



Misbehaving

Was uns die Verhaltensökonomie über unsere Entscheidungen verrät

Richard Thaler
Siedler © 2018
510 Seiten

Bewertung

8 ⁹ Wichtigkeit
⁷ Innovationsgrad
⁹ Stil

Fokus

Führung & Management
Strategie
Marketing & Verkauf
Finanzen
Personalwesen
IT, Produktion & Logistik
Karriere & Selbstmanagement
KMU
Wirtschaft & Politik
Branchen
Business weltweit
Verwandte Themen

Take-aways

- Noch immer arbeiten Ökonomen mit dem unrealistischen Modell des Homo oeconomicus, der sich – im Gegensatz zu echten Menschen – stets rational verhält.
- Das Verhalten der Menschen ist zwar oft irrational, diese Irrationalität folgt aber bestimmten Mustern.
- Die Verhaltensökonomie erforscht diese Muster und entwirft realistischere Modelle zur Vorhersage wirtschaftlichen Verhaltens.
- Der alltagsnahe Ansatz der Verhaltensökonomie wurde von Ökonomen zunächst abgelehnt, ist inzwischen aber weithin anerkannt.
- Er trug unter anderem dazu bei, Mechanismen auf den Finanzmärkten besser zu verstehen.
- Die als gesichert geltende Markteffizienzhypothese wurde relativiert und die Hypothese vom richtigen Preis der Aktien weitgehend verworfen.
- Eine verhaltensorientierte Gestaltung von Altersvorsorge erleichtert vielen Menschen den Zugang zu entsprechenden Sparplänen.
- Einfache Anreize („Nudges“) können das Verhalten von Menschen in die gewünschte Richtung stupsen.
- Nudging kann Regierungshandeln in vielen Bereichen effizienter machen.
- Gerade die für unsere Wohlfahrt so wichtige Makroökonomie sollte stärker berücksichtigen, wie normale Menschen sich verhalten.

Relevanz

Das lernen Sie

Nach der Lektüre dieser Zusammenfassung wissen Sie: 1) warum die herkömmliche ökonomische Theorie menschliches Verhalten schlecht erklärt, 2) was die Verhaltensökonomik besser macht und 3) wie sie sich gegen erhebliche Widerstände durchgesetzt hat.

Rezension

Die Heimat des Homo oeconomicus sind wirtschaftswissenschaftliche Modelle. In der realen Welt sucht man vergeblich nach dieser stets rational handelnden, auf Nutzenmaximierung abstellenden Figur. Stattdessen tummeln sich dort Menschen, die oft unvernünftig, sprich entgegen ihrem Eigeninteresse handeln. Dies bereitet Ökonomen arge Probleme, ist aber das tägliche Brot von Psychologen. In den 70er-Jahren begannen Amos Tversky und Daniel Kahneman, reales menschliches Verhalten in die Ökonomie einzuführen. Zu ihnen stieß Richard Thaler, Autor dieses Buches und Nobelpreisträger von 2017. Mit ihrem evidenzbasierten Ansatz verbanden sie – gegen erheblichen Widerstand der Homo-oeconomicus-Gläubigen – Psychologie und Ökonomie zur Disziplin der Verhaltensökonomik. Sie gaben den Wirtschaftswissenschaften wie auch der Politik ein neues Instrumentarium an die Hand, um menschliches Verhalten besser zu verstehen und praktikable Konzepte zu entwickeln. Thaler erzählt kompetent und lebendig, wie die Verfechter des neuen Denkens allmählich Fuß fassten und für ihren Ansatz immer mehr Mitstreiter fanden. Ein unterhaltsames Buch, das viele Merkwürdigkeiten unseres Verhaltens erklärt und mit Gewinn zu lesen ist, findet *getAbstract*.

Zusammenfassung

„Die Prämissen, auf denen die Wirtschaftstheorie beruht, sind fehlerhaft.“

„Wir brauchen einen differenzierteren Ansatz in der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung, der die Existenz und Bedeutung realer Menschen aus Fleisch und Blut anerkennt.“

Misbehaving

Noch immer geht die Wirtschaftstheorie vom Ideal des Homo oeconomicus (kurz Econ) aus, der sich stets rational, sprich auf die Maximierung des eigenen Nutzens bedacht verhält. Doch tatsächlich agieren Menschen oft alles andere als rational. Dadurch werden die Vorhersagen ökonomischer Modelle ungenau oder falsch. Aus Sicht der Ökonomie benehmen Menschen sich also ungezogen („misbehaving“), indem sie sich einfach nicht an die saubere Theorie halten. Ökonomen tendieren dazu, Misbehaving als irrelevant zu ignorieren. Dabei sollten sie, wenn sie die Genauigkeit ihrer Vorhersagen verbessern wollen, auf das tatsächliche Verhalten der Menschen schauen. Denn dieses ist oft irrational, wobei die Irrationalität jedoch typischen Mustern folgt, die Psychologen besser erklären können als Ökonomen. So entstand in den 70er-Jahren ein neues Forschungsgebiet zwischen Psychologie und Wirtschaftstheorie: die Verhaltensökonomik. Vorreiter sind unter anderem der Nobelpreisträger Daniel Kahneman und sein früh verstorbener Kollege Amos Tversky. Beispiele für irrationales Verhalten gibt es reichlich:

- Bei Klausuren, in denen 100 Punkte zu erreichen sind, beschwerten Studenten sich kollektiv, die Klausur sei zu schwer, wenn der Klassendurchschnitt nur bei 72 Punkten liegt. Hingegen sind sie zufrieden, wenn die maximale Punktzahl auf 137 angehoben wird und die Klasse mit durchschnittlich 96 Punkten dennoch nur mittelpfächtig abschneidet.
- Aus rationaler Perspektive sollte jedes Menschenleben gleich viel wert sein. Doch die Realität sieht anders aus. Berichten die Medien emotional über ein krankes Mädchen, dessen Leben durch eine teure Operation verlängert werden könnte, ist die Spendenbereitschaft groß. Geht es beim Bau einer Fernstraße um eine Verbreiterung des Mittelstreifens, wodurch tödliche Unfälle reduziert werden könnten (womöglich auch der eigene

„Viele verhaltensökonomische Arbeiten haben gezeigt, dass manche vermeintlich irrelevante Faktoren tatsächlich für die Vorhersage von Verhalten höchst relevant sind.“

„Wenn jemandem hohe Verluste drohen und er die Chance hat, die Gewinnschwelle zu erreichen, ist er bereit, ungewöhnlich hohe Risiken einzugehen, selbst wenn er normalerweise recht risikoscheu ist.“

„Die Welt so zu modellieren, als bestünde sie aus einem Volk von Econs, die alle promovierte Wirtschaftswissenschaftler sind, entspricht nicht der Herangehensweise von Psychologen.“

„Um das Konsumverhalten von Haushalten zu verstehen, müssen wir zweifelsohne wieder dazu übergehen, Menschen statt Econs zu erforschen.“

oder der eines nahen Angehörigen), dann tun die Verantwortlichen sich schwer mit der höheren Investition. Der Unterschied: Das Mädchen repräsentiert ein konkretes, „identifiziertes“ Leben. Bei zu vermeidenden Unfällen handelt es sich um abstrakte, „unidentifizierte“ Leben.

- Menschen halten Dinge, die sie bereits besitzen, für wertvoller als Dinge, die sie haben könnten, aber nicht besitzen. Sie bewahren gern das Vorhandene oder Bestehende. Das ist der „Endowment Effect“ (Besitztumseffekt). Dieser Effekt ist dem aus der Physik bekannten Phänomen der Trägheit verwandt und wird auch „Status-quo-Verzerrung“ genannt.
- Als Kreditkarten in Gebrauch kamen, wollten viele Händler die Gebühr der Kreditkartengesellschaften auf den normalen Preis aufschlagen. Die Gesellschaften lehnten dies ab, denn die Nutzung einer Karte sollte für die Kunden kostenlos erscheinen. Es kam zum Rechtsstreit. Am Ende einigten die Parteien sich darauf, den Preis plus Gebühr als „Normalpreis“ zu deklarieren und für Barzahler einen „Rabatt“ zu gewähren. Bei der Vermarktung spielt es offenbar eine Rolle, welchen Wert man als Bezugsgröße wählt. Kahneman und Tversky bezeichneten diesen Unterschied – den es aus rationaler Sicht nicht geben dürfte – später als „Framing“ (Einrahmung).
- Wenn Kunden erfahren, dass ein Radiowecker, der in einem Geschäft 45 Dollar kostet, in einer zehn Minuten entfernten Filiale für 35 Dollar zu haben ist, sind sie wahrscheinlich bereit, die zusätzliche Fahrt auf sich zu nehmen. Handelt es sich um einen Fernseher, der hier 495 und dort 485 Dollar kostet, sind sie es wahrscheinlich nicht, obwohl die Ersparnis ebenfalls 10 Dollar beträgt.
- Menschen ärgern sich über einen Verlust deutlich mehr, als sie sich über einen Gewinn freuen. Verluste wiegen etwa doppelt so schwer wie Gewinne in gleicher Höhe. Dieser Effekt wird als „Verlustaversion“ bezeichnet.

Die Realität ist anders

Der Volkswirt Richard Lester zeigte bereits 1946 anhand einer Befragung von Managern, dass Menschen häufig irrational handeln. Ökonomen wie Fritz Machlup und Milton Friedman widersprachen. Ihre Begründung: Es genüge, wenn Entscheidungen näherungsweise den Eindruck erweckten, rational entstanden zu sein („als ob“). Manager wüssten aufgrund ihrer Erfahrung und ihres Gespürs auch ohne aufwändige Analysen, wie sie zu entscheiden hätten. Damit waren die Ökonomen drei Jahrzehnte lang zufrieden und konnten bei ihren Modellen bleiben.

Dann jedoch bewiesen Kahneman und Tversky, dass Menschen Entscheidungen treffen, die keineswegs mit dem rationalen ökonomischen Modell in Einklang stehen. Andere Forscher wiesen „Präferenzumkehrungen“ nach: Menschen ziehen mitunter bei zwei Wahlmöglichkeiten A gegenüber B vor – und gleichzeitig, wenn man nur die Frage anders formuliert, B gegenüber A. Ein solches Verhalten widerspricht den grundlegendsten Annahmen der Ökonomie, dass nämlich Präferenzordnungen stabil seien. Überdies trifft der von Machlup und Friedman ins Spiel gebrachte Aspekt des Lernens – um Erfahrungen zu sammeln und das nötige Gespür zu entwickeln – tendenziell umso weniger zu, je schwerwiegender eine Entscheidung ist. Für einen Beruf, eine Immobilie oder einen Ehepartner entscheiden sich die meisten Menschen nicht häufig genug, um aus den Folgen signifikant zu lernen.

Auch das Kaufverhalten von Konsumenten entspricht nicht den ökonomischen Modellen. Für den rationalen Homo oeconomicus zählt beim Kauf eines Produkts nur der Akquisitionsnutzen. Für reale Menschen hingegen gibt es immer auch einen Transaktionsnutzen: Sie freuen sich beispielsweise über Schnäppchen oder ärgern sich über Nepp, wenn sie sich übers Ohr gehauen fühlen. Verkäufer nutzen dies, um Konsumenten mit (fiktiven) „empfohl-

„BWL-Studenten lernen im Studium unter anderem, wie ein Econ zu denken, aber dabei vergessen sie, was es heißt, wie ein Mensch zu denken.“

„Wenn politische Entscheidungsträger fest davon überzeugt sind, dass Preise immer richtig sind, sehen sie keine Notwendigkeit, vorbeugende Maßnahmen zu ergreifen.“

„Wenn man jemanden ermuntern will, etwas zu tun, sollte man es für ihn so leicht wie möglich machen.“

„Wenn wir Menschen irgendwie dazu bringen könnten, sich auf einen Plan zur automatischen Erhöhung ihrer Sparraten einzulassen, könnte die Trägheit für uns statt gegen uns arbeiten.“

lenen Richtpreisen“ und deutlich niedrigeren „Angebotspreisen“ ein gutes Geschäft zu suggerieren – und Kunden lieben solche Angebote: Einzelhändler wie Macy’s und JC Penney versuchten vor einigen Jahren, von Rabattaktionen wegzukommen und stattdessen „Dauerniedrigpreise“ einzuführen. Sie erlitten erhebliche Umsatzeinbußen, von denen sie sich – auch nachdem sie Gutscheine und Rabatte wieder eingeführt hatten – nicht so schnell erholten.

Ein ernst zu nehmender Ansatz?

1985 beschäftigte sich eine Konferenz an der University of Chicago mit der Frage, ob die Wirtschaftswissenschaft die Ansätze der Verhaltensökonomik ernst nehmen sollte. Bei dieser Konferenz stellte der Ökonom Kenneth Arrow fest, dass rationales Handeln in ökonomischen Modellen keineswegs vorausgesetzt werden müsse. Klassische Ökonomen gaben zwar zu, dass verhaltensorientierte Modelle manche Phänomene – etwa das Muster von Dividendenausschüttungen – besser beschreiben, doch an ihren herkömmlichen Grundannahmen hielten sie fest. Es gab eine Reihe von Anomalien, die das alte Paradigma nicht erklären konnte, aber für einen Paradigmenwechsel – einen radikalen Bruch mit den bisherigen Methoden – genügte das nicht.

Dennoch fand die Verhaltensökonomik immer mehr Freunde. Dazu trug maßgeblich die Russell Sage Foundation unter Federführung von Eric Wanner bei. Mit dem Behavioral Economics Roundtable stellte die Stiftung 1992 eine Forschergruppe zusammen, die ab 1994 in jedem zweiten Sommer zweiwöchige Intensivkurse für fortgeschrittene Studenten organisierte – die „Russell-Sage-Sommerncamps“. Aus diesen ging eine Reihe namhafter Ökonomen hervor, die das bisherige Orchideenfach Verhaltensökonomik zum anerkannten Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre aufsteigen ließen.

Finanzökonomik

Im Bereich der Finanzökonomik führten verhaltensorientierte Ansätze zu wichtigen Erkenntnissen. Sie zeigten etwa, dass die Bereitschaft zum Aktienkauf abnimmt, je häufiger jemand auf den Wert seines Portfolios blickt – und zwar deswegen, weil er dann eher die kurzfristigen Schwankungen der Aktienkurse wahrnimmt als deren langfristige Entwicklung. Die lange Zeit als gesichert geltende Markteffizienzhypothese geriet so ins Wanken. Eine Komponente dieser Hypothese ist die Annahme, dass der Preis von Aktien „richtig“ sei und ihren „inneren Wert“ zuverlässig abbilde. Wenn aber der Preis wirklich richtig ist, kann es keine Spekulationsblasen geben, weil solche Blasen Überreaktionen des Marktes aufgrund psychologischer Faktoren sind, die in der Welt des Homo oeconomicus nicht auftreten sollten. Es hätte auch den Crash vom „Schwarzen Montag“ (dem 19. Oktober 1987) nicht geben dürfen, als in den Börsen rund um die Welt die Kurse abstürzten, ohne dass dafür ein Anlass ersichtlich war. Die „inneren Werte“ der Aktien können nicht ohne Grund binnen weniger Tage derart stark schwanken.

Wenn alle Aktien immer richtig bewertet würden, wäre streng genommen der Aktienhandel selbst wenig sinnvoll, sofern er zu Spekulationszwecken betrieben wird. Denn Käufer und Verkäufer von Wertpapieren treffen nur deshalb aufeinander, weil beide Seiten die Marktentwicklung unterschiedlich einschätzen, was bei rationalen Akteuren nicht der Fall wäre. Tatsächlich hat der Aktienhandel etwas von den einstmals beliebten Schönheitswettbewerben, bei denen es darum ging, aus 100 Fotos die sechs hübschesten Gesichter auszuwählen. Wer gewinnen wollte, war gut beraten, nicht auf die Bilder zu tippen, die ihm selbst am besten gefielen, sondern zu überlegen, welche Gesichter wohl nach Meinung der Mehrheit die hübschesten seien. Analog dazu müssen Aktienhändler nicht nur selbst agieren, sondern auch überlegen, wie andere entscheiden – die dies aber ihrerseits wissen, usw. Nach der

Hypothese vom richtigen Preis dürfte eine Aktie auch nicht gleichzeitig zu unterschiedlichen Preisen gehandelt werden, was de facto aber schon häufiger geschehen ist, bei Royal Dutch Shell sogar über Jahrzehnte.

So ist die Markteffizienzhypothese zwar ein nützlicher Bezugspunkt für empirische Analysen und verhaltensorientierte Studien, ihre praktische Relevanz ist jedoch begrenzt. Dagegen erweist sich die Hypothese vom richtigen Preis nicht nur oft als unzutreffend, sondern obendrein als problematisch, weil sie dem Erkennen falscher Preise und gefährlicher Entwicklungen (wie der Bildung von Spekulationsblasen) im Weg steht.

Verhaltensökonomik in der Praxis

Der praktische Nutzen verhaltensorientierter Ansätze zeigt sich etwa bei der Altersvorsorge. Während Ökonomen als Anreiz fürs Sparen nur die Verzinsung der Spareinlagen kennen, berücksichtigt die Verhaltensökonomik die menschliche Trägheit und sie bemüht sich, Hürden aus dem Weg zu räumen und sinnvolle Rentensparpläne leichter zugänglich zu machen. Gemeinsam mit Unternehmen haben Wissenschaftler zur Überwindung der Trägheit ein Modell entwickelt, dass den automatischen Beitritt zu einem Sparplan als Standardeinstellung vorsieht (Opt out). Der „Gegenwartsverzerrung“ (Die Gegenwart ist wichtiger als die Zukunft) wurde Rechnung getragen, indem die Sparraten erst in der Zukunft erhöht werden. Und die Verlustaversion wurde überlistet, indem Erhöhungen an Gehaltssteigerungen gekoppelt wurden, wodurch die höhere Belastung nicht spürbar ist. Unternehmen machten sehr gute Erfahrungen mit diesem Modell. Die Zahl der teilnehmenden Mitarbeiter stieg kräftig an und immer mehr Unternehmen übernahmen das Modell. Nach Schätzungen schlossen 2011 in den USA 4,1 Millionen Arbeitnehmer einen solchen Sparplan ab. Von Ökonomen kam der Vorwurf des Paternalismus. Die Sparpläne waren jedoch nicht mit Zwang verbunden. Zum Glück fand sich ein besserer Ausdruck für die Anregung zum richtigen Verhalten, nämlich „Nudging“ (Anstupsen).

Nudging wurde vor allem in Großbritannien unter Premierminister David Cameron zu einem politischen Instrument. Dessen Ziel war es, Regierungshandeln effizienter zu machen und mit einfachen und oft kostenlosen Maßnahmen das Verhalten der Bürger positiv zu beeinflussen. So können zum Beispiel freundliche Formulierungen in Erinnerungsschreiben die Zahlungsmoral von Steuerschuldnern erheblich verbessern. SMS-Erinnerungen im Gesundheits- oder Bildungssektor können viel bewirken – ob es um die Einnahme von Medikamenten oder um anstehende Klausuren geht. Strafzettel für Falschparken können – statt sie dezent unter die Scheibenwischer zu klemmen – zur Warnung an andere deutlich sichtbar an die Scheibe der Fahrertür geklebt werden. Vor allem in der Finanzökonomik haben sich verhaltensorientierte Ansätze durchgesetzt. Andere Bereiche wie die Makroökonomik haben hier noch erheblichen Nachholbedarf, zumal Geld- und Fiskalpolitik von entscheidender Bedeutung für die Wohlfahrt eines Landes sind und eben deshalb berücksichtigen sollten, wie tatsächliche Menschen sich tatsächlich verhalten.

„Wir brauchen mehr evidenzbasierte – theoretische oder empirische – wirtschaftswissenschaftliche Forschung.“

„Eine Theorie des Verhaltens von Econs lässt sich nicht empirisch untermauern, weil Econs Fiktionen sind.“

Über den Autor

Richard Thaler lehrt Behavioral Science and Economics an der University of Chicago. Er war unter anderem Berater von Barack Obama und erhielt 2017 den Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften. Er ist Co-Autor des Bestsellers *Nudge*.