tübingen.
- European Opinion Research Group (2002), Perception of the Euro – First Elements, Brüssel.
- Falk, A. (2001): Wirtschaftswissenschaftliche Experimente – Homo oeconomicus auf dem Prüfstand, in: Wirtschaftsdienst, Jg. 81, S. 300-304.
- Falk, A. und J. Zweimüller (2005): Unemployment and Right-Wing Extremist Crime, IZA Discussion Paper, No. 1540.
- Falk, A. und U. Fischbacher (2006): A Theory of Reciprocity, in: Games and Economic Behavior, Vol. 54, S. 293-315.
- Falk, A., Fehr, E. und U. Fischbacher. (2005): Driving Forces Behind Informal Sanctions, IZA Discussion Paper No. 1635.
- Fama, E.F. (1965): The Behavior of Stock Market Prices, in: Journal of Business, Vol. 38, S. 34-105.
- Fama, E.F. (1970): Efficient Capital Markets – A Review of Theory and Empirical Work, in: Journal of Finance, Vol. 25, S. 383-417.
- Fama, E.F. (1998): Market Efficiency, Long-Term Returns, and Behavioral Finance, in: Journal of Financial Economics, Vol. 49, S. 283-306.
- Fazio, R.H. (1990): Multiple Processes by which Attitudes Guide Behavior – The MODE Model as an Integrative Framework, in: Zanna, S.D. (Hrsg.), Advances in Experimental Social Psychology, San Diego, S. 75-109.
- Feather, N. und P. Davenport (1981): Unemployment and Depressive Effect – A Motivational and Attributional Analysis, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 41, S. 422-436.
- Featherstone, M. (1990): Perspectives on Consumer Culture, in: Sociology, Vol. 24, S. 5-22.
- Fehr, E. (2006): Neuroökonomik – Die Erforschung der biologischen Grundlagen des menschlichen Sozialverhaltens, Volkswirtschaftliche Beiträge der Universität St. Gallen, Nr. 3 (August 2006).
- Fehr, E. und K.M. Schmidt (1999): A Theory of Fairness, Competition and Cooperation, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 114, S. 817-868.
- Fehr, E. und K.M. Schmidt (2000): Theories of Fairness and Reciprocity – Evidence and Economic Applications, CESifo Working Paper Series, No. 403.
- Fehr, E. und K.M. Schmidt (2005): The Economics of Fairness, Reciprocity and Altruism – Experimental Evidence and New Theories, Department of Economics, University of Munich, Discussion Paper 2005-20.
- Fehr, E. und L. Goette (2005): Do Workers Work More if Wages Are High? – Evidence from a Randomized Field Experiment, University of Zurich, Institute for Empirical Research in Economics, Working Paper Series, No. 125.
- Fehr, E. und S. Gächter (1998): Reciprocity and Economics – The Economic Implications of Homo Reciprocans, in: European Economic Review, Vol. 42, S. 845-859.

- Fehr, E. und S. Gächter (2000): Fairness and Retaliation – The Economics of Reciprocity, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 14, S. 159-181.
- Fehr, E. und U. Fischbacher (2004): Third-Party Punishment and Social Norms, in: *Evolution and Human Behavior*, Vol. 25 (2), S. 63-87.
- Fehr, E., Fischbacher, U. und M. Kosfeld (2005): Neuroeconomic Foundations of Trust and Social Preferences. IZA Discussion Paper No. 1641.
- Fenzl, T. (2009): Die Massenpsychologie der Finanzmarktkrise – US-Immobilienblase, Subprime Desaster, Schulden-Bubble und ihre Auswirkungen, Wien.
- Ferrari, L. und E. Lozza (2003): Price Expectations Bias and Non-Neutrality of the Currency as a Unit of Account – An Experiment Inspired by the supposed Lira-Euro Double Monetary Standard, Paper Presented at the IAREP Euro-Workshop (July 2003), Wien.
- Fershtman, C., Gneezy, U. und J.A. List (2012): Equity Aversion – Social Norms and the Desire to be Ahead, in: *American Economic Journal - Microeconomics*, Vol. 4 (4), S. 131-144.
- Fischer, L., Katzer, C. und G. Kiell (2002): Der TEURO und die Geldillusion, in: *Wirtschaftspsychologie*, Jg. 4, S. 43-60.
- Fisher, I. (1928): *The Money Illusion*, New York.
- Fluch, M. und H. Stix (2005): Wahrgenommene Inflation in Österreich – Ausmaß, Erklärungen, Auswirkungen, in: *Geldpolitik & Wirtschaft*, 3-2005, S. 25-54.
- Forsythe, R., Horowitz, J.L., Savin, N.E. und M. Sefton (1994): Fairness in Simple Bargaining Games, in: *Games and Economic Behavior*, Vol. 6, S. 347-369.
- Fox, S. und K. Dayan (2004): Framing and Risky Choice as influenced by Comparison of one's Achievements with Others – The Case of Investment in the Stock Exchange, in: *Journal of Business and Psychology*, Vol. 18, S. 301-320.
- Frank, R., Gilovich, T. und D. Regan (1993): Does Studying Economics inhibit Cooperation?, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 7, S. 159-171.
- French, K. und J. Poterba (1991): Investor Diversification and International Equity Markets, in: *American Economic Review*, Vol. 8, S. 222-226.
- Frese, M. (1979): Arbeitslosigkeit, Depressivität und Kontrolle – Ein Studie mit Wiederholungsmessung, in: Kieselbach, T. und H. Offe (Hrsg.), *Arbeitslosigkeit - Individuelle Verarbeitung, gesellschaftlicher Hintergrund*, Darmstadt, S. 222-257.
- Frese, M. und G. Mohr (1978): Die psychopathologischen Folgen des Entzugs von Arbeit – Der Fall Arbeitslosigkeit, in: Frese, M., Greif, S. und N. Semmer (Hrsg.), *Industrielle Psychopathologie*, Bern, S. 282-320.
- Frey, B.S. (2008): *Happiness – A Revolution in Economics*, Cambridge (MA).
- Friedman, M. (1953): *The Case of Flexible Exchange Rates – Essays in Positive Economics*, Chicago.

- Fritsch, M. (2011), Marktversagen und Wirtschaftspolitik, 8. Auflage, München.
- Fröhlich, D. (1979): Psychosoziale Folgen der Arbeitslosigkeit – eine empirische Untersuchung in Nordrhein-Westfalen, Köln.
- Froot, K. und E. Dabora (1999): How Are Stock Prices Affected by the Location of Trade?, in: Journal of Financial Economics, Vol. 53, S. 189-216.
- Fryer, D. und R.L. Payne (1982): Towards Understanding Proactivity in Unemployment, SAPU Memo, No. 540, Sheffield.
- Funk, L. (2014): Sanfter Paternalismus und verhaltensökonomisch fundierte Ordnungspolitik im Verbraucherschutz, in: in: Wirtschaftsdienst, Jg. 94, S. 787-791.
- Furnham, A. (1983): Inflation and the Estimated Sites of Motes, in: Journal of Economic Psychology, Vol. 6, S. 349-352.
- Furnham, A. (1984): Many Sides of the Coin – The Psychology of Money Usage, in: Personality and Individual Differences, Vol. 5, S. 95-103.
- Furnham, A. (1988): Unemployment, in: Raaji, W.F. van, Veldenhoven, G.M. van und K.E. Wärneryd (Hrsg.), Handbook of Economic Psychology, Dordrecht, S. 594-637.
- Furnham, A. (1997): The Psychology of Behavior at Work, Hove East Sussex.
- Gabor, A. und C.W. Granger (1961): On the Price Consciousness of Consumers, in: Applied Statistics, Vol. 10, S. 170-180.
- Gabor, A. und C.W. Granger (1964): Price Sensivity of the Consumer, in: Journal of Advanced Research, Vol. 4, S. 40-44.
- Gallagher, K. (1997): Globalization and Consumer Culture, in: Goodwin, N.R., Ackermann, F. und D.Kiron (Hrsg.), The Consumer Society, Washington D.C., S. 301-308.
- Gamble, A., Gärling, R., Charlton, J. und R. Ranyard (2002): Euro Illusion - Psychological Insights into Price Evaluations with a Unitary Currency, in: European Psychologist, Vol. 7, S. 302-311.
- Gärling, T., Kirchler, E., Lewis, A. und W.F. van Raaij (2010): Psychology, Financial Decision Making, and Financial Crises, in: Psychological Science in the Public Interest, Vol. 10, S. 1-47.
- Gilovich, T., Medvec, V.H. und K. Savitsky (2000): The Spotlight Effect in Social Judgement – An Egocentric Bias in Estimates of the Saliency of One's Own Actions and Appearances, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 78, S. 211-222.
- Gino, F. (2004): Getting Advice from the Same Source but at a Different Cost: Do We Overweigh Information Just Because We Paid for It?, Harvard Business School Working Paper Series, No. 05-017.
- Glaeser, E.L., Kallal, H.D., Scheinkman, J.A. und A. Shleifer (2001): Growth in Cities, in: Journal of Political Economy, Vol. 100, S. 1126-1152.

- Glaeser, L. (2003), Psychology and the Market, Harvard Institute of Economic Research, Discussion Paper, No. 2023 (December 2003).
- Glimcher, P., Camerer, C.F., Fehr, E. und R.A. Poldrack (2009)(Hrsg.): Neuroeconomics – Decision Making and the Brain, Amsterdam et al.
- Gneezy, U. und J.A. List (2006): Putting Behavioral Economics at Work – Testing for Gift Exchange in Labor Markets Using Field Experiments, *Econometrica*, Vol. 74, S. 1365-1385.
- Goette, L., Huffman, D. und E. Fehr (2004): Loss Aversion and Labor Supply, in: *Journal of the European Economic Association*, Vol. 2, S. 215-228.
- Goldberg, J. und R. von Nitzsch (1999): Behavioral Finance – Gewinne mit Kompetenz, München.
- Goldstein, D. und E. Johnson (2003), Do Defaults Save Life?, in: *Science*, Vol. 302, S. 1338-1339.
- Goldstein, D., Johnson, E., Herrmann, A. und M. Heitmann (2008), Nudge Your Customers toward Better Choices, in: *Harvard Business Review*, Vol. 86 (12), S. 99-105.
- Grabitz-Gniesch, G. und H.J. Grabitz (1973): Psychologische Reaktanz – Theoretisches Konzept und experimentelle Untersuchungen, in: *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, Jg. 4, S. 19-35.
- Greenhalgh, L. und Z. Rosenblatt (1984): Job Insecurity – Towards Conceptual Clarity, in: *Academy of Management Review*, Vol. 9, S. 438-448.
- Greif, A. (1993): Contract Enforceability and Economic Institutions in Early Trade - The Maghribi Traders' Coalition, in: *American Economic Review*, Vol. 83, S. 525 -548.
- Greitemeyer, T., Schulz-Hardt, S., Traut-Mattausch, E. und D. Frey (2002): Erwartungsgeleitete Wahrnehmung bei der Einführung des Euro – Der Euro ist nicht immer ein Teuro, in: *Wirtschaftspsychologie*, Jg. 4, S. 22-28.
- Greitemeyer, T., Schulz-Hardt, S., Traut-Mattausch, E. und D. Frey (2005): The Influence of Price Trend Expectations on Price Trend Estimates – Why the Euro Seems to Make the Life More Expensive, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 25, S. 541-548.
- Greitemeyer, T., Traut-Mattausch, E. und D. Frey (2008): Psychologische Konsequenzen der Euro-Einführung (Information Nr. 7), Roman Herzog Institute, München.
- Gruber, J. und S. Mullainathan (2002): Do Cigarette Taxes Make Smokers Happier?, NBER Working Paper No. 8872, Cambridge (MA).
- Gurr, T.R. (1970): *Why Men Rebel*, Princeton.
- Güth, W. und E.van Damme (1998): Information, Strategic Behavior and Fairness in Ultimatum Bargaining, in: *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 3, S. 367-388.
- Güth, W. und H. Kliemt (2014): Nudging – Obrigkeitsdenken und Verwaltungsfreude in neuem Gewand?, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 94, S. 771-774.

- Güth, W., Schmittberger, R. und B. Schwarze (1982): An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining, in: *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 3, S. 367-388.
- Haley, K.J. und D.M.T. Fessler (2005): Nobody's Watching? – Subtle Cues Affect Generosity in an Anonymous Economic Game, in: *Evolution of Human Behavior*, Vol. 26, S. 245-256.
- Hanesch, W., Krause, P. und G. Bäcker (2000): *Armut und Ungleichheit in Deutschland*, Reinbek.
- Hardie, B., Johnson, E.J. und P.S. Fader (1993): Modeling Loss Aversion and Reference Dependence Effects on Brand Choice, in: *Marketing Science*, Vol. 12, S. 378-394.
- Harrison, R. (1976): The Demoralizing Experience of Prolonged Unemployment, in: *Department of Employment Gazette*, Vol. 4, S. 339-348.
- Hau, H. und H. Rey (2008): Home Bias at the Fund Level, NBER Working Paper No. 14172.
- Haupt, M. (2014): Nudging im Bereich der Alterssicherung – warum und wie?, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 94, S. 784-787.
- Head, J. G. (1988): On Merit Wants – Reflection on the Evolution, Normative Status and Policy Relevance of a Controversial Public Finance Concept, in: *Finanzarchiv*, Bd. 46, S. 1-37.
- Heath, C., Huddart, S. und M. Lang (1999): Psychological Factors and Stock Option Exercise, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 114, S. 601-627.
- Hedesström, T., Svedsätter, H. und T. Gärling (2007): Determinants of the Use of Heuristic Choice Rules in the Swedish Premium Pension Scheme – An Internet-Based Survey, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 27, S. 113-126.
- Heider, F. und M.-A. Simmel (1944): An Experimental Study of Apparent Behavior, in: *American Journal of Psychology*, Vol. 57, S. 243-259.
- Helliwell, J. und R.D. Putnam (1995): Economic Growth and Social Capital in Italy, in: *Eastern Economic Journal*, Vol. 21, S. 295-307.
- Helliwell, J.F. (2003): How's Life? – Combining Individual and National Variables to Explain Subjective Well-Being, in: *Economic Modelling*, Vol. 20, S. 331-360.
- Henrich, J.A., Boyed, R., Bowles, S., Camerer, C.F., Fehr, E., Gintis, H. et al. (2005): „Economic Man“ in Cross-Cultural Perspective – Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies, in: *Behavioral and Brain Sciences*, Vol. 28, S. 795-855.
- Hentschel, U., Möller, C. und R. Pintar (1977): *Zur Lage der Arbeitslosen in Nordrhein-Westfalen*, Köln.
- Hepworth, S.J. (1980): Moderating Factors of the Psychological Impacts of Unemployment, in: *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 53, S. 139-145.

- Hernstein, R.J., Loewenstein, G.F., Prelec, D. und W. Vaughan (1993): Utility Maximization and Melioration – Internalities in Individual Choice, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Jg. 6, S. 149-185.
- Herrnstein, R. J. (1991): Experiments on Stable Suboptimality in Individual Behavior, in: *American Economic Review*, Vol. 81, S. 360-364
- Herrnstein, R. J. und D. Prelec (1992): Melioration, in: Loewenstein, G. und J. Elster (Hrsg.), *Choice over Time*, New York, S. 331-360.
- Hill, J. (1978): The Psychological Impact of Unemployment, in: *New Society*, Vol. 43, S. 118-120.
- Hilpert, H.R. (1981): Psychische und psychosomatische Beschwerdebilder bei Arbeitslosen, in: *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, Jg. 3, S. 151-159.
- Hinze, J. (2005): Konjunkturschlaglicht – ‚Gefühlte‘ Inflation, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 85, S. 800-801.
- Hinze, J. (2006): ‚Wahre‘ Teuerungsrate – Divergenzen zwischen Preismessung und Inflationswahrnehmung, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 86, S. 125-131.
- Hirshleifer, H. und T. Shumway (2003): Good Day Sunshine – Stock Returns and the Weather, in: *Journal of Finance*, Vol. 58, S. 1009-1032.
- Hobbes, T. (1651, 1966): *Leviathan*, Neuwied und Berlin.
- Hochman, H.M. und J.D.Rogers (1969): Pareto Optimal Redistribution, in: *American Economic Review*, Vol. 59, S. 542-557.
- Hoffman, E., McCabe, K., Shachat, K. und V. Smith (1994): Preferences, Property Rights, an Anonymity in Bargaining Games, in: *Games and Economic Behavior*, Vol. 7, S. 346-380.
- Hoffmann, J., Leifer, H.-A. und A. Lorenz (2005): Index der wahrgenommenen Inflation oder EU-Verbraucherumfragen? – Zu einem Ansatz von Hans Wolfgang Brachinger, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 85, S. 706-714.
- Hoffmann, J., Leifer, H.-A. und A. Lorenz (2006): Index of Perceived Inflation or EU Consumer Surveys? – An Assessment of Professor H.W. Brachinger’s Approach, in: *Intereconomics*, Vol. 41, S. 142-150.
- Hoggatt, A.C. (1959): An Experimental Business Game, in: *Behavioral Sciences*, Vol. 4, S. 192-203.
- Homann, K. und I. Pies (1996): Sozialpolitik für den Markt – Theoretische Perspektiven konstitutioneller Ökonomik, in: Pies, I. und M. Leschke (Hrsg.), *James Buchanans konstitutionelle Ökonomik*, Tübingen, S. 203-239.
- Hopson, B. und J. Adams (1976): Towards an Understanding – Defining some Boundaries of Transition Dynamics, in: Adams, J., Hayes, J. und B. Hopson (Hrsg.), *Transition – Understanding and Managing Personal Change*, London, S. 3-25.
- Hörner, J. (2002), Reputation and Competition, in: *American Economic Review*, Vol. 92, S. 644-663.

- Howell, N. (2006): Catching Up with Consumer Realities – The Need for Legislation Prohibiting Unfair Terms in Consumer Contracts, in: Australian Business Law Review, Vol. 34, S. 447-465.
- Ikenberry, D.L., Rankine, G. und E.K. Stice (1996): What Do Stock Splits Really Signal?, in: Journal of Financial and Quantitative Analysis, Vol. 31, S. 299-317.
- INIFES – Internationales Institut für Empirische Sozialökonomie (2012): Gute Erwerbsbiographien: Erwerbsverläufe und Alterseinkünfte im Paar- und Haushaltskontext, Stadtbergen.
- Ireland, T.R. und D.B. Johnson (1970): The Economics of Charity, Blacksburg.
- Iyengar, S.S. und M.R. Lepper (2000): When Choice is Demotivating – Can One Desire to Much of a Good Thing?, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 9, S. 995-1006.
- Jacobson, D. (1987): A Psychological Study of the Job Insecurity Experience, in: Social Behavior, Vol. 2, S. 143-155.
- Jacoby, J., Speller, D.E. und C. Kohn (1974): Brand Choice Behavior as a Function of Information Load, in: Journal of Marketing Research, Vol. 11, S. 63-69.
- Jahoda, M. (1986): Wieviel Arbeit braucht der Mensch? – Arbeit und Arbeitslosigkeit im 20. Jahrhundert, 3. Auflage, Weinheim und Basel.
- Jahoda, M., Lazarsfeld, P.F. und H. Zeisel (1960): Die Arbeitslosen von Marienthal, Allensbach.
- Jansen, A. und M. Neumann (2014): Durch Wachstum zum Wohlbefinden – Der Einfluss der Wachstumsrate auf die Lebenszufriedenheit, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, Jg. 43, S. 484-490.
- Jarrel, G. und S. Peltzman (1985): The Impact of Product Recalls on the Wealth of Sellers, in: Journal of Political Economy, Vol. 93, S. 521-536.
- Johnson, E.J., Hershey, J., Meszaros, J. und H. Kunreuther (1993): Framing, Probability Distortions, and Insurance Decisions, in: Journal of Risk and Uncertainty, Vol. 7, S. 35-51.
- Jolls, Ch., Sunstein, C.R. und R. Thaler (1998): A Behavioral Approach to Law and Economics, in: Stanford Law Review, Vol. 50, S. 1471-1550.
- Jonas, E. (2003): Introduction to the Euro – Goodbye to the Deutschmark, Paper Presented at the IAREP Euro-Workshop (July 2003), Wien.
- Jonas, E. und D. Frey (2003): Searching for Information about Financial Decisions in Euro versus DM, in: European Psychologist, Vol. 8, S. 92-96.
- Jonas, E., Greitemeyer, T., Frey, D. und S. Schulz-Hardt (2002): Psychological Effects of the Euro – Experimental Research on the Perception of Salaries and Price Estimations, in: European Journal of Social Psychology, Vol. 32, S. 147-169.
- Jungmann, H., Pfister, H.-R. und K. Fischer (1998): Die Psychologie der Entscheidung, Heidelberg.

- Kable, J.W. (2011): The Cognitive Neuroscience Toolkit for the Neuroeconomist – A Functional Overview, in: *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, Vol. 4 (2), S. 63-84.
- Kagel, J.H. und A.E. Roth (1995) (Hrsg.): *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton.
- Kagel, J.H., Kim, C. und D. Moser (1996): Fairness in Ultimatum Games with Asymmetric Information and Asymmetric Payoffs, in: *Games and Economic Behavior*, Vol. 13, S. 100-110.
- Kahneman, D. (1994): New Challenges to the Rationality Assumption, in: *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol. 150, S. 18-36.
- Kahneman, D. (2003): Maps of Bounded Rationality – Psychology for Behavioral Economics, in: *American Economic Review*, Vol. 93, S. 1449-1475.
- Kahneman, D. (2011): *Thinking, Fast and Slow*, London.
- Kahneman, D. und A. Tversky (1984): Choices, Values and Frames, in: *American Psychologist*, Vol. 39, S. 341-350.
- Kahneman, D. und A. Tversky (1991): Loss Aversion in Riskless Choices – A Reference-Dependent Model, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 106, S. 1039-1061.
- Kahneman, D. und A. Tversky (2000) (Hrsg.): *Choices, Values, and Frames*, Cambridge.
- Kahneman, D., Krueger, A.B., Schkade, D., Schwarz, N. und A. Stone (2004): Toward National Well-Being Accounts, in: *American Economic Review*, Vol. 94, S. 429-434.
- Kalimo, R., Taris, T.W. und W.B. Schaufeli (2003): The Effects of Past and Anticipated Future Downsizing on Survivor Well-Being – An Equity Perspective, in: *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol. 8, S. 91-109.
- Kaltenthaler, K. und C. Anderson (2001): Europeans and their Money – Explaining Public Support for the Common European Currency, in: *European Journal for Political Research*, Vol. 40, S. 139-170.
- Käseberg, T. (2013): Verbraucherschutz als Teil der Marktordnung, in: *Wirtschaftsdienst*, Jg. 93, S. 33-38.
- Kastner, M. (1988): *Psychische Störungen durch Arbeitslosigkeit*, Mainz.
- Katona, G. (1951): *Psychological Analysis of Economic Behavior*, New York.
- Ke, D., Ng, L. und Q. Wang (2009): Home Bias in Foreign Investment Decisions, in: *Journal of International Business Studies*, Vol. 41, S. 960-979.
- Kemp, N.J. und R.A. Mercer (1983): Unemployment, Disability and Rehabilitation Centers and Their Effects on Mental Health, in: *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 56, S. 37-48.
- Keuschnigg, Ch. (2005): *Öffentliche Finanzen – Einnahmepolitik*, Tübingen.
- Keynes, J.M. (1936, 2009): *Allgemeine Theorie der Beschäftigung, des Zinses und des Geldes*, 11. Auflage, Berlin.

- Kieselbach, T. und H. Offe (1979): Psychologische, gesundheitliche, soziale und politische Probleme von Arbeitslosigkeit, Darmstadt.
- Kieselbach, T. und H. Schindler (1984): Psychosoziale Auswirkungen von Arbeitslosigkeit und Hindernisse für eine Aktivierung Arbeitsloser, Bremen.
- Kirchgässner, G. (2012): Sanfter Paternalismus, meritorische Güter, und der normative Individualismus, Center for Research in Economics, Management and the Arts, Working Paper, No. 2012-09, Basel.
- Kirchler, E. (1984): Arbeitslosigkeit und Alltagsbefinden, Linz.
- Kirchler, E. (1993): Arbeitslosigkeit, Göttingen.
- Kirchler, E. (1999): Reactance to Taxation – Employers' Attitudes toward Taxes, in: Journal of Socio Economics, Vol. 28, S. 131-138.
- Kirchler, E. (2011): Wirtschaftspsychologie – Individuen, Gruppen, Märkte, Staat, 4. Auflage, Göttingen et al.
- Kirchler, E. und C. Nowy (1988): Wo bleibt das Glück am Herd? - Geschlechtsspezifische Reaktionen auf Arbeitslosigkeit, in: Wirtschafts- und sozialpolitische Zeitschrift des ISW, Jg. 11, S. 69-87.
- Kirchler, E., Maciejovsky, B. und M. Weber (2005): Framing Effects, Selective Information, and Market Behavior – An Experimental Analysis, in: Journal of Behavioral Finance, Vol. 6, S. 90-100.
- Klocke, A. und K. Hurrelmann (2002): Kinder und Jugendliche in Armut, Opladen.
- Klump, R. (2006): Wirtschaftspolitik – Instrumente, Ziele und Institutionen, München et al.
- Knabe, A. und S. Rätzel (2011): Scarring or Scaring? – The Psychological Impact of Past Unemployment and Future Unemployment Risk, in: *Economica*, Vol. 78, S. 283-293.
- Knabe, A., Schöb, R., Rätzel, S. und J. Weimann (2010): Dissatisfied with Life, but Having a Good Day – Time-Use and Well-Being of the Unemployed, in: *Economic Journal*, Vol. 120, S. 867-889.
- Kokko, K. und L. Pulkkinen (2000): Aggression in Childhood and Long-Term Unemployment in Adulthood – A Cycle of Maladaptation and some Protective Factors, in: *Developmental Psychology*, Vol. 36, S. 463-472.
- Koopman, C. und N. Ghei (2013): Behavioral Economics, Consumer Choice, and Regulatory Agencies, in: Mercatur Center – George Mason University (Hrsg.), *Economic Perspectives*, August 2013, Washington D.C., S. 1-4.
- Kopcke, R.W., Little, J.S. und M.B. Geoffrey (2004): How Humans Behave - Implications for Economics and Economic Policy, Conference Overview, *New England Economic Review*, First Quarter 2004, Proceedings of the 48th Economic Conference of the Federal Reserve Bank of Boston.
- Kouchaki, M., Smith-Crowe, K., Brief, A.P. und K.R. Olson (2013): Seeing Green – Mere Exposure to Money Triggers a Business Decision Frame and Unethical Outcomes, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 121, S. 53-61.

- Kroeber-Riel, W. (1977): Kritik und Neuformulierung der Verbraucherpolitik auf verhaltenswissenschaftlicher Grundlage, in: Die Betriebswirtschaft, Vol. 37, S. 89-103.
- Kroeber-Riel, W. (1992): Konsumentenverhalten, 5. Auflage, München.
- Kroeber-Riel, W. und P. Weinberg (2003): Konsumentenverhalten, 8. Auflage, München.
- Kroll, Y., Levy, H. und A. Rapoport (1988): Experimental Tests of the Mean-Variance Model for Portfolio Selection, in: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 42, S. 388-410.
- Krosch, A.R. und D.M. Amodio (2014): Economic Scarcity Alters the Perception of Race, in: Proceedings of the National Academy of Science of the United States (PNAS), Vol. 111, S. 9079-9084.
- Kruger, J. und P. Vargas (2008): Consumer Confusion on Percent Differences, in: Journal of Consumer Psychology, Vol. 18, S. 49-61.
- Ku, G., Galinsky, A.D. und J.K. Murnighan (2006): Starting Low but Ending High – A Reversal of the Anchoring Effect in Auctions, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 90, S. 975-986.
- Kuhlmann, E. (1990): Verbraucherpolitik – Grundzüge ihrer Theorie und Praxis, München.
- Kutsch, T. und G. Wiswede (1978) (Hrsg.), Arbeitslosigkeit, Band 1: Sozialstrukturelle Probleme, Königstein.
- Laibson, D. (1997): Golden Eggs and Hyperbolic Discounting, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 112, S. 443-477.
- Lang, A.-S. (2014): Da hilft nur der Taschenrechner, in: Die Zeit, 16. April 2014, Nr. 17, S. 33.
- Lea, S.E.G. (1981): Inflation Decimalization and the Estimated Size of Coins, in: Journal of Economic Psychology, Vol. 4, S. 79-81.
- Lea, S.E.G., Tarry, R.M. und P. Webley (1987): The Individual in the Economy – A Textbook of Economic Psychology, Cambridge.
- Ledyard, J.O. (1995): Public Goods – A Survey of Experimental Research, in: Kagel, J.H. und A.E. Roth (Hrsg.), The Handbook of Experimental Economics, Princeton, S. 111-194.
- Lee, H., Park, J., Lee, J. und R.S. Wyer (2008): Disposition Effects and Underlying Mechanisms in E-Trading of Stocks, in: Journal of Marketing Research, Vol. 65, S. 362-378.
- Leimgruber, K.L., Shaw, A., Laurie, R. und K.R. Olson (2012): Young Children are More Generous when Others are Aware of Their Actions, in: PLOS ONE 7 (10) S.1-8 (www.plosone.org).
- Leiser, D. und G. Izak (1987): The Money Size Illusion as a Barometer of Confidence? – The Case of High Inflation in Israel, in: Journal of Economic Psychology, Vol. 10, S. 347-356.

- Leiser, D. und S.G. Drori (2005): Naive Understanding of Inflation, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 34, S. 179-198.
- Leiser, D. und T.F. Rötheli, (2010): The Financial Crisis – Economic and Psychological Perspectives, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 39, S. 117-118.
- Lelieved, G.-J., Bregtje, G. Crone, E.A., Karremans, J.C. und I. van Beest (2013): A Penny for Your Pain? – The Financial Compensation after Exclusion, in: *Social Psychological and Personality Science*, Vol. 4, S. 206-214.
- Levy, T. und J. Yagil (2005): The Informational Content of Article Publication – The Case of Twin Stocks, in: *Applied Financial Economics*, Vol. 15, S. 1199-1202.
- Lewis, A. (2010): The Credit Crunch – Ideological, Psychological and Epistemological Perspective, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 39, S. 127-131.
- Lindgren, H.C. (1991): *The Psychology of Money*, Malabar.
- Linnainmaa, J. (2005): *The Individual Day Trader*, The Anderson Law School at UCLA, Working Paper, Los Angeles.
- Lippman, S.A. und J.J. McCall (1976): The Economics of Job Search – A Survey, in: *Economic Inquiry*, Vol. 14, S. 347-368.
- Lissowska, M. (2011): Overview of Behavioural Economics Elements in the OECD Consumer Policy Toolkit, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 34, S. 393-398.
- List, J.A. (2007): On the Interpretation on Giving in Dictator Games, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 115, S. 482-493.
- Locke, J. (1690, 1967): *Two Treatises of Government*, 2. Auflage, Cambridge.
- Loewenstein, G. F. (2000): Emotions in Economic Theory and Economic Behavior, in: *American Economic Review: Papers and Proceedings*, Vol. 90, S. 426-432.
- Loewenstein, G. und R.H. Thaler (1989): Anomalies – Intertemporal Choice, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 3, S. 181-193.
- Loewenstein, G. und S. Issacharoff (1994): Source Dependence in the Valuation of Objects, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 7, S. 157-168.
- Loewenstein, G. und T. O'Donoghue (2006): "We can do this the easy way or the hard way" – Negative Emotions, Self-Regulation, and the Law, in: *University of Chicago Law Review*, Vol. 73, S. 183-206.
- Loewenstein, G., O'Donoghue, T. und M. Rabin (2003): Projection Bias in Predicting Future Utility, in: *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 118, S. 1209-1248.
- Löhr, J. (2013): Der unmündige Konsument, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 9. März 2013, Nr. 58, S. 15.
- Loewenstein, G. (1996): Out of Control – Visceral Influences on Behavior, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 65, S. 272-292.

- Lucas, R.E. (2007): Adaption and the Set-Point Model of Subjective Well-Being, in: *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 16, S. 75-79.
- Lucas, R.E., Clark, A.E., Georgellis, Y. und E. Diener (2004): Unemployment Alters the Set-Point for Life Satisfaction, in: *Psychological Science*, Vol. 15, S. 8-13.
- Lury, C. (1996): *Consumer Culture*, Cambridge.
- Luttmer, E.F.P. (2000): Inequality and Poverty Dynamics in Transition Economics – Disentangling Real Events from Noise Data, Policy Research Working Paper Series, No. 2549, World Bank.
- Lynn, R., Hampson, S. und M. Magee (1984): Home Background, Intelligence, Personality and Education as Predictors of Unemployment in Young People, in: *Personality and Individual Differences*, Vol. 5, S. 549-557.
- MacGregor, D.G., Slovic, P., Dreman, D. und M. Berry (2000): Imagery, Affect, and Financial Judgment, in: *Journal of Psychology and Financial Markets*, Vol. 1, S. 104-110.
- Mandl, C. (2000): Der Euro im Schluss-Sprint – Nüchterne Betrachtung versus Medienhype, in: *Euro-Bulletin*, 25 (online).
- Mankiw, N.G. und M.P. Taylor (2012): *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*, 5. Auflage, Stuttgart.
- Marquering, W., Nisser, J. und T. Valla (2006): Disappearing Anomalies – A Dynamic Analysis of the Persistence of Anomalies, in: *Applied Financial Economics*, Vol. 16, S. 291-302.
- Marques, F.J. und S. Dehaene (2004): Developing Intuition for Prices in Euro – Rescaling or Relearning Prices?, in: *Journal of Experimental Psychology – Applied*, Vol. 10, S. 148-155.
- Martella, D. und A. Maass (2000): Unemployment and Life Satisfaction – The Moderating Role of Time Structure and Collectivism, in: *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 30, S. 1095-1108.
- Marwell, G. und R. Aimes (1981): Economists Free Ride, Does Anyone Else?, in: *Journal of Public Economics*, Vol. 15, S. 295-310.
- McAurey, I. (2007): Roundtable on Economics for Consumer Policy, Summary Report by the Committee on Consumer Policy (CCP) of the OECD, Paris.
- McLean, R.D. und J. Pontiff (2012): Does Academic Research Destroy Stock Return Predictability?, AFFI/EUROFIDAL Finance Meetings Papers, Paris (December 2012).
- Meier, S. und A. Stutzer (2006): Is Volunteering Rewarding in Itself?, Center for Behavioral Economics and Decision Making, Federal Reserve.
- Meier-Pesti, K. und B. Kamleitner (2005): Geiz und Verschwendung, in: Mummert, U. und F. Sell (Hrsg.), *Emotionen, Markt und Moral*, Münster, S. 133-149.
- Meyer, D. (1990), Asymmetrische Information, Institutional Choice und die Funktion von Wertorientierungen, in: *Jahrbuch für Sozialwissenschaft*, Jg. 41, S. 104-121.

- Milgrom, P., Douglas, R. und B.R. Weingast (1990): The Role of Institutions in the Revival of Trade: The Law Merchant, Private Judges, and the Champagne Fairs, in: *Economics and Politics*, Vol. 2, S. 1-23.
- Mitropoulos, S. (1996), *Verbraucherpolitik in der Marktwirtschaft*, Mainz.
- Montier, J. (2003): *Behavioral Finance – Insights into Irrational Minds and Markets*, New York.
- Moore, D.A., Kurtzberg, T.R, Fox, C.R. und M.H. Bazerman (1999): Positive Illusions and Forecasting Errors in Mutual Fund Investment Decisions, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 79, S. 95-114.
- Muehlbacher, S. und E. Kirchler (2009): Origins of Endowments in Public Good Games – The Impact on Effort on Contributions, in: *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, Vol. 2, S. 59-67.
- Mulholland, J. (2007): *Behavioural Economics and the Federal Trade Commission*, Paper presented at the Australian Government Productivity Commission Roundtable on Behavioural Economics and Public Policy, Melbourne, 8-9th August 2007.
- Murawski, K. (2011): Neuroeconomics – Investigating the Neurobiology of Choice, in: *Australian Economic Review*, Vol. 44, S. 215-224.
- Murphy, G.C. und J.A. Athanasou (1999): The Effect of Unemployment on Mental Health, in: *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol. 72, S. 83-99.
- Musgrave, R.A. (1959): *The Theory of Public Finance*, New York et al.
- Musgrave, R.A., Musgrave, P.B. und L. Kullmer (1990): *Die öffentlichen Finanzen in Theorie und Praxis*, Band 1, 5. Auflage, Tübingen.
- Mussweiler, T. und B. Englich (2003): Adapting to the Euro – Evidence from Bias Reduction, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 23, S. 285-292.
- Mussweiler, T. und B. Englich (2004): Sicherheit im Umgang mit dem Euro – Evidence für eine schnelle Gewöhnung an die neue Währung, in: *Wirtschaftspsychologie*, Jg. 6, S. 66-70.
- Nelson, P. (1970): Information and Consumer Behavior, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 78, S. 311-329.
- Nelson, P. (1974), Advertising as Information, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 81, S. 721-754.
- Neumann, R. (2013): *Libertärer Paternalismus*, Tübingen.
- Nitzsch, R. von und C. Friedrich (1999): *Entscheidungen in Finanzmärkten – Psychologische Grundlagen*, Aachen.
- Nitzsch, R. von und C. Rouette (2003): *Kapitalmarktorientierte Unternehmensführung*, Aachen.
- Noelle-Neumann, E. und P. Gillies (1987): *Arbeitslos – Report aus einer Tabuzone*, Frankfurt am Main und Berlin.
- Noer, D.M. (1993): *Healing the Wounds*, San Francisco.

- Nolen-Hoeksema, S. (1991): Responses to Depression and their Effects on the Duration of Depressive Episodes, in: *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 100, S. 569-582.
- Nosfinger, J.R. (2005): Social Mood and Financial Economics, in: *Journal of Behavioral Finance*, Vol. 6, S. 144-160.
- Nozick, R. (1974): *Anarchy, State, and Utopia*, New York.
- Oberhuber, N. (2014): Nicht blind der Herde folgen, in: *Die Zeit*, 23. Oktober 2014, Nr. 44, S. 34.
- O'Donoghue, T. und G. Loewenstein (2004): *Animal Spirits – Affective and Deliberative Processes in Economic Behavior*, Working Paper, Cornell University.
- O'Donoghue, T. und M. Rabin (1999): Doing It Now or Later, in: *American Economic Review*, Vol. 89, S. 103-124.
- O'Donoghue, T. und M. Rabin (2001): Choice and Procrastination, in: *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 116, S. 121-160.
- Oberlechner, T. (2004): *The Psychology of the Foreign Exchange Market*, Chichester.
- Odean, T. (1998): Are Investors Reluctant to Realize Their Losses?, in: *Journal of Finance*, Vol. 53, S. 1775-1798.
- Odean, T. (1999): Do Investors Trade too much?, in: *American Economic Review*, Vol. 89, S. 103-124.
- OECD (2010): *Consumer Policy Toolkit*, Paris.
- Oehler, A. und L. Reisch (2008): *Behavioral Economics – Eine neue Grundlage für Verbraucherpolitik*, Berlin.
- Ölander, F. (2005): Consumer Psychology, in: Grunert, K. G. und J. Thøgersen (Hg.), *Consumers, Policy and the Environment*, Heidelberg, S. 1-22.
- Ostaszewski, P., Green, L. und J. Myerson (1998): Effects of Inflation on the Subjective Value of Delayed and Probabilistic Rewards, in: *Psychonomic Bulletin and Review*, Vol. 5, S. 324-333.
- Ostrom, E. (1999): *Die Verfassung der Allmende*, Tübingen.
- Oswald, A.J., and N. Powdthavee (2008): Death, Happiness Equations, and the Calculation of Compensatory Damages, in: *Journal of Legal Studies*, Vol. 37, S. 217-252.
- Paqué, K.H. (1986): *Philanthropie und Steuerpolitik – Eine ökonomische Analyse der Förderung privater Wohltätigkeit*, Tübingen.
- Patinkin, D. (1965): *Money, Interest and Prices*, 2. Auflage, New York.
- Paul, K. und K. Moser (2001): Negatives psychisches Befinden als Wirkung und als Ursache von Arbeitslosigkeit – Ergebnisse einer Metaanalyse, in: Zempel, J., Bacher, J. und K. Moser (Hrsg.), *Erwerbslosigkeit – Ursachen, Auswirkungen und Interventionen*, Opladen, S. 83-110.

- Paul, K.I. und K. Moser (2009): Metaanalytische Moderatorenanalysen zu den psychischen Auswirkungen der Arbeitslosigkeit – ein Überblick, in: Holleder, A. (Hrsg.), *Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitslosen – Gesundheit fördern und Krankheiten zuvorkommen*, Frankfurt am Main, S. 39-61.
- Pauly, M.V. (1973): *Income Redistribution as a Local Public Good*, in: *Journal of Public Economics*, Vol. 2, S. 35-58.
- Payne, J. W., Bettman, J. R. und E. J. Johnson (1992): *Behavioral Decision Research: A Constructive Processing Perspective*, in: *Annual Review of Psychology*, Vol. 43, S. 87-131.
- Payne, J.W., Bettman, J.R. und E.J. Johnson (1992): *Behavioral Decision Research: A Constructive Processing Perspective*, in: *Annual Review of Psychology*, Vol. 43, S. 87-131.
- Payne, R.L., Warr, P.B. und J. Hartley (1983): *Social Claas and the Experience of Unemployment*, SAPU Memo, No. 5449, Sheffield.
- Pelzmann, L. (1988): *Wirtschaftspsychologie – Arbeitslosenforschung, Schattenwirtschaft, Steuerpsychologie*, 2. Auflage, Wien.
- Pelzmann, L. (2012): *Wirtschaftspsychologie – Behavioral Economics, Behavioral Finance, Arbeitswelt*, 6. Auflage, Wien.
- Peters, E., Västfjäll, D., Gärling, T. und P. Slovic (2006): *Affect and Decision Making – A ‚Hot‘ Topic*, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 19, S. 79-85.
- Pham, M.T. (2007): *Emotion and Rationality – A Critical Review and Interpretation of Empirical Evidence*, in: *Review of General Psychology*, Vol. 11, S. 155-178.
- Pichler, F. (2006): *Subjective Quality of Life of Young Europeans – Feeling Happy But Who Knows Why?*, in: *Social Indicators Research*, Vol. 75, S. 419-444.
- Pinón, A. und T. Gärling (2004): *Effects of Mood on Adoption of Loss Frame in Risky Choice*, in: *Göteborg Psychological Reports*, Vol. 34, S. 1-11.
- Plott, C. und V. Smith (Hrsg.) (2008): *Handbook of Experimental Economics Results*, North Holland.
- Polanyi, K. (1957): *The Economy as Instituted Process*, in: Polanyi, K., Arensberg, C.M. und H.W. Pearson (Hrsg.), *Trade and Market in the Early Empire*, New York, S. 243-270.
- Pommerehne, W.W. (1980): *Public Choice Approaches to Explain Fiscal Redistribution*, in: Roskamp K.W. (Hrsg.), *Public Choice and Public Finance*, Paris, S. 169-190.
- Powdthavee, N. (2008): *Putting a Price Tag on Friends, Relatives, and Neighbours – Using Surveys of Life Satisfaction to Value Social Relationships*, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 37, S. 1459-1480.
- Priddat, B.P. (2007) (Hrsg.). *Neuroökonomie – Neue Theorien zu Konsum, Marketing und emotionalem Verhalten in der Ökonomie*, Marburg.

- Prince, M. (1993): Women, Men, and Money Styles, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 14, S. 175-182.
- Pryor, F. (1977): The Origins of Money, in: *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 9, S. 391-409.
- Putnam, R.D. (1995): Bowling Alone – America's Declining Social Capital, in: *Journal of Democracy*, Vol. 6, S. 65-78.
- Putnam, R.D. (2000): *Bowling Alone – The Collapse and Revival of American Community*, New York.
- Putnam, R.D. (2001): Social Capital – Measurement and Consequences, in: *Canadian Journal of Policy Research*, Vol. 2, S. 41-51.
- Putnam, R.D., Leonardi, R. und R.Y. Nanetti (1993): *Making Democracy Work – Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton.
- Raaij, W.F. van und C. van Rijen (2003): Money Illusion, Paper Presented at the IAREP Euro-Workshop (July 2003), Wien.
- Rabin, M. (1993): Incorporating Fairness into Game Theory and Economics, in: *American Economic Review*, Vol. 83, S. 1281-1302.
- Rabin, M. (1998): Psychology and Economics, in: *Journal of Economic Literature*, Vol. 36, S. 11-46.
- Ranyard, R., Burgoyne, C., Saldanha, G. und D. Routh (2003): Living with the Euro but Thinking in Punts? – A Preliminary Report of Experiences in the Republic of Ireland, Paper Presented at the IAREP Euro-Workshop (July 2003), Wien.
- Rätzel, S. (2009): Revisiting the Neoclassical Theory of Labour Supply – Disutility of Labour, Working Hours, and Happiness, FEMM Working Paper, Nr. 05-2009.
- Rand, D.G. und Z.G. Epstein (2014): Risking Your Life without a Second Thought – Intuitive Decision-Making and Extreme Altruism, in: *PLOS ONE*, Vol. 9 (10), S. 1-5 (www.plosone.org).
- Rawls, J. (1971): *A Theory of Justice*, Cambridge (MA).
- Rehdanz, K. und D. Maddison (2005): Climate and Happiness, in: *Ecological Economics*, Vol. 52, S. 111-125.
- Reisch, L. und A. Oehler (2009): Behavioral Economics – eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik?, in: *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung*, Jg. 78 (3), S. 30-43.
- Reiss, S. (2000): *Who Am I? – The 16 Basic Desires That Motivate Our Action and Define Our Personalities*, New York.
- Reuband, K.H. (1987): Die Arbeitsmoral der Arbeitslosen, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 39, S. 550-559.
- Reynaud, P.L. (1954): *Economic Psychology*, New York.
- Richter, R. und E.G. Furubotn (2003): *Neue Institutionenökonomik*, 3. Auflage, Tübingen.

- Rischkowsky, F. (2007): Europäische Verbraucherpolitik – Theoretische Grundlagen und neue Probleme am Beispiel des Internets, Marburg.
- Rischkowsky, F. und T. Döring (2004): E-Commerce und europäische Verbraucherpolitik, in: Wirtschaftsdienst, Jg. 84, S. 317-324.
- Rischkowsky, F. und T. Döring (2008): Consumer Policy in a Market Economy, in: Journal of Consumer Policy, Vol. 31, S. 285-313.
- Rischkowsky, F. und T. Döring (2009): Konsumentenverhalten und Verbraucherpolitik, in: Kärntern Jahrbuch für Politik, Jg. 16, S. 289-331.
- Rodgers, J.D. (1974): Explaining Income Redistribution, in: Hochman, H.M. und E.G. Peterson (Hrsg.), Redistribution through Public Choice, New York und London, S. 165-205.
- Rogge, B.G., Kuhnert, P. und M. Kastner (2007): Zeitstruktur, Zeitverwendung und psychisches Wohlbefinden in der Langzeitarbeitslosigkeit, in: Psychosozial, Jg. 109, S. 85-103.
- Rosenblat, T.S. (2008): The Beauty Premium – Physical Attractiveness and Gender in Dictator Games, in: Negotiation Journal, Vol. 24, S. 465-481.
- Roßmanith, T. (2001): Informationsverhalten und Involvement im Internet, Dissertation an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Universität Karlsruhe, Karlsruhe.
- Rotemberg, J. (2004): Fair Pricing, NBER Working Paper No. 10915.
- Roth, A.E. (1995): Bargaining Experiments, in: Kagel, J.H. und A.E. Roth (Hrsg.), The Handbook of Experimental Economics, Princeton, S. 253-348.
- Rötheli, T.F. (2010): Causes of the Financial Crises – Risk Misperception, Policy Mistakes, and Banks' Bounded Rationality, in: Journal of Socio-Economics, Vol. 39, S. 119-126.
- Rothschild, K.W. (1978): Arbeitslose – Gibt's die?, in: Kyklos, Jg. 31, S. 21-35.
- Runciman, W.C. (1961): Problems of Research on relative Deprivation, in: Archives Europeennes de Sociologie, Vol. 2, S. 315-323.
- Russo, J. (1974), More Information is Better – A Reevaluation of Jacoby, Speller and Kohn, in: Journal of Consumer Policy, Vol. 1, S. 68-72.
- Samuelson, P.A. (1954): The Pure Theory of Public Expenditure, in: Review of Economics and Statistics, Vol. 36, S. 386-389.
- Sanfey, A.G., Rilling, J.K., Aronson, J.A., Nystrom, L.E. und J.D. Cohen (2003): the Neural Basis of Economic Decision-Making in the Ultimatum Game, in: Science, Vol. 300, S. 1755-1758.
- Saunders, E.M. (1993): Stock Prices and Wall Street Weather, in: American Economic Review, Vol. 83, S. 1337-1345.
- Schachter, S., Hood, D.C., Gerin, W., Andreasson, P.A. und M. Rennert (1985): Some Causes and Consequences of Dependence and Independence in the Stock Market, in: Journal of Economic Behavior and Organization, Vol. 6, S. 339-357.
- Schelling, T. (1960): The Strategy of Conflict, Cambridge.

- Scherf, W. (2009): Öffentliche Finanzen – Eine Einführung in die Finanzwissenschaft, Stuttgart.
- Schmölders, G. (1966): Psychologie des Geldes, Berlin.
- Schnellenbach, J. (2011): Wohlwollendes Anschubsen – Was ist mit liberalen Paternalismus zu erreichen und was sind seine Nebenwirkungen?, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, Jg. 12, S. 445-459.
- Schnellenbach, J. (2012): Nudges and Norms – On the Political Economy of Soft Paternalism, in: European Journal of Political Economy, Vol. 28, S. 266-277.
- Schnellenbach, J. (2014): Unvollständige Rationalität ist keine hinreichende Begründung für paternalistisches Eingreifen, in: Wirtschaftsdienst, Jg. 94, S. 778-781.
- Schoon, I., Hansson, L. und K. Salmela-Aro (2005): Combining Work and Family Life – Life Satisfaction Among Married and Divorced Men and Women in Estonia, Finland and the UK, in: European Psychologist, Vol. 10, S. 309-319.
- Schuler, H. und M. Prochaska (2000): Entwicklung und Konstruktvalidierung eines berufsbezogenen Leistungsmotivationstests, in: Diagnostica, Vol. 46 (2), S. 61-72.
- Schulz-Hardt, S., Vogelgesang, F. und A. Mojzisch (2007): Finanzpsychologie, in: Moser, K. (Hrsg.), Wirtschaftspsychologie, Heidelberg, S. 193-219.
- Schwarz, N. (2001): Feelings as Information – Implications for Affective Influences on Information Processing, in: Martin, L.L. und G.L.Glore (Hrsg.), Theories of Mood and Cognition – A User's Guidebook, Hillsdale, S. 159-176.
- Schwarz, N., Wänke, M. und H. Bless (1994): Subjective Assessment and Evaluation of Change – Some Lessons from Social Cognition Research, in: European Review of Social Psychology, Vol. 5, S. 181-210.
- Scott, A.J. und M. Storper (2003): Regions, Globalization, Development, in: Regional Studies, Vol. 37, S. 579-593.
- Sela, A., Berger, J. und W. Liu (2009): Variety, Vice, and Virtue – How Assortment Size Influences Options Choice, in: Journal of Consumer Research, Vol. 35, S. 941-951.
- Seligman, M.E.P. (1979): Erlernte Hilflosigkeit, Wien.
- Selten, R. (1970): Ein Marktexperiment, in: Sauer mann, H. (Hrsg.), Beiträge zur experimentellen Wirtschaftsforschung, Tübingen, S. 33-98.
- Selten, R. und C. Berg (1970): Drei experimentelle Oligopolserien mit kontinuierlichem Zeitablauf, in: Sauer mann, H. (Hrsg.), Beiträge zur experimentellen Wirtschaftsforschung, Band 2, Tübingen, S. 162-221.
- Sercu, P. und R. Vanpée (2007): Home Bias in International Equity Portfolios – A Review, University Leuven, Department of Accountancy, Finance and Insurance, Working Paper.

- Shafir, E., Diamond, P. und A. Tversky (1997): Money Illusion, in: *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112, S. 341-374.
- Shapiro, C. (1983): Consumer Protection Policies in the United States, in: *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol. 139, S. 527-544.
- Shefrin, H. und M. Statman (1985): The Disposition to Sell Winners too early and Ride Losers too long – Theory and Evidence in: *Journal of Finance*, Vol. 60, S. 777-790.
- Shefrin, H. und R.H. Thaler (1988): The Behavioral Life-Cycle Hypothesis, in: *Economic Inquiry*, Vol. 26, S. 609-643.
- Shiller, R.J. (2008), *The Subprime Solution*, Princeton.
- Shiller, R.J. (1981): Do Stock Prices Move too much to be Justified by Subsequent Changes in Dividends?, in: *American Economic Review*, Vol. 71, S. 421-436.
- Shiller, R.J. (1998): *Human Behavior and the Efficiency of the Financial System*, NBER Working Paper No. 6375.
- Shiller, R.J. (2000): *Irrational Exuberance*, Princeton.
- Shiller, R.J. (2008): *The Subprime Solution*, Princeton.
- Shleifer, A. (2000): *Inefficient Markets – An Introduction to Behavioral Finance*, Clarendon.
- Shleifer, A. und R. Vishny (1997): The Limits of Arbitrage, in: *Journal of Finance*, Vol. 52, S. 35-55.
- Siedler, T. (2006): *Family and Politics – Does Parental Unemployment Cause Right-Wing Extremism?*, IZA Discussion Paper, No. 2411.
- Siegel, J.J. und R.H. Thaler (1997): Anomalies – The Equity Premium Puzzle, in: *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 11, S. 191-200.
- Sinn, H.-W. (1989): Verbraucherschutz als Problem asymmetrischer Informationskosten, in: Ott, C. und H.-B. Schäfer (Hrsg.), *Allokationseffizienz in der Rechtsordnung*, Berlin et al., S. 81-90.
- Sinn, H.-W. (2003), Verbraucherschutz als Staatsaufgabe, in: *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, Jg. 4, S. 281-294.
- Smith, V.L. (2003): Constructivist and Ecological Rationality in Economics, in: *American Economic Review*, Vol. 93, S. 465-508.
- Smith, V.L. (2008): *Rationality in Economics*, New York.
- Smith, V.L., Suchanek, G. und A. Williams (1988): Bubbles, Crashes and Endogenous Expectations in Experimental Spot Asset Markets, in: *Econometrics*, Vol. 56, S. 1119-1151.
- Snyder, M.L. und R.A. Wicklund (1976): Prior Exercise of Freedom and Reactance, in: *Journal of Experimental and Social Psychology*, Vol. 12, S. 120-130.
- Solnik, S.J. und M.E. Schweitzer (1999): The Influence of Physical Attractiveness and Gender on Ultimatum Games, in: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 67, S. 199-215.

- Spence, M. (2002): Signalling in Retrospect and the Informational Structure of Markets, in: *American Economic Review*, Vol. 92, S. 434-459.
- Spremann, K. und P. Gantenbein (2005): *Kapitalmärkte*, Stuttgart.
- Stafford, E.M. (1982): The Impact of the Youth Opportunities Programme on Young People's Employment Prospects and Psychological Well-Being, in: *British Journal of Guidance and Counselling*, Vol. 10, S. 12-21.
- Stafford, E.M., Jackson, P. und M. Banks (1979): *Young People Starting Work – First Survey of Leeds 1978 School Leavers*, SAPU Memo, No. 355, Sheffield.
- Stigler, G. J. (1961): The Economics of Information, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 69, S. 213-225.
- Strack, F. und T. Mussweiler (1997): Explaining the Enigmatic Anchoring Effect, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 73, S. 437-446.
- Strümpel, B. und G. Katona (1983): Psychologie gesamtwirtschaftlicher Prozesse, in: Irle, M. und W. Sussmann (Hrsg.), *Handbuch der Psychologie, Marktpsychologie*, Band 1: Marktpsychologie als Sozialwissenschaft, Göttingen, S. 225-247.
- Strünck, C., Arens-Azevédo, U., Brönneke, T., Hagen, K., Jaquemoth, M., Kenning, P., Liedtke, C., Oehler, A., Schrader, U. und M. Tamm (2012): Ist der mündige Verbraucher ein Mythos? – Auf dem Weg einer realistischen Verbraucherpolitik, Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMVEL, Berlin.
- Strünck, C., Arens-Azevédo, U., Brönneke, T., Hagen, K., Jaquemoth, M., Kenning, P., Liedtke, C., Oehler, A., Schrader, U. und M. Tamm (2010): Wollen wirklich alle den mündigen Verbraucher? – Wie Interessengruppen ein Leitbild instrumentalisieren, Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMVEL, Berlin.
- Sunstein, C.R. (2003): *Why Societies Need Dissent*, Cambridge.
- Svedsäter, H., Gamble, A. und T. Gärling (2007): Money Illusion in Intuitive Financial Judgments – Influences of Nominal Representation of Share Prices, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 36, S. 698-712.
- Svenson, O. und G. Nilson (1983): Mental Economics – Subjective Representations of Factors Related to Expected Inflation, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 3, S. 327-351.
- Swim, J.K., Clayton, S., Doherty, T., Gifford, R., Howard, G., Reser, J. et al. (2009): *Psychology and Global Climate Change*, Washington D.C.
- Tapia, W. und J. Yermo (2007): *Implications of Behavioral Economics for Mandatory Individual Account Pension Systems*, OECD Working Paper on Insurance and Private Pension, No. 11, Paris.
- Thaler, R.H. (1980): Toward A Positive Theory of Consumer Choice, in: *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 1, S. 39-60.
- Thaler, R.H. (1999): Mental Accounting Matters, in: *Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 12, S. 183-206.

- Thaler, R.H. und C.R. Sunstein (2012): *Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstößt*, 2. Auflage, Berlin
- Thaler, R.H. und E. Johnson (1990): *Gambling with the House-Money and Trying to Break Even – The Effects of Prior Outcomes on Risky Choice*, in: *Management Science*, Vol. 36, S. 643-660.
- Thaler, R.H. und H.M. Shefrin (1981): *An Economic Theory of Self-Control*, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 89, S. 392-406.
- Thøgersen, J. (2005): *How May Consumer Policy Empower Consumers for Sustainable Lifestyles?*, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 28, S. 143-177.
- Tietz, R. und W. Weber (1980): *Experimentelle Wirtschaftsforschung*, in: *Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft*, Stuttgart et al., S. 518-524.
- Tirole, J. (1990): *The Theory of Industrial Organization*, Cambridge (Mass.) and London.
- Todd, P. und G. Gigerenzer (2000): *Précis of Simple Heuristics That Make Us Smart*, in: *Behavioral and Brain Science*, Vol. 23, S. 727-780.
- Traut-Mattausch, E. (2004): *Die T€uro-Illusion – Urteilsverzerrungen bei Preisvergleichen*, Hamburg.
- Traut-Mattausch, E., Greitemeyer, T., Frey, D. und S. Schulz-Hardt (2007): *Illusory Price Increases after the Euro Changeover in Germany – An Expectancy-Consistent Bias*, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 30, S. 421-434.
- Traut-Mattausch, E., Schulz-Hardt, S., Greitemeyer, T. und D. Frey (2004): *Expectancy-Confirmation in Spite of Disconfirming Evidence - The Case of Price Increases Due to the Introduction of the Euro*, in: *European Journal of Social Psychology*, Vol. 34, S. 739-760.
- Triandis, H. C. (1994): *Culture and Social Behavior*, New York.
- Tversky, A. und D. Kahneman (1974): *Judgment and Uncertainty – Heuristics and Biases*, in: *Science*, Vol. 185, S. 1124-1131.
- Uhlendorff, A. (2004): *Der Einfluss von Persönlichkeitseigenschaften und soziale Ressourcen auf die Arbeitslosigkeitsdauer*, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 56, S. 279-303.
- Ungern-Sternberg, T. und C.C. von Weizsäcker (1981): *Marktstruktur und Marktverhalten bei Qualitätsunsicherheit*, *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, Jg. 101, S. 609-629.
- Vahrenkamp, K. (1991): *Verbraucherschutz bei asymmetrischer Information - informationsökonomische Analysen verbraucherpolitischer Maßnahmen*, München.
- Vershofen, W. (1940): *Handbuch der Verbrauchsforschung, Band 1: Grundlegung*, Berlin.
- Vogel, J. (2011): *Das Gespenst des Kapitals*, 3. Auflage, Zürich.

- Vogel, L., Menz, J.-O. und U. Fritsche (2009): Prospect Theory and Inflation Perceptions – An Empirical Assessment, University of Hamburg, Department of Economics and Politics, DEP Discussion Papers Macroeconomics and Finance Series 3/2009.
- Vohs, K.D., Mead, N.L. und M.R. Miranda (2006): The Psychological Consequences of Money, in: *Sciences*, Vol. 314, S. 1154-1156.
- Vohs, K.D., Mead, N.L. und M.R. Miranda (2008): Merely Activating the Concept of Money Changes Personal and Interpersonal Behavior, in: *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 17 (3), S. 208-212.
- Wacker, A. (1976): *Arbeitslosigkeit*, Frankfurt am Main.
- Wacker, A. (1983): *Arbeitslosigkeit – Soziale und psychische Folgen*, Frankfurt am Main.
- Wagner, R. (1999): *Attributionsmuster und Arbeitslosigkeit – eine Längsschnittstudie über die Entwicklung von Attributionsmustern und deren psychischen Konsequenzen während der Arbeitsplatzunsicherheit und der anhaltenden Arbeitslosigkeit* (Dissertation an der Universität Wien), Wien.
- Walsh, G. (2002): *Konsumentenverwirrtheit als Marketingherausforderung*, Wiesbaden.
- Wanberg, C.R., Glomb, T.M., Song, Z. und S. Sorenson (2005): Job-Search Persistence during Unemployment – A 10-Wave Longitudinal Study, in: *Journal of Applied Psychology*, Vol. 3, S. 411-430.
- Wäreneryd, K.E. und B. Walerud (1982): Taxes and Economic Behavior – Some Interview Data on Tax Evasion in Sweden, in: *Journal of Economic Psychology*, Vol. 2, S. 187-211.
- Warmbier, W. (2008): *Der programmierte Kunde – Neuromarketing: Frontalangriff auf unsere Sinne*, Berlin.
- Wärneryd, K.-E. (2001): *Stock-Market Psychology – How People Value and Trade Stocks*, Cheltenham.
- Warr, P.B. (1983): Job Loss, Unemployment and Psychological Well-Being, in: Allen, V. und E. van de Vliert (Hrsg.), *Role Transitions*, New York, S. 263-285.
- Weber, M. und C.F. Camerer (1998): The Disposition Effect in Securities Trading – An Experimental Analysis, in: *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 33, S. 176-184.
- Webley, P., Lea, S.E.G. und G. Hussein (1983): A Characteristics Approach to Money and the Changeover From 1 Pound note to 1 Pound Coin, Paper Presented at the 8th International Symposium of Economic Psychology, Bologna.
- Weiber, R. und J. Adler (1995): Informationsökonomisch begründete Typologisierung von Kaufprozessen, in: *Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, Jg. 47, S. 43-65.
- Weimann, J., Knabe, A. und R. Schöb (2012): *Geld macht doch glücklich – Wo die ökonomische Glücksforschung irrt*, Stuttgart.

- Wein, T. (2001): Consumer Information Problems – Causes and Consequences, in: Grundmann, S., Kerber, W. und S. Weatherhill (Hrsg.), *Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market*, Berlin, S. 80-97.
- Weinberg, P. (1981): *Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten*, Paderborn.
- Wheeler, L., Reis, H. und J.B. Nezlek (1983): Loneliness, Social Interaction, and Sex Roles, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 45, S. 943-953.
- Wilkinson, R. und K. Pickett (2009): *Gleichheit ist Glück – Warum gerechte Gesellschaften für alle besser sind*, Berlin.
- Williamson, O.E. (1979): Transaction Cost Economics – The Governance of Contractual Relations, in: *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, S. 233-261.
- Winkelmann, L. und R. Winkelmann (1998): Why Are the Unemployed So Unhappy? – Evidence from Panel Data, in: *Economica*, Vol. 65, S. 1-15.
- Winter-Ebmer, R. und J. Zweimüller (1991): Sind Schulungsmaßnahmen ein wirkungsvolles Mittel zur Bekämpfung individueller Arbeitslosigkeit?, in: *Wirtschaftspolitische Blätter*, Jg. 37, S. 695-700.
- Winterrich, K.P. und K.L. Haws (2011): Helpful Hopefulness – The Effect of Future Positive Emotion on Consumption, in: *Journal of Consumer Research*, Vol. 38, S. 505-524.
- Wiswede, G. (2012): *Einführung in die Wirtschaftspsychologie*, 5. Auflage, München und Basel.
- Witheman, G. (2006): Against the New Paternalism – Internalities and the Economics of Self-Control, *Cato Institute, Policy Analysis No. 563* (February 2006).
- Woolcock, M. (2001): The Place of Social Capital in Understanding Social Capital and Economic Outcomes, in: Hell, J.F. (Hrsg.), *The Contribution of Human and Social Capital in Sustained Economic Growth and Well-Being*, Proceedings of OECD/HRDC Conference, Ottawa.
- Wortmann, C.B. und J.W. Brehm (1975): Responses to Uncontrollable Outcomes – An Integration of Reactance Theory and the Learned Helplessness Model, in: Berkowitz, L. (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 8, New York und London, S. 277-336.
- Yaacov, T. und A. Fishbach (2000): Counteractive Self-Control in Overcoming Temptations, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 79, S. 493-506.
- Yaari, M.E. und M. Bar-Hillel (1984): On dividing justly, in: *Social Choice and Welfare*, Vol. 1, S. 1-24.
- Yamauchi, K. und D. Templer (1982): The Development of Money Attitude Scale, in: *Journal of Personality Assessment*, Vol. 46, S. 522-528.

- Yang, Ch-L., Weimann J. und A. Mitropoulos (2006): An Alternative Approach to Explaining Bargaining Behavior in Simple Sequential Games, in: Pacific Economic Review, Vol. 11, S. 201-222.
- Zaleskiewics, T., Gasiorowska, A., Kesebir, P., Luszczynska, A. und T. Pyszczynski (2013): Money and the Fear of Death – The Symbolic Power of Money as an Existential Anxiety Buffer, in: Journal of Economic Psychology, Vol. 36, S. 55-67.
- Zempel, J., Bacher, J. und K. Moser (2001) (Hrsg.): Erwerbslosigkeit – Ursachen, Auswirkungen und Interventionen, Opladen.
- Zhou, X., Vohs, K.D. und R.F. Baumeister (2009): The Symbolic Power of Money – Reminders of Money Alter Social Distress and Physical Pain, in: Psychological Science, Vol. 20, S. 700-706.
- Zimmermann, H., Henke, K.-D. und M. Broer (2012): Finanzwissenschaft, 11. Auflage, München.