

## > Die Bedeutung des Homo Oeconomicus für die Wirtschaftswissenschaften

Für die Wirtschaftswissenschaften ist das Verhaltensmodell des Homo Oeconomicus trotz andauernder Kritik an dem Modell nicht weg zu denken. Auch heutzutage ist der Homo Oeconomicus noch in den meisten mikro- und besonders makroökonomischen Modellen die Grundlage für menschliches Verhalten von Haushalten, Unternehmen, Banken und weiteren Wirtschaftssubjekten. Dies hat vorrangig zwei Gründe.

Zum einen können Modelle mit der Annahme des Homo Oeconomicus mathematisch einfach gehalten werden. Häufig trifft die Annahme des Homo Oeconomicus in den Modellen auf eine individuelle (meist finanzielle) Nutzenfunktion eines bestimmten Wirtschaftssubjekts. Mathematisch muss durch die Annahme des Homo Oeconomicus nur die jeweilige Nutzenfunktion maximiert werden. Wenn die Grundlage aber ein anderes Verhaltensmodell eines Menschen ist, so wird schon die Bildung der Nutzenfunktion sehr kompliziert und die Maximierung der Nutzenfunktion muss beispielsweise mögliche Fehler im Verhaltensmodell des Menschen berücksichtigen. Mathematisch ist das meist sehr kompliziert.

Zum anderen zeigt sich immer wieder, dass die Annahme des Homo Oeconomicus bei menschlichem Verhalten in Wirtschaftssituationen häufig sehr realitätsnah ist. Banken und Unternehmen wenden, mit dem Ziel ihren eigenen wirtschaftlichen Erfolg zu maximieren, meist sehr viele Ressourcen auf, um sich Informationen zu verschaffen und diese richtig zu verarbeiten. Auch Haushalte und einzelne Konsument\*innen verfolgen meist vorrangig das Ziel ihren eigenen wirtschaftlichen Nutzen, bzw. Konsum zu erhöhen, auch wenn sie sich nicht so viel Mühe bei der Informationsbeschaffung und -verarbeitung machen. In all den Situationen im Alltag, in denen diese individuelle Nutzenmaximierung im Vordergrund steht, wie beispielsweise auf Gütermärkten und insbesondere auf Finanzmärkten, ist das Verhaltensmodell des Homo Oeconomicus eine relativ gute Annahme über menschliches Verhalten.

## > Übertragungen in die Realität und zwei weitere Experimentformen

Diktatorspiele und Ultimatumspiele lassen sich (neben den in Kapitel 2.2.3 besprochenen Lohnverhandlungen) vielfältig in alltägliche und reale Situationen übertragen. Diktatorspiele findet man überall dort, wo Menschen sich einer Entscheidung unwiderruflich fügen müssen. In Unternehmen treten solche Fügungen beispielsweise bei Kündigungen oder aber auch schlicht bei Aufgabenverteilungen durch den Chef/ die Chefin oder der Abteilungsleiter\*innen auf. In einigen Fällen entscheidet man aber auch selber aus der Perspektive eines Diktators. Gibt man einem Bettler beispielsweise einen Euro, entscheidet man sich zu Spenden, oder man zahlt einen selbst gewählten Betrag für ansonsten kostenlose Streams von Videos oder Musik („pay what you want“-Prinzip), so ist dies eine Diktator-Entscheidung.

Viele Entscheidungen, die man alltäglich trifft, sind Ultimatum-Entscheidungen. Meist ist man hier in der Situation der empfangenden Person. Man ist also einem Ultimatum-Angebot ausgesetzt und muss entscheiden, ob man es annimmt oder nicht. Jeder Kauf im Supermarkt, im Online-Shop oder anderen Märkten für Konsumgüter ist ein Ultimatum-Angebot. Verkäufer\*innen nennen einen Preis und man selber entscheidet, ob man das Gut kauft, oder eben nicht. Beim Kauf entstehen für Konsument\*innen Gewinne aus dem Konsum des Gutes und bei Verkäufer\*innen durch den erhaltenen Preis. Entscheiden sich Konsument\*innen gegen den Kauf, so gehen beide Parteien leer aus. Auch der Eintritt in die Disko oder das Museum stellt eine Ultimatum-Situation dar. Nur in

vergleichsweise wenigen Situationen ist man selber in der Rolle der entscheidenden Person. So zum Beispiel, wenn man auf dem Flohmarkt seine alten CDs verkauft.

Mit zwei weiteren einfachen Abwandlungen des Diktatorspiels und des Ultimatumspiels lassen sich weitere Beobachtungen in der Realität erklären. Eine Version des Diktatorspiels mit eindrucksvollen Ergebnissen wurde 1995 an der Universität Harvard im Rahmen einer Umfrage durchgeführt. 257 Student\*innen sollten sich für eine der beiden Optionen A und B entscheiden:

A: Dein Jahreseinkommen beträgt 50.000\$, das deiner Kollegen beträgt 25.000\$.

B: Dein Jahreseinkommen beträgt 100.000\$, das deiner Kollegen beträgt 200.000\$.

Tatsächlich haben sich etwa die Hälfte aller Student\*innen für Option A entschieden. Das bedeutet, dass diese Hälfte auf 50.000\$ Dollar verzichten würde, nur um mehr zu verdienen als ihre Kollegen. Eine solche Entscheidung ist weder mit dem Modell des Homo Oeconomicus zu erklären (ein Homo Oeconomicus würde Option B wählen, um seinen Gewinn zu maximieren) als auch nicht mit einem Sinn für Fairness, denn beide Optionen bilden keine fairen Aufteilungen ab. Zwei menschliche Eigenschaften, die eine Entscheidung für Option A erklären, sind Macht und/oder Neid. Für Menschen, die Option A wählen würden, scheint weniger die absolute Höhe ihres Vermögens oder ihres Lebensstandards von Bedeutung zu sein, als vielmehr ihr Stand in der Gesellschaft, in der sie sich befinden. Der Ausgang dieses Experiments liefert somit eine Erklärung für die teils absurde Höhe von Managergehältern und Managerboni. Den Manager\*innen geht es in ihren Verhandlungen um Gehälter und Boni womöglich weniger um ihren absoluten Reichtum, sondern um den Vergleich mit anderen Manager\*innen in ihrer Branche und um damit verbundenes Ansehen und Machthoheit.

In Kapitel 2.2.3 haben wir das Ultimatumspiel bereits auf Gehaltsverhandlungen, Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt und dem Ausspielen von Machtpositionen auf das Lohnangebot bezogen. Eine Abwandlung des Ultimatumspiels – das sogenannte Gift-Exchange-Game – gibt weitere Aufschlüsse für Lohnverhandlungen zwischen Unternehmen und Arbeitskräften. Das Spiel funktioniert zunächst identisch zum Ultimatumspiel. Die entscheidende Person wählt eine Aufteilung und die empfangende Person kann dann entscheiden ob sie es ablehnt oder annimmt. Lehnt sie ab, so verfällt der Aufteilungsbetrag und beide erhalten nichts. Wird das Angebot jedoch angenommen, so wählt sie nun zusätzlich noch wie viel und ob sie von diesem Aufteilungsbetrag etwas an die entscheidende Person zurückzahlen möchte (dies ist das Gift/Geschenk). Formuliert als Lohnverhandlung macht das Unternehmen (Entscheider\*in) der Arbeitskraft (Empfänger\*in) ein Lohnangebot. Lehnt die Arbeitskraft das Lohnangebot ab, erhalten beide nichts. Nimmt sie es an, so muss sie danach über ein Anstrengungslevel entscheiden, das sie in dem Job auf sich nehmen wird. Die Anstrengung kostet ihr einen Teil des Lohnes. Je höher die gewählte Anstrengung, desto höher sind die Kosten für die Arbeitskraft, desto höher sind aber auch die Gewinne für das Unternehmen durch die eingestellte Arbeitskraft. Man könnte nun annehmen, dass die Arbeitskräfte sich ungeachtet der Höhe des Lohnangebotes für ein niedriges Anstrengungslevel entscheiden. Wenn Unternehmer\*innen vorausahnen würden, dass Arbeitskräfte unabhängig das stets niedrige Anstrengungslevels wählen, so würden sie auch stets möglichst niedrige Lohnangebote machen. Doch tatsächlich ist die Höhe des Anstrengungslevels stark mit der Höhe des Lohnangebots korreliert. Arbeitskräfte belohnen also großzügigere Lohnangebote mit höherer Anstrengung und Unternehmen machen auch großzügigere Lohnangebote. Dieses Ergebnis lässt sich auch häufig in der Realität beobachten. So werden Gehaltserhöhungen gezahlt um Mitarbeiter\*innen zu motivieren und dadurch ihre Anstrengungen und Produktivität zu erhöhen. Boni werden nach besonders guten Quartalen oder Geschäftsjahren gezahlt, um Mitarbeiter\*innen nachträglich für ihre gute Arbeit zu belohnen und damit auch für weitere gute Arbeit zu motivieren.

Projektteam der Universität: Denise Florenz, Celina Hartmann und Prof. Dr. Robert Gillenkirch,

Kontakt: [economicsworks@uni-osnabrueck.de](mailto:economicsworks@uni-osnabrueck.de)

> Weiterführende Diskussionen aus Zeitungstexten

**Ein Spiel fürs Leben**, in: Das Wissenschaftsmagazin der Max-Planck-Gesellschaft vom Januar 2009, letzter Zugriff am 14.11.2019. URL: [https://www.mpg.de/792374/W006\\_Kultur-Gesellschaft\\_080-085.pdf](https://www.mpg.de/792374/W006_Kultur-Gesellschaft_080-085.pdf)

Inhalt: Interview mit Werner Güth (Max-Planck-Institut für Ökonomik), dem Erfinder des Ultimatum-Spiels.

**Managergehälter: Wie viel ist zu viel**, in: Zeit Online vom 12.07.2018, letzter Zugriff am 18.11.2019. URL: <https://www.zeit.de/2018/29/managergehaelter-debatte-unternehmen-loesung>

**Pure Egoisten sind selten**, in: Zeit Online vom 26.04.2017, letzter Zugriff am 25.03.2020. URL: [https://blog.zeit.de/herdentrieb/2017/04/26/geben-und-nehmen-und-der-homo-oeconomicus\\_10336](https://blog.zeit.de/herdentrieb/2017/04/26/geben-und-nehmen-und-der-homo-oeconomicus_10336)

Inhalt: In diesem Artikel werden zunächst Ergebnisse des Diktator- und Ultimatum-Spiels aus Experimenten aufgeführt und die Hintergründe verschiedener Verhaltensweisen der Teilnehmer erklärt. Zudem werden mögliche Konsequenzen für die reale (Wirtschafts-)Welt aufgezeigt.

**Soziale Gerechtigkeit: „Die Leute sind heute sensibler“**, in: Zeit Online vom 24.01.2018, letzter Zugriff am 17.11.2019. URL: <https://www.zeit.de/2018/05/soziale-gerechtigkeit-einkommen-stefan-liebig>

Inhalt: Interview mit dem Soziologen Stefan Liebig vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung über die Gerechtigkeit von Gehaltsunterschieden und das Gerechtigkeitsempfinden der Arbeitnehmer zu diesem Thema. Ebenfalls wird hier ein Bezug zur Verfahrens-/Prozessgerechtigkeit genommen.

Projektteam der Universität: Denise Florenz, Celina Hartmann und Prof. Dr. Robert Gillenkirch,

Kontakt: [economicsworks@uni-osnabrueck.de](mailto:economicsworks@uni-osnabrueck.de)