

»Egoismus muss nicht schlecht sein«

Nehmt die Menschen so, wie sie sind, fordert der Kölner Spitzenforscher Axel Ockenfels. Dann können Ökonomen ihnen besser helfen

DIE ZEIT: Was ist das für den Ökonomen, ein rationaler Mensch?

Axel Ockenfels: Er weiß immer, was er will, hat unbeschränkte Rechenkapazitäten und kann alle Informationen richtig verarbeiten. Er kann optimal entscheiden.

ZEIT: Wann haben Sie das erste Mal an dieser Idee vom Homo oeconomicus gezweifelt?

Ockenfels: Ich habe mathematische Wirtschaftstheorie in Bonn studiert. Diese Theorie ist elegant, in sich stimmig und hat viel Spaß gemacht. Eine heile Welt. Dann besuchte ich eine Vorlesung des späteren Nobelpreisträgers Reinhard Selten. Er erklärte uns zum Beispiel, wie Menschen aus Fleisch und Blut ein Haus kaufen. Von Optimierung war da gar nicht die Rede.

ZEIT: Das war vor knapp zwei Jahrzehnten, und Selten kämpfte gegen die hohe Kirche der Rationalisten. Wie konnte sich diese Kirche so lange halten, die doch offensichtlich auf einem merkwürdigen Menschenbild aufbaut?

Ockenfels: Viele Wirtschaftswissenschaftler schmoren im eigenen Saft. Sie bekommen ihr Feedback vornehmlich von Gleichgesinnten und können sich so ihre eigene Realität konstruieren.

ZEIT: Ihr Mentor Reinhard Selten hat insgesamt 50 Jahre lang gegen das Establishment geforscht.

Ockenfels: Sein Ziel ist Erkenntnisgewinn. Dabei ist er unbeeindruckt vom Mainstream und Publikationszwängen. Als ich Professor geworden bin, hat er mich angerufen und gesagt: Herr Ockenfels, jetzt kann es Ihnen endlich egal sein, ob Sie publizieren. Als Student durfte ich ihm bei einem wissenschaftlichen Beitrag helfen, den ich schließlich in Seltens Auftrag an eine Zeitschrift geschickt habe. Selten gab mir auf. Sagen Sie dem Herausgeber, es wird kein Wort geändert.

ZEIT: Haben Sie diesen Satz »An der Arbeit wird kein Wort geändert« auch schon einmal gesagt?

Ockenfels: Nein. Es gibt Studien darüber, wie viele Wirtschaftsforscher auf Druck von Herausgebern und Gutachtern schon Dinge geschrieben haben, hinter denen sie nicht standen. Anscheinend die meisten. Ich selbst hatte allerdings bisher das Glück, dass meine Arbeiten je nach Sicht des Gutachters entweder hoch geschätzt oder aber zur Gänze geschmäht wurden. Es gab selten eine Aufforderung zur Nachbesserung.

ZEIT: Sie wurden auf einen Schlag bekannt mit einem Papier ...

Ockenfels: (lacht) ... das Selten nicht mag.

ZEIT: Was war das Besondere daran?

Ockenfels: Es war der Versuch, viele Aspekte realen Verhaltens in eine einfache mathematische Theorie zu gießen. Das war wichtig, denn das Feld der sogenannten Verhaltensökonomik drohte in eine unüberschaubare Zahl von Thesen und Beobachtungen zu zerfallen. Eine gute Theorie muss nicht immer wahr sein, sondern sie muss nützlich sein. Und diese Theorie war nützlich.

ZEIT: Sie war wahrer als manche Theorie vor ihr.

Ockenfels: Sie beschreibt, wie Menschen ihre Position mit der anderer Menschen vergleichen. Derlei soziale Vergleiche können große Auswirkungen auf ökonomische Entscheidungen haben. Unsere Theorie ermöglicht Orientierung im ansonsten kaum überschaubaren Dickicht der Thesen und Experimente zu sozialem Verhalten. Bloß geht diese Theorie noch vom rationalen Menschen aus.

ZEIT: Aber bei dieser Theorie kann man nicht stehen bleiben.

Ockenfels: Natürlich nicht. Wir arbeiten an verschiedenen Fronten. Wir wissen zwar mittlerweile recht gut, welche egoistischen und sozialen Motivationen den Menschen treiben. Aber wir stehen noch am Anfang bei der Frage: Wie verarbeiten Menschen Informationen, und wie werden diese in Entscheidungen übersetzt?

ZEIT: Erst mal zur Motivation. Wie ändert sich Ökonomie, wenn sie den sozialen Menschen einbezieht?

Ockenfels: Im Ergebnis können in bestimmten Situationen die Prognosen der traditionellen Wirtschaftstheorie auf den Kopf gestellt werden. Oft handeln Menschen etwa nach dem Motto »Wie du mir, so ich dir«, wir nennen das reziprokes Verhalten. Sie sind zum Beispiel in Verhandlungen fair zu denen, die fair zu ihnen sind – und bestrafen unfaires Verhalten. Das wirkt oft positiv, in der Klimadebatte etwa hoffen wir, dass andere Länder nachziehen, wenn wir etwas gegen die Erderwärmung tun. Reziprozität kann aber auch negativ

wirken; sie stabilisiert etwa Kartelle in der Wirtschaft. Manchmal gilt es also, sie zu unterbinden, manchmal, sie zu verstärken. Wie, dazu haben wir viel gelernt. Und unsere Erkenntnisse werden mittlerweile in Verhandlungen, in Unternehmen und auf Märkten erfolgreich eingesetzt.

ZEIT: Bei der Forschung darüber, wie wir wahrnehmen und entscheiden, hapert es aber noch, sagen Sie. Und doch hat mit Daniel Kahneman schon ein Psychologe den Wirtschaftsnobelpreis erhalten, weil er das schon lange erforscht.

Ockenfels: Schon, aber es fehlen weitere Durchbrüche – elementare Prinzipien, die die Unzahl schon nachgewiesener Effekte zusammenführen.

ZEIT: Der Ökonom formuliert allgemeine Zusammenhänge und will nicht jede Situation für sich sehen?

Ockenfels: Ja. Nicht von ungefähr hat die Regierung einen wirtschaftlichen Sachverständigenrat, keinen psychologischen. Prinzipiell glauben Ökonomen, sie können mit ihren Theorien auch neuen Herausforderungen begegnen. Einem Witz nach sagt Frau Merkel zu Psychologen und Ökonomen, dass sie ein großes neues Problem habe. Die Psychologen antworten: »Die Situation ist etwas anders als diejenigen, die wir bisher analysiert haben. Kommen Sie in einem Jahr wieder, wir führen zunächst ein paar experimentelle Studien durch.« Die Ökonomen aber antworten: »Alles klar. Wir kennen die Lösung bis ins kleinste Detail. Übrigens, was genau ist eigentlich das Problem?« Das sind die zwei Extreme.

ZEIT: Die Sie jetzt zusammenbringen.

Ockenfels: Ich gebe Ihnen ein Beispiel, das ich mit dem Psychologen Thomas Mussweiler entwickelt habe und das sich für Ökonomen ohnehin ungewohnt anhört. Stellen Sie sich vor, Sie haben zwei Bilder von zwei verschiedenen Marktplätzen. Jetzt sagen Sie den einen Versuchspersonen: Findet so viele Ähnlichkeiten wie möglich. Anderen sagen Sie: Findet so viele Unterschiede wie möglich. Und danach müssen alle eine ökonomische Verhandlung bestehen. Es zeigt sich, dass ihr Verhalten durch die vorgelagerte Aufgabe beeinflusst wird. Versuchspersonen, die Ähnlichkeiten zwischen den Marktplätzen finden mussten, reagieren sehr viel sensibler auf das Verhalten anderer.

ZEIT: Dieses Beispiel zeigt es schon: Wie man entscheidet, hängt davon ab, wie man in die Situation hineingelangt ist. Und das ist jedes Mal anders. Da muss der Ökonom doch erschauern.

Ockenfels: Erschauern schon. Aber deswegen sollte niemand

den Kopf in den Sand stecken. Die positive Nachricht ist doch: Die Entscheidungsprozesse lassen sich systematisch untersuchen, aufdecken und sogar steuern.

ZEIT: »Steuern« klingt bedenklich.

Ockenfels: Man kann den Rahmen für eine Entscheidung verändern.

ZEIT: Was heißt das?

Ockenfels: Nehmen Sie die Organspende. In manchen Ländern geht der Staat grundsätzlich davon aus, dass Ihre Organe verwertet werden dürfen, und um das zu ändern, müssen Sie aktiv werden. Dort gibt es viel mehr Organspenden als in Deutschland, wo die automatische Wahl erst mal die ist, nicht zu spenden. Oft sind Menschen zu träge, um sich vom Status quo wegzubewegen.

ZEIT: Sie beschreiben sich als Marktdesigner. Was meinen Sie damit?

Ockenfels: Ich will Märkte nicht bloß verstehen, sondern auch verbessern. Dadurch – und das ist das eigentlich Spannende für mich – profitiert auch die Wissenschaft.

ZEIT: Die Welt spricht über die Finanzmärkte. Wie würde ein Marktdesigner an deren Neuregelung herangehen?

Ockenfels: Oft liegen die Probleme im Detail. Ein einziger Fehler, und ein Markt kann kollabieren. Zu Finanzmärkten arbeiten wir derzeit an der Frage, welche Mechanismen verhindern, dass Berater bloß verzerrte Informationen weitergeben. Es gibt jedoch sehr viele Stellschrauben, sodass es einfache Patentrezepte nicht gibt. Dies gilt auch für andere Märkte und Anreizsysteme, mit denen ich mich beschäftige. Allerdings gilt auch hier, dass dies kein Grund ist, den Kopf in den Sand zu stecken. Eine wissenschaftliche Beschäftigung mit hoch komplexen realen Systemen ist möglich, auch wenn wir in vielen Bereichen noch in den Anfängen stecken.

ZEIT: Zwei Forscher aus Chicago behaupten schon, sie könnten die Entscheidungen auf fast allen Feldern steuern ...



Ockenfels mit seinem Mentor, dem deutschen Nobelpreisträger Reinhard Selten



Fotos: Thomas Rabesch für DIE ZEIT/www.thomasrabesch.de; privat (klein)

Verhaltensforscher

Anfang der neunziger Jahre vollzog der 1969 geborene Axel Ockenfels die Wende. Aus dem begabten Studenten der klassisch-mathematischen Wirtschaftstheorie wurde ein Zweifler: Sind wir Menschen wirklich so rational, wie traditionelle Ökonomen uns gerne hätten?

Weder können wir es immer sein, noch wollen wir es immer sein, lautet die Antwort. Soziale Motive wie **Fairness** und **Neid** beeinflussen uns. Also verwarf Ockenfels seine alte Diplomarbeit und entwarf eine neue. Fortan wollte er die tatsächlichen menschlichen Verhaltensweisen in die Theorie aufnehmen – und tat das mit großem Erfolg. Bei der preisgekrönten Diplomarbeit in Bonn ebenso wie bei der ausgezeichneten Doktorarbeit in Magdeburg.

2003 übernahm der wirklichkeitsnahe Jungökonom mit dem Motto »**Daten statt Dogmen**« den renommierten **Leibniz-Preis** für Wirtschaft in Deutschland von Carl-Christian von Weizsäcker. Wiederholt arbeitet er mit Unternehmen zusammen, für eBay entwickelte er besondere Auktionsregeln.

2005 erhielt er den hoch dotierten **Leibniz-Preis** für in Deutschland tätige Spitzenforscher. Das Geld erlaubte ihm neben einer reinen Forschungszeit auch den Auf- und Ausbau eines Labors für Wirtschaftsexperimente.

Attraktive Angebote von amerikanischen Universitäten hat er bisher abgelehnt.

Ockenfels: ... was mir fraglich erscheint.

ZEIT: Aber wer sagt dort, wo es geht, was die »richtige« Entscheidung sein soll? Darin liegt doch ein Ansatz zur Willkür.

Ockenfels: Unbedingt. In manchen Fällen ist der positive Effekt zwar eindeutig. Aber Besserwisseri sollte kein Prinzip der Politikberatung sein.

ZEIT: Ökonomen entwickeln eine Theorie über das Verhalten auf den Märkten, brauchten Sie nicht auch eine Verhaltenstheorie der Politik?

Ockenfels: Kollektive Rationalität ist da jedenfalls nicht immer die Leitidee. Politiker kämpfen an vielen Fronten, mit jeweils anderen, teils subtil wirkenden Anreizen – wie auch Manager. Was irrational scheint, wird gelegentlich verständlich, wenn man das größere Spiel betrachtet.

ZEIT: Sie sind jetzt im Beirat des Wirtschaftsministers. Können Sie Rainer Brüderle grundsätzlich etwas empfehlen?

Ockenfels: Modernes ökonomisches Handwerk ist hilfreich. Manchmal machen scheinbar kleine Fehler ganze Vorhaben zunichte. Traditionelle ordnungspolitische Grundsätze sind natürlich auch sehr wichtig, genau wie die Empfehlungen des Hausarztes, wenn es um Ihre Gesundheit geht. Aber wenn es kompliziert wird, ist es besser, einen Spezialisten zu konsultieren, der sich mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen auskennt.

ZEIT: Nach der Entnationalisierung des Menschenbildes plädieren Sie also auch für eine Entideologisierung Ihres Fachs?

Ockenfels: Die ist schon im Gang. Das ist übrigens auch das Tolle beim Marktdesign: Es geht nicht darum, ob man links oder rechts steht, ob mehr oder weniger Staat erwünscht ist oder ob man

klassische Wirtschaftstheorie oder neue Verhaltensökonomik betreibt. Es geht darum, ob ein Design funktioniert oder nicht.

ZEIT: Die Politik aber operiert mit Weltansichten. Passt das zusammen?

Ockenfels: Da entstehen Reibungsverluste. Wenn wir jedoch als Wissenschaftler überzeugende Argumente haben und diese auch noch verständlich kommunizieren, werden wir auch gehört.

ZEIT: Manche hoffen, die Ökonomie würde mehr nach links schwenken, weil sie jetzt vom besseren Menschen ausgeht.

Ockenfels: Vorsicht. Mehr zu menschen führt nicht automatisch zu mehr ethischem Verhalten. Eine Neigung zur Kooperation, wie wir sie bei vielen Menschen diagnostizieren, kann ja bei Kartellbildung auch schaden. Was manchmal Fairness genannt wird, äußert sich zuweilen in destruktivem Neid. Auch wissen wir seit Adam Smith, dass Egoismus nicht schlecht sein muss. Der Mensch

ist, wie er ist. Spannender ist für mich die Frage, welche Rahmenbedingungen ihm helfen, das Beste aus sich herauszuholen.

ZEIT: John Maynard Keynes hat gesagt, die Praktiker von heute dächten, was Ökonomen von gestern aufgeschrieben haben. Wird die Verhaltensökonomie das Denken der Praktiker verändern?

Ockenfels: Manager und Politiker, die die Verhaltensökonomie kennen, entscheiden anders. Sie begreifen Wirtschaft mehr als Diplomatie denn als Kampf, motivieren ihre Mitarbeiter besser und gestalten robustere Märkte. Das neue Denken hat schon begonnen.

Das Gespräch führte UWE JEAN HEUSER



Alte Fragen, neue Antworten: Ockenfels bei einer Vorlesung an der Universität Köln