Welchen Preis hat die Liebe?

Motivation und Moral sind nicht mit Geld zu bezahlen

Bruno S. Frey und Matthias Benz

Viele gesellschaftliche und wirtschaftspolitische Probleme sind mit dem Preissystem nicht zu lösen. Oft führen Freiwilligkeit und ethische Motivation weiter, erläutern Bruno S. Frey und Matthias Benz vom Institut für Empirische Wirtschaftsforschung der Universität Zürich.

Ökonomen tendieren dazu, das Preissystem allen anderen gesellschaftlichen Entscheidungssystemen vorzuziehen. Preise oder Märkte werden im Vergleich zu politischen, administrativen, traditionellen und Verhandlungsverfahren vorgezogen, weil sie effizient sind. In der Theorie wird nachgewiesen, daß mittels der unsichtbaren Hand das (ideale) Preissystem zu einem bestmöglichen Zustand führt.

Diese wohlbegründete Vorliebe für Preise und Märkte zeigt sich in der gesamten ökonomischen Literatur, insbesondere in Lehrbüchern. Das gleiche haben Umfragen für die USA und die Länder Deutschland, Frankreich, Österreich und die Schweiz ergeben. Nicht-Ökonomen sind von den Vorzügen des Preissystems weit weniger überzeugt als Ökonomen. Oft sind sie einer Verwendung von Preisen sogar ganz abgeneigt.

Zum einen wird die Verwendung von Preisen oft von Interessengruppen verhindert, die im Verteilungskampf zu verlieren glauben -- dies aus völlig eigennützigen Motiven. Zum anderen wird das Verfahren »Preissystem« von Personen als unfair betrachtet, und sie wehren sich aus psychologischen Gründen gegen eine monetär geregelte Tauschbeziehung.

Der erste Aspekt der Ablehnung des Preissystems lässt sich an den Diskussionen um Preiserhöhungen für die öffentlichen Verkehrsmittel oder die Marktöffnung für Postdienste beobachten. Diese Themen pflegen in der Öffentlichkeit ausschließlich unter Verteilungsaspekten diskutiert zu werden, wobei die zu erwartenden Verluste eines oft kleinen Teils der Bevölkerung in den Vordergrund gestellt werden.

Als Argument für fortwährende Staatseingriffe wird aber oft auch Marktversagen ins Feld geführt. In der Modernen Politischen Ökonomie ist jedoch überzeugend gezeigt worden, dass im Verlauf des Kampfes verschiedener Interessengruppen häufig der Staat zu Hilfe gerufen wird, um die eigene Position zu stärken.

Die starke Konzentration auf Aspekte der Einkommensverteilung sollte Ökonomen eigentlich nicht überraschen: Effizienz und damit die Verwendung von Preisen ist ein öffentliches Gut, von dem alle profitieren können, ohne daß sie sich an dessen Bereitstellung beteiligen. Aus diesem Grund gibt es kaum Anreize, sich für eine das Wirtschaftswachstum und damit die Einkommen aller fördernde Mittelverwendung einzusetzen.

Den Konsumenten fehlt die Lobby

Umgekehrt stellt der Anteil am Produkt oder Einkommen ein privates Gut dar, das klar sichtbar und wohldefiniert ist, und um das es sich zu kämpfen lohnt. Dementsprechend sind die Interessen von Produzenten und Gewerkschaften gut organisiert. Oft können sie Marktbeschränkungen zum Nachteil der im politischen Prozess nur schwach vertretenen Konsumenten durchsetzen.

Diese politisch-ökonomische Sicht kann die mangelnde Akzeptanz oder Ablehnung des Preissystems für viele gesellschaftliche Phänomene erklären: Gewisse Gruppen leisten Widerstand, weil sie die Ergebnisse einer Einführung als unerwünscht betrachten. In anderen Fällen wenden sich die Leute jedoch gegen den mit diesem System verbundenen Prozess an sich.

In der Wirtschaftstheorie ist diese nicht ergebnisorientierte Betrachtungsweise lange Zeit vernachlässigt worden. Nicht zuletzt aufgrund der Forschungen des Nobelpreisträgers Amartya Sen spielt sie heute eine zunehmend wichtige Rolle. Einige Anwendungsbeipiele können dies verdeutlichen.

Die Verwendung von Preisen wird oft als unfair angesehen. Diese Aussage wird durch zahlreiche empirische Untersuchungen gestützt. In einer im Jahre 1987 durchgeführten schriftlichen und anonymen Umfrage unter 1750 Personen in Deutschland (West-Berlin) und in der Schweiz (Kanton Zürich) wurde danach gefragt, ob die Erhöhung des Preises in der eindeutigen Situation einer Übernachfrage (beim ursprünglichen Preis übersteigt die nachgefragte die angebotene Menge) als fair eingestuft wird.

Die Frage lautete: »Auf einem nur zu Fuß erreichbaren Aussichtspunkt wurde eine Wasserquelle erschlossen. Das in Flaschen gefüllte Wasser wird an einem Stand an durstige Wanderer verkauft. Der Preis beträgt eine Mark pro Flasche. Die tägliche Produktion und damit der Tagesvorrat besteht aus hundert Flaschen. An einem besonders heißen Tag möchten zweihundert Wanderer eine Flasche erwerben. Daraufhin erhöht der Stand den Preis auf zwei Mark pro Flasche. Wie finden Sie diese Preiserhöhung?«

Die Frage wurde von 452 Personen beantwortet. Die Antwortanteile waren: »völlig fair« fünf Prozent, »akzeptabel« 17 Prozent, »unfair« 44 Prozent, »sehr unfair« 34 Prozent. Mehr als drei Viertel der Antwortenden empfinden es als unfair, wenn die Überschußnachfrage nach Wasser mit Hilfe einer Preiserhöhung geregelt wird. Ein gutes Drittel beurteilt dieses Vorgehen sogar als sehr unfair. Demgegenüber sind nur fünf Prozent der Befragten der Auffassung, daß unter den vorgegebenen Bedingungen das Preissystem völlig fair ist.

Aus den Antworten kann man schließen, daß in der Bevölkerung eine deutliche Abneigung gegenüber der Verwendung von Preisen besteht, zumindest wenn damit eine Situation der Übernachfrage bewältigt werden soll. Dieses Ergebnis ist nicht erstaunlich, sondern entspricht Alltagserfahrungen. Wird etwa eine Anhebung der Preise für Leistungen staatlicher Betriebe (etwa bei der Briefpost oder der Bahn) erwogen, ist in der Öffentlich-

keit regelmäßig eine starke Opposition festzustellen.
In der Umfrage wurde die Fairness des Preissystems auch im Vergleich zu anderen Verfahren erkundet, mit denen Nachfrage und Angebot aneinander angeglichen werden können. Als Alternativen zum Preissystem wird eine Aufteilung des Wassers auf die Wanderer nach dem alten Prinzip »wer zuerst kommt, mahlt zuerst«, nach dem Prinzip des mathematischen Zufalls und einer Zuweisung durch staatliche Behörden, die nach ihrer eigenen Rationalität entscheiden, betrachtet.
Die vergleichende Betrachtung dieser vier Entscheidungsverfahren wurde in die Frage gekleidet: »Bitte geben Sie an, wie fair Sie folgende Maßnahmen empfinden, um den Flaschenvorrat unter den Wanderern aufzuteilen: eine Preiserhöhung auf zwei Mark pro Flasche; ein Verkauf zu einer Mark pro Flasche nach dem Prinzip ›Wer zuerst kommt, mahlt zuerst‹; ein Verkauf zu einer Mark nach einem Zufallsverfahren; die Gemeinde kauft alles Wasser zum Preis von einer Mark pro Flasche auf und verteilt es nach ihrem eigenen Ermessen?«

Aus den Antworten auf diese Frage ergibt sich eine deutliche Reihenfolge hinsichtlich der Fairness der verschiedenen Entscheidungsverfahren. Eindeutig vorgezogen wird das traditionelle Verfahren des »first come, first served« (76 Prozent der Befragten halten es für »fair«).

Nicht alles ist käuflich

An zweiter Stelle folgt die Zuweisung durch die Gemeinde (den Staat) nach deren eigenem Ermessen (43 Prozent). Erst an dritter Stelle folgt das Preissystem (27 Prozent), während der Zufall als Lösungsverfahren als am wenigsten fair eingeschätzt wird (14 Prozent).
Die Gründe dieser gerade für die marktversessene Ökonomie beunruhigenden Ablehnung des Preissystems sind ausgiebig diskutiert worden. Zwei Argumente werden hauptsächlich vorgebracht: Zum einen, dass Personen sich offenbar nicht nur um Ergebnisse kümmern, sondern auch die Prozesse und Motive bewerten. Zum andern läßt sich manches nicht kaufen.

Da kocht der Volkszorn: Proporzional zum Benzinpreis steigt der Affekt vieler Menschen gegen das Preissystem der Volkswirtschaft. Sie halten es als Mittel der Angebots- und Nachfrageregulierung für unfair. Foto: dpa

Werden bestimmte Güter dem Preissystem unterworfen, verlieren sie ihren Wert und ihre Existenz. Vertrauen läßt sich nicht auf einem Markt kaufen oder verkaufen, und das gleiche gilt für Zuneigung und Liebe sowie Ehre, Respekt und Würde. Sogar Zeit kann nicht ohne weiteres gegen Geld erworben werden. Personen wehren sich zudem oft aktiv gegen eine Kommerzialisierung gewisser Güter; so soll es aus moralischen Gründen keinen Markt für Organe, Adoptivkinder oder Kriegsgefangene geben.
Die impliziten Gründe für diese Ablehnung des Preissystems liegen wohl auf einem noch allgemeineren und grundsätzlicheren Niveau. In der Psychologie werden sie schon seit längerem erforscht, und seit kurzem werden sie auch auf wirtschaftliche Fragen an-

Da lacht des Volkes Seele: Wenn am Wühltisch die Preise purzeln, sind die Kunden mit dem Preissystem zumeist einverstanden. Foto: dpa

gewandt. Die Resultate dieser Forschung zeigen: Die Verwendung von Preisen kann eine zerstörerische Wirkung auf die Motivation und die Moral von Menschen haben.

Die Verwendung des Preissystems kann erstens die intrinsische Motivation der betroffenen Personen zerstören. Wird einer Person Geld (das heißt eine extrinsische Belohnung) für eine Aktivität angeboten, die sie ihren Präferenzen folgend ohnehin unternehmen würde, droht diese intrinsische Motivation verlorenzugehen, weil sie funktionslos geworden ist.

Die Anpassung der intrinsischen Motivation wird vorgenommen, um eine Überrechtfertigung des eigenen Handelns zu vermeiden. Wird dann die externe Belohnung unterbrochen, wird die Aktivität nicht mehr unternommen. Dieses Verhalten stimmt gut mit den Alltagserfahrungen jener Eltern überein, die ihren Kindern für bestimmte Dienstleistungen kleine Geldsummen zahlen und nach einiger Zeit merken, daß die Kinder dann nicht mehr bereit sind, eine dieser Aufgaben unentgeltlich durchzuführen.

Diese »verborgenen Kosten der Belohnung« sind auch für ein wichtiges Gegenwartsproblem nachgewiesen worden: die Schwierigkeit oder gar Unmöglichkeit, Standorte für gesamtgesellschaftlich vorteilhafte, lokal aber unerwünschte Projekte zu finden (Sondermülldeponien, Überlandstraßen, Flughäfen oder Gefängnisse). Ökonomen schlagen hier normalerweise vor, die Vorteile des Preissystems auszunützen. Jene Gemeinden, die solche Projekte aufzunehmen bereit sind, sollen mit Geld für die entstehenden Nachteile kompensiert werden. Eine Untersuchung in einer für ein nukleares Endlager ausgewählten Schweizer Gemeinde hat jedoch ergeben, dass monetäre Kompensationen kontraproduktiv wirken.

Bezahlung schwächt die Motivation

Als den betroffenen Bürgerinnen und Bürgern üppige Geldzahlungen für die Aufnahme des Endlagers geboten wurden, fiel die Akzeptanz von anfänglich 50,8 Prozent (ohne Kompensation) auf 24,6 Prozent! Das Geldangebot verdrängte offenbar Bürgerpflicht und Bürgersinn der Betroffenen.

Die destruktive Wirkung der Verwendung des Preissystems auf die Präferenzen ist zweitens von besonderer Bedeutung, wenn Auswirkungen auf andere Bereiche ausgelöst werden. Dieser Motivationstransfer-Effekt läßt sich gut anhand der natürlichen Umwelt illustrieren.

Die kostengünstigste Methode, eine bestimmte Luft- oder Wasserqualität zu erreichen, besteht darin, entsprechende Umweltabgaben zu erheben. In diesem Falle ist keine Umweltethik erforderlich: Solange die Abgabe bezahlt wird – und deshalb das Verhalten insgesamt umweltfreundlicher wird – brauchen diejenigen, die am bisherigen Verhalten festhalten, nicht kritisiert zu werden.

Ein Problem entsteht erst, wenn das Preissystem in Form der Umweltabgaben nicht überall anwendbar ist. Tatsächlich führt die Erhebung von Umweltabgaben zuweilen zu extrem hohen Transaktionskosten und ist in bestimmten Bereichen der Umwelt nicht anwendbar. In diesen Fällen ist es vernünftiger (und effizienter), sich auf die Umweltethik zu verlassen.

Wenn der Einsatz von Preisen in einigen Bereichen die intrinsische Motivation in anderen Umweltbereichen zerstört – und damit auch in solchen, in denen keine Umweltabgaben erhoben werden (können) – kann das Gesamtergebnis durchaus negativ ausfallen. In diesem Falle läßt sich nicht ausschließen, daß ein Verzicht auf den Einsatz der Preissteuerung, und damit eine Erhaltung der Umweltethik, vorzuziehen ist.

Dieser Motivationstransfer-Effekt hat Parallelen zu Ansichten, wie sie Fred Hirsch im Buch »Die sozialen Grenzen des Wachstums« vertreten hat: Das Preissystem als Ganzes entwürdige moralische Werte wie Wahrheit, Vertrauen, Hingabe, Selbstkontrolle, Verpflichtung. Der Markt zerstöre durch den Kommerzialisierungseffekt seine eigenen Grundlagen.

Die grundsätzliche Ablehnung des Preissystems ist indessen falsch. Eine ausgewogene Sicht erfordert eine vergleichende Analyse der unterschiedlichen Entscheidungssysteme. Verschiedene unter ihnen – und nicht nur das Preissystem – können unerwünschte Auswirkungen auf die menschliche Motivation haben.

Auch bis ins einzelne gehende staatliche Vorschriften können die intrinsische Motivation stark zerstören. Würde im privaten Bereich ein Heiratskontrakt allzu genau festschreiben, welche Rechte und Pflichten jeder der Partner unter jeder Bedingung hat, würden Liebe und Vertrauen, die als Essenz einer Partnerschaft angesehen werden, unnötig und deshalb verschwinden.

In vergleichender Perspektive ist das Preissystem nach wie vor für viele gesellschaftliche und wirtschaftspolitische Probleme ein höchst geeignetes, weil einfaches und effizientes Verfahren zur Koordination menschlichen Handlens. In manchen Bereichen kann sein Einsatz jedoch genauso verfehlt sein wie der eines anderen Entscheidungsverfahrens: Menschliche Beziehungen lassen sich grundsätzlich nicht überall detailliert regeln. Oft wird man sich auf die Freiwilligkeit und die intrinsische Motivation der Menschen verlassen (müssen). ■