

2

„Was ist der Mensch?“ – Menschenkenntnis für Ökonomen

„Mensch sein heißt, bedürftig zu sein.“



© Granger, NYC / INTERFOTO
Abraham Maslow (1908–1970)

Was ist der Mensch?

Immanuel Kant

2.1 Problemstellung – „Was ist der Mensch?“

Menschen sind bedürftig. Dies ist der Ausgangspunkt allen Wirtschaftens. Aus der Bedürftigkeit wird oft auch ein Begehren. Die Bedürftigkeit oder das Begehren ist vielfältig und wandelbar. Das ist es, was die Menschen zum Wirtschaften treibt. Übertrieben kann es zur Begierde werden.

Aus der Bedürftigkeit oder dem Begehren folgt, dass Menschen zumeist die alternative Handlung mit dem größeren Vorteil wählen. Das nennt man „gesunden Menschenverstand“. Dieses menschliche Vorteilsstreben wurde oft mit dem einseitigen Bild des „Homo oeconomicus“ verschmälert.

Aufgrund seines unvollkommenen Wissens über die Vorteilhaftigkeit seiner Alternativen kann der Mensch sich irren. Dieses unvollkommene Wissen kann immer wieder zum Fallstrick seiner Wahlhandlungen werden und damit zu nachteiligen Fehlentscheidungen führen. Irren ist menschlich: *„Der Mensch irrt, solange er strebt“* (Wolfgang von Goethe, Faust).

2.1.1 Die Bedürftigkeit des Menschen

Der Eckstein aller Wirtschaftstheorie ist eine grundlegende anthropologische Vorstellung und Kenntnis vom Menschen. Denn die Welt- und Volkswirtschaftslehre handelt von den wirtschaftlichen Motiven und Verhaltensweisen der zahllosen Menschen auf diesem Planeten. Menschenkenntnis ist folglich für Ökonomen unverzichtbar.

„*Was ist der Mensch?*“ war die zentrale Frage der Philosophie von Immanuel Kant. Die Wissenschaft der Anthropologie liefert zu dieser Frage einige brauchbare Erkenntnisse über das Wesen des Menschen. Die Anthropologie z. B. von Wilhelm Kamlah beantwortet die Frage so, dass der Mensch vor allem von seiner **„Bedürftigkeit“** bestimmt wird (vgl. Kamlah 1973). Diese anthropologische Erkenntnis von der Bedürftigkeit des Menschen ist der Eckstein aller Theorien der Volkswirtschaftslehre. Diese Erkenntnis ist zugleich aber auch eine zentrale Achillesferse der Wirtschaftstheorie.

Seine Bedürftigkeit treibt den Menschen ständig um. Schon seine biologische Existenz macht ihn abhängig von ständiger Verfügbarkeit von Wasser und Brot und vielem mehr. Ohne diese Güter erleidet der Mensch existenzielle Mängel. Der Mensch bedarf allerlei Güter, die er von der Natur dieser Erde bereitgestellt bekommt. Aber es gibt unzählige Menschen, die meinen, sie bräuchten überdies noch Drogen aller Art, Waffen oder – auch so etwas wie Kunst oder gar Bücher – oder einen schönen Garten. „*Der Mensch lebt nicht von Brot allein.*“ (Jesus von Nazareth), sondern bedarf über materielle Güter hinaus auch immaterieller (geistiger, kultureller, sozialer) Güter aller Art, um sein Leben als Mensch verwirklichen zu können. „*All you need is love,*“ sangen die Beatles.

Als biologisches Lebewesen hat der Mensch mit den Tieren die Bedürftigkeit gemeinsam. Seine Bedürftigkeit bedeutet, dass ihm nicht nur etwas „fehlt“, sondern, dass er Mangel leidet. Als ein Lebewesen, als handelnder Mensch, erleidet er nicht nur Mangel, sondern wird auch zur unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung „getrieben“. Er ist stets Widerfahrnissen ausgesetzt und wird „selbständig“ aktiv, um durch „Handlungen“ „sich selbst zu helfen“, um seine Bedürfnisse zu befriedigen. Die Psychologie spricht von „Trieben“, als werde der Mensch angetrieben durch blinde „Kräfte“: Bedürfnisse, Motive, Triebe und Interessen sind Kräfte in einer Person, die auf bestimmte Ziele und auf entsprechende Handlungen gerichtet sind (vgl. Heckhausen und Heckhausen 2006).

2.1.2 Die Maslow'sche Bedürfnispyramide

Die Volkswirtschaftslehre befasst sich mit dem wirtschaftlichen Verhalten des Menschen. „Wirtschaft“ und „wirtschaftliches Verhalten“ definieren etwas, was zum Gesamtbereich menschlichen Handelns gehört, das auf die Befriedigung von Bedürfnissen gerichtet ist. Bedürfnisse sind die Empfindungen eines Mangels mit dem Wunsch, diesen Mangel zu beseitigen. Sie sind insgesamt unbeschränkt (und nicht auf **ein** Gut bezogen).

Die Begriffe Bedürfnisse und Nachfrage werden oft miteinander vermengt, woraus sich oft Fehlschlüsse ergeben. Wer keinen Cent in der Tasche und auch sonst nichts hat, was er zum Tausch anbieten könnte, hat dennoch Bedürfnisse, er kann sie aber nicht in Nachfrage umsetzen, d. h. seine Nachfrage ist gleich Null. Die Unternehmen z. B. richten sich vor allem nach der Nachfrage, nicht nach den Bedürfnissen. Die Bedürfnisse ihrer Kunden sind für sie nur wichtig, wenn diese für die Befriedigung auch zahlen können. Damit aus Bedürfnissen Nachfrage wird, ist Kaufkraft notwendig. Die Menschen, die wenig Einkommen haben (Flüchtlinge, Obdachlose oder Arbeitslose), können daher ihre Bedürfnisse kaum in Nachfrage umsetzen.

Bedürfnisse oder auch Motive sind Wünsche, die über die Bedürftigkeit hinausgehen. Diese bezeichnen verschwommene Phänomene des Erlebens. Was für den einen ein luxuriöses Bedürfnis sein mag, kann für einen anderen eine existenzielle Bedürftigkeit sein und umgekehrt.

Der amerikanische Psychologe Abraham **Maslow** beschreibt menschliche Bedürfnisse und Motivationen in einer hierarchischen Struktur, bekannt als **Bedürfnispyramide**, und versucht sein Menschenbild so zu erklären:

Die innere Natur des Menschen scheint nicht primär oder notwendig böse zu sein. Die Grundbedürfnisse (nach Leben, Sicherheit und Geborgenheit, Zugehörigkeit und Zuneigung, Achtung und Selbstachtung und Selbstverwirklichung), die grundlegenden menschlichen Emotionen und die menschlichen Fähigkeiten sind moralisch neutral oder positiv „gut“. Destruktivität, Grausamkeit, Bosheit usw. scheinen nicht angeboren zu sein, sondern eher Reaktionen auf Frustrationen grundlegender Bedürfnisse. Ärger ist an sich weder böse, noch Furcht, Faulheit oder gar Unwissenheit. Allerdings können sie zu bösem Verhalten führen, doch muss dies nicht notwendig so sein. Vielmehr ist die menschliche Natur gar nicht so schlecht, wie oft gedacht (vgl. Maslow [1962/1997](#), [1981](#)).

Maslow hat aus seinem Menschenbild heraus eine Bedürfnishierarchie in Form einer Pyramide der Motivationen entwickelt, die er nach den Prioritäten der menschlichen Bedürfnisse in einer **hierarchischen Ordnung** in vier aufeinander aufbauende Kategorien unterteilt: beginnend mit den physiologischen lebensnotwendigen Bedürfnissen nach

Wasser, Luft, Nahrung, Kleidung, und Wohnung, bis hin zu den kognitiven, emotionalen und sozialen Bedürfnissen nach Sicherheit, Liebe und Achtung und Selbstverwirklichung. Ist eine Bedürfnisebene befriedigt, wird sie dann gleichsam überformt und umgebildet in eine höhere Ebene und Motivation. Dabei verändert sich die gesamte „Zukunftsphilosophie“ des Individuums mit entsprechend ganz neuen Bedürfnissen, wie nach „Kultur“ etc. Diese Pyramide mit ihrer Hierarchie der „menschlichen Bedürfnisse“ wurde, wegen ihrer praktischen Anwendbarkeit, vor allem an der Schnittstelle von Wirtschaft und Psychologie, insbesondere in den Wirtschaftswissenschaften, gern herangezogen.

1. Stufe: Physiologische Bedürfnisse

An der Basis der Maslow'schen Pyramide stehen die physiologischen Bedürfnisse des Menschen; sie sind der Ausgangspunkt seiner Motivationstheorie. Sie sind die stärksten und elementarsten Bedürfnisse: das körperliche Verlangen nach Nahrung mit Essen und Trinken, nach Luft mit Sauerstoff, nach Schlaf u. a. Vorlieben für bestimmte Nahrungsmittel seien sogar ein Hinweis darauf, welcher Mangel im Körper vorherrsche. Die physiologischen Bedürfnisse des menschlichen Körpers sind überdies veränderlich. Bei einem Menschen, dem es an allem mangelt, stellen sie die Hauptmotivation, vor allen anderen Motivationen, dar. Wenn also Nahrung im Leben eines Menschen fehlt, wird der Hunger das vorrangigste Bedürfnis sein, vor dem nach Sicherheit, Liebe oder Achtung u. a. Alle Fähigkeiten, wie Intelligenz und Energie, treten dann in den Dienst der wirtschaftlichen Nahrungsbeschaffung und -produktion, während andere Tätigkeiten, die dieser nicht förderlich sind, zurücktreten.

2. Stufe: Sicherheitsbedürfnisse

Auf der nächsten Stufe steht das Bedürfnis nach Sicherheit. Wenn die physiologischen Bedürfnisse weitgehend erfüllt sind, werden die Sicherheitsbedürfnisse wichtiger. Das sind Bedürfnisse nach Sicherheit, Stabilität, Geborgenheit, Schutz, Angstfreiheit, nach Ordnung, Gesetz und Grenzen. Sicherheitsbedürfnisse drücken sich in dem Verlangen nach Gesundheit, dem Arbeitsplatz und Wohnung, Schutz vor Gefahren, finanzieller Sicherheit und Stabilität, Sicherheit im Umfeld aus. In

der modernen Gesellschaft sind die Sicherheitsbedürfnisse weitgehend erfüllt. Bei den meisten Menschen ist das Grundbedürfnis nach Sicherheit überwiegend ausgeglichen, ausgenommen in Notfallsituationen, wie etwa Wirtschaftskrisen, Naturkatastrophen oder Kriminalität, die die Sicherheit der Gemeinschaft bedrohen. Unerwartetes kann sogar massive Panik auslösen. Ist das Sicherheitsempfinden beim Menschen bedroht, entspringt daraus, dass die Sicherheitsbedürfnisse als ein starkes Mangelerebnis in der Folge zu entsprechenden wirtschaftlichen Motiven und Aktivitäten führen.

3. Stufe: Soziale Bedürfnisse

Sind die ersten beiden Bedürfnisstufen weitgehend befriedigt, taucht das in der Hierarchie nächsthöhere Bedürfnis auf. Dann erlebt der Mensch einen Drang nach befriedigenden sozialen Beziehungen sowie das Bedürfnis nach Anerkennung und nach einem anerkannten sozialen Status, sei es gegenüber einzelnen Individuen oder als Mitglied von bestimmten Gruppen. Denn der Mensch ist eine „psychophysische Ganzheit“ und lebt in einem „psychosozialen“ Milieu:

Das einzelne Individuum ist ein Kreuzungspunkt einer Mehrheit von Systemen, welche sich im Verlauf einer fortschreitenden Kultur immer feiner spezialisieren. Ja derselbe Lebensakt eines Individuums kann diese Vielseitigkeit zeigen. Dieselbe ungeteilte Person ist zugleich Glied einer Familie, Leiter einer Unternehmung, Gemeindeglied, Staatsbürger, in einem kirchlichen Verband, dazu etwa Genosse eines Gegenseitigkeitsvereins, eines politischen Vereins (oder) verschiedene Personen sind in jedem von uns, das Familienglied, der Bürger, der Berufsgenosse; wir finden uns im Zusammenhang sittlicher Verpflichtungen, in einer Rechtsordnung, in einem Zweckzusammenhang des Lebens, der auf Befriedigung gerichtet ist: nur in der Selbstbesinnung finden wir die Lebenseinheit und ihre Kontinuität in uns, welche alle diese Beziehungen trägt und hält (Dilthey 2006).

Die sozialen Bedürfnisse charakterisieren den Wunsch nach Freundschaft, Zuneigung, Familie, Liebe und Intimität, nach Freunden, einem geliebten Menschen, dem Lebenspartner, nach Kindern und werden

ein starker Motivator sein. Gleichzeitig wird der Mensch auch versuchen, eine bestimmte soziale Rolle zu erfüllen bzw. sich einen Platz in einer sozialen Gruppe zu sichern. Der Mensch braucht die anderen Menschen, um seine Fähigkeiten zu entwickeln. Die Sozialbedürfnisse drücken das Verlangen nach Wertschätzung und Anerkennung aus – auch im Sinne von Selbstwertschätzung und Selbstachtung. Das Bedürfnis nach Achtung kann nur von anderen Menschen erfüllt werden und bezieht sich auf die Sehnsucht nach hoher Einschätzung der eigenen Person, nach Respekt und Achtung, die dem Individuum entgegen gebracht wird. Der Wunsch nach sozialem Ansehen kennzeichnet diese Bedürfnisstufe: nach Prestige, Wertschätzung, Reputation, Anerkennung, Aufmerksamkeit, Bedeutsamkeit, Wichtigkeit und sozialem Status, ja sogar nach Selbsterhöhung. Diese befriedigten Bedürfnisse zeigen sich als Selbstvertrauen, Selbstwertgefühl, Stärke und Gefühl eines nützlichen Daseins. Bleiben diese Bedürfnisse unbefriedigt, resultieren daraus Unzufriedenheit und Frustration. Die Neigung zu Ehrgeiz: „Ehrsucht“ ist allerdings nach Immanuel Kant in seinem Werk: „Anthropologie in pragmatischer Hinsicht“ die zentrale Schwäche der Menschen.

4. Stufe: Selbstverwirklichung

Das Bedürfnis nach selbstbestimmter Entfaltung der Persönlichkeit und das eigene Leben frei gestalten zu können, treibt den Menschen zur Selbstverwirklichung an. Diese Bedürfnisstufe der Selbstverwirklichung ist meist erst interessant, wenn die grundlegenden Bedürfnisstufen, die körperlichen Grundbedürfnisse, die nach Sicherheit und nach befriedigenden sozialen Beziehungen einigermaßen erfüllt sind. Zu den Bedürfnissen der Selbstverwirklichung zählen unabdingbar die persönlichen, politischen und wirtschaftlichen Freiheitsrechte: Selbstbestimmungsrecht, Informationsfreiheit, Meinungsfreiheit, Kunst-, Wissenschafts-, Religionsfreiheit und Redefreiheit sowie Berufs- und Gewerbebefreiheit u. a. Stehen der Befriedigung dieser Bedürfnisse Hindernisse entgegen, werden diese heftig bekämpft.

Selbstverwirklichung ist das Bedürfnis: *„All das zu werden, was jemand werden kann... Ein Musiker muss musizieren, ein Künstler malen, ein Poet muss schreiben. Was ein Mensch sein kann, muss er sein“* (Maslow). Es geht bei diesem Bedürfnis also um die Verwirklichung

der latent vorhandenen Potenziale. Es geht um den Wunsch, das eigene Potenzial auszuschöpfen. In welcher Form sich dieses Bedürfnis ausdrückt, hängt vom jeweiligen Individuum ab (beispielsweise eine gute Geigerin sein, ein Schriftsteller oder ein Erfinder usw.). Mit anderen Worten: der Mensch muss, um glücklich zu sein, das werden und sein, was er sein könnte. Denn,

da der Mensch ein vernünftiges Wesen ist und beständig sein Glück verfolgt, das er durch Befriedigung eines Affekts oder einer Neigung zu erlangen hofft, so handelt, spricht oder denkt er selten ohne Vorsatz und Absicht. Immer sieht er einen Zweck vor sich; und wie ungeeignet die Mittel auch manchmal sein mögen, die er zur Erreichung seines Endziels wählt, so behält er doch irgendein Ziel im Auge. Nicht einmal seine Gedanken und Überlegungen wird er verschleudern, wo er keine Befriedigung davon zu ernten hofft (Hume 1989, S. 26).

Der letztliche Zweck oder der „Sinn“ der Arbeit ging mit der wirtschaftlichen Entwicklung weitgehend verloren. Trotzdem sind im Zeitalter der Industrialisierung und der Digitalisierung im Umgang mit Computern und Menschen, Disziplinen, wie Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit sowie Fairness und Lernfähigkeit, als Werkzeuge des Umgangs mit der Welt gefordert.

Die **Selbstverwirklichung** des Menschen hat aber auch mit der Sinnfrage in seinem Leben und in der Welt zu tun. Der Mensch sucht die unterschiedlichsten Antworten auf die Sinnfrage der menschlichen Welt und des Lebens und damit auch eine Aufgabe zur schöpferischen Selbstentfaltung, in der er das „Menschenmögliche“ schöpferisch kreativ verwirklichen kann. Maslow sieht deshalb ein großes unerkanntes Potenzial im Menschen:

Selbstverwirklichende Menschen, Menschen also, die einen hohen Grad der Reife, Gesundheit und Selbsterfüllung erreicht haben, können uns so viel lehren, dass sie manchmal fast wie eine andere Spezies menschlicher Wesen erscheinen. Doch weil sie so neu sind, ist die Erforschung der höchsten Bereiche der menschlichen Natur und ihrer äußersten Möglichkeiten und Hoffnungen eine schwierige und gewundene Aufgabe.

2.1.3 Unerfüllte Bedürfnisse sind die Triebfeder der Wirtschaft

Die Bedürfnispyramide ist ein Modell der „Stufung“ oder „Schichtung“ der menschlichen Bedürfnisse. Die Bedürfnishierarchie treibt den Mensch stets nach der nächsthöheren Stufe, sofern er die darunter liegenden Stufen verwirklicht hat, also diese „niederen“ Bedürfnisse befriedigen konnte. Mit anderen Worten: mit Erreichen einer Stufe steigt die Motivation, die nächste Stufe zu erlangen. Die Stufen der Pyramide besagen, dass ein Bedürfnis der niederen Ebene erst befriedigt sein muss, bevor die nächste Bedürfnisstufe genommen wird, wer z. B. durstig und hungrig ist, hat (noch) kaum Interesse an Philosophie oder Kunst. Ein (niederes) Bedürfnis, das befriedigt ist, motiviert nicht mehr. Nur solange ein Bedürfnis noch unbefriedigt ist, treibt es das Handeln. Unerfüllte Bedürfnisse sind deshalb die Triebfedern der Wirtschaft. Sobald Wünsche aufkommen, die nicht oder nur teilweise erfüllt werden können, geraten die Wirtschaftssubjekte in Bewegung und versuchen, den Mangel zu beseitigen oder zu verringern. Unerfüllte Bedürfnisse mobilisieren die Menschen zu Überlegungen und Dispositionen, und treiben sie dazu, wirtschaftliche Anstrengungen zu unternehmen, um all die Güter zu beschaffen, zu erarbeiten, zu erstellen oder einzutauschen, die er als „Mängelwesen“ zum Leben benötigt, kurz gesagt: wirtschaften zu müssen ist ein anthropologisches Schicksal (1. Buch Mose, Kap. 3, Bibel).

„Wirtschaft“ und „wirtschaftliches Verhalten“ ist menschliches Handeln, das eben auf die Befriedigung von Bedürfnissen ausgerichtet ist. Die Bedürfnisbefriedigung ist somit der letzte Zweck des Wirtschaftens. Menschen arbeiten, um Einkommen zu erzielen, mit dem sie Bedürfnisse befriedigen. Haushalte zielen z. B. auf Konsumaktivitäten, Unternehmen auf Investitionsentscheidungen, Anleger auf Vermögensdispositionen, Arbeitnehmer auf Weiterbildungsmaßnahmen, der Staat auf Infrastrukturinvestitionen usw. Mit zunehmender Befriedigung eines Bedürfnisses nimmt dessen motivierender Antrieb ab. Ein befriedigtes Bedürfnis wirkt nicht mehr als Motivation zu wirtschaften, sondern eröffnet ganz neue Bedürfnisse.

2.1.4 Menschenkenntnis für Ökonomen – Das menschliche Vorteilsstreben

Krieg, Handel, Piraterie, dreieinig sind sie, nicht zu trennen ...
Mephisto in Goethe, Faust II, Vers 11187

Adam Smith (1723–1790), Moralphilosoph und Begründer der klassischen Volkswirtschaftslehre aus Schottland, legte in seinem berühmten Buch „Wohlstand der Nationen“ 1776 das wichtigste ökonomische Gesetz vor: „Der Markt regelt alles“: Wenn jeder Einzelne vor allem zum eigenen Vorteil handelt, wirkt sich das Zusammenspiel der vielen Egoismen auch zum Nutzen der Gesellschaft aus und im Ergebnis zum gesamten Gemeinwohl. Diese „natürliche Ordnung“ wird von der „unsichtbaren Hand“ des Wettbewerbs gelenkt. Der sorgt dafür, dass die allen zur Verfügung stehenden Ressourcen wie Arbeitskräfte oder Kapital optimal allen zugute genutzt werden.

Die unsichtbare Hand benötigt jedoch Spielregeln. Der Staat soll nicht direkt in die Märkte eingreifen und regulieren, er soll nur für Rahmenbedingungen sorgen. Der einzelne Wirtschaftsakteur, der für den eigenen Vorteil arbeitet, kann besser beurteilen, was in jeder Situation das Beste ist.

Dabei hatte Smith in seinen philosophischen Werken das Gegenteil beschrieben; für ihn war Empathie der Ursprung menschlichen Handelns. Die Anteilnahme am Leben des Nächsten ist das, was den Menschen menschlich macht. In dem Buch „Theorie der ethischen Gefühle“ (1759) hinterfragt er, wie Nächstenliebe und Mitgefühl möglich sein können. So nüchtern das ökonomische Menschenbild ist, nach dem sich die Wirtschaft orientiert, sind die Menschen doch im Grunde gut. Jeder Mensch hat ein Gefühl dafür, was richtig und was falsch ist: Wenn jemand allein dem eigenen Nutzen dient, wird er zumeist verurteilt.

Das erscheint als ein Widerspruch. Dies ist das sogenannte „Adam-Smith-Problem“, nach dem etwas zunächst moralisch korrekt sein muss, bevor der eigene Vorteil verfolgt werden darf. Das Vorteilsstreben rechtfertigt nicht den persönlichen Egoismus, sondern durch Empathie für

andere Menschen bleibt der Egoismus nicht allein egoistisch, sondern nützt allen.

In der Literatur der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften finden sich unterschiedliche „Modelle“ vom Menschen, die je einen bestimmten Aspekt des Menschen in den Fokus rücken:

- Homo sociologicus (der Mensch als Akteur in sozialen Rollen in Gruppen)
- Homo culturalis (der Mensch als Mitspieler mit anderen Menschen)
- Homo biologicus (der Mensch als ein biologisches Wesen)
- Homo laborans (der Mensch als arbeitendes Wesen)
- Homo ludens (der Mensch als spielendes Wesen)
- Homo oecologicus (der Mensch als ökologisch handelndes Wesen) und
- Homo oeconomicus (der Mensch als wirtschaftliches Wesen)

Der Homo oeconomicus ist hiernach eine Dimension des Homo sapiens: *„Der ökonomische Mensch im allgemeinsten Sinne ist also derjenige, der in allen Lebensbeziehungen den Nützlichkeitswert voranstellt. Alles wird für ihn zu Mitteln der Lebenserhaltung, des naturhaften Kampfes ums Dasein und der angenehmen Lebensgestaltung“* (Spranger 1950, S. 148). Vor allem Adam Smith war der Schöpfer dieses anthropologischen Konstrukts, das lange ein „Axiom“ der Wirtschaftswissenschaften bildete. Dieser ökonomisch gesinnte Mensch ist bestimmt von der Tendenz, sein Leben vor allem nach wirtschaftlichen Kriterien auszurichten. „Jedefrau und jedermann“ wählen nach ihren Wünschen und Präferenzen zwischen den Alternativen, weil Güter nur begrenzt und nicht ausreichend zur Verfügung stehen, um alle Bedürfnisse befriedigen zu können. Wirtschaften bedeutet, Knappheiten zu verringern, mit anderen Worten über knappe Mittel so zu disponieren, dass sie mit den Bedürfnissen, ob im privaten oder betrieblichen Bereich, möglichst in Einklang gebracht werden, d. h. dass die Menge der verfügbaren Güter den gegebenen Bedürfnissen entsprechen werden.

Der Homo oeconomicus ist ein Akteur, der bei all seinem Handeln vor allem auf seinen Vorteil bedacht ist und unter Nutzung aller vorhandenen Informationen die vorteilhafteste Handlungsoption wählt.

Sein Handeln ist also nur am Eigeninteresse, an der Nutzenmaximierung, an voller Rationalität, klaren Präferenzen und (vollkommenen) Informationen orientiert.

Das Modell des Homo oeconomicus idealisiert einen handelnden und denkenden Menschen, der in jeder Situation, sei es als Haushalt, als Unternehmer, als Anleger, als Investor oder als Arbeitnehmer etc. die jeweils vorteilhafte Alternative im Hinblick auf seine gewünschten Bedürfnisse wählt. Der Homo oeconomicus ist deshalb ein „Konstrukt“, ein ökonomisch idealtypischer Mensch, der in jeder Situation bei seinen Dispositionen stets den je größten Vorteil für sich sucht – unabhängig von der jeweiligen politisch-gesellschaftlichen Herrschaftsstruktur; er ist gleichsam anthropologisch vorgegeben. Insofern ist er ein rational handelnder (modellhafter) Menschentyp (Wirtschaftsakteur), der sich stets nach dem ökonomischen Prinzip orientiert. Er trifft seine Entscheidungen nur auf Anreize gemäß seiner Präferenzen (Vorlieben), ist bestens informiert und sucht, den für sein Budget bestmöglichen „Nutzen“ (ob materiell oder immateriell) zu erzielen.

Diese Verhaltenshypothese des Homo oeconomicus ist zu einem wirtschaftlichen Leitbild geworden, zu einer effizienten Verhaltensnorm. Sie ist in diesem Sinne eine Maxime für wirtschaftliches Verhalten, die auch als Leitbild für vernünftiges wirtschaftliches Verhalten verstanden wird. Wer sich um ökonomische Vernunft bemüht, richtet sich am Leitbild ökonomischer Rationalität aus, um „*die Gesetze der Wirtschaftlichkeit zum Bewusstsein zu bringen*“ (Carl Menger, 1841–1921).

Das menschliche Vorteilsstreben wurde oft mit dem einseitigen Bild vom Homo oeconomicus verschmäh und ist vielseitig umstritten. Für den einen ist der Homo oeconomicus die Verkörperung einer unverzichtbaren Verhaltenshypothese; unverzichtbar insofern, als nur auf der Grundlage dieser Hypothese ökonomisch rational gedacht werden kann. Für die anderen ist er ein Zerrbild des Menschen, die Verkörperung des kalten Egoisten, eine durch und durch unsympathische Figur.

Natürlich ist das Eigennutzmotiv ein wichtiges, aber nicht das einzige Motiv menschlichen Handelns. Das Handeln des Menschen ist nicht nur von rationalen Erwägungen geprägt, sondern auch von *animal spirits*, von Emotionen und Instinkten bestimmt. Denn die Menschen handeln bekanntlich aus den vielfältigsten Motiven heraus, wie

aus Dankbarkeit, aus Verärgerung, aus sozialer Verpflichtung und vielen anderen Motiven. Menschen maximieren nicht einfach egoistisch ihren Nutzen, sondern streben auch nach Fairness, Kooperation und vertrauensvollen Beziehungen, lassen sich leiten von sozialen und moralischen Gefühlen. Der Mensch ist auch zu altruistischem Verhalten fähig und nicht nur ein Eigennutz-Maximierer. Mit anderen Worten: *„Handle so, dass durch dein Handeln der größte Nutzen bzw. der geringstmögliche Schaden für die größte Anzahl der Betroffenen entsteht“ (frei nach I. Kant und A. Smith).*

Für Nichtökonomien ist es oft schwer zu verstehen, warum Ökonomen das Vorteilmotiv so in den Vordergrund stellen. Dass die Ökonomen das tun, hat aber gute Gründe: Das Vorteilmotiv stützt die Mechanismen der biologischen Evolution und der natürlichen Auslese. Diejenigen Verhaltensweisen setzen sich in der gesellschaftlichen Evolution als erfolgreich durch, die vorteilhaft sind, auch wenn nicht alle Wirtschaftssubjekte rational nach der Vorteilsmaximierung handeln. Sogar Tiere handeln ökonomisch. Wenn z. B. Ratten auf dem Weg zum Futterplatz in einem Labyrinth nach einiger Zeit Umwege vermeiden und die kürzeste Strecke wählen, minimieren sie ihren Energieaufwand bei der Erreichung eines gegebenen Ziels, der Futterstelle, mit dem geringstmöglichen Aufwand.

Adam Smith erkennt im Homo oeconomicus sogar die Basis für die Wohlfahrt der Nationen. Der gesunde Egoismus des Einzelnen würde wie von **„unsichtbarer Hand“** Wohlstand als Nebenergebnis mit sich bringen, das für alle in einer Gesellschaft vorteilhafter sei.

Das abstrakte Menschenbild des Homo oeconomicus wurde von der Wirtschaftswissenschaft erschaffen, um das menschliche Verhalten in Wirtschaftsmodellen darstellen zu können. Die Modellkonstruktion und Theoriebasierung der Wirtschaftswissenschaft braucht eine realistische „Annahme“ des menschlichen Verhaltens, die beschreibt und erklärt, woran sich die wirtschaftlichen Akteure orientieren und handeln. Nur so lässt sich in Modellen oder Theorien das Verhalten der Wirtschaftsakteure einigermaßen stabil und vorhersagbar formulieren. Ohne dieses methodisch notwendige Paradigma eines plausiblen „Menschenbildes“ könnte die ökonomische Theorie, trotz ihrer praktischen Unzulänglichkeiten, schwer gebildet werden. Die Motiv- und

Verhaltensannahme von der Rationalität des „Menschen“ bei der Verfolgung des eigennützigen Interesses ist deshalb ein unverzichtbarer **methodischer** Bestandteil ökonomischen Denkens.

2.2 Fallstricke des „gesunden“ Menschenverstandes

Aus der Bedürftigkeit und den Bedürfnissen des Menschen folgt, dass ein Wirtschaftssubjekt, z. B. als Verbraucher, Anleger, Investor, Anbieter etc., zumeist diejenige Handlung aus einer Menge von Handlungsoptionen wählt, die den größeren Vorteil hat. Dies wird „gesunder Menschenverstand“ genannt. Aber „Irren ist menschlich“ beschreibt die Widersprüchlichkeit des Menschen und seinen Versuch, diese Widersprüche bzw. Spannungen auszuhalten.

Der „gesunde Menschenverstand“ hat im Allgemeinen und im Besonderen in wirtschaftlichen Dingen die fatale Neigung sich zu irren und in einen der zahllosen Fallstricke hineinzugeraten, die die wirtschaftliche Wirklichkeit dem Menschen bereitstellt. Fallstricke sind fatale Fehler, Fallen oder Schlingen für das Denken, Entscheiden oder Handeln. Ein Fallstrick kann auch ein dünner Faden sein. Ein Mensch der sich für klug und irrtumsfrei hält und glaubt über vollkommene Information und Wissen zu verfügen, sitzt tief in der Falle seines selbst getäuschten „gesunden Menschenverstands“. Das ist wohl der größte Irrtum: *„Der Mensch irrt, solange er strebt“* (Wolfgang v. Goethe, in: Faust).

Die häufigsten Fallstricke in Alltag und Wirtschaft sind vor allem:

- Rationalitätsfallen
- Herdentrieb
- Vorurteile
- Blinde Flecken
- Unerwartete Ereignisse

Rationalitätsfallen

Lange Zeit haben die Ökonomen den Homo oeconomicus zum Eckstein ihrer Überlegungen gemacht. Das Ziel des Homo oeconomicus ist der größtmögliche Nutzen. Anhand ökonomischer Überlegungen entscheidet und wählt er unter verschiedenen Handlungsoptionen nach der zur Verfügung stehenden Information und nach rationalen Gesichtspunkten diejenige Handlung, die den größten Nutzen verspricht. Die in der Wirtschaftswissenschaft vorherrschende Vorstellung des ökonomischen Verhaltens wird bestimmt von dem Glauben an die Rationalität und von der Annahme rationalen Handelns. Sie ist in den Wirtschaftswissenschaften tief verwurzelt, obwohl die Rationalitätsannahme des Menschen in der Realität meist nicht erfüllt bzw. die Rationalität des Menschen nur beschränkt ist.

Weil der Mensch über begrenzte Rationalität verfügt, aufgrund begrenzter kognitiver Kapazitäten und der Komplexität des sozialen Geschehens, wird das menschliche Handeln der Akteure nie vollkommen rational sein können. Der Mensch verhält sich oft nicht klar zielorientiert und ist aufgrund seiner Beschränkungen nicht immer in der Lage, die beste Handlung zu wählen. Die Leistungsfähigkeit des menschlichen Verstandes ist oft gering im Vergleich zur Komplexität der Probleme, die in der wirtschaftlichen Realität zu lösen sind. Die Psychologie zeigt überdies, wie sehr die Menschen von Emotionen und vom Unterbewussten abhängig sind und beeinflusst werden. Die Vorstellung eines Homo oeconomicus, der vollkommen informiert, nur auf den größten eigenen Nutzen bedacht, rational handelt, bietet deshalb nur einen begrenzten Erklärungsgehalt.

Die Annahme der Rationalität des Menschen ist nicht ganz falsch, aber auch nicht ganz richtig, weil die Menschen in der Realität immer wieder in Rationalitätsfallen, wie Irrtümer oder Fehlschlüsse, geraten. Typische Rationalitätsfallen sind **Irrtümer** aufgrund von „Denkfehlern“ (oft aufgrund der Komplexität von Entscheidungssituationen), wie falsche Annahmen oder Behauptungen. Wenn sich ein Mensch in einem Irrtum befindet, geschieht dies unabsichtlich, in „gutem Glauben“ und von der Wahrheit überzeugt, aufgrund falscher Informationen oder von Fehlschlüssen. Im Gegensatz dazu verfälscht die Lüge, die in der Wirtschaft eine große Rolle spielt, die Wahrheit mit Absicht, z. B. in der

Werbung oder den *public relations*, in der Propaganda oder bei falschen Autoritätsansprüchen.

In eine typisch konjunkturbedingte „Rationalitätsfalle“, die aus der Volkswirtschaft bekannt ist, geraten Millionen Haushalte, wenn sie sich in Zeiten „schlechter Konjunktur“ scheinbar haushaltsökonomisch rational verhalten – und sparen. In Abschwungs- und Rezessionsphasen neigen die meisten Haushalte nämlich gerade dazu, „vorsorglich“ – und scheinbar rational – jetzt noch mehr zu sparen. Makroökonomisch wird dieses „Angstsparen“ – denn sparende Haushalte befürchten Abschwung und Rezession – durch die dadurch erzeugte sinkende Gesamtnachfrage eine Rezession erst richtig verursachen und verschärfen.

Herdentrieb

Die meisten Menschen lassen sich durch Worte und Taten anderer relativ leicht beeinflussen. Wenn viele Menschen etwas tun, kann dies dazu führen, dass andere dies übernehmen. Menschen unterliegen leicht dem Gruppenzwang, dem „Herdeneffekt“(-trieb), d. h. zu tun, was eben auch andere tun. Solange die Menschen die Angewohnheit haben, ihre Informationen durch dominierende Marktmeinungen zu gewinnen, werden ihre Zukunftserwartungen zwischen übertriebenem Optimismus und übermäßigem Pessimismus hin und her schwanken, und wird auch der Konjunkturzyklus entsprechenden Schwankungen folgen (Ferguson 2009, S. 151).

Vorurteile

Das Streben der Menschen nach Harmonie und Vermeidung oder Verringerung von kognitiven Dissonanzen führt dazu, dass Menschen in selbst gemachte Fallstricke geraten, durch systematisch selektive Wahrnehmung von Informationen. Sie beachten nur solche Informationen, die ihre bisherige Meinung stützen und sie schätzen widersprüchliche Informationen gering oder ignorieren sie und verhalten sich blind gegenüber eigenen Fehlern. Dies führt zu Vorurteilen aufgrund vor-eiliger oder nicht durchdachter Schlussfolgerungen: z. B. subjektive Meinungen, ideologische Voreingenommenheiten oder interessenbedingte Lobbyismus-Fallen, aber auch Voreingenommenheiten gegenüber bestimmten (Marken-) Produkten oder Firmen etc. Die meisten Menschen beharren lieber hartnäckig auf einmal gebildeten Vorurteilen,

weil sie Verunsicherung fürchten und ungern ihre Auffassungen ändern. Deshalb wusste schon Albert Einstein: *„Leichter lässt sich ein Atomkern spalten, als ein Vorurteil.“*

Blinde Flecken

Die meisten Wirtschaftssubjekte müssen ihre ökonomischen Ziele und den größtmöglichen Nutzen zumeist bei unvollständiger Kenntnis der wirtschaftlichen Alternativen und deren Folgen anstreben. Die Kenntnisse über die Gegebenheiten einer Situation und deren weitere Folgen sind fast immer unvollständig. Was Menschen erkennen, ist in der Regel auch nur ein Teil des Ganzen und beinhaltet deshalb das Risiko, in einen Irrtum oder einen Fallstrick zu geraten. Die größten Fallstricke und Fehleinschätzungen beziehen sich natürlich auf die Zukunftserwartungen, wie z. B. auf die künftige politische Entwicklung u. a. Denn selbst die kompetentesten Menschen verfügen nur über beschränkte Information und unvollkommenes Wissen über die Entwicklung der Zukunft. Wirtschaftliche Entscheidungen von Unternehmen, Haushalten und des Staates reichen jedoch immer in die Zukunft mit ihrem ungewissen Wandel und den Fortschritten des Wissens etc. Die Zukunft ist immer „im Nebel“ oder bspw. im Bonmot von Karl Valentin: *„Prognosen sind schwierig – besonders, wenn sie die Zukunft betreffen“*, oder mit biblischer Weisheit: *„Unser Wissen ist Stückwerk, und unser Weissagen ist Stückwerk“* (Paulus, 1. Brief an die Korinther 13, Bibel).

Unerwartete Ereignisse

Ein großer Fallstrick ist das Unvorhergesehene, die sog. Imponderabilien (*lat. imponderabilis* – unwägbare), ein Ausdruck für Unwägbarkeiten. Das sind z. B. nicht berechenbare Risiken, wie Erwartungsirrtümer, Zufälle oder unerwartete Ereignisse. In Europa waren die Menschen absolut überzeugt, dass alle Schwäne eben weiß seien, bis völlig unerwartet und unvorhersehbar ein schwarzer Schwan in Australien entdeckt wurde. Nassim N. Taleb bezeichnet deshalb Ereignisse, die

- unvorhersehbar sind,
- selten vorkommen sowie
- große Auswirkungen zeitigen,

als „schwarze Schwäne“. Taleb hat für das Unvorhersehbare den Begriff des „schwarzen Schwans“ als Metapher eingeführt (vgl. Taleb 2014, 2015).

Irrtümer sind produktiv

Wirtschaften heißt, dass ein Wirtschaftssubjekt – ein Verbraucher, ein Produzent, ein Arbeitnehmer, ein Sparer oder Anleger o. a. – in einer bestimmten wirtschaftlichen Situation im Hinblick auf gewünschte Nutzenwirkungen über knappe Mittel – Geld, Zeit, Ressourcen o. a. – disponiert, also Wahlentscheidungen treffen muss. Dazu benötigt das Wirtschaftssubjekt mehr oder weniger Informationen und Wissen über die relevanten Mittel-Wirkungs-Zusammenhänge. An diesen Informationen und Wissen fehlt es aber oft oder sie sind zu teuer, sodass das Wirtschaftssubjekt mit nur unvollkommenen Informationen und Wissen entscheiden oder wählen muss. Damit riskiert es, Irrtümer und Fehler zu begehen, sodass es seine Entscheidung später womöglich bereut. Die wirtschaftliche Wirklichkeit bereitet für jedes Wirtschaftssubjekt in jeder neuen Situation unerwartete Fallstricke.

Wirtschaftliche Dispositionen verbergen fast immer Fallstricke durch Fehler oder Irrtümer. Diese sind wegen bruchstückhafter Information und Wissen unvermeidbar. So hat jedes Wirtschaftssubjekt immer wieder einmal etwas zu bereuen: sei es einen Fehlkauf, eine Fehlinvestition, eine Fehlgeldanlage oder eine staatliche oder behördliche Fehlentscheidung usw. Wenn die eingesetzten Mittel nur klein waren oder der Irrtum schnell erkannt und korrigiert werden konnte, könnte die Reue ggf. gering gehalten werden. Hat ein Wirtschaftssubjekt eine Fehlentscheidung getroffen, gilt es, den begangenen Fehler zu bereuen und schleunigst zu korrigieren. Es ist eine Binsenweisheit, aus Fehlern zu lernen und die Reue über Fehler ist ein Motor des Fortschritts. Einen Fehler zu begehen ist nicht so schlimm, schlimm ist es vielmehr, über einen Fehler keine Reue zuzulassen; denn Reue über einen Fehler führt dazu, es beim nächsten Mal besser zu machen. So wird ein Wirtschaftssubjekt von Fall zu Fall immer klüger. Tätige Reue, das heißt einmal gemachte Fehler durch schonungslose Selbsterkenntnis zu korrigieren, ist ein Erfolgsrezept für nachhaltigen wirtschaftlichen oder wirtschaftspolitischen Erfolg.

Das größte Hindernis für solchen „gesunden Menschenverstand“ ist Selbstgerechtigkeit. Selbstgerechtigkeit blockiert das Lernvermögen und im weitesten Sinne die „Intelligenz“ des Menschen. Sie verhindert seine Selbsterkenntnis und Selbstkorrektur, sich ständig lernend weiterzuentwickeln und zu verbessern. „Intelligenz“ ist die Fähigkeit zur Selbstreflexion. Selbstreflexion wird gelernt durch Üben.

Der größte Irrtum des Menschen war deshalb wohl, die Welt so einzurichten, dass der Irrtum zur knappen Ressource wurde. Eine Welt ohne Irrtum wäre aber bald eine menschenleere Welt (Bernd Guggenberger). Dies gilt umso mehr, als Irrtümer für die Entwicklung einer Volkswirtschaft höchst produktiv sein können, weil Irrtümer sich als ökonomisches Entdeckungsverfahren erweisen können – als Fortschritt durch Fehlschritte – und so zum Auffinden von produktivem Wissen, das sonst nicht so bald entdeckt worden wäre, führen können. Paradoxerweise kann dadurch die Erkenntnis wachsen.

Die ständige Weiterentwicklung der Volkswirtschaft und ihrer Effizienz ist aber darauf angewiesen, dass die Menschen in ihren Rollen als Wirtschaftssubjekte ständig dazulernen. Eine Volkswirtschaft ist umso erfolgreicher, als sie stets auch eine große Veranstaltung des organisierten Lernens ihrer wirtschaftlichen Teilnehmer darstellt.

Quellen und weiterführende Literatur

- Akerlof, G. A. / Shiller, R. J., *Animal Spirits. How Human Psychology Drives the Economic and Why it Matters for Global Capitalism*, Princeton 2009 (deutsche Übersetzung: *Animal Spirits. Wie Wirtschaft wirklich funktioniert*, Frankfurt 2009)
- Altner, Günter, *Menschliche Grundbedürfnisse*, in: *Agenda 21 – Vision Nachhaltige Entwicklung*, Frankfurt am Main 1999
- Ariely, D., *Denken hilft zwar, nützt aber nichts. Warum wir immer wieder unvernünftige Entscheidungen treffen*, München 2008
- Ariely, D., *Die halbe Wahrheit ist die beste Lüge. Wie wir andere täuschen und uns selbst am meisten*, München 2012
- Ariely, D., *Fühlen nützt nichts, hilft aber. Warum wir uns immer wieder unvernünftig verhalten*, München 2010

- Ariely, D., The End of Rational Economics, Harvard Business Review, Ausgabe Juli/August 2009, S. 78–83
- Beinhocker, Eric, Die Entstehung des Wohlstands. Wie Evolution die Wirtschaft antreibt, Landsberg/Lech 2007
- Dilthey, Wilhelm, Gesammelte Schriften, Göttingen 2006
- Dörner, D., Entscheidungsfallen. Die Logik des Misslingens in der Entwicklungspolitik, in: epd Entwicklungspolitik, 22/1995
- Dörner, D., Problemlösen als Informationsverarbeitung, Stuttgart 1975
- Dörner, Klaus / Plog, Ursula / Teller, Christine / Wendt, Frank, Irren ist menschlich. Lehrbuch der Psychiatrie und Psychotherapie, 22. Aufl., Köln 2013
- Dörner, D., Die Logik des Misslingens, Reinbek 1989
- Drosg, Manfred, Der Umgang mit Unsicherheiten. Ein Leitfaden zur Fehleranalyse, 1. Aufl., 2006
- Dueck, Gunter, Abschied vom Homo oeconomicus. Warum wir eine neue ökonomische Vernunft brauchen, 3. Aufl., Frankfurt/M. 2010
- Eberhardt, Margarete, Erkennen, Werten Handeln. Ein Beitrag zur Lehre des Menschen, Bd. 1–3, Hamburg 1956
- Ferguson, Neil, Der Aufstieg des Geldes. Die Währung der Geschichte, München 2009
- Frey, Ulrich / Frey, Johannes, Fallstricke. Die häufigsten Denkfehler in Alltag und Wissenschaft, München 2011
- Gabler Wirtschafts-Lexikon, 15. Aufl., S. 1457
- Guckelsberger, Ulli, Das Menschenbild in der Ökonomie. Ein dogmengeschichtlicher Abriss, in: Rump, Jutta / Sattelberger, Thomas / Fischer, Heinz, Hg., Employability Management. Grundlagen, Konzepte, Perspektiven, Wiesbaden 2006
- Hayek, F. A. von, Die Verfassung der Freiheit, Tübingen 1971, S. 76
- Heckhausen, J. / Heckhausen, H., Motivation und Handeln. Einführung und Überblick, Berlin 2006
- Heckhausen, Jutta, Motivation und Handeln, Berlin/Heidelberg 2010
- Hume, David, Ein Traktat über die menschliche Natur, Hamburg 1989
- Kahneman, D., A Psychological Perspective on Economics, in: American Economic Review, Vol. 93, 2, 2003, S. 162–168
- Kamlah, Wilhelm, Philosophische Anthropologie, Mannheim 1973
- Kant, Immanuel, Anthropologie in pragmatischer Hinsicht, Stuttgart 1983

- Kirchgässner, Gebhard, Homo oeconomicus. Das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Tübingen 1991, 3. Aufl., 2008
- Manstetten, Reiner, Das Menschenbild in der Ökonomie. Der homo oeconomicus und die Anthropologie von Adam Smith, Freiburg/München 2000
- Maslow, Abraham H., Motivation and Personality, New York 1954, 1970, dt., Motivation und Persönlichkeit, 1977, Reinbek bei Hamburg 1981
- Maslow, Abraham H., Motivation und Persönlichkeit, 12. Aufl., Reinbek bei Hamburg 1981
- Maslow, Abraham H., Psychologie des Seins, München 1962/1997
- Ruckriegel, K., Behavioral Economics. Erkenntnisse und Konsequenzen, in: WISU, 40. Jg., 2011, S. 832–842
- Schlicht, Ekkehart, Der homo oeconomicus unter experimentellem Beschuß, in: Experimentelle Ökonomik, Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik, Held, Martin / Kubon-Gilke, Gisela / Sturn, Richard, Hg., Bd. 2, Marburg 2003
- Smith, Adam, Theorie der ethischen Gefühle, 6. Aufl., 1790, Hamburg 2004
- Spranger, Eduard, Lebensformen. Geisteswissenschaftliche Psychologie und Ethik der Persönlichkeit, 8. Aufl., Tübingen 1950
- Taleb, Nassim N., Der schwarze Schwan. Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse, 8. Aufl., München 2015
- Taleb, Nassim N., Der schwarze Schwan. Konsequenzen aus der Krise, 3. Aufl., München 2014
- Taleb, Nassim Nicholas, Der schwarze Schwan. Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse, orig.: Black Swan and Domains of Statistics, in: The American Statistician, August 2007, Vol. 61, No. 3
- Woll, Helmut, Menschenbilder in der Ökonomie, München/Wien 1994

Versuch und Irrtum

Wie Markt und Staat die Volkswirtschaft lenken

Möller, H.W.

2017, XV, 422 S. 1 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-02311-9