



Finanzpsychologie

Herausgegeben von

Prof. Dr. Lorenz Fischer
Prof. Dr. Thomas Kutsch
Dr. Ekkehard Stephan

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Finanzpsychologie / hrsg. von Lorenz Fischer ... – München ; Wien :
Oldenbourg, 1999
ISBN 3-486-25179-1

© 1999 R. Oldenbourg Verlag
Rosenheimer Straße 145, D-81671 München
Telefon: (089) 45051-0, Internet: <http://www.oldenbourg.de>

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säure- und chlorfreiem Papier
Gesamtherstellung: Druckhaus „Thomas Müntzer“ GmbH, Bad Langensalza

ISBN 3-486-25179-1

Inhalt

EINFÜHRUNG

1 ÜBER DIESES BUCH	3
<i>Die Herausgeber</i>	
2 THEMEN UND KONZEPTE EINER ALLGEMEINEN FINANZPSYCHOLOGIE – SOZIALPSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN UND WIRTSCHAFTLICHE ANWENDUNGSBEREICHE	11
<i>Lorenz Fischer und Christian Mörsch</i>	
2.1 Die Fragestellung	11
2.2 Ein Vorschlag für eine theorieorientierte Ordnungsstruktur finanzpsychologischer Themen	12
2.3 Eine Skizze der differentiellen Gegenstandsbereiche der Finanzpsychologie	22
2.4 Über ein zweidimensionales Ordnungssystem hinaus	45

SOZIALPSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN DER FINANZPSYCHOLOGIE

3 GELD-SOZIALISATION	48
<i>Thomas Kutsch</i>	
3.1 Die drei Lernbereiche der Geld-Sozialisation	50
3.2 Theoretisch-sozialwissenschaftliche Konzepte zur Bedeutung des Geldes in unserer Gesellschaft	58
3.3 Methoden und empirische Konzepte	59
3.4 Umgang mit Geld im Rahmen des privaten Haushalts	63
3.5 „Further research needed“ – Forschungslücken, Forschungsfragen und aktuelle Projekte	67

4	WIEVIEL IST 1 MILLIARDE MARK? ZUR DISKONTINUITÄT DER MONETÄREN GRÖßENWAHRNEHMUNG	72
	<i>Horst W. Brand</i>	
4.1	Einleitung	72
4.2	Entdeckungs-Zusammenhang	73
4.3	Psychologische Theorien des Geldes	75
4.4	Ausgewählte experimentelle Ergebnisse zur monetären Größenwahrnehmung	78
4.5	Eigene experimentelle Untersuchungen	80
4.6	Resümee	98
4.7	Interpretation und einstweiliges Fazit	99
5	DIE ROLLE VON URTEILSHEURISTIKEN BEI FINANZENTSCHEIDUNGEN: ANKEREFFEKTE UND KOGNITIVE VERFÜGBARKEIT	101
	<i>Ekkehard Stephan</i>	
5.1	Einführung	101
5.2	Begriff und Systematik der Urteilsheuristiken	103
5.3	Die Verankerungs- und Anpassungsheuristik	108
5.4	Die Verfügbarkeitsheuristik	118
5.5	Diskussion	131
6	MOTIVATION UND RISIKONEIGUNG PRIVATER GELDANLEGER - MILLERS RATTEN STATT SKINNERS TAUBEN? -	135
	<i>Horst Müller-Peters</i>	
6.1	Aktienanlage: Diskrepanz zwischen Empfehlung und Verhalten	136
6.2	Psychologische Erklärung des Anlegerverhaltens	138
6.3	Renditestreben	141
6.4	Selbstwert und Leistungsmotivation	146
6.5	Reizsuche und Reizmeidung	147
6.6	Konkurrierende Motivationen	149
6.7	Vereinfachte Entscheidungen	151
6.8	Von der Einstellung zum Verhalten	152
6.9	Fazit	157
7	EIN MODELL DER STEUERZUFRIEDENHEIT – PSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN (UN)ÖKONOMISCHEN HANDELNS	160
	<i>Eva Jonas, Klaus Heine und Dieter Frey</i>	
7.1	Übersicht	160
7.2	Fragestellung	161
7.3	Empirische Befunde	163
7.4	Ein Modell der Steuerzufriedenheit	169
7.5	Reaktionen auf Steuerunzufriedenheit	180
7.6	Steuerunbehaglichkeit aufgrund von Bevorzugung	184
7.7	Finanzpolitische Folgerungen	185

8	ZUR PSYCHOLOGIE DES VERSICHERUNGSBETRUGS	188
	<i>Detlef Fetchenhauer</i>	
8.1	Einleitung	188
8.2	Der Forschungsstand zum Thema Versicherungsbetrug	189
8.3	Theoretische Ansatzpunkte zur Erklärung von Versicherungsbetrug	193
8.4	Empirische Ergebnisse der durchgeführten Untersuchungen	199
8.5	Möglichkeiten der Betrugsbekämpfung	211
9	DAS TASCHENGELD IM 15-LÄNDER-VERGLEICH – KINDER, KIES, KONSUM UND KULTUR –	214
	<i>Julia Fauth</i>	
9.1	Einleitung	214
9.2	Kurzdarstellung der Ergebnisse	215
9.3	Studienbeschreibung und Methodik	216
9.4	Ergebnisse im 15-Länder-Vergleich	217
9.5	Schlußwort	239
10	ANLAGEMOTIVE IM WANDEL	240
	<i>Rüdiger Szallies</i>	
10.1	Der Ausgangspunkt	240
10.2	Die Analyse der Anlagemotive	241
10.3	Konsequenzen für die Beratung	247
11	SPAR- UND ANLAGEENTSCHEIDUNGEN ÄLTERER MENSCHEN	250
	<i>Peter Adelt und Bert Feldmann</i>	
11.1	Zielsetzung	250
11.2	Querschnittbetrachtung	251
11.3	Längsschnittbetrachtung	261
11.4	Anlegertypen im Seniorenssegment	267
11.5	Zusammenfassung	271
12	DIE EINSTELLUNGEN DER EUROPÄER ZUM EURO	273
	<i>Guido Kiell und Anke Müller-Peters</i>	
12.1	Einleitung	273
12.2	Relevante psychologische Konzepte	276
12.3	Resumee	296

DIE SOZIALE ORGANISATION VON FINANZDIENSTLEISTUNGEN

13 ZUR GESTALTUNG VON INVESTOR RELATIONS: EINE TYPOLOGISIERUNG VON FINANZANALYSTEN UND IHREN ERWARTUNGEN	299
<i>Thomas Bittner</i>	
13.1 Einleitung	299
13.2 Finanzanalysten und Investor Relations	300
13.3 Empirische Untersuchung	302
13.4 Schluß	315
14 DER EINFLUß EINES FINANZBERATERS AUF DIE BEURTEILUNG VON AKTIENKURSEN: GLAUBWÜRDIGKEIT UND DOPPLUNGSEFFEKT	317
<i>Frank Belschak und Harry-Karl Wesseling</i>	
14.1 Einleitung	317
14.2 Das Konzept der Glaubwürdigkeit	318
14.3 Eine theoretische Einordnung des Konzepts der Glaubwürdigkeit – das ELM	322
14.4 Glaubwürdigkeitssteigerung durch den Dopplungseffekt	327
14.5 Empirische Überprüfung des Einflusses der Glaubwürdigkeit und des Dopplungseffekts	331
14.6 Implikationen für die Praxis	337
15 KUNDENZUFRIEDENHEIT MIT FINANZDIENSTLEISTERN – EINE BEWERTUNG AKTUELLER ERKLÄRUNGS- UND MEßMODELLE	339
<i>Markus Groß-Engelmann</i>	
15.1 Zur Psychologie der Kundenzufriedenheit	339
15.2 Die Produktion von Finanzdienstleistungen als Interaktionsgeschehen	340
15.3 Definitionen und Paradigmata der Kundenzufriedenheit	344
15.4 Psychologische Erklärung von Kundenzufriedenheit	347
15.5 Kundenzufriedenheit mit Finanzdienstleistern	353
15.6 Meßtechnische Zugänge der Erfassung von Kundenzufriedenheit	358
15.7 Ein empirischer Vergleich der Kundenzufriedenheitsmethoden	361
15.8 Fazit	363

16 KUNDENZUFRIEDENHEIT UND KUNDENBINDUNG BEI VERSICHERERN	365
<i>Horst Müller-Peters, Robert Quinke, Michael Ley</i>	
16.1 Die Relevanz von Kundenzufriedenheit	365
16.2 Vier Entwicklungsschritte	368
16.3 Methoden der quantitativen Grundlagenstudie	370
16.4 Zufriedenheit und Verhaltenskonsequenzen	375
16.5 Ergebnisaufbereitung: Vorlagen für das Qualitätsmanagement	379
16.6 Instrumententwicklung: Ein Tool für Benchmarking und Qualitätsmanagement	382
16.7 Hausmessungen und Benchmarking	383
16.8 Umsetzung: Kundenzentriertes Qualitätsmanagement	385
17 PERSONALENTSCHEIDUNGEN IN EUROPÄISCHEN BANKEN – WELCHE (KULTURELLEN) REGELN WIDERSTEHEN DER DEREGULIERUNG?	387
<i>Gabriele Jacobs</i>	
17.1 Einleitung	388
17.2 Interkulturelle Managementforschung	389
17.3 Gerechtigkeit als grundlegendes Konzept zur Beschreibung kultureller und organisationaler Werte	391
17.4 Die Studie	395
17.5 Diskussion und Ausblick	404
18 SOZIALE KOMPETENZ BEI FINANZDIENSTLEISTERN – DIE GEWINNUNG VON MITARBEITERN MIT VERKÄUFERISCHEM POTENTIAL	407
<i>Siegfried Müller</i>	
18.1 Einführung	407
18.2 Soziale Kompetenz als Forschungsgegenstand	410
18.3 Die Suche nach dem verkäuferischen Potential	413
18.4 Das soziale Anschlußmotiv	415
18.5 Das Leistungsmotiv	419
18.6 Techniken zur Auswahl von Personen mit verkäuferischem Potential	421
18.7 Wissenserwerb als betriebliche Aufgabe	423
18.8 Berufsspezifisches Training zur Steigerung der Verhaltens-Performanz	424
18.9 Schlußbemerkungen	427
19 Literaturverzeichnis	429
AUTORENVERZEICHNIS	472
STICHWORTVERZEICHNIS.	483

EINFÜHRUNG

1. Kapitel

Über dieses Buch

Die Finanzpsychologie findet ein schnell steigendes Interesse in der Wissenschaft wie in der Praxis. Die Wiederbelebung dieses Gegenstands in der deutschen Wirtschaftspsychologie ist in erheblichem Maße dem Wirken von Prof. Dr. Günter WISWEDE zu danken, anlässlich dessen 60. Geburtstags Herausgeber und Autoren diese Schrift verfaßt haben. Günter WISWEDE initiierte zahlreiche Projekte zu Problemen der Geldpsychologie und insbesondere den psychologischen Aspekten des Kredit- und Versicherungswesens, im Rahmen derer ein großer Teil der Autoren dieses Buches arbeiten oder gearbeitet haben.

Die Beiträge dieses Bandes beschäftigen sich in einem umfassenderen Sinne mit Finanzpsychologie als dies in der finanzwissenschaftlichen Tradition üblich ist. Fand Günther SCHMÖLDERS (1966) noch kritische Worte für das Desinteresse der Psychologen an wirtschaftlichen Fragen im allgemeinen und finanzwissenschaftlichen Fragestellungen im besonderen, so hat es in den letzten Jahren eine dynamische Fortentwicklung in diesem Grenzbereich von Ökonomie und Psychologie gegeben. Der Gegenstandsbereich der Finanzpsychologie hat sich gegenüber diesem Frühstadium, in dem eher volkswirtschaftliche Aspekte wie die Steuermoral und die Sparquote im Vordergrund standen, erheblich erweitert. So werden von der heutigen Finanzpsychologie auch mikroökonomische und organisationale Fragestellungen behandelt. Diese betreffen z.B. das individuelle Anlegerverhalten, Spar- und Verschuldungsmotive, das Verhalten des Privatanlegers an der Börse, die Sozialisation im Umgang mit Geld, Wahrnehmungs-, Urteils- und Entscheidungsprozesse bei der Geldanlage, und das Handeln der auf dem Finanzmarkt tätigen Unternehmen. Der gemeinsame Nenner kann in der Analyse der psychologischen Voraussetzungen und Konsequenzen des Umgangs mit Geld oder liquiditätsnah investierter oder aufgenommener Mittel gesehen werden. Behandelt werden also die Finanzentscheidungen von Individualhaushalten wie auch solche von professionellen Institutionen im Finanzsektor.

Die Dynamik in der neuen Finanzpsychologie ist auch der Tatsache zu verdanken, daß die Psychologie heute über sehr viel differenziertere und empirisch gut abgesicherte Methoden, Konzepte und Theorien verfügt, die auf die Analyse des Verhaltens und Erlebens der Individuen im Umgang mit Geld im weitesten Sinne angewendet werden können.¹ Andererseits muß vor der Illusion gewarnt werden, daß durch die Kenntnis neuer psychologischer Einsichten ohne weiteres überlegenes Entscheidungswissen angeboten werden kann, das dem Leser dazu verhilft, die psychologisch bedingten Risiken der Finanzwelt (etwa des Derivaten-Handels) völlig zu beherrschen (vgl. zum Anwendungsproblem z.B. WERBIK & KAISER, 1984). Viel eher ist davon auszugehen, daß – ähnlich dem oft unbemerkten Eindringen psychologischen Wissens in die Alltagskultur der westlichen Gesellschaften – die Finanzpsychologie den Blick für nicht-rationale Prozesse schärft, die in der Finanzwirtschaft eine besonders große Rolle spielen. Dabei geht der Anspruch des Wirtschaftspsychologen auf wissenschaftliche Erklärungen natürlich weiter, als dies durch erfahrene Börsenakteure – quasi in Selbsthilfe – geleistet worden ist. Inwieweit dies bislang gelungen ist, muß dem Urteil des kritischen Lesers überlassen bleiben.

Man kann dem vorliegenden Werk sicher einen großen Facettenreichtum attestieren, der daraus resultiert, daß die Autoren in recht unterschiedlichen Institutionen (Universitäten, Beratungsunternehmen, Finanzdienstleistungs-Unternehmen) tätig sind, in denen die Finanzpsychologie eine wichtige Rolle spielt. Ein großer Teil der Herausgeber und Autoren haben ihre Arbeiten auf nationalen und internationalen Kongressen zur Diskussion gestellt.

Die in diesem Band zum Ausdruck kommende Vielfalt der Konzepte und Gegenstandsbereiche einer Finanzpsychologie bedarf allerdings gleichzeitig einer gewissen Systematisierung, die die Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Fragestellungen erkennbar werden läßt. Eine solche Systematisierung wird in dem unmittelbar folgenden Beitrag von Lorenz FISCHER & Christian MÖRSCH vorgeschlagen. Die Autoren legen dar, wie man die Theorien- und Themenvielfalt, die dem Leser in der finanzpsychologischen Forschung begegnet (und von der auch dieser Reader nur einen Ausschnitt widerspiegeln kann) überschaubar in einer zweidimensionalen Ordnungsstruktur systematisieren kann. Zielsetzung ist es, eine Heuristik des Angemessenheitsbereichs unterschiedlicher sozialpsychologischer Theorien im Hinblick auf zahlreiche finanzpsychologische Fragestellungen zu entwickeln.

Die Autoren unterscheiden eine *Koordinationsdimension* mit den Polen „freier Markt“ und „staatliche Organisation“, weil im ersten Fall eine nur recht schwache, im letzteren Fall dagegen eine extrem starke normative Regelung des Verhaltens be-

¹ Überblicke über neuere Erkenntnisse der Finanzpsychologie bieten heute schon eine Reihe von wirtschaftspsychologischen Lehrbüchern (ANTONIDES, 1991; KIRCHLER, 1995; LEA, TARPY und WEBLEY, 1987; LEWIS, WEBLEY und FURNHAM, 1995; WISWEDE, 1995). Eine Vielzahl von vertiefenden Analysen bieten die einschlägigen Artikel in dem 1979 gegründeten Journal of Economic Psychology sowie die Fachkongresse zur Finanzpsychologie, die die International Association for Research in Economic Psychology (IAREP) und die Deutsche Gesellschaft für Psychologie (DGPs) regelmäßig veranstalten.

obachtet werden kann. Die zweite Dimension, *Konkretheit versus Abstraktheit*, bezieht sich auf den Charakter der Finanztransaktion selber. Im einfachsten Fall werden in einem konkreten Tauschakt durch konkretes Geld konkrete Güter erworben; die Absicherung eines Aktienportfolios durch Put-Optionsscheine setzt dagegen vergleichsweise abstrakte kognitive Operationen voraus. FISCHER & MÖRSCH zeigen die konzeptionelle Angemessenheit von unterschiedlichen sozialpsychologischen Theorien im Hinblick auf klassische und aktuelle Gegenstandsbereiche der Finanzpsychologie in diesem zweidimensionalen Ordnungssystem auf.

Vier Beiträge beschäftigen sich mit den sozialpsychologischen Grundlagen der Finanzpsychologie.

Thomas KUTSCH beleuchtet Sozialisationsprozesse im Umgang mit Geld. Geld-Sozialisation, wie er es nennt, ist keinesfalls auf das Kindes- und Jugendalter beschränkt, sondern findet auch im Erwachsenenalter statt. Unsere Eltern- und Großelterngeneration hat in den 20er, 30er und 40er Jahren dramatische Erfahrungen gesammelt, was Geldstabilität, Kaufkraft und die Sicherheit des materiellen Besitzes insgesamt angeht. Vor wenigen Jahren sah sich plötzlich eine halbe Nation nicht nur mit einer neuen Währung, sondern mit einem völlig anderen Wirtschaftssystem konfrontiert. In wenigen Monaten werden sich 360 Millionen Europäer an eine neue Währung gewöhnen müssen. KUTSCH gibt einen Überblick über einschlägige Befunde der Sozialisationsforschung, die uns helfen zu verstehen, wie Kinder und Erwachsene in solche neuen „Geld-Wirtschaften“ hineinwachsen.

Horst BRAND beschäftigt sich mit Wahrnehmungs- und Kategorisierungsprozessen im Umgang mit monetären Größen. Der Bürger ist in der Medienberichterstattung über wirtschaftliche und politische Sachverhalte heutzutage einem Zahlenfeuerwerk von großen und sehr großen Geldbeträgen ausgesetzt (Kosten der Wiedervereinigung, nationale Haushaltsdefizite, Kosten der Währungsunion oder des Sozialsystems etc.). Vorzugsweise werden solche Geldbeträge in Milliardeneinheiten beziffert. BRAND stellt die berechtigte Frage, ob die Bürger überhaupt eine ungefähre Vorstellung vom Gegenwert solcher Geldbeträge haben. Er weist experimentell nach, daß dies nicht der Fall ist. Geldbeträge bis zu einer Million DM können noch einigermaßen gut differenziert werden, darüber hinaus läßt unsere Diskriminationsleistung rapide nach. BRAND diskutiert auch die Implikationen dieser „Diskontinuität der Geldgrößenwahrnehmung“ für die politische Willensbildung.

Der Beitrag von Horst MÜLLER-PETERS widmet sich motivationalen und kognitiven Prozessen, die bei der Geldanlage eine Rolle spielen. Die Abneigung des deutschen Privatanlegers gegenüber Aktien ist auch nach dem erfolgreichen Börsengang der Telekom im internationalen Vergleich noch erstaunlich stark. Diese ausgeprägte Risikoaversion widerspricht normativen Empfehlungen der ökonomischen Kapitalmarktmodelle – und sie steht damit auch dem Streben der Privatanleger nach einer möglichst hohen Rendite ihrer Geldanlagen entgegen. MÜLLER-PETERS zieht zur Erklärung der starken Abneigung gegenüber volatilen Finanzprodukten die von KAHNEMAN und TVERSKY begründete deskriptive Theorie des Entscheidungsverhaltens unter Unsicherheit sowie diverse motivationale Konzepte heran. Er untermauert sein

psychologisches Modell des Anlegerverhaltens durch die Ergebnisse zweier umfangreicher Repräsentativerhebungen und einer Spezialbefragung von Aktionären.

Der Beitrag von Ekkehard STEPHAN untersucht die Rolle einer speziellen Klasse von kognitiven Prozessen, der sogenannten Urteilsheuristiken, bei finanziellen Entscheidungen. Die Theorie der Urteilsheuristiken entwickelt das von Herbert SIMON begründete Modell der begrenzten Rationalität der Wirtschaftssubjekte weiter, das in beachtlichem Kontrast zu den idealisierenden Annahmen des *homo oeconomicus* der klassischen Wirtschaftswissenschaft steht. Aus der Theorie der Urteilsheuristiken lassen sich spezielle Vorhersagen über Art und Richtung von Urteilsverzerrungen ableiten, die auch die Qualität finanzieller Entscheidungen negativ beeinflussen können. In einer Serie von Experimenten wird gezeigt, daß nicht nur Laien, sondern auch hochspezialisierte Experten diesen Urteilsverzerrungen unterliegen, daß sie unabhängig von der Motivation und der Fähigkeit der Entscheider auftreten und daß sich ihre Auswirkungen bis auf die makroökonomische Ebene verfolgen lassen.

Die weiteren Beiträge des Readers sind eher anwendungsbezogenen Themen gewidmet.

Eva JONAS, Klaus HEINE und Dieter FREY stellen ein psychologisches Modell der Steuerzufriedenheit vor. Angesichts der Tatsache, daß in Deutschland nach vorsichtigen Schätzungen jährlich 300 Milliarden DM an Steuern hinterzogen werden – zum Vergleich: der Bundeshaushalt beträgt ca. 460 Milliarden DM – kommt der empirischen Untersuchung des Steuerwiderstandes eine enorme Bedeutung zu. Die Autoren identifizieren in ihrem Modell sechs psychologische Faktoren, die die Steuerehrlichkeit maßgeblich beeinflussen und diskutieren konkrete wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Erhöhung der Steuerehrlichkeit.

Mit deviantem Finanzverhalten beschäftigt sich auch der Beitrag von Detlef FETCHENHAUER zum Versicherungsbetrug. Aus ökonomischer Theorieperspektive werden vor allem die Entdeckungswahrscheinlichkeit und die Sanktionshöhe als Determinanten des Versicherungsbetrugs hervorgehoben. FETCHENHAUER weist empirisch nach, daß dies eine verkürzte Sichtweise ist. Die Betrugsneigung wird wesentlich mitbestimmt von Persönlichkeitseigenschaften, der subjektiven Wahrnehmung und Bewertung der Versicherungsgesellschaften sowie von situativen Faktoren. Die Berücksichtigung dieser psychologischen Einflußgrößen eröffnet den Versicherungsgesellschaften eine Reihe von bislang nicht genutzten Möglichkeiten der Bekämpfung des Versicherungsbetrugs – angesichts eines Betrugsvolumens von 3 bis 5 Milliarden DM jährlich eine lohnende Aufgabe.

Julia FAUTH stellt eine international vergleichende Studie zur Geld-Sozialisation von Kindern vor. Der Vergleich zwischen den fünfzehn Ländern in der europäischen Union zeigt erhebliche Differenzen im Rhythmus und in der Höhe von Taschengeldzahlungen sowie in der Taschengeldverwendung und im Kaufverhalten von Kindern. Für diese Differenzen scheinen interessanterweise weniger ökonomische als vielmehr kulturelle Faktoren verantwortlich zu sein, wie die Autorin unter Rückgriff auf die von HOFSTEDE postulierten grundlegenden Kulturdimensionen zeigt. Beispielsweise nei-

gen Eltern aus individualistischen Kulturen wie Großbritannien, Schweden oder Holland dazu, ihren Sprößlingen frühzeitig durch regelmäßige Taschengeldzahlungen einen selbständigen und eigenverantwortlichen Umgang mit Geld beizubringen. Länder mit kollektivistisch geprägten Kulturen wie Griechenland, Spanien und Portugal wiesen dagegen die höchsten Anteile von Kindern ohne regelmäßiges Taschengeld auf. Die Zusammenhänge zwischen der Regelmäßigkeit und Höhe von Taschengeldzahlungen auf der einen Seite und den HOFSTEDE'schen Kulturdimensionen auf der anderen Seite sind übrigens – für sozialwissenschaftliche Verhältnisse – von erstaunlicher Stärke.

Rüdiger SZALLIES berichtet über den Wandel von Geldanlagemotiven. Während bei der älteren Generation nach wie vor Sicherheit und Liquidität die dominierenden Anlagemotive sind, finden sich in der mittleren und jüngeren Generation – besonders unter den vermögenden Anlegern – zunehmend das Renditemotiv und die Suche nach kalkuliertem Nervenkitzel bei der Geldanlage. SZALLIES erwartet dementsprechend in der Zukunft größere Umschichtungen in den Anlagestrukturen, die sich in einer steigenden Nachfrage nach Investmentfonds und Aktien äußern sollten.

Peter ADELTE und Bert FELDMANN nehmen das Spar- und Anlageverhalten der älteren Generation genauer unter die Lupe. Sie bedienen sich dabei einer Kombination repräsentative Quer- und Längsschnittanalysen, die es erlaubt, Alterseffekte von Kohorteneffekten zu unterscheiden. Zum Teil bestätigen ihre Ergebnisse die bekannten Thesen zur altersspezifischen Anlagementalität: Hohe Sicherheits- und geringe Renditeorientierung, Abneigung gegenüber längerfristigen Anlagen. Anhand einer zusätzlich durchgeführten clusteranalytischen Segmentierung zeichnen die Autoren allerdings ein sehr viel differenzierteres Bild des Spar- und Anlageverhaltens der älteren Generation als dies üblich ist. Dabei gelingt es ihnen auch, die vielfach beschworenen aber schwer greifbaren „Neuen Alten“ dingfest zu machen: Es gibt sie tatsächlich, aber sie stellen mit knapp 16 Prozent das kleinste der von den Autoren beschriebenen Seniorenssegmente dar.

Guido KIELL & Anke MÜLLER-PETERS präsentieren aktuelle Ergebnisse einer großangelegten Studie zur Akzeptanz der neuen europäischen Währung, des Euro. In den fünfzehn Mitgliedstaaten der Europäischen Union wurden insgesamt 15.000 Personen nach ihren Erwartungen und Einstellungen zur europäischen Währungsunion befragt. Erwartungsgemäß fällt die Zustimmung zum Euro in den einzelnen Mitgliedsstaaten sehr unterschiedlich aus. Interessanter ist die Frage, ob sich länderübergreifende Einstellungsstrukturen identifizieren lassen, die die Akzeptanz des Euro maßgeblich bestimmen. Die Autoren legen hierzu eine psychologische Typologie der Europäer vor, die sechs Einstellungstypen unterscheidet und die differenzierte Einsichten in das komplexe Geflecht aus derzeitiger Zufriedenheit, ökonomischen Erwartungen, kulturellen Werten und nationalen Überzeugungen der Europäer gestattet.

Sechs Beiträge beschäftigen sich mit der sozialen Organisation von Finanzdienstleistungen.

Thomas BITTNER diskutiert Möglichkeiten, wie die Aktiengesellschaften effektiver mit den Investoren auf dem Finanzmarkt kommunizieren können. Den Finanzanalysten der Banken, Investmentgesellschaften und Brokerhäuser kommt die wichtige Aufgabe zu, über bestimmte Aktiengesellschaften Expertisen zu erstellen, die die Basis für Kauf- und Verkaufsempfehlungen von Aktien für institutionelle und für Privatanleger darstellen. Die Aktiengesellschaften führen zu diesem Zweck spezielle Informationsveranstaltungen für die Finanzanalysten durch, auf denen über Umsatz- und Gewinnentwicklungen, Investitionsvorhaben und Markttrends berichtet wird. BITTNER zeigt auf der Basis einer empirischen Untersuchung an Finanzanalysten, wie diese Informationsveranstaltungen auf die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse bestimmter Gruppen von Analysten abgestimmt werden können.

Frank BELSCHAK und Harry WESSLING untersuchen die Rolle der Glaubwürdigkeit von Informationsquellen bei der Prognose von Aktienkursen. Nach einem kurzen historischen Überblick über die Glaubwürdigkeitsforschung erörtern sie dieses für den Persuasionserfolg zentrale Konzept im theoretischen Rahmen des Elaboration-Likelihood-Modells von PETTY und CACIOPPO. Speziell untersuchen sie den Einfluß von redundanten (aber nicht-diagnostischen) Informationen auf den Persuasionserfolg unter der Bedingung, daß die Informationsquellen (Berater bzw. Experten) vom Rezipienten als unabhängig wahrgenommen werden („Doppelungseffekt“). Sie zeigen anhand von Aktienkursprognosen experimentell, daß redundante nicht-diagnostische Informationen die Prognosen tatsächlich stärker beeinflussen als nicht-diagnostische Einzelinformationen. Ferner werden diese Einzelinformationen bei den Kursprognosen sowohl von Laien wie auch von börsenerfahrenen Personen berücksichtigt – was als ein weiterer Beleg für die Robustheit von Urteilsverzerrungen im Kontext von finanziellen Entscheidungen gewertet werden kann.

Zwei Beiträge widmen sich dem immer wichtiger werdenden Thema der Kundenzufriedenheit im Finanzdienstleistungssektor. Markus GROß-ENGELMANN gibt einen kritischen Überblick über die Entwicklung und den Stand der theoretischen und meßtechnischen Zugänge zum Konzept der Kundenzufriedenheit. Der Autor plädiert für eine Kombination der üblichen merkmalsbezogenen Meßmethoden, die sich vor allem für die Erfassung von Routinequalitäten der Finanzdienstleistungen eignen, und der Methode der kritischen Ereignisse, die außergewöhnliche (positive wie negative) Interaktionsepisoden zwischen Kunde und Dienstleister zu erfassen gestattet. Aus theoretischer Sicht schlägt er eine Synthese zwischen der auf HOVLAND und SHERIF zurückgehenden Assimilations-Kontrast-Theorie und dem Zwei-Faktoren-Modell der Zufriedenheit von HERZBERG vor. Betrachtet man den Zusammenhang zwischen objektiver Dienstleistung und der subjektiven Leistungswahrnehmung, so wird deutlich, daß man in der Kundenzufriedenheitsforschung vier Klassen von Quellen der (Un-)Zufriedenheit unterscheiden muß, die durch qualitativ unterschiedliche funktionale Beziehungen zwischen Leistung und Leistungswahrnehmung gekennzeichnet sind.

Wie sich die theoretischen und empirischen Erkenntnisse aus der Kundenzufriedenheitsforschung für die Praxis umsetzen lassen, zeigen Horst MÜLLER-PETERS, Robert

QUINKE und Michael LEY. Sie stellen ein neu entwickeltes Instrument zur kontinuierlichen Messung der Kundenzufriedenheit im Versicherungsbereich vor, das nicht nur dem aktuellen Forschungsstand gerecht wird, sondern sich auch im praktischen Einsatz bei einer Reihe von Versicherungsunternehmen bewährt hat. Ein wichtiges Element dieses Instruments ist das Konzept des Erfüllungsoptimums. Viele Parameter des Marketingmix sind quantitativer Natur (Preise, Schadenregulierungsdauer etc.) und könnten (aus Kundensicht) nahezu beliebig „optimiert“ werden. Erfüllungsoptima sind jene Punkte der Parameter, ab denen die Kundenzufriedenheit – gemessen an den tatsächlichen Kundenreaktionen – nur noch unwesentlich steigt bzw. unterhalb derer die Kundenzufriedenheit rapide absinkt. Kennt ein Versicherungsunternehmen diese Erfüllungsoptima, so können aufwendige und kostenträchtige Optimierungsversuche, die von den Kunden nur wenig honoriert werden, vermieden werden; stattdessen können die Mittel dort eingesetzt werden, wo echte Unzufriedenheit besteht. Auf diese Weise läßt sich das Qualitätsmanagement der Versicherer spürbar verbessern.

Siegfried MÜLLER beschäftigt sich mit der Frage, welche Beiträge die Eignungsdiagnostik für die Potentialanalyse von jungen Mitarbeitern mit Verkaufstalent im Finanzdienstleistungsbereich liefern kann. Nicht nur Versicherer, sondern – bedingt durch die verschärfte Wettbewerbssituation und wachsende Kundenansprüche – auch Banken und Sparkassen benötigen zunehmend Nachwuchs, der neben hoher Fachkompetenz auch verkäuferische Fähigkeiten zu bieten hat. Traditionelle Eignungsuntersuchungen für zukünftige Bankkaufleute beschränkten sich vorwiegend auf die Diagnostik von kognitiven Fähigkeiten. Diese sind zwar wichtige Prädiktoren des späteren Ausbildungs- und Berufserfolgs im Stabsbereich der Banken, nicht aber im Marktbereich. Dort bedarf es neben der fachlichen Kompetenz auch der sozialen Kompetenz. MÜLLER beleuchtet die für die Diagnostik der sozialen Kompetenz relevanten psychologischen Konzepte und stellt Testverfahren zur Erfassung dieses für Finanzdienstleister zunehmend wichtiger werdenden Konstrukts vor.

Ein anderer Aspekt zukünftiger Herausforderungen für das Bankenmanagement hängt mit der schnell fortschreitenden Internationalisierung der europäischen Banken zusammen. Gabriele JACOBS vergleicht Personalentscheidungen bei französischen, britischen und deutschen Banken, die im Rahmen eines größeren, international vergleichenden Forschungsprojektes untersucht worden sind. Im einzelnen vergleicht die Autorin auf der Basis vorgegebener Szenarien die Entscheidungen bei einer anstehenden Entlassung und bei einer anstehenden Neustrukturierung der Gehaltszahlungen zwischen Banken aus den drei genannten Ländern. Es zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern, sowohl bei den getroffenen Entscheidungen selber wie auch bei den Begründungen für diese Entscheidungen. Die beobachteten Unterschiede werden interpretiert als Ausdruck kulturbedingter Gerechtigkeitsnormen, wobei sich insbesondere die HOFSTEDE'schen Kulturdimensionen Individualismus vs. Kollektivismus und Machtdistanz als erklärungskräftige Konzepte erweisen. Bei der Bildung und Leitung von multinational zusammengesetzten Managerteams, die bald zum Alltag des Bankenmanagements in Europa gehören werden, soll-

ten diese grundlegenden kulturellen Unterschiede in Zukunft stärker als bisher berücksichtigt werden.

Lorenz Fischer

Thomas Kutsch

Ekkehard Stephan

2. Kapitel

Themen und Konzepte einer allgemeinen Finanzpsychologie – Sozialpsychologische Grundlagen und wirtschaftliche Anwendungsbereiche

Lorenz Fischer und Christian Mörsch

Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie, Universität zu Köln

2.1 Die Fragestellung

Die Lektüre des Inhaltsverzeichnisses zu diesem Buch läßt eine große *Vielfalt der Aspekte des Finanzverhaltens* und der zu ihrer Analyse verwendeten *psychologischen Konzepte* erkennen. Eine Integration dieser unterschiedlichen Themen unter der gemeinsamen Überschrift „Finanzpsychologie“ ist deshalb notwendig. Im folgenden wollen wir eine solche Integration vornehmen und so einen konzeptionellen Rahmen schaffen, in den sich die Beiträge dieses Buches und weitere finanzpsychologische Themen einordnen lassen. Voraussetzung hierfür ist eine *Systematisierung* sowohl der *Gegenstandsbereiche* als auch der relevanten *Theoriekonzepte*. Eine solche Systematisierung sollte sich sinnvollerweise an den bislang vorliegenden Untersuchungen und ihren Fragestellungen orientieren und kann deshalb immer nur als vorläufig angesehen werden.

Theoretische Konzepte haben für den Forscher die gleiche orientierende Funktion wie Wissen und Erfahrung für den Menschen im alltäglichen Handeln. Sie beeinflussen den Fokus der Aufmerksamkeit, stellen die Bedeutung bestimmter Variablen in den Vordergrund und lassen andere unbeachtet. Die Entscheidung für ein bestimmtes theoretisches Konzept zur Analyse eines Gegenstandsbereiches ist ein zentrales Element der Pragmatik, d.h. der Beziehung des Forschers zu seinem Analysegegenstand. Sie ist deshalb nicht nur durch die *Struktur des Forschungsgegenstandes*,

sondern auch durch die *Zielsetzungen des Forschers* bestimmt. Die Zielsetzung der **klassischen Finanzpsychologie** im Sinne der Forschungen von SCHMÖLDERS umfaßte in ihrem Kern die Analyse der subjektiven Interpretation von Steuerlasten. In ihrem Fokus stand daher insbesondere der Umgang des Bürgers mit den finanziellen Forderungen des Staates, seine Bereitschaft, überhaupt Steuern zu zahlen und seine äußerste Belastungsfähigkeit. Dagegen zielen andere – einer **allgemeinen Finanzpsychologie** zurechenbare – Fragestellungen beispielsweise auf die kognitive Fähigkeit, rationale Entscheidungen im Umgang mit Geld in unterschiedlichen Größenordnungen zu realisieren oder die Grenzen der Risikokalkulation zu berücksichtigen. Offensichtlich sind für Fragestellungen der ersten Art ganz andere Theorien einschlägig als für Fragestellungen der zweiten Art.

Die besondere Bedeutung der Theorie-Auswahl für den Forschungsprozeß ist aus modelltheoretischer Sicht (vgl. STACHOWIAK, 1973; GIGERENZER, 1980, 1991; FISCHER, 1989; ERB, 1997) darin zu sehen, daß die Theorie – neben anderen Faktoren – die schließlich resultierenden Erkenntnisse über das Forschungsobjekt wesentlich mitgestaltet. Neben den eher subjektiven Präferenzen des einzelnen Forschers gibt es allerdings auch das zentrale Kriterium der *Angemessenheit einer Theorie für einen bestimmten Gegenstandsbereich*. Theorien sind mehr oder minder geeignet, ein bestimmtes zu analysierendes Problem abzubilden. Ein analoges semantisches Problem kann z.B. darin bestehen, daß der Pantomime möglicherweise besser in der Lage ist, dem Zuschauer bestimmte menschliche Befindlichkeiten zu verdeutlichen als der akademische Vortrag eines Psychologen. Andererseits aber kann er dessen analytische Tiefe und begriffliche Präzision nicht erreichen. So ergeben sich auch für sozialpsychologische Theorien Bereiche besonderer Angemessenheit im Hinblick auf unterschiedliche Gegenstandsbereiche. Allerdings läßt sich über die Angemessenheit nicht absolut, sondern nur akzentuierend entscheiden.

Dies bedeutet im Hinblick auf die folgenden Ausführungen, daß die von uns vorgenommenen Zuordnungen zunächst einem eher heuristischen Zweck dienen. In Anbetracht der Vielfalt der Themen und der verwendeten Theorien im Finanzbereich erscheint uns allerdings eine solche Systematisierung hilfreich.

2.2 Ein Vorschlag für eine theorieorientierte Ordnungsstruktur finanzpsychologischer Themen

2.2.1 Begründungen für ein zweidimensionales Ordnungssystem

Finanzielle Entscheidungsprozesse erfolgen – wie letztlich jedes menschliche Verhalten – auf der Basis von Urteilsprozessen. Finanzentscheidungen setzen nun in unterschiedlich hohem Maße abstrakte Operationen voraus. Mehrere Beiträge in diesem Buch widmen sich deshalb den Problemen, die mit der – Finanzentscheidungen oftmals innewohnenden – **Abstraktheit** verbunden sind.

FOA & FOA (1980) heben zur Kennzeichnung des Charakters von Geld nicht nur seine niedrige sondern auch häufig irreführende Konkretheit hervor. Diese Bezeichnung

meint beispielsweise, daß wertvoller aussehende Münzen meist weniger wert sind als Geldscheine. Diese wiederum sind oft weniger wert als Schecks. Zudem erscheinen dem Benutzer die gleichen Geldscheine über einen längeren Zeitraum gleich viel wert, obwohl dies z.B. in Folge von Inflationstendenzen nicht immer gerechtfertigt ist (zu den Konsequenzen der mangelnden Inflationswahrnehmung für die Aktienanlage s. den Beitrag von H. MÜLLER-PETERS; weitere Ausführungen zur Psychologie des Geldes finden sich bei WISWEDE, 1995). Wie in dem Beitrag von BRAND in diesem Band gezeigt wird, ist der Grad der Abstraktheit im Umgang mit Geld stark abhängig von der persönlichen Erfahrung der betrachteten Person. Die Verwendung von Geld in alltäglichen Kaufhandlungen hat für die einzelne Person eine große Konkretetheit, die jedoch für den „Normal-Bürger“ schnell verloren geht, wenn es um die Vorstellungen von einer Milliarde Mark geht.

Gleichzeitig finden finanzielle Transaktionen in sehr unterschiedlichen **sozialen Bezügen** statt. Wirtschaftlicher Austausch kann über Marktmechanismen, Organisationen (z.B. VANBERG, 1982, WILLIAMSON, 1990) oder auch über den Rückgriff auf Traditionen (HEILBRONER, 1980) erfolgen. Prinzipiell ermöglicht der *Markt* eine *Koordination bei einem Minimum an Konsensbedarf oder Zwang* (vgl. vertiefend zu den Konsequenzen der unterschiedlichen Koordinationsformen WEEDE, 1990). Dagegen können *Organisationen* unterschiedlich intensive Machtanwendungen auf die Beteiligten ausüben. Soweit sich die Finanzpsychologie z.B. mit Steuern beschäftigt, erfolgt die Machtausübung über eine gesetzliche Pflicht zur Steuerzahlung. Das Börsengeschehen dagegen ist Marktgeschehen in seiner reinsten Form. Zwischen den Extremformen rigider Koordination durch *Rechtsvorschriften mit Zwangsandrohung* einerseits und reiner Marktkoordination andererseits gibt es allerdings eine Reihe von wirtschaftlichen Beziehungen, in denen Konsens oder *Vertrauen* von Fall zu Fall oder in aufeinander folgenden Episoden immer wieder hergestellt werden muß (z.B. Informations- und Beratungsleistungen in Finanzgeschäften). Diese lassen sich somit ex ante nicht eindeutig einer der extremen Kategorien zuordnen.

Einige Beziehungsformen im Finanzwesen befinden sich erst in einer Institutionalisierungsphase, in der zwar die Partner eine normative Stabilisierung für wünschenswert erachten, diese Normen jedoch noch keine Prägnanz erreicht haben (z.B. Investor-Relations, vgl. BITTNER i.d.B.). Die Interaktionspartner signalisieren dem Gegenüber durch *typisierendes Verhalten*, was ihnen in dieser Beziehung besonders wichtig ist und auf welche Verhaltensoptionen sie z.B. zu verzichten bereit sind, um die Beziehung aufrecht zu erhalten (vgl. DREITZEL, 1980, S. 56 f). Durch solche wechselseitigen Typisierungsprozesse wird in neuen Beziehungen eine gewisse Verhaltenssicherheit der Interaktionspartner erreicht, auch wenn keine ins Detail gehenden kulturellen Normen greifen.

Markt und Organisation können also als Pole einer **Koordinationsdimension** aufgefaßt werden, in deren Mitte man sich einen Indifferenz- oder Übergangsbereich vorstellen kann, in dem Normen als gewollte Resultate eines wechselseitigen Einflußprozesses entstehen.

Zur Ordnung der finanzpsychologischen Gegenstandsbereiche und der hierfür angemessenen psychologischen und soziologischen Theorien erscheinen deshalb die folgenden Dimensionen von besonderer Relevanz:

- **Konkretheit vs. Abstraktheit**
- Die **Koordinationsdimension** mit den schon erläuterten Polen Markt vs. Organisation

Die Begründung dieser dimensional Struktur läßt sich primär aus den spezifischen Parametern sozialpsychologischer Theorien und der durch diese mitgestalteten Rekonstruktion des Gegenstandsbereiches ableiten.

2.2.2 Konkretheit versus Abstraktheit (Dimension I)

Die Schwierigkeit des Erlernens der für Finanzoperationen erforderlichen kognitiven Konzepte wird in sehr unterschiedlichen Kontexten evident, wie einerseits die Beiträge über Geld-Sozialisation in diesem Band (KUTSCH, FAUTH) und andererseits Berichte über den Handel mit Optionen bzw. Futures zeigen. Die universale Verwendbarkeit des täuschend gegenständlichen (Taschen-) Geldes ist für das Kind möglicherweise genauso schwer zu erlernen wie für Finanzpolitiker die Größenordnungen und Implikationen staatlicher Verschuldung. Die Schwierigkeit des Erlernens von abstrakten Zusammenhängen ist zu einem großen Teil ein Wahrnehmungsproblem, bei dem ein beobachtetes Objekt einer bestimmten Kategorie zugeordnet werden muß (z.B. gehört ein bestimmter Preis eines Produktes in die Kategorie „zu teuer“ oder nicht). Diese Annahme soll im folgenden anhand von zwei theoretischen Konzepten erläutert werden – dem Konzept der **Wahrnehmungsschwellen** und dem Konzept der **Klassifikationsprozesse**.

Die Frage nach der Intensität von Reizen und den damit korrespondierenden Empfindungen eines aufnahmefähigen Organismus, der sie zur Kenntnis nimmt, beschäftigte schon die frühe Psychophysik Theodor FECHNERS (1860). Unter anderem versuchte er, absolute Schwellen festzulegen, die *den* Minimalbetrag physikalischer Energie darstellen, der benötigt wird, damit zuverlässig eine Sinnesempfindung zustande kommt. Unterhalb dieser Schwelle liegende Reize können nicht wahrgenommen werden – so wie in einem völlig dunklen Raum Gegenstände nicht erkennbar sind. Wieviel Licht aber reicht aus, um diese Gegenstände gerade eben erkennen zu können? Untersuchungen mit Kurzzeitdarbietungen (Bilder, Worte bzw. Reize werden den Versuchspersonen nur für Bruchteile von Sekunden dargeboten) zeigen, daß es keine eindeutige Schwellenlinie gibt, unterhalb derer ein Reiz von keinem Subjekt, oberhalb derer er aber von allen Subjekten wahrgenommen wird. Vielmehr nimmt lediglich die Wahrscheinlichkeit der Wahrnehmung eines Reizes mit wachsender Reizstärke zu. Wie die *Signal-Entdeckungstheorie* (GREEN & SWETS, 1966) zeigt, läßt sich die Erkennbarkeit von Reizen (bzw. die Zuordnung von Wahrnehmungen zu bestimmten, kognitiv repräsentierten Kategorien) als probabilistisches Problem auffassen, wonach die differentielle Wahrscheinlichkeit der Reizwahrnehmung zwar von der unterschiedlichen Reizintensität abhängt, eine absolute Schwelle jedoch nicht gegeben ist.

Unterscheiden wir nun **konkrete und abstrakte Gegenstände**, so sind recht unterschiedliche Kurvenverläufe zu erwarten (s. Abbildung 2-1). Im Falle abstrakterer oder

sehr komplexer Zusammenhänge (*hohe Abstraktion*; z.B. der „richtige“ Tauschwert einer Währung), bei denen außerordentlich viele Informationen ausgewertet sowie in ihrer Relevanz gewichtet werden müssen und zudem jede einzelne Information relativ unsicher und diffus ist, ist mit einem nach rechts verschobenen und flacheren Verlauf der Wahrnehmungskurve zu rechnen; es sind erheblich stärkere Informationen notwendig, bis der Sachverhalt mit einer hohen Wahrscheinlichkeit *richtig* wahrgenommen wird.

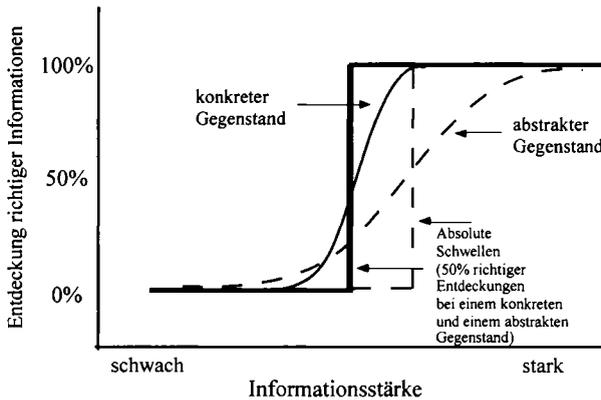


Abbildung 2-1: Die psychometrische Funktion von Entdeckungswahrscheinlichkeit und Informationsstarke

Das wahrnehmende Subjekt muß also – bezogen auf das Beispiel des Tauschwertes der Währung eines Landes – viele Informationen über z.B. die Terms of Trade, das Kreditvolumen des Staates oder der Betriebe des Landes, die Inflationsrate etc. zu einem eindeutigen Bild verdichten, bis sich das Urteil z.B. eines unangemessen hohen Auenwertes dieser Währung etabliert. Diese hohen Wahrnehmungsschwellen komplexer Tatbestände haben zur Folge, daß solche Entwicklungen häufig erst spät wahrgenommen werden, und dann besonders starke Reaktionen auslösen, die möglicherweise als Überreaktionen gewertet werden müssen. Es ist daher typisch, daß solche Situationen Sternstunden von Spekulanten (z.B. SOROS²) sind, die hier u.U. den „klarerer Blick“ haben. In jedem Fall behindert die Diffusität und Abstraktheit dieser Finanzprozesse ein rationales Verhalten.

Natürlich spielt hier auch die Kompetenz der Agenten eine Rolle. Laien werden – wie die Darstellungen von BRAND in diesem Band zeigen – schon von dem Ansinnen überfordert, sich eine Milliarde Mark vorzustellen. Die vielzitierten Finanzexperten oder –spekulanten (z.B. LEESON, auf den später noch eingegangen wird) mögen erst

² George SOROS ist internationaler Finanzier und Spekulant, dem von der Finanzwelt oft „ein besserer Riecher“ nachgesagt wird, weil er durch Spekulationen ein Milliardenvermögen erworben hat. Durch Unterstützung verschiedener notleidender Regionen machte er sich auch einen Namen als Philantrop.

an anderen Größenordnungen scheitern; das Problem aber scheint für Finanzexperten darin zu liegen, daß sie ihre Urteils Grenzen meist selbst nicht kennen (vgl. hierzu auch den Beitrag von STEPHAN i.d.B.).

Das im weiteren zu erklärende Konzept der *Klassifikationsprozesse* ist mit dem oben dargestellten Konzept der *Wahrnehmungsschwellen* eng verknüpft. Wenn wir vereinfachend den Wahrnehmungsprozeß als einen **Kategorisierungsprozeß** auffassen, in dem versucht wird, Wahrnehmungsobjekte einer kognitiv präsenten Kategorie zuzuordnen (konzeptgesteuerte Wahrnehmung), dann wird deutlich, daß für eine solche (besonders effiziente) Form der Wahrnehmung ein *Vorwissen über das Wahrnehmungsobjekt* vorhanden sein muß. Ein großes Maß an solchem Vorwissen läßt einen Gegenstand als *konkret* (oder gar trivial) erscheinen. In diesen Fällen ist ausreichend Wissen um adäquate Handlungsalternativen vorhanden oder kann über Lernprozesse erworben werden. Bei konkreten Gegenständen ist eine *Bewertung von Ergebnissen weitgehend unproblematisch*: Es überwiegen *positive Kontrollerfahrungen*. Die konzeptgesteuerte Wahrnehmung ermöglicht insofern ein (psycho-)ökonomisches **Routineverhalten**.

Ganz anders ist der Prozeß der Wahrnehmung im *nicht-konkreten Fall*. Der Gegenstand ist mehr oder minder unbekannt. Das Subjekt muß in einem zyklischen Prozeß (NEIBER, 1974) die erkennbaren Elemente gegenüber den vorhandenen Erwartungen bzw. dem vorhandenen Wissen abgleichen und interpretieren, um aus ihnen gegebenenfalls neue, treffende Kategorien zu entwickeln (datengeleitete Wahrnehmung). Häufiger werden in der Wirtschaftspsychologie (LEWIS et al., 1995) allerdings die Begriffe der Assimilation und Akkomodation von PIAGET (1976) verwendet. Soweit als möglich **assimiliert** das Subjekt die Beobachtungsobjekte in den bestehenden Rahmen kognitiver Kategorien. Ist dies nicht möglich, findet eine Anpassung bzw. **Akkomodation** der Kategorien an die „neue“ Wirklichkeit statt.

Die datengeleitete Wahrnehmung ist also eher zeitintensiv und bindet einen großen Teil unseres knappen Aufmerksamkeitspotentials (vgl. Abb. 2.2 sowie zur Übersicht FISCHER & WISWEDE, 1997, Kap. 8).

Da solche wenig konkreten Wahrnehmungssituationen als irritierend und unangenehm erlebt werden, versuchen die Individuen im Regelfall, „soziale Realität“ durch Aktivitäten des **sozialen Vergleichs**, durch Imitation, Konformität oder Beachtung organisationaler Regeln etc. „herzustellen“ (vgl. WISWEDE, 1976). Die unterschiedlichsten Formen sozialer Organisation haben die Funktion, Orientierung zu ermöglichen (WEICK, 1986). So bietet die „organisatorische Institution“ des Taktstocks eines Dirigenten dem Orchester Orientierung bei der Einhaltung des Takts. Wie die im Anschluß dargestellte Koordinationsdimension aufzeigt, kann auch der Markt eine solche Orientierungsfunktion übernehmen, indem er Ankerpunkte für die Bewertung von Gütern oder Geldgrößen liefert. Alternativ können im Hinblick auf die Erzeugung von zumindest subjektiv wahrgenommener Konkretheit auch nationale oder internationale Institutionen Orientierungsgrößen bereitstellen. Insofern gibt es eine Tendenz, bei ungewissen oder riskanten Entscheidungen soziale Unterstützung aufzusuchen.

Die Betrachtung der folgenden Bilder macht den Unterschied von datengeleiteter („Bottom-up“) und konzeptgesteuerter Wahrnehmung („Top-down“) unmittelbar erfahrbar. Die ungewohnte Betrachtung eines auf dem Kopf stehenden Gesichtes erfordert eine „Bottom-up“-Betrachtung:



Wenn man die beiden auf dem Kopf stehenden Abbildungen einer hübschen jungen Dame betrachtet, dann erscheinen beide Abbilder relativ ähnlich. Prinzipiell bekannte Wahrnehmungsobjekte wie Augen, Mund etc. sind auch auf dem Kopf stehend fast gleich schnell erkennbar. Lediglich bei genauer Betrachtung kann man erkennen, daß die Augen des linken Bildes einen anderen Verlauf zeigen, ebenso der Mund. Die prinzipielle Ähnlichkeit scheint aber außer Frage zu stehen. Dreht man aber beide Bilder um, so daß man eine natürliche vis-a-vis-Position erhält, dann erscheint auf dem nunmehr rechten Bild eher eine Art Vampir.

Dies hängt damit zusammen, daß die lange Erfahrung in der Beobachtung von Gesichtern dazu geführt hat, daß man mit bestimmten Verläufen von Mund- und Augenpartien bestimmte Bedeutungen verbindet. Eine nach oben gezogene Oberlippe und tiefhängende Augen werden innerhalb dieser Wahrnehmungskategorie als bedrohlich klassifiziert. Diese Klassifikation wird allerdings erst dann wirksam, wenn das gesamte Wahrnehmungsfeld signalisiert, daß diese Klassifikation der Bewertung von Gesichtern in dieser Situation probat bzw. wirksam ist.

Die ungewohnterweise auf dem Kopf stehenden Gesichter verhindern also eine einfache Aktualisierung der differenzierten Wahrnehmungskategorien zur Interpretation von Gesichtern, die wegen ihrer zentralen Bedeutung für die alltägliche Kommunikation allen Menschen – in allerdings unterschiedlichem Ausmaß – zur Verfügung stehen. Der Betrachter ist also zu einer „bottom-up“-Wahrnehmung genötigt. Dabei entgehen ihm aber die interpretativen Feinheiten (der Vampir-Charakter des rechten Gesichtes), die bei einer konzeptgesteuerten Betrachtung (aus gelübter Perspektive) unmittelbar ins Auge fallen (aus: FISCHER & WISWEDE, 1997, S. 161 f).

Abbildung 2-2: Bottom-up- und Top-down-Prozesse der Wahrnehmung

Da Individuen allerdings – schon aus (psycho-) ökonomischen Gründen – versuchen, ihren Alltag möglichst im Rahmen der konzeptgesteuerten Wahrnehmung routiniert zu bewältigen, dies aber eine tatsächliche oder auch nur illusionäre Konkretheit voraussetzt, besteht im Falle einer hohen Abstraktheit eine beträchtliche Wahrscheinlichkeit für die Anwendung „falscher Urteilsregeln“ (perceptual biases). In der Geschichte der Sozialpsychologie war die Erkenntnis, daß Kinder aus wohlhabenden Familien die Größe von Münzen exakter schätzten als Kinder aus finanziell deprivierten Familien (BRUNER & GOODMAN, 1947), ein erster Meilenstein in der Analyse

der sozialen Determinanten von Urteilsfehlern. Aktueller sind die Ergebnisse von KAHNEMAN & TVERSKY (1973) oder TVERSKY & KAHNEMAN (1974), die zeigten, daß Urteile häufig nicht auf logischer (normativ-statistischer) Basis zustande kommen, sondern auf der Benutzung weniger Entscheidungsregeln (**Heuristiken**) beruhen, die den Vorteil haben, über komplexe Tatbestände trotz (zu) weniger Informationen schnell entscheiden zu können (vgl. vertiefend STEPHAN in diesem Buch). SIMON (1976) verwendete den Begriff der „bounded rationality“ zur Kennzeichnung von solchen typischen Situationen, bei denen die *Unvollständigkeit des Wissens*, die *Unsicherheit zukünftiger Ereignisse* und die *Begrenztheit der tatsächlich erwogenen Alternativen* lediglich „zufriedenstellende“ Entscheidungen zulassen.

2.2.3 Koordination (Dimension II)

Die Dimension *Abstraktheit vs. Konkretheit* korrespondiert eng mit dem *individuellen Leistungsvermögen* der einzelnen Akteure im Hinblick auf *Wahrnehmung* und *Informationsverarbeitung*. Neben dieser Dimension sind aber immer auch mehr oder minder starke **soziale Einflüsse** wirksam.

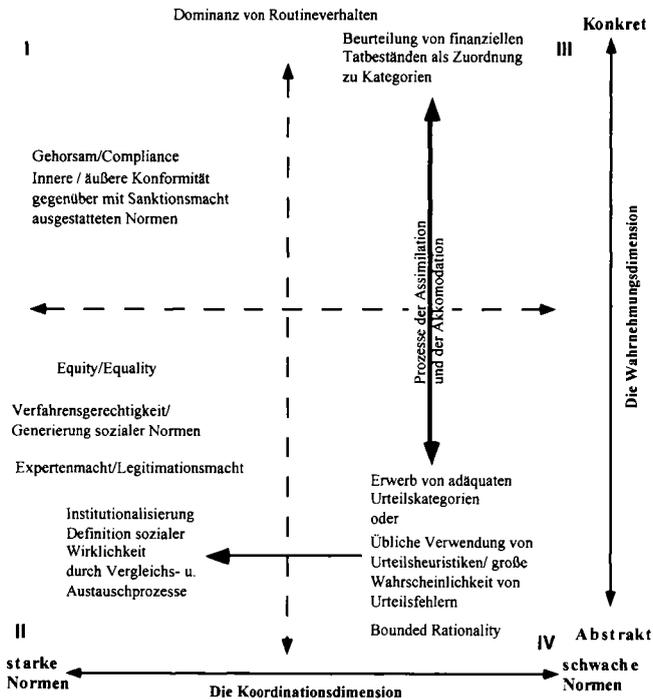


Abbildung 2-3: *Einschlägige sozialpsychologische Theorien im Bereich der Finanzpsychologie*

Wir hatten oben bereits als Extrempole der nunmehr darzustellenden Koordinationsdimension den **Markt** einerseits und (staatliche) **Organisation** andererseits benannt. Mit zunehmender Organisation der Austauschbeziehungen entwickeln sich verstärkt soziale Normen. Individuell entscheidende **Marktteilnehmer** unterliegen dagegen einer vergleichsweise geringen Anzahl sozialer Normen.

Typische Merkmale des **Marktes** sind:

- die Austauschenden sind als funktionale Rolleninhaber des Marktgeschäftes (Käufer/Verkäufer, Schuldner/Gläubiger, Besitzer/Nichtbesitzer) wechselseitig substituierbar, woraus die sozial unspezifischen, universalistischen Merkmale des Marktkontrakts und die geringe „Interaktionstiefe“ der Tauschbeziehung resultieren.
- Tendenziell wirkt der Markt individualisierend, da er die Konkurrenz betont.
- Vertrauen kann im Kontext des anonymen Marktgeschehens nicht in der unmittelbaren Weise vorausgesetzt werden, wie man es bei gut bekannten Partnern leicht gewinnen kann, denen man infolge ihres sympathischen Eindrucks offen begegnet oder die als Mitglieder der Gemeinschaft bekannt sind. Auch ist Vertrauen hier nicht auf Wertmuster gerichtet, denen man aus Gewohnheit und Tradition folgt. Da die Tauschakteure in anonymen Marktbeziehungen lediglich begrenzte Informationen über die Motive und die Interessen der Tauschpartner besitzen, kann Vertrauen letztlich nur durch eine gewisse Rechtssicherheit des Tauschvertrages hergestellt werden und auf den abstrakten Werten der Geldökonomie basieren: insbesondere der Geldwertsicherheit und der Währungsstabilität (SIMMEL, 1989, S. 214 f.; HEINEMANN, 1993).
- Zudem erlischt das Interesse des Marktakteurs an der (typischerweise zeitlich befristeten) Tauschbeziehung mit ihrem erfolgreichen Abschluß und der Befriedigung der individuellen Nutzenerwartung.
- Eine reziproke, längerfristig orientierte Tauschbeziehung wird demgegenüber auch dann aufrecht erhalten und fortgesetzt, wenn die ausstehenden Verpflichtungen erfüllt und die eigenen Interessen befriedigt sind bzw. ein Tauschzyklus abgeschlossen ist (vgl. KREMER, 1997, S. 30). Der Markt hat also Vor- und Nachteile, die man in ökonomischer Diktion auch als Nutzen und Kosten bezeichnen kann.

Prinzipiell entlastet der Markt zunächst einmal von normativen Erwartungen und erleichtert die Konzentration auf formal-rationale Kalküle der Rechenhaftigkeit und Zweckmäßigkeit. An die Stelle einer an die Person des Geschäftspartners gerichteten Erwartung von Verlässlichkeit tritt lediglich die erwartete Rechtsgültigkeit des Handels. Diese „Erleichterung“ hat allerdings – wie beispielsweise im Falle einer reziproken, längerfristig orientierten Tauschbeziehung – nicht unter allen Umständen höchste Priorität.

Die Frage der Nutzen und Kosten der unterschiedlichen Organisationsformen ist Gegenstand der Transaktionskostentheorie. Unter Transaktionskosten versteht man die Kosten, die mit unterschiedlichen Koordinationsformen verbunden sind (WILLIAMSON, 1985). Je längerfristiger Kooperationsvorhaben angelegt sind, desto mehr gewinnen „organisatorische Komponenten“ der Koordination an Gewicht. Der *Vorteil einer organisatorischen Lösung* besteht u.a. darin, daß sich die für den Markt typischen Transaktionskosten wie Informationssammlung, Vertragsaushandlung und Ergebniskontrolle verringern. Andererseits muß jedoch auf seine stärkere Anreizwirkung (durch die enge Kontingenz zwischen Leistung und Belohnung) und die größere Leichtigkeit der Anpassung an die jeweiligen Umwelterfordernisse verzichtet werden. Schließlich wird das Erleben sozialer Macht prägnanter, weil sie von konkreten Personen oder Institutionen ausgeübt wird.

Staatlich organisierte Koordination betrifft im Rahmen der Finanzpsychologie insbesondere den Gegenstandsbereich der Steuern. Hier existieren soziale Normen, die mit finanziellen oder sogar persönlich bedrohlichen Sanktionen bewehrt sein können und dem einzelnen nur noch geringe Grade jener persönlichen Freiheit lassen, die der Markt in weit größerem Ausmaß zur Verfügung stellt. Andererseits ermöglicht eine gute Organisation – die auf eine größere Dauer der sozialen Beziehung angelegt ist und den Partnern daher langfristige gegenseitige Einflußmöglichkeiten einräumt – ein höheres Maß an Vertrauen, sozialer Sicherheit und Orientierung. Die z.B. in der Steuergesetzgebung zum Ausdruck kommenden Machtverhältnisse müssen allerdings politisch durchgesetzt und legitimiert werden, um auf Akzeptanz zu stoßen. Man könnte auch von einem Prozeß der *Institutionalisierung* sprechen, in dem z.B. ein Steuersystem von und für die Beteiligten „mit Sinn erfüllt“ wird (Gerechtigkeit etc. vgl. SELZNICK, 1957). SCHMÖLDERS (1970) sah eine pädagogische Aufgabe staatlicher Organe darin, die Steuerzahler von der Legitimität der Abgabenordnung zu überzeugen.

Auf der Koordinationsdimension kann man sich darüber hinaus eine Reihe gemischter Kooperationsformen zwischen den Extremformen „Markt“ und „Organisation“ vorstellen. Langfristige Austauschbeziehungen (z.B. zwischen Auto-Montagewerk und Zulieferern) werden häufig in die Form sogenannter „Relationaler Verträge“ (WILLIAMSON, 1985) gefaßt, die im Vergleich zu der von uns skizzierten Extremform einer Transaktion über den Markt durch eine größere Unbestimmtheit von Leistung und Gegenleistung gekennzeichnet sind und gleichzeitig Anpassungsmechanismen im Fall veränderter Umweltbedingungen vorsehen. Ein daraus resultierendes – durch soziale Strukturen ermöglichtes – Vertrauensverhältnis spart Informations- und Kontrollkosten (vgl. z.B. LUHMANN, 1968).

Die hohen Informationskosten des Marktes machen sich in besonderer Weise in Austauschbeziehungen mit hoch abstrakten Finanzgegenständen wie Derivaten bemerkbar. Entscheidungen einzelner Marktexperten können mit großen Erfolgen oder mit einem Desaster enden. Gerade angesichts dieser Risiken besteht hier häufig das Bedürfnis nach einer Bestätigung der eigenen Einschätzung.

Ein Mangel an erprobten Urteilsmaßstäben (Kategorien) wird nämlich von den Individuen als sehr beängstigend empfunden und veranlaßt sie, über **soziale Vergleichsprozesse** (FESTINGER, 1954) eine Definition von mindestens rudimentären sozialen Normen vorzunehmen (SHERIF, 1936), die als Orientierungslinien für das Urteilsverhalten dienen.

In der sozialpsychologischen Forschung ist das bekannte Experiment von SHERIF (1936) für eine solche Situation kennzeichnend. In einer für die Versuchspersonen (Vpn) völlig fremden Situation (ein kleiner Lichtpunkt in einem vollkommen abgedunkelten Raum unbekannter Größe) werden sie gebeten, die Länge der Bewegung des Lichtpunktes zu schätzen. Da sich der Lichtpunkt in Wahrheit nicht bewegt, kann die tatsächlich wahrgenommene Bewegung als virtuell angesehen werden. Typischerweise entwickeln die Vpn unter Prozessen gegenseitiger Beeinflussung „Normen“ für die Beurteilung der Bewegungen, die also ausschließlich sozialer und nicht physikalischer Natur sind.

Man kann eine solche „Consensual Validation“ durchaus auch den Akteuren im Börsensaal unterstellen (FREY & STAHLBERG, 1990), wobei auch der „richtige Börsenkurs“ als eine hoch abstrakte oder besser fiktive Größe angesehen werden kann. Sozialer Einfluß ist aber selbst bei der Beurteilung konkreter Gegenstände gegeben, wie die Experimente von ASCH (1951) am Beispiel der Länge von Linien zeigen – wenngleich in geringerem Ausmaß. Sozialer Druck kann also selbst im Fall sehr konkreter Urteilsobjekte zu einem hohen Maß an Konformität und Wirklichkeitsverkennung führen. Sogar Minoritäten üben einen erkennbaren Einfluß aus, wenn sie konsistent und kontinuierlich auf ihrer Meinung bestehen (vgl. MOSCOVICI & FAUCHEUX, 1972). In der aktuellen „Behavioral Finance“ wird hierfür verschiedentlich der Begriff „Infektion“ verwendet (vgl. RAPP, 1997). Man wird also schlußfolgern, daß soziale Beeinflussungsprozesse auf allen Abstraktionsebenen wirken. Bei hoher Abstraktheit werden sie allerdings als entlastende Orientierung empfunden, während sie bei großer Konkretheit eher als formeller oder informeller Zwang wirken.

Je stärker die Koordination von Austauschprozessen langfristige Regelungen zum Gegenstand hat, desto bedeutsamer werden Kriterien der sozialen Gerechtigkeit. In der Regel dominiert in Wirtschaftsbeziehungen das Prinzip der „**Beitragsgerechtigkeit**“ (Equity), das jedem Partner den – seinen Investitionen entsprechenden – Anteil am Ergebnis zusichert (vgl. ADAMS, 1965; WALSTER et al., 1978). Es sind allerdings die **sozialen Normen**, innerhalb derer die Austauschbeziehungen stattfinden und nach denen nicht nur die Ergebnisse, sondern auch die Verfahrensweisen der Austauschprozesse (**Verfahrensgerechtigkeit**) bewertet werden (vgl. zur Übersicht FISCHER & WISWEDE, 1997, S. 408 ff. sowie JACOBS i.d.B.).

In rein wirtschaftlichen Austauschprozessen sind zudem neben der Beitragsgerechtigkeit (Equity) auch die Bedürfnisgerechtigkeit (Need) und soziale Vergleichsprozesse wirksam (vgl. KAHNEMAN, KNETSCH & THALER, 1986 sowie neuerdings BAZERMAN, LOEWENSTEIN & WHITE, 1992; BAZERMAN et al., 1995 und BLOUNT & BAZERMAN, 1996). In den letztgenannten Arbeiten wird auch deutlich, daß Gerechtigkeitsnormen keineswegs situationsunabhängig wirksam sind: Sie spielen vor allem bei der *Bewertung* einzelner Alternativen eine Rolle, weniger bei der *tatsächlichen Wahl* zwischen Handlungsalternativen mit unterschiedlichem persönlichen Nutzen.

Bei sanktionsbewehrten Normen, die im Zusammenhang der Steuererhebung oder der Schuldeneintreibung wirksam werden, ist zunächst mit Gehorsam (MILGRAM, 1974), möglicherweise aber auch – wegen der damit verbundenen Einschränkung des persönlichen Entscheidungsspielraumes – auch mit **Reaktanz** zu rechnen: Die Betroffenen versuchen – z.B. durch Täuschungsmanöver (Steuerhinterziehung) – ihre Verhaltensfreiheit wieder herzustellen. Andererseits spielen auch Überzeugungen von der Legitimität des Staatswesens und die subjektive Gerechtigkeit der Steuer eine zentrale Rolle (vgl. vertiefend JONAS u.a. i.d.B.).

2.3 Eine Skizze der differentiellen Gegenstandsbereiche der Finanzpsychologie

Wir haben einer Reihe finanzpsychologischer Themen eine ungefähre Position zugeordnet. Eine genaue Lokalisierung solcher Themen erweist sich allerdings als noch problematischer, als dies bei den Theorien der Fall war. Dies zeigt sich insbesondere dann, wenn im Grunde ein Prozeß behandelt wird, dessen Anfangs- und Endpunkte in unserem Tableau weit auseinander liegen.

Betrachten wir beispielsweise die Geld-Sozialisation eines Kindes. Der Kauf eines Schokoriegels ist zunächst durch eine hohe Konkretheit gekennzeichnet. Gleichzeitig aber muß das Kind auch abstrakte Regeln lernen, die es dann mit der Zeit verinnerlichen wird. Diese abstrakten Regeln beinhalten z.B. die Unterscheidung zwischen kurz- und langfristigem Nutzen von Geld oder das Wissen, daß das Geld, was heute ausgegeben wird, morgen nicht mehr zur Verfügung steht. Insoweit erstreckt sich die Geld-Sozialisation einerseits in der Dimension konkret vs. abstrakt (wegen des Lernens abstrakter Kategorien, die für das konkrete Handeln erforderlich sind) und andererseits in der Koordinationsdimension, da es *soziale* Normen sind, die internalisiert werden und das zukünftige Verhalten beeinflussen.

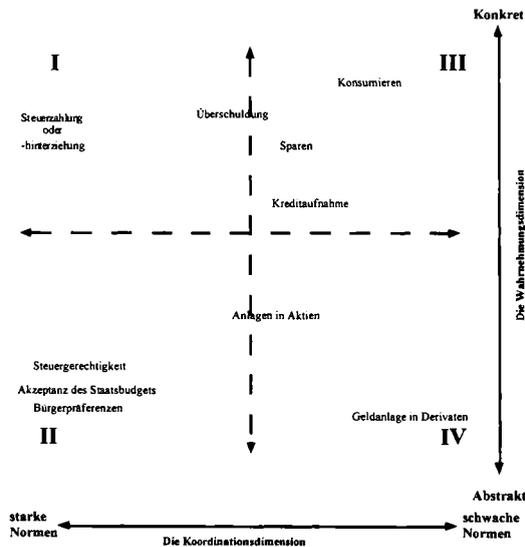


Abbildung 2-4: *Tableau einer idealtypischen Lokalisierung finanzpsychologischer Themen³*

³ Wenn wir im folgenden von Quadranten sprechen, so meinen wir nicht einen abgegrenzten Raum eines Koordinatenkreuzes, in dessen Mittelpunkt die Koordinaten einen 0-Wert erreichen. Vielmehr sind die Linienkreuze in der Abbildung oben lediglich Hilfslinien, die eine heuristisch nützliche Funktion in bezug auf die Strukturierung der Gegenstandsbereiche erfüllen.

Andere Beispiele lassen sich im Zusammenhang der Steuern bilden. Die unmittelbare Reaktion auf die Steuern (Zahlen, Umgehen, Hinterziehen etc.) verorten wir im Quadranten I. Steuerzahlerbewegungen (SCHMÖLDERS, 1977) stellen eine politische Konsequenz persönlicher Erfahrungen dar, die nur durch einen Übergang vom Quadranten I zu Quadrant II abgebildet werden können. Ebenso ist die staatliche Öffentlichkeitsarbeit eine politische (II) Veranstaltung, die auf die subjektive Legitimität in den Augen des Einzelnen (I) zielt.

Die Verortung der Gegenstandsbereiche in den von uns mit I bis IV bezeichneten Quadranten soll im folgenden zunächst kurz erläutert werden, bevor wir einen Blick hinter die Kulissen der einzelnen Gegenstandsbereiche werfen, wobei wir uns weitgehend auf die sozialpsychologische Perspektive beschränken wollen.

2.3.1 Der alltägliche Umgang mit Normen im Finanzbereich (Quadrant I)

Die Gegenstände des ersten Quadranten sind gekennzeichnet durch normative Regulierung und relative Konkretheit. Beispielhaft werden im folgenden der Umgang mit Steuern (vgl. auch JONAS u.a. i.d.B.) und die Psychologie des Versicherungsbetrugs (FETCHENHAUER i.d.B.) dargestellt.

Das Thema des Umgangs mit Steuern wurde von Schmölders anhand der Begriffe: Steuermoral, Steuerwiderstand und Steuermentalität behandelt. In der Sozialpsychologie werden diese Probleme anhand theoretischer Konzepte wie Internalisierung von Normen, Konformität und Abweichung (zur Übersicht WISWEDE, 1976, 1979), Reaktanz (BREHM, 1972), Macht (WITTE, 1985), Konflikt und Kooperation (GRZELAK, 1980) behandelt.

Die Zahlung von Steuern ist gesetzlich, d.h. also *normativ geregelt*. Die zu zahlenden Steuern sind in ihrer Höhe definiert und können insoweit als *relativ konkret* verstanden werden. Die Zahlung von Steuern oder eben die Hinterziehung von Steuern bei Vorliegen eines konkreten Steuerbescheids mögen in Teilen durch ausführendes Routineverhalten gekennzeichnet sein, bei dem eine Reflektion von Normen keine Rolle mehr spielt. In vielen anderen Fällen wird gerade bei direkten Steuern, die darüber hinaus noch nach Maßgabe der Selbstangaben des Steuerpflichtigen erhoben werden, Steuerwiderstand, -umgehung oder -hinterziehung verbreitet sein.

Erheblich abstrakter ist die Frage, nach welchen Regeln Steuergesetze entstehen und Legitimität in den Augen der Bürger gewinnen oder verlieren (Quadrant II). SCHMÖLDERS (1970) behandelte diese Fragen anhand der Begriffe: der Staat im Bewußtsein seiner Bürger, Gerechtigkeit, Öffentlichkeitsarbeit etc. Die Wirksamkeit z.B. eines starken Legitimitätsverlustes läßt sich anekdotisch verdeutlichen:

In dem häufig zitierten Beispiel des Steuereinmaleins von J. SWIFT (1728) wurde festgestellt, daß die Erhöhung von Zöllen auf Seide und Wein das Steueraufkommen nicht steigen sondern fallen ließ, weil der Schmuggel überhand nahm, das Odium der Verwerflichkeit verlor und sogar zum heldenhaften Mythos wurde (vgl. MACKSCHEIDT, 1985, S. 30).

Hier wurden staatliche Normen in Frage gestellt und sogar Gegennormen entwickelt, die die Probleme dieser Menschen besser zu lösen in der Lage waren. Steuergesetze können also aus Sicht der Bürger ein unterschiedliches Maß an Legitimität und damit

an Bindungskraft besitzen. In demokratischen Staaten spielt sich hier ein ständiger Prozeß gegenseitiger politischer und gesellschaftlicher Beeinflussung zwischen verschiedenen Gruppen um die Legitimierung von Steuerformen ab (zur Vertiefung vgl. z.B. SCHMÖLDERS, 1970). Inhaltlich geht es um die Prinzipien der Steuergestaltung – z.B. der Gerechtigkeitsprinzipien (zur Übersicht vgl. MIKULA, 1980) – oder die Frage nach dem Bürgerverständnis im Hinblick darauf, was die Aufgabe des Staates ist bzw. wie weit sie gehen sollte und ob der Umgang mit dem Staatsbudget als gerecht empfunden wird.

Im folgenden sollen jedoch zunächst einige wichtige Fragestellungen, die sich in dem Quadrant I wiederfinden, abgehandelt werden.

2.3.1.1 Warum zahlen Bürger Steuern?

Immer wieder wird die Frage nach den Ursachen der Steuerhinterziehung aufgeworfen. Grundsätzlich betrifft diese Frage das Problem der Wirksamkeit von (legalen, d.h. staatlich gesetzten) Normen bzw. der Umsetzung von Normen in konkretes Verhalten durch die Bürger einerseits und die Gestaltung wirksamer Kontrollstrategien durch die Staatsorgane andererseits. Das Denken von steuerzahlenden Bürgern wie auch der Staatsdiener wird natürlich primär beherrscht von den Möglichkeiten der Steuerumgehung oder -hinterziehung. Einige Autoren stellen jedoch die nicht weniger interessante Frage, warum Bürger überhaupt Steuern zahlen (SCHMIDTCHEN, 1994). „The puzzle of tax compliance is that most people continue to pay their taxes“ (ALM, CLELLAND & SCHULZ, 1989, S. 1). Das „Puzzle“ betrifft allerdings realistischerweise lediglich die Freiberufler, Selbstständigen, Studenten und Rentner, die im Gegensatz zu den abhängig Beschäftigten die Freiräume besitzen, durch Nichtdeklaration von Einkünften Steuern zu hinterziehen. Jahr für Jahr erhält der deutsche Staat hohe Steuereinnahmen (z.B. 1996 in Höhe von 800 Milliarden DM; s. Monatsbericht Deutsche Bundesbank, Juli 1997). Angesichts der relativ geringen Aufklärungswahrscheinlichkeit von Steuerdelikten und der geringen Strafen für dieses Vergehen, müßten wir von einem rationalen Steuerzahler erwarten, daß dieser erheblich weniger Steuern zu zahlen bereit ist. Offenkundig reicht hier die rationale Wert-Erwartungs-Theorie nicht aus. Die Psychologie bietet in diesem Zusammenhang eine Reihe von Erklärungsmöglichkeiten:

- Die Internalisierung einer Steuermoral (*d.h. innere Konformität gegenüber sozialen Normen*): Auch wenn diese sich für viele Forscher als vernachlässigbare Restgröße darstellt, zeigen empirische Studien korrelativer und experimenteller Art, daß das Verhalten des Steuerzahlers in hohem Maße von der Steuermoral beeinflusst wird. Steuermoral führt zu einer Antizipation von Schuldgefühlen, die den Respekt vor dem Gesetz erhöhen und ein Gefühl für die Bürgerpflicht erzeugen. „Consequently behaviour is not a function purely of individual choice: individuals look to others in order to decide what is acceptable, reasonable, expected within the social context in which the action is set. There are social norms to behaviours and beliefs, we conform to others“ (CULLIS & LEWIS, 1997, S. 311).
- Konformität wird durch Prozesse der *Gewöhnung* und *Bequemlichkeit* begünstigt (WISWEDE, 1976). Ein schlechtes Gewissen wegen der Nichtbeachtung dieser Bürgerpflicht oder wegen eines Abweichens von dem, „was man tut“ stellen Opportunitätskosten der Steuerhinterziehung dar. Andererseits genügen u.U. wenige dem Subjekt bekannte Abweichler, um das eigene abweichende Verhalten zu unterstützen (ASCH, 1951).

- Es besteht aber auch die – tatsächlich allerdings nicht sehr große – Möglichkeit einer Bestrafung im Falle einer aufgeklärten Steuerhinterziehung. Allerdings ist aus der **Prospect-Theory** (KAHNEMAN & TVERSKY, 1979) bekannt, daß Menschen objektiv niedrige Wahrscheinlichkeiten subjektiv höher einschätzen. SCHMIDTCHEN (1994, S. 188 f) betrachtet deshalb die Steuermoral als optimale Antwort des Steuerzahlers auf die Einsicht in die **Beschränktheit seiner Rationalität** (SIMON, 1976).
- HEINER (1986) hat im Anschluß an weitere Ergebnisse der oben schon angesprochenen *Signal-Entdeckungs-Theorie* die These entwickelt, daß Personen in Entscheidungssituationen, deren Komplexität oder Schwierigkeit rationale Entscheidungen überfordern, durch die **Entwicklung von Verhaltensregeln** (s. auch Heurismen) versuchen, der Unsicherheit zu begegnen. Solchen Regeln zu folgen ist nach seiner Theorie insofern sinnvoll, als sie das Vertrauen bestärken, um einer schnellen Entscheidung willen situativ spezifische Informationen zu ignorieren, auch wenn sie hinsichtlich ihrer Konsequenzen nicht vollständig beurteilt werden können (SCHMIDTCHEN, 1994).

In neuerer Zeit zeigt sich jedoch ein Aufweichen der Steuermoral, verbunden mit einer Zunahme der **Steuerhinterziehungsdelikte**. Gleichzeitig beobachtet man einen Verfall der allgemeinen Zahlungsmoral, die sich selbst auf öffentliche Haushalte bezieht, die ihre Auftragnehmer im Durchschnitt zwischen 105 und 109 Tagen auf ihr Geld warten lassen (vgl. FAZ vom 20.11.1997).

Empirische Daten weisen darauf hin, daß *Steuernormen kulturell* variieren. Das bedeutet, daß Kulturen das Ausmaß an Internalisierung von Steuernormen beeinflussen und somit das Ausmaß an interner Konformität. Die Steuermentalität ist in England am positivsten, während sie in Italien am negativsten ist (vgl. MACKSCHEIDT, 1994, auf der Grundlage von SCHMÖLDERS, 1953). Eine im Vergleich zu England negative Steuermentalität in Deutschland wird durch eine strengere Steuertechnik kompensiert. Ein Steuersünder wird von 43% der deutschen Bevölkerung mit einem raffinierten Geschäftsmann verglichen (vgl. MACKSCHEIDT, 1994). Das deutsche Steuersystem zeigt sich im Gegenzug immer raffinierter und perfekter. Aus psychologischer Sicht wäre es allerdings – wie auch von SCHMÖLDERS (1970) präferiert – sinnvoller, statt der Kontrolle Steuermentalität und Steuermoral gezielt zu verbessern, da strafbewehrte Kontrolle im günstigen Falle **äußere Konformität** (WISWEDE, 1976), im ungünstigen Falle jedoch **Reaktanz** auszulösen in der Lage ist (BREHM, 1972; BREHM & BREHM, 1981; PELZMANN, 1988).

2.3.1.2 Determinanten der Steuerhinterziehung

Wenn – wie bereits angesprochen – die Anzahl der Steuerhinterziehungsdelikte erheblich zunimmt, was sind dann mögliche Determinanten der Steuerhinterziehung?

WISWEDE (1995) verweist hier zunächst auf das „*Chancen-Struktur-Modell*“ (CLOWARD & OHLIN, 1960), nach dem abweichendes Verhalten dann auftritt, wenn

- Ziele und Wunschvorstellungen (hier hinsichtlich einer Steuerhinterziehung) stark ausgeprägt sind,
- Normen schwach entwickelt sind,
- legitime Mittel eingeschränkt sind,
- illegitime Mittel reichlich zu Verfügung stehen.

Die Intensität des Zieles einer Steuerhinterziehung dürfte zunächst stark mit der Merklichkeit einer Steuer variieren. Diese ist z.B. bei der Einkommensteuer in beson-

derem Maße gegeben. Weiterhin dürften auch die Steuerbelastung und der Steuersatz eine bedeutende Rolle spielen. So stellt man (nicht unerwartet) fest, daß der Steuerwiderstand mit wachsender Steuerbelastung zunimmt. Auf individueller Ebene kann die **Reaktanztheorie** (BREHM, 1966; BREHM & BREHM, 1981; DICKENBERGER et al., 1993) Hinweise auf die Entstehung von Steuerwiderstand geben, dann nämlich, wenn der Steuerzahler perzipiert, daß seine Verhaltensfreiheit in bezug auf die Verwendung seines Geldes bedroht wird. Die genaue Höhe der Steuerbelastung jedoch, bei der der Übergang von Steuerbereitschaft zu Steuerwiderstand erfolgt, ist schwer abzuschätzen. Abgesehen von dem schon zitierten Beispiel von SWIFT ist in neuerer Zeit an den sich in der politischen Öffentlichkeit organisierenden Steuerwiderstand in Dänemark und Schweden zu erinnern. Dieser letzte Aspekt verweist dann auf die im Quadranten II behandelten Theorien und Themen und erinnert daran, daß Steuerwiderstand nicht nur auf konkreter, individueller Basis, sondern auch in der abstrakteren Öffentlichkeit stattfinden kann.

Auch die Frage der Legitimität (Akzeptanz) von Normen ist letztlich ein – auf die konkrete Individualebene abstrahlender – gesamtgesellschaftlicher Prozeß, in dem nicht nur die konkrete individuelle Normkonformität, die persönlichen Erfahrungen im Umgang mit dem Finanzamt und die perzipierte Betroffenheit von Steuer(un)gerechtigkeit (COWELL, 1992; alles Probleme, die für den Quadrant I typisch erscheinen), sondern auch Prozesse der öffentlichen Meinungsbildung (z.B. hinsichtlich von Gerechtigkeitsvorstellungen) eine Rolle spielen. Diese lassen sich wiederum im Quadranten II verorten.

Das Ausmaß der im o.g. Chancen-Struktur-Modell genannten legitimen und illegitimen Mittel, Steuern zu sparen, wird wesentlich beeinflusst durch die *Kontrollhäufigkeit und die Strafhöhe im Fall des Entdecktwerdens*. Den Steuerzahlern liegen allerdings im Gegensatz zum ökonomischen Modell häufig nur vage Informationen über Kontrollwahrscheinlichkeit und Strafhöhe vor. Dies hat verhaltensmäßige Konsequenzen. Unzureichende oder fehlende Informationen hindern den potentiellen Hinterzieher an der kalkulatorischen Bestimmung seines erwarteten Nutzens. *Schlechter Informierte* nehmen in bezug auf die Steuerhinterziehung eine eher *risikoaverse Position* ein (vgl. BAYER & REICHL, 1997). Nach der **Prospect-Theory** (KAHNEMAN & TVERSKY, 1979) werden negative Ereignisse (wie drohende Überprüfungen) als besonders einschneidend empfunden. Findet dann tatsächlich eine Überprüfung statt, führt dies zu einer weiteren Erhöhung der Steuerehrlichkeit. Im Sinne einer **Verfügbarkeitsheuristik** besitzt die relevante Information der Häufigkeit der Kontrolle aufgrund der direkten Erfahrung eine hohe Präsenz (vgl. BAYER & REICHL, 1997). Wird eine tatsächliche Steuerhinterziehung zum wiederholten Male nicht entdeckt, so kann dies umgekehrt zu **gelernter Sorglosigkeit** (FREY, 1995) führen. Das Individuum lernt fälschlicherweise, daß Steuerhinterziehung nie aufgedeckt wird. Solche Personen werden immer sorgloser und nehmen Signale nicht mehr wahr, die sie eigentlich warnen müßten.

Hohe Strafen oder Androhungen verhindern auf der anderen Seite die Internalisierung von Steuerehrlichkeit als moralischem Wert und erschweren damit erwünschtes Verhalten (DECI, 1975).

BAYER & REICHL (1997) entwickelten ein individuenbezogenes Verhaltensmodell zur Steuerhinterziehung. Demnach bestimmen *individuelle Persönlichkeitsvariablen* (Risikobereitschaft, Steuermentalität) die Wahrnehmung des Steuersystems bzw. die Zufriedenheit mit ihm. Nach der Bezugsgruppentheorie (MERTON & ROSSI, 1949) hängt das *wahrgenommene Steuersystem* auch davon ab, mit welchen anderen Personen oder Ländern man die Steuerquote vergleicht (vgl. FREY, BRANDSTÄTTER & SCHUSTER, 1994). Die Zufriedenheit mit dem Steuersystem determiniert nun zusammen mit kurzfristigen Entscheidungskriterien (Angst vor der Entdeckung einer Hinterziehung, Wahrscheinlichkeit der Entdeckung, Sanktionen, Erhöhung des persönlichen Einkommens) das Hinterziehungsverhalten. Berücksichtigt wurden auch mögliche Rückkopplungsprozesse wie die Wirkung von Verhalten auf Einstellungen und die Wirkung von Verhaltenskonsequenzen auf die Wahrnehmung, z.B. von Risiko. Die Hypothesen von BAYER & REICHL orientierten sich an klassischen Vorbildern:

- Langfristig geprägte positive Einstellungen zum Gemeinwesen besitzen einen positiven Effekt auf Steuerehrlichkeit.
- Veränderungen der Ausgabenpraxis des Staates oder des Steuersystems beeinflussen die Zufriedenheit des Zensiten. Zufriedenheit erhöht die Steuerehrlichkeit.
- Eine schlechte Steuermoral wirkt sich negativ auf das konkrete Steuerzahlungsverhalten aus.

BAYER & REICHL (1997) fanden mit Hilfe eines Experiments eine weitgehende Bestätigung ihres Verhaltensmodells und gewannen folgende Typologie der Steuerzahler:

- Der langfristig „ehrlische Steuerzahler“ mit guter Steuermoral ist durch eine hohe Bereitschaft geprägt, sozialen und privaten Normen zu folgen.
- Der mittelfristig entscheidende „variable Hinterzieher“ handelt stark abhängig vom jeweiligen Steuersystem. Seine Steuermoral ist schlecht. Bei steigender Unzufriedenheit hinterzieht er auch mehr Steuern.
- Der kurzfristig nutzenmaximierende „notorische Hinterzieher“ zeichnet sich durch eine vergleichsweise egoistische Einstellung aus. Er verhält sich, falls möglich, als Free-Rider.

Der Konflikt zwischen Normen und subjektiven Nützlichkeitsabwägungen macht sich aber auch in anderen Bereichen der Finanzwirtschaft bemerkbar. Wie der Beitrag von FETCHENHAUER (i.d.B.) zeigt, spielt z.B. bei dem **Versicherungsbetrug** die subjektive Definition der Situation, die sowohl aus personenspezifischen (subjektive Normen, das Verständnis des Solidarprinzips, Akzeptanz von Regeln etc.) und situativen Variablen (Art des Schadens, Höhe des Schadens, Leichtigkeit des Umdefinierens etc.) resultiert, eine zentrale Rolle.

In Analogie zu den oben dargestellten Determinanten des Steuerwiderstandes wird die Häufigkeit des Versicherungsbetrugs also nicht nur durch die Kontrollhäufigkeit bei den Anträgen auf Versicherungsleistungen, das Verhältnis zum Versicherungsagenten, sondern auch durch die „subjektive Repräsentation von Versicherungen“ (Akzeptanz des Gewinnprinzips auch bei Versicherungen, Verständnis des Solidarprinzips etc.) beeinflusst.

2.3.2 Die Etablierung von Normen im Finanzbereich (Quadrant II)

Auch in **Quadrant II** verorten wir vorwiegend Steuerthemen. Allerdings geht es hier nicht mehr um die Frage der Determinanten der Steuerehrlichkeit bzw. Steuerhinterziehung im unmittelbaren Sinne, sondern um die Fragen nach den Prinzipien der Steuergestaltung – z.B. der Gerechtigkeitsprinzipien oder die Frage nach dem Bürgerverständnis im Hinblick darauf, was die Aufgabe des Staates ist bzw. wie weit sie gehen sollte und ob der Umgang mit dem Staatsbudget als gerecht empfunden wird. Was sind die Bürgerpräferenzen, auf deren Grundlage der Staat öffentliche Güter erstellen sollte? Solche Präferenzen sind nur schwer ermittelbar, da sich einzelne nicht als Nachfrager eines öffentlichen Gutes zu erkennen geben können bzw. ihre Präferenzen lediglich durch unverbindliche Befragungen erhoben werden können.

In einem demokratischen Staate sollte bei der Gestaltung der Steuergesetzgebung den Bürgerpräferenzen Rechnung getragen werden. Diesbezügliche Entscheidungen sind einem ständigen kulturellen Wandel unterworfen, der in wechselnden politischen Paradigmen und parlamentarischen Mehrheiten seinen Niederschlag findet. Die Erörterung der Frage nach der Gestaltung der Steuergesetzgebung ist nur vor dem Hintergrund der Betrachtung tiefer, abstrakter und internalisierter (Gerechtigkeits-)Normen möglich. Deshalb verschiebt sich diese Thematik wie auch die folgenden – sich mit Fragen der Legitimität des Steuersystems beschäftigenden Abschnitte – von dem linken oberen Quadranten in den linken unteren Quadranten.

Ob ein in der politischen Öffentlichkeit diskutierter Höchststeuersatz von über 50% als überzogen oder angemessen eingeschätzt wird, hängt wahrnehmungspsychologisch gesehen davon ab, ob der betreffende Wert in den sogenannten „Akzeptanz-“ oder „Ablehnungsbereich“ fällt. „Der Akzeptanzbereich beschreibt jenen Bereich der internen Urteilsskala, zu dem von der eigenen Meinung bzw. vom eigenen Urteil *abweichende* Einschätzungen noch hingenommen werden“ (FREY, BRANDSTÄTTER & SCHUSTER, 1994, S. 75; vgl. die *Assimilations-Kontrast-Hypothese* SHERIF & HOVLAND, 1961). Diese interne Urteilsskala der Steuersubjekte unterliegt natürlich auch den Einflüssen der öffentlichen Meinungsbildung insbesondere hinsichtlich der Verteilungsgerechtigkeit.

Nach dem Prinzip der **horizontalen Steuergerechtigkeit** fordert man, Individuen in gleichen wirtschaftlichen Ausgangsständen steuerrechtlich gleich zu behandeln. Das Prinzip der **vertikalen Gerechtigkeit** verkörpert die Vorstellung, daß die steuerliche Belastung mit zunehmender Opferfähigkeit des Individuums steigen sollte. Die Besteuerung nach Leistung repräsentiert also nicht nur eine starke Umverteilung im Sinne des „Gleichheitsprinzips“, sondern stellt gewissermaßen eine *Umkehrung des Beitragsprinzips (equity) der Gerechtigkeitstheorie* (ADAMS, 1965; WALSTER, WALSTER & BERSCHIED, 1973) dar, nach dem sich die Belohnung nach der Anstrengung oder dem Beitrag des Einzelnen richten sollte. Durch den Verzicht der Leistungsfähigeren auf einen steigenden Anteil ihres Leistungsertrags soll sozialer Frieden gewährleistet werden und eine Annäherung an das *Gleichheitsprinzip* der Gerechtigkeit (Equality) erreicht werden. Eine *Equity-Beziehung* ließe sich bei Beibehaltung der Besteuerung nach Leistungsfähigkeit dagegen nur herstellen, wenn subjektiv in den Augen der Leistungsfähigeren (Reichen) und steuerlich stärker Belasteten

eine direkte Beziehung zwischen seinen hohen Steuerzahlungen einerseits und einem erhöhten persönlichen Nutzen zumindest bei einigen wichtigen öffentlichen Gütern erkennbar wäre (Kontingenzerleben). So könnte man sich vorstellen, daß die öffentliche Sicherheit für wohlhabende Personen wichtiger ist als für Arme. Oft ist Bürgern der unmittelbare Zusammenhang zwischen Steuern und öffentlichen Gütern jedoch nicht bewußt, denn der anonyme Staat läßt bestenfalls einen indirekten Zusammenhang zwischen persönlicher Leistung und Anspruchsmöglichkeiten erkennen, so daß der Bürger in der Regel nicht wahrnimmt, daß er sich selbst in einem Austauschverhältnis zum Staat befindet.

Die Gerechtigkeitsnormen scheinen subjektiv einem Besitzstand zu gleichen. Dies hat wahrnehmungspsychologische Konsequenzen: Es besteht z.B. ein kollektiver Konsens darüber, daß Besserverdienenden bei notwendigen Steuererhöhungen selbstverständlich eine höhere Last zugemutet wird. Umgekehrt gilt dies jedoch nicht. Es wird allgemein nicht akzeptiert, daß bei *Steuerentlastungen* die höher belasteten Besserverdienenden vom Betrag her auch entsprechend stärker entlastet werden. Der Status Quo hat also eine besondere Bedeutung als Referenzpunkt für das Urteil (*Endowment-Effekt* THALER, 1980), und möglicherweise werden nach der prospect-theory (KAHNEMAN & TVERSKY, 1979) Verluste intensiver empfunden werden als Gewinne. Da die meisten Menschen sich subjektiv nicht zu den Besserverdienenden zählen, befürchten Sie besonders schmerzlich empfundene Nachteile von einer Entlastung der Besserverdienenden.

Die Fehleinschätzung der Abgabebelastung (Fiskalillusion) ist eine weitere Randbedingung gefährdeter Gerechtigkeitsempfindungen der Bürger. Untersuchungen zur Fehleinschätzung der eigenen Steuerlast betreffen vorwiegend die Einkommensteuer. Es ergibt sich dabei das Bild einer leichten Überschätzung der eigenen Grenzsteuerbelastung. Steuersenkungen werden erst verzögert wahrgenommen. Wer eine Erhöhung eines bestimmten Ausgabenanteils befürwortet, schätzt diesen kleiner ein als derjenige, der den gleichen Anteil verringern will (vgl. LEWIS, 1983). Die *Medien bestimmen dabei entscheidend* mit, was als Mehrheitsmeinung wahrgenommen wird (vgl. auch NOELLE-NEUMANN, 1982). Der psychologische Hintergrund dieser Fehlwurteile kann z.B. in der Tatsache gesehen werden, daß Objekte, auf die sich die eigenen Bedürfnisse beziehen, immer schneller und intensiver wahrgenommen werden (WISPE & DRAMBAREAU, 1953; BRUNER & GOODMAN, 1947).

Immer häufiger wird das *deutsche Steuersystem* wegen seiner **Unübersichtlichkeit und fehlenden Verständlichkeit** an den Pranger gestellt. Auch der Stil der Rechtssprache hat sich von der Alltagssprache so weit entfernt, daß er für den Bürger unzumutbar geworden ist (vgl. MOSER, 1994). Der Denkstil der Bürger ist weitgehend intuitiv, subjektiv und konkret, während der Denkstil der (Rechts-)wissenschaften nach Überwindung der Subjektivität strebt.

Wir vermuten, daß die Verständlichkeit von Steuergesetzen eng mit der Akzeptanz des Steuersystems und auf diese Weise auch indirekt mit der Steuermoral zusammenhängt. Eine solche Akzeptanz setzt sich aus den Komponenten des Wissens und der Motivation zusammen. Die Verständlichkeit von Steuergesetzen ragt nun in die Wissenskomponente hinein. Wenn auch die Kenntnis nicht notwendig Motivation

und Bindung im Positiven bewirkt, so ist andererseits die Chance, sich in jedem Fall auf die Position des „Nicht-Wissenden“ zurückziehen zu können, jeder Akzeptanz und somit der Steuermoral schädlich.

Das **Verständnis der Bürger im Hinblick auf die Aufgaben**, die der Staat zu tun und was er zu lassen hat (Bürgerpräferenzen), hat sich gewandelt. Diese Veränderungen versuchen wir über den Präferenzbegriff zu verdeutlichen. Präferenzen sind schon grundsätzlich – insbesondere aber im Hinblick auf den Bereich der öffentlichen Güter – sehr schwer operationalisierbar, da sie der Beobachter oft erst ex post aus Regelmäßigkeiten von Verhalten erschließen kann. Mit Präferenzstruktur bezeichnet man hier ein komplexes Gebilde von Wunschvorstellungen hinsichtlich der Aufgaben des Staates, die – so wird unterstellt – vom Bürger in eine Reihenfolge zunehmenden Nutzens gebracht werden. Schon einem einzelnen Individuum mag es nicht leicht fallen, in einem Geschäft aus über hundert Wurstsorten diejenige auszuwählen, die seinem Geschmack am nächsten kommt, oder in einem Restaurant aus einer vierseitigen Speisekarte nach dem Menü zu suchen, das ansprechender erscheint als alle übrigen Gerichte. Aber wie sieht die Präferenzstruktur einer ganzen Bevölkerung aus? Genau diese aber müßte der Staat für eine optimale Versorgung mit öffentlichen Gütern kennen. Im Idealfall müßte der Staat also sämtliche individuellen Präferenzen quasi addieren. Ein solcher Anspruch läßt sich – ungeachtet der Erfolge der Umfrageforschung – nicht in die Realität umsetzen. Es bleibt also eine Informationslücke, die u.a. durch die Lobbyisten der gesellschaftlichen Institutionen geschlossen wird. COWELL (1992) betont in diesem Zusammenhang auch die legitimierende Wirkung der (wahrgenommenen) *Effizienz der Staatsausgaben* und die Berücksichtigung individueller Präferenzen bei der Erstellung öffentlicher Güter (siehe Verwendung des Staatsbudgets). Hier steht gegebenenfalls die politische Berechtigung der gesamten Staatsquote zur Debatte, die in der Öffentlichkeit in Frage gestellt wird und unter deren Druck eine Reduzierung notwendig wird (zum Beispiel Schweden).

Empirische Untersuchungen, die sich mit den Bürgerpräferenzen in bezug auf öffentliche Güter beschäftigen, lassen sich wie folgt zusammenfassen (vgl. GRETSCHMANN, 1994):

- Es zeigt sich eine zunehmende Unzufriedenheit der Bürger mit der staatlichen Aufgabenerfüllung, obgleich staatliche Leistungen insgesamt über die Zeit zugenommen haben. Man beobachtet Legitimationsdefizite vieler staatlicher Leistungen sowie einen Vertrauensentzug gegenüber staatlichen Stellen.
- Gruppenspezifische Wahrnehmungsfiler führen zu einer systematischen Unterschätzung der Ausgaben, die der eigenen Gruppe zugute kommen, und zu einer Überschätzung der Ausgaben, die anderen zufließen.
- Präferenzartikulation und Präferenzprofile hängen von der individuellen Inanspruchnahme von Staatsleistungen ab.
- Die Bewertung von spezifischen öffentlichen Ausgaben korreliert mit der Parteizugehörigkeit und Selbstdefinition im politischen Spektrum.
- Das staatliche Leistungsangebot und die staatliche Haushaltsstruktur orientieren sich nicht an den Bürgerpräferenzen.

Im wesentlichen spielen also hier die bedürfnisbezogenen Akzentuierungen und hedonistische Attributionsgewohnheiten eine zentrale Rolle, nach denen im Prinzip die

eigene Person oder Gruppe benachteiligt ist. Auf diese Weise entsteht Hoffnung, durch öffentliche Larmoyanz zusätzliche Ressourcen des Staates für sich zu gewinnen.

Eine weitere Frage bezieht sich auf das Urteil der Bürger über die „richtige“ **Verwendung des Staatsbudgets**. Es ist zu erwarten, daß Steuerproteste und Steuerwiderstand entstehen, wenn den Steuerzahlungen keine präferenzadäquate Leistungszusammensetzung entspricht (SCHMÖLDERS, 1977). Die wichtigsten Änderungswünsche der Deutschen beziehen sich auf eine Verminderung der Ausgaben für Verteidigung, für die EU und für die öffentliche Verwaltung (Forschungsgruppe Wahlen, 1994). Wenn der Bürger die Verwendung des Staatsbudgets beurteilt, geschieht dies allerdings nicht in exakter Kalkulation, sondern in pauschalem Nachdenken, das auf geringen Kenntnissen oder sogar Vorurteilen beruht (vgl. MACKSCHEIDT, 1994).

2.3.3 Konkrete Geldoperationen ohne starke normative Regelungen (Quadrant III)

Quadrant III ist geprägt von einer vergleichsweise großen individuellen Handlungsfreiheit bei gleichzeitig hoher Konkretheit der Gegenstandsbereiche, die sich im weitesten Sinne mit dem Tausch von Geld gegen Güter befassen. Konsum aber muß finanziert werden, und zwar durch unmittelbare Verausgabung von Einkommen, Ersparnissen oder durch Kreditaufnahme. Wir werden uns im folgenden dem Privathaushalt zuwenden und seinen Umgang mit Geld aus sozialpsychologischer und soziologischer Sicht analysieren.

Grundsätzlich steht ein Individuum stets vor der Wahl, Einkommen entweder unmittelbar für Konsum zu verwenden oder für spätere/teurere Bedürfnisse zu sparen. Dabei ergibt sich allerdings das Problem, daß die Aktualisierung von Bedürfnissen nach einem Gut durch das einzelne Wirtschaftssubjekt nur im Ausnahmefall in zeitlicher und quantitativer Hinsicht in einem ausgewogenen Verhältnis mit seinen Geldressourcen steht. Die motivationalen Aspekte lassen sich in unserem Schema nur insoweit berücksichtigen, als soziale Faktoren (Koordinationsdimension) das Konsumverhalten sehr stark beeinflussen. Die individuellen Prozesse der Meinungsbildung (soweit sie über die Wahrnehmungsprozesse hinausgehen) können in dieser Systematik nicht berücksichtigt werden. Die Fähigkeit, seine Bedürfnisse durch Sparen oder Verschulden in Einklang mit den gegenwärtigen finanziellen Möglichkeiten zu halten, wird im Zusammenhang der Geld-Sozialisation (vgl. KUTSCH sowie FAUTH in diesem Band) behandelt.

2.3.3.1 Kaufen und Sparen

Der Tausch von Geld gegen gesuchte Waren ist eine unmittelbar sinnliche Erfahrung von großer Konkretheit. Soziale Normen greifen nur insoweit, als die Marktbeteiligten Vertrauen in die prinzipielle Akzeptanz der Reziprozitäts- oder besser von Rechtsnormen durch den jeweils anderen Kontrahenten haben müssen. Jedoch: Die Verortung des Konsums im oberen Bereich von Quadrant III ist nicht so eindeutig, wie es zu-

nächst scheinen mag. Es wird sich zeigen, daß dies lediglich auf private Such- bzw. Inspektionsgüter zutrifft. Im einzelnen:

Güter zeichnen sich bei bzw. nach Kauf durch einen unterschiedlich hohen Grad an Konkretheit aus. Zu diesem Zweck ist es sinnvoll, Güter nach dem Grad der Qualitätsunkenntnis zu differenzieren (vgl. FRITSCH, WEIN & EWERS, 1996):

- *Such- bzw. Inspektionsgüter*: Hier sind beide Marktseiten über die Eigenschaften des betreffenden Gutes informiert, denn sie lassen sich vor Vertragsabschluß vollständig und kostenlos erfassen. Es pendelt sich ein Preis ein, der eine Irreführung (z.B. überhöhte Preise) nicht zuläßt.
- *Erfahrungsgüter*: Ein Urteil über Erfahrungsgüter ist erst nach Abschluß des Kaufvertrages und faktischer Nutzung der Güter möglich (Thunfisch in Dosen, Essen in einem Restaurant). Somit besteht bei Kauf des Gutes ein geringerer Grad an Konkretheit als bei Inspektionsgütern.
- Die Qualität von *Vertrauensgütern* läßt sich in Extremfällen nie zuverlässig ermitteln. So kann es beim Gut „Landesverteidigung“ (erfreulicherweise sehr lange dauern (oder noch besser nie geschehen), bis die Verteidigungsfähigkeit eines Landes getestet wird. Ebenso weiß man nach der Behandlung durch einen Arzt oder nach der Einnahme eines Medikamentes nicht, ob eine Heilung aufgrund oder trotz der Therapie eintrat. Außerdem kann Vertrauen als ein Medium der sozialen Koordination aufgefaßt werden, so daß die Nutzung solcher Güter eher im Mittelfeld unseres Koordinatensystems zu verorten ist. Es treten Fragen der Voraussetzungen des Vertrauens (z.B. Sozialisation oder auch persönliche Erfahrungen, die öffentliche Meinung etc.) angesichts der mangelnden Konkretheit von Qualitätskriterien in den Vordergrund.

Die Schwierigkeit der Urteilsbildung im Fall der Erfahrungs- und Vertrauensgüter dürfte zu einer intensivierten Nutzung vereinfachter Entscheidungs routinen (Heuristiken, Quadrant IV) führen.

Das Sparen eröffnet die Möglichkeit, auch teurere Güter zu erwerben, deren Preis über die momentan verfügbare Geldsumme hinausgeht. Sparen meint aus sozialpsychologischer Perspektive immer **Belohnungsaufschub**. Eine in die Zukunft verlagerte Belohnung erfährt allerdings stets eine **subjektive Abdiskontierung**, da z.B. zukünftige Belohnungen nie so sicher sein können wie gegenwärtige, und die Zukunft generell nicht als unabhängig von Unsicherheitsfaktoren vorgestellt werden kann. Subjektive Diskontierungsraten variieren von Situation zu Situation (vgl. WAHLUND & GUNNARSSON, 1996; STEPHAN i.d.B). Im allgemeinen erfahren jedoch künftige Belohnungen eine starke Abdiskontierung (HERRNSTEIN, 1988 vgl. WISWEDE, 1995). Erst **internalisierte soziale Normen**, die dem Bedürfnisaufschub eine Art Selbstwert zuschreiben, Strategien der **Selbstkontrolle** sowie die subjektive Unmittelbarkeit der erwarteten Wunschobjekte unterstützen eine Bereitschaft, künftige Bedürfnisbefriedigung einer sofortigen vorzuziehen. Sparen für investive Zwecke hat insbesondere in puritanisch geprägtem Denken einen hohen Stellenwert (Horst MÜLLER-PETERS in diesem Band). Sparen für Zwecke der finanziellen Sicherheit wird dagegen in Europa eher in den Ländern bevorzugt, die auf dem HOFSTEDE-Index für Unsicherheitsvermeidung (HOFSTEDE, 1991) einen besonders hohen Wert in der Risikoaversion aufweisen (vgl. KUTSCH in diesem Band). In diesen Ländern kommt der Risikovermeidung also ein hoher normativer Stellenwert zu.

2.3.3.2 *Preisschwellen und die Merklichkeit von Inflation*

Die Forschungen zur **Preiswahrnehmung** unterstreichen die zentrale Bedeutung der Wahrnehmungspsychologie schon bei ganz konkretem wirtschaftlichem Handeln.

Preise finden umso eher Beachtung, je stärker sie von dem Niveau abweichen, das das Subjekt erwartet. Bei **habitualisierten** Käufen oder auch bei starker Markentreue besteht eine abgeschwächte Aufmerksamkeit für unterschiedliche Preise. Der Konsument scheint allerdings das objektiv ratio-skalierbare Preiskontinuum in grobe Urteilkategorien aufzuteilen (z.B. zu teuer, akzeptabel oder zu billig), die für die alltägliche Handlungsorientierung als ausreichend angesehen werden (zur Übersicht vgl. WISWEDE, 1995). Konkretheit und Simplizität der Entscheidung sind demzufolge eher Konsequenz der vereinfachten Wahrnehmung des Individuums als ausschließliches Merkmal des Wahrnehmungsgegenstandes. Die Übergänge zwischen diesen Kategorien werden als **Preisschwellen** bezeichnet und rufen im Falle des Überschreitens Reaktanz, im Falle des Unterschreitens z.B. Ängste bzgl. Image oder Qualität hervor (vgl. MÜLLER, 1981; MÜLLER et al., 1990; MÜLLER & BRUNS, 1984). Der Gegenstandsbereich der Preisschwellen ließe sich daher im unteren Bereich von Quadrant III verorten.

Eine ähnliche Problematik ergibt sich hinsichtlich der Wahrnehmung von allgemeinen Preiserhöhungen (Inflation). Wann wird die Tatsache einer Inflation bewußtseinsdominant? In beiden Fragestellungen lassen sich – wie schon erwähnt – Bezüge zur **Adaptationstheorie** (HELSON, 1964) und zur **Assimilations-Kontrast-Theorie** (SHERIF/HOVELAND, 1961) aufzeigen. Innerhalb eines bestimmten *Akzeptanzbereichs*, der sich nicht allzuweit von dem erwarteten „Ankerpreis“ entfernt, werden auch unterschiedliche Preise als akzeptabel angesehen. Bei Überschreiten der Schwelle findet eine Kontrastbildung statt; selbst geringfügige Überschreitungen der Schwelle werden als vollständig inakzeptabel angesehen.

Für die Wahrnehmung von Inflation spielen bestimmte Schlüsselpreise eine zentrale Rolle, wie die Miete, die Preise von Benzin, Butter oder Bier. Diese Schlüsselpreise sind dann unter Berücksichtigung der Adaptionsniveaus, von Gewöhnungseffekten und des typischen Ausmaßes an Aufmerksamkeit bei den Konsumententscheidungen zu analysieren (vgl. MÜLLER, 1981).

2.3.3.3 **Kreditverhalten von privaten Haushalten und das Problem der Überschuldung**

2.3.3.3.1 *Determinanten der Verschuldung*

Im Gegensatz zu einer Kreditaufnahme der öffentlichen Haushalte besteht bei einem solchen Vorgang in privaten Haushalten eine persönliche Haftung. Diese müßte zu einem „vernünftigen Verhalten“ im Hinblick auf die Verschuldungsbereitschaft privater Haushalte führen. Die Frage danach, welche Höhe der Verschuldung aus der Sicht der Verbraucher als akzeptabel erscheint, ist in hohem Maße *kulturell* beeinflusst (vgl. KUTSCH in diesem Band).

Ein Kredit ermöglicht eine direkte Verfügung über das begehrte Konsumgut ohne notwendige Ansparphase. Oftmals weiß man aber bei Kreditaufnahme noch nicht, welche Güter konkret damit erworben werden sollen – insbesondere bei einem Überbrückungskredit, der nicht allein für den Kauf eines bestimmten Konsumgutes in An-

spruch genommen wird. Ein Kredit hat für das Subjekt eine ambivalente Bedeutung: neben dem Belohnungscharakter der unmittelbaren Verfügbarkeit des Geldes besitzt er gleichzeitig einen bedrohlichen Strafreizcharakter, weil er die Notwendigkeit der Rückzahlung sowie der zusätzlichen Zinsen beinhaltet. Allerdings setzt der Strafreiz erst relativ spät ein und unterliegt damit der schon erwähnten Abdiskontierung von in der Zukunft liegenden Ereignissen.

Eine inzwischen immer leichtere Verfügbarkeit von Geld (24-Stunden-Geldautomat, Dispositionskredit, Kreditkarten) fördert das Entstehen einer Verschuldungsmentalität.

LEA et al. (1995) fanden folgende Determinanten der Verschuldung:

- soziale Unterstützung: Ein Kredit ist in der modernen Konsumgesellschaft zur Selbstverständlichkeit geworden.
- ökonomische Sozialisation
- sozialer Vergleich: „If you compare yourself with people who have more economic resources than you have, and want to have, or feel entitled to the same goods and services as they enjoy, you are in obvious danger of outspending your income“ (LEA et al., 1995, S. 683).
- Konformität im Konsumverhalten: „What everyone buys is likely to be seen as a necessity“ (LEA et al., 1995, S. 684).
- weak money management styles (ggf. verbunden mit einem inorganisierten Lebensstil)
- Zeithorizont: hohe subjektive Diskontierungsrate
- Einstellung zur Verschuldung (LIVINGSTONE & LUNT, 1992 in: LEA et al., 1995).
- Locus of control: „...people with a strongly external locus of control were more likely to get in debt“ (LEA et al., 1995, S. 684).

2.3.3.3.2 Der Übergang von der Verschuldung zur Überschuldung

Der gekonnte Umgang mit Krediten kann sowohl einzelwirtschaftlich wie auch volkswirtschaftlich gesehen als sinnvoll erachtet werden. Problematisch wird es allerdings, wenn der private Haushalt aus unterschiedlichen Gründen nicht mehr in der Lage ist, die Kredite zurückzuzahlen (Überschuldung). Für diesen Fall greifen eine Vielzahl von sozialen Normen, die die individuelle Handlungsfreiheit einschränken. Oftmals muß die Gesellschaft bzw. der Staat in Anspruch genommen werden, so daß der Gegenstandsbereich der Überschuldung auf der Koordinationsdimension irgendwo in der Mitte anzusiedeln ist. Mögliche externe Auslöser von Überschuldung können z.B. Arbeitslosigkeit, Probleme bei der Haushaltsführung, Niedrigeinkommen, Bildungsdefizite sowie Scheidung (KORCZAK & PFEFFERKORN, 1990 vgl. WISWEDE, 1995) sein. Die Frage der „Ursachenattribution“ (z.B. KELLEY, 1972) ist häufig nicht klar entscheidbar und wird von den Beteiligten oft recht unterschiedlich gesehen. Aus einer Befragung von Bankangestellten sowie der Dokumentenanalyse einer Schuldnerberatungsstelle konnten FISCHER & BELL (1990) folgende Ursachen ermitteln:

- die Schuldenhöhe überschuldeter Kunden war um ca. 50% größer, wenn das gekaufte Objekt weniger funktional als Prestigezwecken diente. Dieser Prestige Konsum ist eher typisch für „Besserverdienende“, die so eine Erhöhung ihres Selbstwertgefühls intendieren (vgl. z.B. die Theorie der symbolischen Selbstergänzung WICKLUND & GOLLWITZER, 1982).
- Personen, die ihren Lebensstil nach dem Urteil der Bankangestellten „an anderen Personen/Personengruppen orientierten“, hatten um 72% höhere Schulden als solche überschuldeten Personen, auf die dieses Urteil nicht zutraf.

- Von den Überschuldeten waren diejenigen, die noch über einen höheren „freien Einkommensrest“ verfügten, weniger bereit, ihren Lebensstandard einzuschränken, um ihre Schulden zu begleichen, als ihre ärmeren Leidensgenossen.
- Die Ursachen für die Überschuldungssituation lagen aus Sicht der Bankkunden in erster Linie an plötzlich eintretenden unbeeinflussbaren Ereignissen (70,4%). In nur 41% der Fälle sahen die Bankangestellten dies auch so. Nur 18% der Kunden sahen die Ursache in ihrem eigenen Verhalten, während 43% der Banker genau in dieser Fehleinschätzung ihrer Kunden das Problem sahen.

Bewerten wir diese Ergebnisse noch einmal vor dem Hintergrund der sozialpsychologischen Theoriebildung, dann fällt die Relevanz sozialer Beeinflussung für das Überschuldungsgeschehen (und deshalb die Nähe zu Quadrant I) ins Auge:

- Die Möglichkeit zur Selbstwerterhöhung durch Konsum von prestigeträchtigen sichtbaren Gütern wird von einer bestimmten Konsumentengruppe deutlich höher gewichtet als die Risiken einer (meist nicht sichtbaren) Überschuldung.
- Banken fällt im Zusammenhang der (Kredit-)Beratung ihrer Kunden eine wichtige Funktion zu im Hinblick darauf, ob sie die Risiko-Wahrnehmung ihrer Kunden eher schärfen oder eher senken. Aufgrund ihrer Expertenmacht (FRENCH & RAVEN, 1959) müssen sie einen erheblichen Teil der Verantwortung für ihre Kunden mit übernehmen.
- Selbst bei den relativ konkreten Konsumkrediten erweisen sich also über den reinen Marktaustausch hinausgehende Sicherungssysteme als notwendig. Weil dieses Problem allerdings im Zusammenhang mit Finanzmärkten verschärft auftritt, wird es dort vertiefend behandelt.

2.3.4 Der Finanzmarkt und seine Akteure (Quadrant IV)

Im IV. Quadranten werden primär Markttransaktionen verortet, die durch hohe Abstraktheit und geringe normative Vorgaben gekennzeichnet sind. Nach einer kurzen Skizzierung der hier als besonders typisch anzusehenden Börse werden zunächst private und nachfolgend institutionelle Akteure betrachtet. Prinzipiell wird den professionellen Entscheidern eine größere Rationalität und ein höheres Informationsniveau unterstellt. Vor dem Hintergrund des Entscheidungsverhaltens dieser Akteure erhält die aktuelle Frage besonderes Gewicht, ob der Finanzmarkt eher von Gleichgewichtstendenzen oder eher von Tendenzen gekennzeichnet sei, aus dem Ruder zu laufen.

Zunächst soll daher der Finanzmarkt am Beispiel der Börse skizziert werden, bevor wir den Fokus auf seine Akteure richten. Am Ende dieses Abschnitts werden wir schließlich die Frage nach der Effizienz der Finanzmärkte stellen.

2.3.4.1 Die Börse als Finanzmarkt

Die Börse, die sicherlich als ein typischer Finanzmarkt angesehen werden kann, läßt sich folgendermaßen beschreiben:

„Die Börse stellt zunächst einen Markt dar, allerdings einen mit der Besonderheit einer doppelten Abstraktheit oder Anonymität. Weder die gehandelten Waren oder Effekten werden dort gegenständlich getauscht, noch treffen Käufer und Verkäufer persönlich aufeinander. Überdies werden keine Einzelstücke, sondern nahezu beliebig teilbare Massengüter bzw. die Rechte hierauf gehandelt. So gesehen liegt die Vermutung nahe, daß spezifische Merkmale des einzelnen Gutes oder individuelle Charakteristika der beteiligten Menschen unerheblich seien, da sie wegen der Ausgleichsfunktion der großen Zahl nivelliert würden. So betrachtet könnte die Börse geradezu als Parade-

platz der reinen Marktwirtschaft gelten. Der „homo oeconomicus“ trifft Seinesgleichen und tauscht mit großer Rationalität etwas, was ihn gar nicht interessiert, nur um danach mehr Geld zu haben als vorher“ (WIENDIECKM, 1990, S. 48 f).

Das ist natürlich nicht der Fall. Nach den Erkenntnissen der entscheidungstheoretischen Forschung ist die Entwicklung einer rational-kompetitiven Strategie unter Inkaufnahme eines hohen eigenen Schadensrisikos – wahrscheinlich, wenn

- der Zusammenhang zwischen eigenen Entscheidungen (bzw. denen vieler anderer) und den Konsequenzen nicht klar bewußt ist
- viele Personen beteiligt sind
- eingeschränkte Kommunikationsmöglichkeiten bestehen
- den anderen Teilnehmern ebenfalls egoistische Motive unterstellt werden
- sozial-kooperative Normen irrelevant sind (DAWES, 1980; WIENDIECK, 1990).

Die doppelte Abstraktheit des Börsenhandels verstärkt also noch die ohnehin typischerweise schwachen sozialen Verpflichtungen des Marktes.

Was sind nun die *Akteure* auf dem Finanzmarkt und wie verhalten sie sich? Zur Beantwortung dieser Frage widmen wir uns den **privaten Anlegern**, den **Finanzdienstleistern** (insbesondere Banken und Versicherungen) sowie den **Unternehmen, die Investitionen tätigen und sich über den Kapitalmarkt refinanzieren** (z.B. durch Ausgabe von Aktien).

2.3.4.2 Anlageverhalten von privaten Haushalten

Das tatsächliche Anlageverhalten privater Haushalte zeugt gegenüber dem Idealbild des *homo oeconomicus* in vielerlei Hinsicht von rationaler Beschränktheit. *Motivationale Wirkungen* und die Konsequenzen der dem *Wahrnehmungs- und Kognitionsprozeß* notwendig *inhärenten Vereinfachungsprozesse* (der Mensch als kognitiver Geizhals) werden in den Beiträgen von H. MÜLLER-PETERS und STEPHAN behandelt. Eine Reihe von „irrationalen“ Effekten (optimistic bias, defensiver Pessimismus, overconfidence bias, Urteilheuristiken etc.) lassen sich als intuitive Strategie der Subjekte verstehen, angesichts eines oft verunsichernd komplexen Urteilsgegenstandes mit wenig Informationen schnelle Urteile fällen zu können und gleichzeitig die drohende Selbstwertschädlichkeit falscher Urteile zu entschärfen.

Hier sollen nur einige besonders typische Merkmale behandelt werden: die *geringe Informationssuche* und die *hohe Risikoaversion*. Beide korrespondieren – wie der Beitrag von ADELDT & FELDMANN (in diesem Band) am Beispiel der älteren Bevölkerung verdeutlicht – mit geringer Erfahrung im Umgang mit größeren Geldsummen.

2.3.4.2.1 Die geringe Informationssuche

Das ökonomische Modell geht in der Regel von dem Vorbild eines optimalen Vermögensplaners aus. Dieser optimale Vermögensplaner entscheidet stets rational und unter vollkommener Information. Das optimale Informationsniveau ist natürlich für verschiedene Finanzanlagen recht unterschiedlich. Das verschiedentlich zitierte Sparbuch macht hier die geringsten Voraussetzungen. Wegen des geringen Risikos und der prinzipiellen Verfügbarkeit setzt es vermeintlich wenig Wissen voraus (z.B. im

Hinblick auf Risiken verschiedener Anlagen oder im Hinblick auf den eigenen zukünftigen Liquiditätsbedarf; zu den dabei übersehenen Risiken s. H. MÜLLER-PETERS). Die Aktienanlage dagegen setzt ein sehr hohes Informationsniveau voraus (vgl. FISCHER, 1991, H. MÜLLER-PETERS i.d.B.). Auf einer übergeordneten Ebene kann man es als psychoökonomisches Verhalten verstehen, wenn etwa ältere Frauen mit geringen ökonomischen Ressourcen keinerlei Interesse an der Frage von Finanzanlagen haben (vgl. ADELT & FELDMANN). Allerdings erscheint auch bei geringeren bis mittleren Einkünften zumindest eine gewisse Delegationsbereitschaft – z.B. an Experten der eigenen Bank – angebracht, so daß auch bei relativ geringen Ersparnissen eine Optimierung der Anlage erreicht werden kann. Die Ergebnisse von ADELT & FELDMANN lassen jedoch erkennen, daß es für ca. 30% der Senioren eine gewisse affektive Sperre zu geben scheint, sich selbst mit dem Thema Geldanlage zu beschäftigen – sei es für eigene Entscheidungen oder für eine Delegation von Entscheidungen. So wird aus Mangel an Informationen oder aus Gewohnheit ein optimales Portfoliomanagement verfehlt.

2.3.4.2.2 Der Umgang mit dem Risiko

Im Ausland sind festverzinsliche Kapitalanlagen häufig mit höheren Zinsen verbunden. Inländischen Anlegern, die aufgrund der Zinshöhe ihr Kapital im Ausland anlegen, ist häufig gar nicht bewußt, daß diese Anlagen objektiv auch mit einem höheren Risiko verbunden sind und der hohe Zinssatz einen Bonus für dieses Risiko darstellt.

Es stellt sich also die Frage, ob private Anleger in der Lage sind, auf angemessene Weise mit Risiko umzugehen. Betrachten wir das Risiko des Alters. Besitzt der Mensch die Fähigkeit, eigenständig für das Risiko des Alters vorzusorgen? Oder ist er auf eine extern verordnete (gesetzliche) Renten- bzw. Pflegeversicherung angewiesen? Aus sozialpsychologischer Sicht steht die menschliche Weitsicht zumindest partiell in Frage. Mit dem myopischen Effekt konnte gezeigt werden, daß Menschen oftmals in der Zukunft liegende Verhaltenskonsequenzen nur unzureichend in ihrem Verhalten berücksichtigen, weil sie die Bedeutung zukünftiger Ereignisse „abdiskontieren“ (HERRNSTEIN, 1990; THALER, 1992). Ein Vergleich zwischen den EU-Ländern zeigt allerdings, daß recht unterschiedliche Systeme der Altersvorsorge möglich sind und von älteren Befragten die Unzulänglichkeit ihrer finanziellen Versorgung vorwiegend den national typischen Institutionen (meist die Rentenversicherung) teilweise aber auch unzulänglicher eigener Vorsorge (Sparen) zugeschrieben wird (FISCHER & MÜLLER, 1996).

Bei H. MÜLLER-PETERS werden die motivationalen Determinanten unterschiedlicher Risikopräferenzen diskutiert, im Beitrag von STEPHAN die kognitiven Determinanten.

2.3.4.2.3 Der private Anleger an der Börse

Auch wenn sich die persönliche Anlage von Geld in Aktien in Deutschland immer noch auf eine kleine Minorität von ca. 15% der Bevölkerung beschränkt, so erscheint nach der dynamischen Entwicklung in den Jahren 1996/97 durchaus vorstellbar, daß in absehbarer Zeit auch in Deutschland ähnliche Zahlen wie in den USA (über 50%

der erwachsenen Bevölkerung) erreicht werden. Berichteten GUTMANN et al. (1964, S. 383) noch davon, daß zwei Drittel aller Aktiengesellschaften in Deutschland in Schachtel- oder Dauerbesitz seien, weist der Effekten-Spiegel in einer Ausgabe des Jahres 1998 von 120 großen deutschen AGs ca. 50% als überwiegend im Streubesitz befindlich aus. Ein Anliegen vieler Unternehmen war es, auch in Deutschland eine Art Aktienkultur zu verankern. Genau das scheint mit dem Börsengang der Deutschen Telekom im Ansatz gelungen zu sein. STEPHAN diskutiert die Ursachen des Erfolges dieser Aktienemission im Rahmen des Modells der Verfügbarkeitsheuristik von TVERKY und KAHNEMAN. Abzuwarten bleibt allerdings die Reaktion der „Jungaktionäre“ auf die erste dauerhaft negative Erfahrung.

Möglicherweise dürfte jedoch die Dynamik der Aktienfonds in Zukunft eine noch bedeutendere Rolle spielen, da ihnen von einer alternden Bevölkerung mit hohen finanziellen Reserven eine steigende Substitutionsfunktion für die zunehmend skeptischer bewerteten Rentenversicherungen zugeordnet werden. Dies führt zu einem gesamtwirtschaftlich problematischen Liquiditätsüberhang, der seit Jahren zu ständig neuen Börsenhochs führt. Dies ist allerdings ein eher sozialpolitischer Hintergrund, der hier ökonomisch nicht zu bewerten ist.

Zum speziellen Anlageverhalten von privaten Anlegern existieren derzeit nur wenige Studien, über die im weiteren die Beiträge von STEPHAN, SZALLIES, H. MÜLLER-PETERS und ADELT & FELDMANN berichten.

Zur allgemeinen Charakterisierung des privaten Aktionärs ist aus sozial- und wirtschaftspolitischer Sicht sicherlich von Bedeutung, daß sich die Einstellungen von Aktionären hinsichtlich sozialer Verpflichtungen gegenüber Arbeitslosen, Benachteiligten, Umweltproblemen etc. von einer Zufallsstichprobe nicht unterscheiden (FISCHER, 1991). Aktionäre in Deutschland urteilen also hinsichtlich der sozialen Rahmenbedingungen des Marktes nicht anders als eine Zufallsstichprobe. Hinsichtlich des Anlageverhaltens ist sicherlich zunächst auf die Feststellung von ROSENSTIEL (1990) zu verweisen, daß bei privaten Depots jährlich typischerweise nur wenige Transaktionen stattfinden. Bei einer Typologisierung von Aktionären auf der Basis repräsentativer Studien stellte FISCHER (1990) fest, daß Aktionäre sich gegenüber der Normalbevölkerung zwar erheblich *besser* durch Lektüre *informieren*; jedoch war etwa die Hälfte der Aktionäre dem Typus des „Ambivalenten“ zuzuordnen, der eine starke Normorientierung aufweist und eher durch *Anpassungsbereitschaft* denn durch *autonome Entscheidungskraft* gekennzeichnet ist. Aus Sicht der Professionellen stellen die Privaten sicherlich deshalb „*schwache Hände*“ dar, die immer noch Aktien (ver-)kaufen, wenn die professionellen Entscheider schon den Gegentrend vorbereiten („Dienstmädchen-Hausse“). Tatsächlich wird der Markt vom Volumen her zunächst eindeutig von professionellen Entscheidern bestimmt. Wie KIELL & STEPHAN (1997) und STEPHAN (i.d.B.) ausführen, ist jedoch auch das Entscheidungsverhalten von professionellen Akteuren weit davon entfernt, den Rationalitätskriterien ökonomischer Kapitalmarkttheorien zu genügen. Auch zeigt die Diskussion der möglichen und tatsächlichen Konsequenzen der Asienkrise 1997, daß das „*besonnene Verhalten*“ der Privatanleger eine Signalfunktion zur Stabilisierung der Aktienmärkte hatte. Die Gruppe der Aktionäre selbst ist allerdings sehr heterogen, wobei

nur maximal 25% der privaten Aktionäre als „spekulierende Waghälse“ angesehen werden können (FISCHER, 1991).

Die Motivationen für einen Aktienbesitz sind vielfältig (MÜLLER, FISCHER & KOOP, 1993; s. auch H. MÜLLER-PETERS und STEPHAN i.d.B.) und erstrecken sich von der irrationalen Vorliebe für „bekannte“ und scheinbar „vertraute“ Aktien über „hohe Gewinnerwartungen“ und „Lust am Risiko“ bis hin zu der Möglichkeit von Arbeitnehmern, Belegschaftsaktien ihres Unternehmens zu erwerben.

FISCHER, KOOP & MÜLLER (1993) differenzierten Typen von privaten Anlegern auch auf der Basis von *emotionalen Stimmungen* im Hinblick auf das Anlageverhalten an der Börse. Die Vielzahl von komplexen Informationen, die eine Anlageentscheidung erfordert, macht eine rationale Entscheidung oftmals unmöglich. In einem solchen Fall greift der Mensch auch auf die *eigene Stimmung als Informationsgrundlage* für seine Entscheidungen zurück (SCHWARZ & BOHNER, 1990). In guter Laune aber trifft man schneller und mutiger Entscheidungen, benötigt man weniger Informationen als in schlechter Laune. Gleichzeitig korrespondieren diese emotionalen Typen mit spezifischen Lebenslagen, die unterschiedliche Börsenstrategien erwarten lassen. So sind jüngere eher begeistert, erhoffen *mehr Gewinn* und verhalten sich deshalb *risikofreudiger*; ältere sind vorsichtiger, haben *Spaß am Kompetenzgewinn*, planen Reserven für den Nachwuchs etc.

Wie bereits angesprochen, kann die oftmals erst verspätete „richtige“ Wahrnehmung komplexer Tatbestände zu Überreaktionen führen. Mit diesem Mechanismus läßt sich auch die hohe Volatilität (Schwankungsbreite) der Börsenkurse erklären. Nach der sogenannten „Theorie spekulativer Blasen“ haben solche Überreaktionen zu Kursen geführt, die von den fundamental begründbaren Niveaus abweichen. Spekulative Blasen entstehen dadurch, daß Anleger ohne Berücksichtigung fundamentaler Faktoren einem „Herdentrieb“ folgen und zeitlich befristete Trends als selbstverständliche Dynamik interpretieren. Für die Wirksamkeit *sozialer Einflüsse* auf die *emotionale Befindlichkeit* der Subjekte sprechen u.a. auch die Befunde von SCHACHTER & SINGER (1962) oder die von MOSCOVICI (1984) kritisch wiederbelebte *Psychologie der Massen*. Vielfach wird die Volatilität noch durch Spekulanten verstärkt. Auch eine zunehmende Risikoneigung unter den Anlegern erscheint geeignet, die Volatilität noch zu vergrößern. Eine Blase platzt, wenn genügend Anleger damit rechnen, daß sich in Kürze wieder ein fundamental gerechtfertigter Kurs einstellt (vgl. QUANDT, 1997). FREY, BRANDSTÄTTER & SCHUSTER (1994) postulierten, daß Aktionäre die Hypothese verwenden, daß es an der Börse nach vielen Jahren des Aufwärtstrends nur noch nach unten gehen kann. Natürlich spielt bei diesem Prozeß der genaue *Zeitpunkt* bzw. das *Kursniveau* oder auch das *Renditeniveau* eine zentrale Rolle, das als Wahrnehmungsanker dient, und das als neue Zielmarke (in diesem Falle die der Baisse) angesehen wird. Diese Hypothese bewirkt eine erhöhte Bereitschaft, Negativfaktoren zu registrieren. Durch Massenmedien und Meinungsführer verstärkt sich die Uniformität dieser Interpretation. „Wenn nun durch irgendwelche Auslöser der vermeintliche Beginn des Abwärtsszenarios gesehen wird, breitet sich Panik aus und jeder versucht, so schnell wie möglich das sinkende Schiff zu verlassen – was die Crash-Situation herbeiführt“ (FREY, BRANDSTÄTTER & SCHUSTER, 1994, S. 73).

Demnach könnte eine der Ursachen des weltweiten (allerdings nicht dramatischen) Kurssturzes im Herbst 1997 massenpsychologischer Natur gewesen sein. Anlässlich des zehnjährigen „Jubiläums“ des Crashes von 1987 hatte man 1997 geradezu auf eine Wiederholung gewartet und Hinweise dafür gesucht, daß etwas passiert. Einen solchen Hinweis hat der Kurssturz in Fernost geliefert. Allerdings hat der anhaltende Liquiditätsdruck den Einbruch schnell wieder ausgeglichen.

Weitere wahrnehmungspsychologische Regelhaftigkeiten gehören zu den Standards der Aktionärsberater, z.B. die Wirkung glatter Zahlen als Schwellen für den weiteren Anstieg oder auch den Fall der Kurse. Hier wirkt das schon erwähnte *Assimilations-Kontrast-Phänomen* (HELSON, 1964), nach dem Wertsteigerungen unterhalb einer glatten Schwelle (z.B. 100,-DM) als erwartbar, jede Mark darüber aber als überraschend gewertet werden (vgl. vertiefend auch MÜLLER, 1981; MÜLLER et al., 1990).

Auf einen ähnlichen Effekt zielt die von vielen Aktiengesellschaften durchgeführte Änderung des Aktiennennwertes, durch die man offenkundig eine relevante Wahrnehmungsschwelle überspringen kann. Niedrige Nennwerte werden von vielen Aktionären völlig irrational als Hinweis für günstige Kurse angesehen. So konnte die Leifheit-AG innerhalb von 2 Jahren die *Anzahl* ihrer Aktionäre verdreifachen, wahrscheinlich allein durch Änderung des Nennwertes ihrer Aktien von 50 DM auf 5 DM.

2.3.4.3 Finanzdienstleister (insbesondere Banken und Versicherungen) zwischen Kunden und Kapitalmarkt

In diesem Band beschäftigt sich eine größere Zahl von Beiträgen mit unterschiedlichen Problemen der Finanzdienstleister, die grundsätzliche Elemente der Kundenzufriedenheit (ENGELMANN), ihre Anwendung für Marketingkonzepte von Versicherungen (MÜLLER-PETERS, H., QUINKE & LEY), die Personalpolitik im Finanzdienstleistungsbereich (JACOBS, S. MÜLLER) und Versicherungsbetrug (FETCHENHAUER) behandeln.

Typische Charakteristika von Finanzdienstleistungen sind:

- Intangibilität, schwierig feststellbare Erfolgskriterien
- Einseitigkeit der Expertenmacht
- überwiegend auf Dauer und Vertrauen angelegt
- latente Rollenkonflikte
- überwiegend low-involvement

Der Begriff der Intangibilität steht für eine geringe Objektivierbarkeit der Ergebnisse der Finanzdienstleistungen (vgl. hierzu ENGELMANN in diesem Band). Diese ist natürlich weitgehend begründet durch die Abstraktheit finanzieller Transaktionen. Zwar können sich Kunden von Banken zur Bewertung der Dienstleistung ihrer Bank z.B. an (Miß)-Erfolgen ihres – unter Anleitung eines Bankangestellten aufgebauten – Depots orientieren; jedoch ist dem kritischen Kunden unmittelbar klar, daß Erfolge am Aktienmarkt ebensogut der allgemeinen Hausse wie dem Können des Bankangestellten zugeschrieben werden können. Erst der Vergleich mit dem DAX oder anderen Marktindices kann eine gültige Antwort liefern. Dasselbe Dilemma gilt natürlich auch im umgekehrten Falle. Mit der Abstraktheit des Dienstleistungsgegenstan-