

Inspirierende Ökonomie und die Medien

In den letzten Jahren haben sich in der ökonomischen Wissenschaft bedeutende Entwicklungen vollzogen, die das Bild dieser Disziplin grundlegend verändert haben.

„Ökonomie“ lässt sich dabei in zweierlei Weise verstehen: Zum einen wird darunter ein *Sachgebiet* verstanden, zum anderen eine *Methodik*, die durch einen bestimmten analytischen Ansatz charakterisiert ist. Es lassen sich drei Stufen der Entwicklung unterscheiden: (1) Marktökonomie, (2) Ökonomischer Imperialismus oder Export der Methode, (3) Anleihen bei anderen Wissenschaften oder Import von Wissen. Dieser Aufsatz skizziert die Entwicklung der Ökonomie anhand dieser drei Stufen, wobei an einigen Stellen ein Bezug zur Medienökonomie hergestellt wird. Die Hauptpunkte werden zur möglichst klaren Darstellung in Form von Thesen formuliert. Dabei ist keine „objektive“ Darstellung beabsichtigt; vielmehr sollen meine eigenen Vorstellungen und Einschätzungen deutlich werden.

1. Marktökonomie

Unter „Marktökonomie“ wird hier die heutige Standardtheorie, die Neoklassik, verstanden. Sie ist unter Medienökonomern wohlbekannt und wird deshalb nur kurz gestreift.

These 1: Die Marktökonomie ist für das Verständnis der Medien unverzichtbar.

Die neoklassische Wirtschaftstheorie baut auf zwei grundlegenden Elementen auf:

- (1) Das Menschenbild ist der orthodoxe „*homo oeconomicus*“ im engen Sinne (vgl. Kirchgässner 2000). Er maximiert seinen Eigennutzen unter Berücksichtigung der Einkommensrestriktion. Änderungen im Verhalten werden durch Änderungen in den relativen Preisen erklärt. Insbesondere steigt die angebotene Menge, und fällt die nachgefragte Menge, wenn sich der Preis erhöht.
- (2) Güter und Dienstleistungen werden auf *Märkten* getauscht. Zwar werden verschiedene Marktformen unterschieden, es dominiert jedoch die Vorstellung eines vollständigen Marktes. Das Marktgleichgewicht wird mit den in der Wirklichkeit beobachteten Daten gleichgesetzt.

Dieses Modell erlaubt nicht-triviale testbare Aussagen zu formulieren. Als Beispiel soll die „kompensierende Variation“ genannt werden: Wer Freude an der Arbeit hat, wird (*ceteris paribus*, d.h. bei gleicher Ausbildung, Anstrengung, Arbeitszeit, etc.) weniger hoch bezahlt als jemand, für den die Arbeit nur einen instrumentellen Wert hat. So

werden etwa Journalisten bei Zeitungen, die ihnen eine eigene Initiative ermöglicht und andere Freiräume bietet, wesentlich weniger hoch bezahlt als Journalisten, die innerhalb einer Firma ein bestimmtes Produkt (z.B. eine Automarke) anpreisen müssen. Die höhere Bezahlung zeigt eine „bekundete Präferenz“ (revealed preference).

Die traditionelle Marktökonomie lässt sich auf viele Aspekte des Wettbewerbs im Bereich der Medien (etwa zwischen Zeitungen, Radio und Fernsehen) sinnvoll anwenden.

These 2: Die Marktökonomie hat wichtige Grenzen in Form eines zu engen Menschenbildes und der Konzentration auf nur ein Entscheidungssystem.

Die Menschen sind nicht nur durch ihr Einkommen oder Vermögen eingeschränkt und maximieren ihren Nutzen nicht in mechanischer Weise.

Einige Medien haben die für öffentliche Güter entscheidenden Charakteristika der fehlenden Konsumrivalität und des offenen Zugangs und weisen ausgeprägte externe Effekte auf. Daraus folgt, dass das Preissystem nicht befriedigend funktioniert und andere Entscheidungsmechanismen in Erwägung gezogen werden müssen. Dazu zählen etwa Demokratie, Hierarchie (Bürokratie), Verhandlungen, Zufall und Tradition. Sie werden von der herkömmlichen Markttheorie völlig vernachlässigt.

2 Ökonomischer Imperialismus oder Export der ökonomischen Analyse

Ab Mitte der 60er Jahre wurde die ökonomische Theorie auch auf Bereiche außerhalb der Wirtschaft angewendet (vgl. Becker 1982). „Ökonomie“ (oder ganz korrekt: „Ökonomik“) bezieht sich nicht mehr auf einen Sachbereich, sondern auf die Art der Analyse, insbesondere der Anwendung des ökonomischen Verhaltensmodells (vgl. Frey 1990).

These 3: Die ökonomische Methodik wurde sinnvoll erweitert.

Damit der „homo oeconomicus“ außerhalb der Wirtschaft angewendet werden konnte, ist er schärfer gefasst und verallgemeinert worden. Memnotechnisch ist dafür das Kürzel *RREEMM* geschaffen worden. Die einzelnen Buchstaben bedeuten:

- R Resourceful: die Menschen sind nicht hilflos bestimmten Situationen ausgeliefert, sondern setzen Mittel ein, diese so gut wie möglich zu bewältigen.
- R Restricted: die Menschen sind nicht nur durch ihr Einkommen, sondern auch durch Zeit, Vorschriften und Normen eingeschränkt.
- E Evaluating: die Menschen wägen zwischen unterschiedlichen Möglichkeiten ab.
- E Expecting: die Menschen handeln nicht (nur) kurzfristig, sondern beziehen auch die Zukunft ein.
- M Maximizing: die Menschen maximieren ihren Nutzen.
- M Man.

Der Begriff des Marktes wird verallgemeinert. So gibt es zum Beispiel ein Angebot und eine Nachfrage bezüglich politischer Programme oder religiöser Vorstellungen.

These 4: Die ökonomische Analyse wurde auf eine große Zahl unterschiedlicher Gebiete angewandt.

Die ökonomische Denkweise erweist sich vor allem zur Analyse des *politischen Reichs* als fruchtbar (vgl. Mueller 1989, 1997). Politiker und Parteien bieten Wahlprogramme und die Bürger fragen bestimmte politische Maßnahmen nach. Bei zwei um die Macht konkurrierenden Parteien stellt sich ein Gleichgewicht im Median der Wählerpräferenzen ein. Die beiden Parteien bieten das gleiche Programm an und führen die gleiche Politik durch. In Systemen mit mehreren Parteien verfolgt die Regierungspartei eine Politik der Sicherung der Wiederwahl, wobei stark auf die laufende Popularität geachtet wird. Erscheint hingegen die Wiederwahl gesichert, kann sich die Regierungspartei eine stärker ideologieorientierte Politik leisten. Diese Zusammenhänge werden in politisch-ökonomischen Modellen ökonomisch getestet. Dabei ist auch die Rolle der Medien berücksichtigt worden. Die Medien beeinflussen allerdings nicht einseitig die Wahlen, sondern der erwartete Abstimmungsausgang beeinflusst umgekehrt auch die Medien, indem sie sich drauf einstellen, wer der erwartete Wahlgewinner sein wird.

Das ökonomische Modell ist auch auf Fragen der Ausbildung, Gesundheit, natürliche Umwelt, Kriminalität und Steuerhinterziehung, Familie (Heirat, Kinder und Scheidung) und sogar auf Religion, Sport und Kunst angewandt worden. In der „Kunstökonomie“ ist beispielsweise die Rendite der Investitionen in Kunstobjekte oder das unterschiedliche Verhalten staatlicher und privater Museen untersucht worden (vgl. Pommerehne/Frey 1993).

These 5: Der ökonomische Imperialismus (vgl. Stigler 1984, Hirshleifer 1985, Lazear 2000) hat erheblichen Einfluss auf andere Sozialwissenschaften ausgeübt.

Der Rationalansatz (rational choice approach) ist heute in der Politikwissenschaft unter den Begriffen „Public Choice“ oder (Neue) Politische Ökonomie gut verankert. Auch in der Soziologie ist er wohlbekannt, wenn er auch nicht dieselbe Bedeutung wie in der Politologie hat. In der Rechtswissenschaft ist diese Richtung als „Law and Economics“ bekannt und bezieht sich sowohl auf den privaten Bereich (wo insbesondere die moderne institutionelle Ökonomie in Form der Theorie der Eigentumsrechte und der Prinzipal-Agenten Theorie wichtig ist) als auch auf den öffentlichen Bereich (konstitutionelle Ökonomie).

These 6: Das auf Eigennutz beruhende Modell erweist sich für manche Bereiche menschlichen Handelns als zu eng.

Auf vollständigen Märkten ist es schwierig oder gar unmöglich von der strikten Verfolgung des Eigennutzens abzuweichen, weil dann die Gefahr besteht, im Wettbewerb verdrängt zu werden und ausscheiden zu müssen. In den meisten Bereichen nicht-ökonomischer Anwendungen trifft jedoch diese Restriktion weit weniger zu. Infolgedessen ist ein allgemeineres Modell notwendig, das auch ein altruistisches und intrinsisch motiviertes (ein von innen geleitetes) Verhalten zulässt.

3 Anleihen bei anderen Wissenschaften oder der Import in die Ökonomie

Seit den 90er Jahren hat sich das in der Ökonomie verwendete Menschenbild der Ökonomie stark weiterentwickelt.

These 7: Das ökonomische Verhaltensmodell wurde durch Elemente aus der Sozialpsychologie und der Soziologie bereichert.

Die Annahme völlig eigennützig handelnder Individuen ist heute überwunden. In vielen Analysen, beispielweise in Situationen des Gefangenendilemmas, des Ultimatum- oder Diktator-Spiels, wird altruistisches, pro-soziales und intrinsisch motiviertes Verhalten zugelassen und empirisch festgestellt. Auch die Rolle von Emotionen ist untersucht worden. Neben dem Ergebnisnutzen wird heute auch dem Prozessnutzen Aufmerksamkeit geschenkt. Insbesondere wird berücksichtigt, dass Personen unter bestimmten Umständen ein für sie weniger günstiges Ergebnis zu akzeptieren bereit sind, wenn sie den dazu führenden Prozess als gerecht empfinden. Neben diesen sozialpsychologischen Elementen sind aus der Soziologie zum Beispiel die Konzepte des Vertrauens und der Reziprozität übernommen und deren Auswirkungen untersucht worden.

These 8: Das angereicherte Verhaltensmodell führt zu teilweise völlig anderen Ergebnissen und Schlussfolgerungen als das traditionelle ökonomische Modell.

Diese These sei an einem konkreten Fall illustriert. Der orthodoxen Prinzipal-Agenten Theorie folgend sollten mittels der Festlegung des Lohns die Verhaltensanreize so gesteuert werden, dass eine möglichst hohe Leistung erzielt wird. Daraus folgt, dass der Lohn variabel und möglichst präzise der Leistung entsprechend festgelegt werden sollte. Als Konsequenz werden Boni und Aktienoptionen vorgeschlagen. Sie sind in der Tat auch auf breiter Ebene in privaten Firmen und neuerdings in Form von Boni auch im öffentlichen Bereich eingeführt worden.

Der ursprünglich aus der Sozialpsychologie (vgl. Deci 1971) stammende „Verdrängungseffekt“ führt jedoch zu einer diametral anderen Sicht. Gemäß dem Verdrängungseffekt (crowding-out effect, vgl. Frey 1997) bewirken externe Eingriffe, insbesondere auch monetäre Entlohnungen, dass die intrinsische Motivation unterhöhlt wird. Voraussetzung dafür ist, dass tatsächlich eine derartige intrinsische Motivation vorhanden ist (was jedoch bei vielen Tätigkeiten nachgewiesen ist) und die angebotenen Geldanreize von den betreffenden Beschäftigten als kontrollierend empfunden werden. Ein höherer Bonus oder die Abgabe weiterer Aktienoptionen erhöht dann die Leistung nicht mehr zwingend. Zwar spielt nach wie vor der relative Preiseffekt, aber der gegenläufig wirkende Verdrängungseffekt kann dominieren und zu einem Leistungsabfall führen. Empirische Analysen zeigen, dass dieses unerwünschte Ergebnis bei qualifizierten Berufen und in innovatorischen Bereichen von erheblicher Bedeutung ist. Selbst wenn der Nettoeffekt höherer variabler Löhne noch immer positiv ist, wird doch die intrinsische durch eine extrinsische Leistungsmotivation ersetzt. Damit geht auch die Loyalität zum Arbeitgeber verloren, was zu illegitimem oder gar illegalem Verhalten verleitet.

These 9: Bisher vernachlässigte Methoden der empirischen Forschung, insbesondere Experimente und repräsentative Umfragen, werden häufiger verwendet.

In der herkömmlichen Wirtschaftstheorie wird behauptet, dass Experimente unmöglich seien, weil die gesellschaftlichen Bedingungen, unter denen Menschen handeln, nicht im Labor reproduzierbar seien. Inzwischen sind Laborexperimente zu einer Mode-tätigkeit geworden. Die interne Validität der Laborexperimente hat einen hohen Stand erreicht, und es sind interessante Ergebnisse erzielt worden, die zum Teil auch spieltheoretischen Ergebnissen widersprechen. Ein Beispiel dafür ist die Beobachtung, dass eine nicht bindende Kommunikation zwischen Spielern theoretisch keinerlei Einfluss auf das Ergebnis haben sollte. In Experimenten wurde jedoch wiederholt nachgewiesen, dass eine derartige Kommunikation das Ergebnis markant verändert, nämlich zu wesentlich stärker kooperativem Verhalten führt.

In der herkömmlichen Wirtschaftstheorie wird immer wieder behauptet, man könne den Antworten von Befragten keinen Glauben schenken, weil sie keine Veranlassung hätten, die Wahrheit zu sagen. Wenn es um unangenehme oder verbotene Dinge geht (wie etwa Steuerhinterziehung), hätten sie sogar einen klaren Anreiz, zu lügen. Daraus wurde geschlossen, nur das beobachtete Verhalten (revealed behavior) zähle. Sicherlich ist diese Zurückhaltung gegenüber Befragungen nicht unbegründet, es wird aber übersehen, dass sorgfältige Befragungen wichtige Informationen liefern. Ein Beispiel sind Befragungen über das selbstberichtete subjektive Wohlbefinden oder „Glück“ (Kahnemann et al. 1999). Damit wird zum ersten Mal eine gute empirische Annäherung an das Konzept des Nutzens erreicht, was bisher als unmöglich galt. Inzwischen ist in der Ökonomie eine spannende Literatur entstanden, die mit fortgeschrittenen ökonometrischen Methoden untersucht, auf welche wirtschaftlichen Faktoren Unterschiede im Glück zurückzuführen sind (vgl. Frey/Stutzer 2002). Ein bemerkenswertes Ergebnis ist etwa, dass bei gleichem Einkommen Personen ohne Arbeit wesentlich unglücklicher als Beschäftigte sind. Die herkömmliche ökonomische Theorie sagt das Gegenteil voraus: Arbeit wird als Belastung angesehen, während Freizeit Nutzen stiftet. Wer also ein bestimmtes Einkommen ohne Arbeit erhält, sollte besonders glücklich sein – aber genau das Gegenteil ist empirisch richtig.

4 Schlussbemerkungen

Aus diesen Ausführungen sollte, trotz der skizzenhaften Darstellung und subjektiven Interpretation, deutlich geworden sein: Die Ökonomie hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Besonders ausgeprägt ist die Verbindung zu andern Sozialwissenschaften geworden. In einigen Bereichen, zum Beispiel in der Glücksforschung, lässt sich heute nicht mehr erkennen, aus welcher Disziplin ein Forscher oder eine Forscherin stammt – es könnte die Psychologie, die Soziologie, die Politologie oder eben die Ökonomie sein. Damit ist zumindest in diesen Bereichen das oft als utopisch erklärte Ziel der Interdisziplinarität erreicht worden.

Für die Medienökonomie erscheint mir als Außenstehender die geschilderte Entwicklung ohne Einschränkung günstig zu sein. Die von manchen Forschern zu Recht be-

mängelten ungläubwürdigen Annahmen der traditionellen Neoklassik sind überwunden. Die Analysemethoden der Ökonomik lassen sich deshalb besser als bisher für die Untersuchung der Medien verwenden. Da Medienökonomien sich mit einem konkreten Gegenstand beschäftigen, war eine multi-disziplinäre Sicht beinahe unausweichlich. Auch aus dieser Warte stellt sich die Entwicklung der Ökonomie in interdisziplinärer Richtung als vorteilhaft heraus.

5 Literatur

- Becker, Gary S.* (1982): Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen, Mohr (Siebeck).
- Deci, Edward L.* (1971): Effects of Externally Mediated Rewards on Intrinsic Motivation. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 18, S. 105-115.
- Frey, Bruno S.* (1990): Ökonomie ist Sozialwissenschaft. München, Vahlen.
- Frey, Bruno S.* (1997): Not Just for The Money. An Economic Theory of Personal Motivation. Cheltenham/Brookfield, Edward Elgar; deutsch: Frey, Bruno S. (1997): Markt und Motivation. Wie ökonomische Anreize die (Arbeits-) Moral verdrängen. München, Vahlen.
- Frey, Bruno S.* (2001): Inspiring Economics: Human Motivation in Political Economy. Cheltenham/Northampton, Edward Elgar.
- Frey, Bruno S./Stutzer, Alois* (2001): Happiness and Economics: How the Economy and Institutions Affect Well-Being. Princeton/Oxford, Princeton University Press.
- Hirshleifer, Jack* (1985): The Expanding Domain of Economics. In: *American Economic Review*, 75, S. 53-68.
- Kahneman, Daniel/Diener, Ed/Schwarz, Norbert* (Hrsg.) (1999): Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology. New York, Russell Sage Foundation.
- Kirchgässner, Gebhard* (2000): Homo oeconomicus: Das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. 2. Aufl. Tübingen, Mohr (Siebeck).
- Lazear, Edward* (2000): Economic Imperialism. In: *Quarterly Journal of Economics*, 115, S. 99-146.
- Mueller, Dennis C.* (1989): Public Choice II, 2nd ed. Cambridge, Cambridge University Press.
- Mueller, Dennis C.* (Hrsg.) (1997): Perspectives on Public Choice. Cambridge, Cambridge University Press.
- Pommerehne, Werner W./Frey, Bruno S.* (1993): Musen und Märkte. Untersuchungen zur Ökonomik der Kunst. München, Vahlen.
- Stigler, George J.* (1984): Economics - The Imperial Science? In: *Scandinavian Journal of Economics*, 86, S. 301-313.

