

Im Hirn des „Homo oeconomicus“

Der Züricher Forscher Ernst Fehr startet einen

Großangriff auf die neoklassische Wirtschaftstheorie

Warum der Mensch handelt und wie er handelt, das hinterfragt die neoklassische Wirtschaftslehre nicht. Sie akzeptiert einfach sein Handeln, denn es offenbare seine tatsächlichen Wünsche. „Homo oeconomicus“ wählt rational die beste Alternative und maximiert seinen Nutzen. Das besagt die Theorie der „bekundeten Präferenzen“. Der Züricher Volkswirt Ernst Fehr, einer der führenden Neuroökonomien der Welt, hat auf der Tagung des Vereins für Socialpolitik die renommierte Thünen-Vorlesung für einen Frontalangriff auf diese Theorie genutzt.

Wenn die einen meinten, über Geschmack lasse sich nicht streiten, so setzte Fehr dem entgegen: „De gustibus est disputandum“ – über Geschmack lässt sich sehr wohl streiten. Er ist überzeugt, dass menschliches ökonomisches Verhalten oft mehr von Zufällen und Stimmungsschwankungen als von rationalem Abwägen abhängt. Weil ihnen das Hirn einen Streich spielt, tun Menschen manchmal Dinge, die ihnen gar nicht nutzen. Der Forschungszweig der Neuroökonomie ist noch jung, doch erlebt er seit etwa zehn Jahren einen kräftigen Boom. Einige Forscher leiten aus den Erkenntnissen schon weitreichende politische Implikationen für den Verbraucherschutz ab.

Im vollbesetzten Hörsaal in der Frankfurter Uni kommt zuweilen Gelächter auf, als Fehr seine kuriosen Bilder an die Wand projiziert: Fotos von jungen Frauen in seinem Züricher Labor, deren Hirne mit einem Magnetfeld oder mit Gleichstrom stimuliert werden. „Wir halten natürlich alle ethischen Standards ein“, versichert Fehr. Mit dem Magneten oder dem Stromfluss wird die neuronale Aktivität herauf- oder herabgesetzt. Plötzlich ändert sich das ökonomische und soziale Verhalten der Versuchspersonen. Ihre Zahlungsbereitschaft für einfache Kon-

sumgüter kann manipuliert werden, sie werden ungeduldiger oder halten soziale Normen nicht mehr ein, obwohl Sanktionen drohen.

Aus Sicht von Fehr ist es ein entscheidendes Manko der neoklassischen Theorie, dass sie „Ökonomie ohne Biologie“ betreibt. Nach der neoklassischen Annahme verhält sich der Homo oeconomicus so, als ob er eine Nutzenfunktion maximiert. „Per Annahme wird die beste verfügbare Alternative gewählt, es gibt keine Entscheidungsfehler“, kritisiert Fehr. Der von ihm vorangetriebene neuro-ökonomische Ansatz unterscheidet sich grundlegend davon: Er will die tatsächlichen Prozesse erforschen, die dem Entscheidungsverhalten zugrunde liegen.

Die Neuroökonomien stecken dazu Versuchspersonen in Apparate, welche die Aktivität verschiedener Hirnregionen bei Entscheidungsprozessen messen. Auch mit Affen machen sie Versuche: Denen werden beispielsweise farbige Futterpackungen gezeigt und zugleich die Hirnaktivität oder die Augenbewegung verfolgt. In anderen Experimenten wird das Verhalten von Epileptikern oder von Menschen erforscht, denen wichtige Hirnpartien durch einen Unfall verletzt wurden.

Ist der präfrontale Kortex – ein Lappen des Großhirns gleich hinter der Stirn – beschädigt, so häufen sich offenkundig irrationale Verhaltensmuster. Das zeigt die besondere Bedeutung dieser Hirnregion für viele ökonomisch relevante Entscheidungen, etwa ob man Lebensmittel kauft, wie man die Zukunft und Risiken bewertet oder welche Bereitschaft zum Spenden und Teilen man hat.

Beunruhigend ist die Erkenntnis der Neuroökonomien, dass die Aktivitäten des Nervensystems im Hirn und damit unsere Entscheidungen keineswegs so stabil



Ernst Fehr ist Professor für Mikroökonomie an der Universität Zürich.

Foto Michael Hauri

sind, sondern in gewissem Maße von Zufällen abhängen. Risikopräferenzen in identischen Entscheidungssituationen sind bei mehrmaligen Versuchen nur zu 60 Prozent korreliert. „Die Varianz hoch“, sagt Fehr. Das heißt: Wir entscheiden mal so und mal so. Und unsere Wünsche nach einem bestimmten Konsumgut steigen stark, wenn unsere Aufmerksamkeit etwas länger auf das Produkt gelenkt wird. Dann steigt offenbar dessen subjektiver Wert. Es tut sich ein weites Feld für Marketingtricks aus, die Menschen leicht beeinflussen. So reicht es, jungen Männern Bilder von Bikinis zu zeigen, schon ändert sich ihre Kaufbereitschaft und ihr Risikoverhalten. Unter Stress oder in dunklen Räumen kann Homo oeconomicus nicht mehr ruhig denken. Sein Hirn ist – häufiger, als man denkt – überfordert. Die „neuronalen Kapazitäten“, wie es der Züricher Forscher nennt, sind knapp. In manchen Situationen kalkuliert der Mensch nicht mehr nüchtern Kosten und Nutzen, sondern andere Mechanismen greifen, etwa der pawlowsche Reflex und reine Gewohnheiten; die Impulskontrolle versagt.

Mit solchen Befunden will Fehr die „naive und empirisch problematische Annahme eines fehlerfreien Entscheidungsverhaltens“ in Frage stellen. Was folgt daraus? Wenn Menschen bei wirtschaftlichen Entscheidungen „Fehler“ machen – zum Beispiel irgendwelche Dinge kaufen, was sie später bereuen –, dann sind staatliche Maßnahmen zum Verbraucherschutz berechtigt, findet Fehr. Wer sich an der Haustür einen Staubsauger aufschwätzen lässt, der kann von dem Kaufvertrag zurücktreten. Fehr befürwortet weitere staatliche Regulierung von Konsumentenentscheidungen. Abstoßende Bilder von Krebstumoren auf Zigarettenpackungen findet er angebracht.

Wer von der neoklassischen Theorie der „revealed preferences“ ausgeht, der wird die Freiheit des Konsumenten höher einschätzen. Fehr meint, mit dieser Freiheit sei es nicht so weit her – der Mensch sei in einem gewissen Maße Sklave seiner neuronalen Aktivitäten. ppl.