

Das Wissen

Mentale Buchführung – Unser irrationaler Umgang mit Geld

Von Beate Krol

Sendung vom: Samstag, 30. November 2024, 08.30 Uhr
(Erstsendung: Donnerstag, 14. Dezember 2023, 08:30 Uhr)

Redaktion: Marisa Gierlinger/Sonja Striegl

Regie: Andrea Leclerque

Produktion: SWR 2023

Hier knausern, da klotzen: Wie locker das Geld bei uns sitzt, folgt nicht immer Kriterien der Vernunft. Mit der sogenannten „Mentalen Buchführung“ setzt sich die Verhaltensökonomie auseinander.

SWR Kultur können Sie auch im **Webradio** unter [swrkultur.de](https://www.swr.de/swrkultur.de) und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:
<https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...
Kostenlos herunterladen: <https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html>

MANUSKRIFT

Musikakzent

Sprecher:

Homo Oeconomicus. So heißen wir Menschen in den Wirtschaftswissenschaften. Die Wissenschaftler haben uns diesen Namen gegeben, weil sie davon ausgehen, dass wir Menschen grundsätzlich das tun, was uns wirtschaftlich nutzt. Mehr noch: Wir gieren geradezu danach, das zu tun, was uns wirtschaftlich nutzt. Wenn die anderen dadurch Nachteile haben – nun, Pech gehabt. Als Homo Oeconomicus können wir nun mal nicht anders. Es sei denn, man hält uns ein vermeintliches Schnäppchen vor die Nase. Oder das neue iPhone kommt raus. Oder wir verlängern ein Abo, von dem wir eigentlich wissen, dass wir es nicht wirklich nutzen. Dann setzt unsere wirtschaftliche Vernunft für einen kurzen Moment aus. Aber natürlich nur dann, oder?

Atmo 01: Einarmiger Bandit

Ansage:

„Mentale Buchführung – Unser irrationaler Umgang mit Geld“. Von Beate Krol.

Atmo 02: Pressekonferenz

Sprecherin:

Am Morgen des 24. März 2022 treten die Parteivorsitzenden der Ampelkoalition vor die Kameras. Lars Klingbeil für die SPD, Ricarda Lang für die Grünen und Christian Lindner für die FDP. Gemeinsam erklären sie, was sie in der Nacht zuvor beschlossen haben, um die Bürger von den gestiegenen Energiekosten zu entlasten. Der Ukrainekrieg und die Sanktionen gegen Russland hatten Gas und Benzin deutlich teurer gemacht.

O-Ton 01 Lars Klingbeil, Politiker (SPD) / Ricarda Lang, Politikerin (Bündnis 90 /Die Grünen) / Christian Lindner, Politiker (FDP):

Für uns als Sozialdemokraten, das will ich hier betonen, ist ein Kernstück dieser Verabredung heute Nacht die Energiepreispause. // Wir machen Bus- und Bahnfahrten so billig, wie es in Deutschland wahrscheinlich noch nie war. // Wir werden den Spritpreis reduzieren; beim Benzin um 30 Cent pro Liter und beim Diesel um 14 Cent pro Liter. **(1)**

Sprecherin:

Die Ampelkoalition macht ihre Ankündigungen wahr. Der Staat übernimmt einmalig 300 Euro bei den Heizkosten, führt ein zeitlich begrenztes 9-Euro-Ticket für den Öffentlichen Nahverkehr ein und verzichtet auf einen Teil der Energiesteuer auf Benzin und Diesel. Eigentlich sollte man meinen, dass die Bürger dafür dankbar sind oder die Maßnahmen zumindest anerkennen. Denn schließlich haben sie vom Staat Geld geschenkt bekommen. Doch das ist nicht der Fall. Die 300 Euro Energiepauschale sind schnell vergessen. Der Spritpreis ist immer noch zu hoch. Und das 9-Euro-Ticket sorgt im Nachhinein für Unzufriedenheit, weil der Nachfolger 40 Euro teurer ist.

Musikakzent

Sprecherin:

Warum sind wir so? Warum können wir uns nicht – nun ja – einfach mal freuen?

O-Ton 02 Prof. Eric Johnson, Wirtschaftsprofessor an der Columbia Business School in New York:

Well, I think there are at least pretty reasons.

Sprecherin:

Der Psychologe Eric Johnson ist Wirtschaftsprofessor an der Columbia Business School in New York und ein renommierter Vertreter der Verhaltensökonomie. Die Disziplin, die in den 1970er Jahren von den Psychologen Daniel Kahnemann und Amos Tversky begründet wurde, geht der Frage nach, warum wir uns beim Thema Geld so oft irrational verhalten.

O-Ton 03 Prof. Eric Johnson:

There is a sort of a tendency to be loss averse. So, loss aversion means: loss is lot more than gains.

Sprecherin:

Ein wichtiger Grund, sagt Eric Johnson, sei unsere Verlustaversion. Es tut einfach weh, Geld zu verlieren. Der Schmerz ist sogar doppelt so stark, als uns umgekehrt ein Gewinn freut. Außerdem nehmen wir Gewinne und Einsparungen offenbar nur wahr, wenn wir sie zeitnah erhalten. Jetzt. Gleich. Geld, das uns erst in der Zukunft winkt, ignorieren wir.

O-Ton 04 Prof. Eric Johnson:

We tend to discount hyperbolically. And that says there are basically things that happen right now get weight in much more than things that happened later. So, that savings of 200 dollars, 300 dollars a month will continue but the psychology is such that it disappears. So, it almost goes to nothing.

Voiceover (Eric Johnson):

Wir neigen dazu, Dinge hyperbolisch zu entwerten. Das bedeutet, dass Dinge, die jetzt passieren, viel mehr Gewicht haben als Dinge, die später passieren. Eine monatliche Ersparnis von 200 Dollar verblasst, auch wenn sie sich immer weiter fortsetzt. Bis sie schließlich gegen Null geht.

Sprecherin:

Für die Politik macht uns das zu einem harten Brocken. Die 300 Euro Energiepauschale sind für uns kein Geschenk, sondern ein billiges Trostpflaster. Beim 9-Euro-Ticket steht die Einbuße im Vordergrund, weil das Nachfolge-Ticket 40 Euro teurer ist. Die Energiepauschale ist wertlos, weil sie nicht sofort auf unserem Konto auftaucht. Mit uns selber gehen wir nicht so hart ins Gericht. Da können Verluste sogar Gewinne sein.

O-Ton 05 (TikTok):

Ich habe mal wieder viel zu viel geshoppt, aber dank Girl Maths ist das in Ordnung. Let me explain.

Sprecherin:

„Girl Maths“ – Mädchen Mathematik – ist ein neuer äußerst erfolgreicher TikTok-Trend. Junge Frauen erklären auf der Internetplattform in kurzen Videos, wie sie die Verlustaversion austricksen. Zum Beispiel die Userin sophililianax.

O-Ton 06 (TikTok):

Auf diese Hose habe ich 20 Prozent Rabatt gekriegt und ich habe 15 Euro gespart. Dieser Pulli war 60 Prozent reduziert und ich habe über 40 Euro gespart. Und diese Stiefel habe ich Second Hand für 150 Euro gekauft. Original kosten die 600 Euro, also habe ich 450 Euro gespart. **(2)**

Sprecherin:

Geld ausgeben und dabei Geld sparen. Das klingt zu schön, um wahr zu sein. Und es stimmt ja auch nicht. Trotzdem geben wir uns der Schnäppchen-Spar-Illusion begeistert hin. Warum geht diese Vermarktungsstrategie also auf? Georg Felser, Professor für Markt- und Konsumpsychologie an der Hochschule Harz in Wernigerode, erklärt das so:

O-Ton 07 Prof. Georg Felser, Professor für Markt- und Konsumpsychologie an der Hochschule Harz in Wernigerode:

Ein Grund könnte die Verknappung sein. Also das Schnäppchen wird ja dadurch ein Schnäppchen, dass es eben nicht dauerhaft billig ist, sondern eben nur jetzt. Was darüber hinaus Schnäppchen noch attraktiv macht, ist die Vorstellung, etwas nicht zu verlieren. Also Geld nicht ausgeben zu müssen, ist für uns hochattraktiv. Und durch ein Schnäppchen kann man den Leuten natürlich suggerieren, dass sie in der Tat was sparen

Sprecherin:

Bei Girl Maths spielen Schnäppchen eine große Rolle. Ihnen sind wir wegen unserer Verlustaversion besonders ausgeliefert, weil sie in uns die Vorstellung hervorrufen, Geld nicht ausgeben zu müssen. Also eigentlich zu sparen.

Atmo 03: Kassenklingeln**O-Ton 08 Girl Maths-Erklärung bei Youtube: (3):**

„The economic principles of girl maths are as follows. Using a 330 Dollar dress as an example“.

Sprecherin:

Aber es gibt noch mehr Girl-Maths-Prinzipien, erklärt die neuseeländische Comedian und Girl Maths-Erfinderin Haley Sproull in einem Video. So wird ein Preis immer erst mal...

O-Ton 09 Girl Maths-Erklärung bei Youtube weiter:

Start by rounding the prize down to 300 dollars.

Sprecherin:

...abgerundet. Im Fall eines Kleides wird er dann ...

O-Ton 10 Girl Maths-Erklärung bei Youtube weiter:

Divide that price by how many times you wear the dress.

Swap it with a friend which means: You get a new dress for free. When you swap it back and we sell the original dress online at the sum of the price per wear and hey Presto, you actually made 75 dollars.

Sprecherin:

... durch die Anzahl der Gelegenheiten geteilt, an denen man es trägt. Trägt man das Kleid oft genug und tauscht man es schließlich gegen das Kleidungsstück einer Freundin, geht der Preis gegen Null. In die Gewinnzone kommt man, wenn man das Kleid zurücktauscht und es anschließend über eine Second hand-Plattform verkauft.

O-Ton 11 Girl Maths-Erklärung bei Youtube weiter:

Probably, you are literally making money off of buying this dress.

Sprecherin:

Haley Sproull und ihr Team von der ZM Radio Show präsentieren „Girl Maths“ mit einem guten Schuss Selbstironie und treiben die Prinzipien gern ins Absurde. In einer abgemilderten Form wenden wir aber alle Mädchen-Mathematik an. Das gilt auch für die Männer. In den TikTok-Videos treten die gern in der Rolle der Vernunft auf. Während ihre Freundin girl mathed schütteln sie im Hintergrund fassungslos den Kopf. Der Berliner IT-Consultant Jörg Gudehus kennt die Rollenverteilung aber auch umgekehrt. Zusammen mit einem Kollegen hat er ein Geschäft, in dem er Apple Computer und iPhones verkauft.

O-Ton 12 Jörg Gudehus, IT-Consultant:

Die Frauen fragen eher: Brauche ich das? Die Männer fragen: `Das brauche ich! Ist doch richtig so? Na ja, ja´. Also, sie wollen dann immer eine Bestätigung haben.

Sprecherin:

Jörg Gudehus liefert seinen Kunden diese Bestätigung keineswegs immer. Oft findet er, dass es auch ein einfacheres Modell tut. Ein kleinerer Bildschirm. Weniger Speicher. Oder das neue Modell unterscheidet sich kaum vom alten. Manchmal dringt er mit seinen Argumenten durch. Manchmal aber auch nicht.

O-Ton 13 Jörg Gudehus:

Selbst, wenn man erst letztes Jahr sich ein neues iPhone geholt hat, und dann kommt das neue... Ja, man möchte es dann mal anfassen. Und dann ist alles verloren. Man will es dann einfach haben. Und dann schiebt man im Kopf seine Zahlen so zurecht, dass es ja dann eigentlich doch in Ordnung ist.

Sprecherin:

Eine besonders beliebte Strategie beim iPhone-Kauf besteht darin, sich vorzunehmen, das alte zu verkaufen oder an einen Familienangehörigen weiterzugeben. Bevorzugt an die Frau oder Partnerin, die gern als Korrektiv gleich mitgebracht wird.

O-Ton 14 Jörg Gudehus:

Häufig sind sie zu zweit da. Also ein Ehepaar oder Freund und Freundin. Und ja, da kriegt man diese Gespräche mit oder diesen Seitenblick zur Frau: `Darf ich's mir jetzt kaufen oder nicht'. Und die nickt dann halt so: `Ja, ja, ich krieg' ja dann dein Altes'. Das ist dann so eine Win-win-Situation in Anführungsstrichen. Aber das Geld ist natürlich trotzdem ausgegeben.

Sprecherin:

Verhaltensökonominnen bezeichnen solche Strategien als Mentale Konto- oder Buchführung. Wir ordnen unsere Ausgaben verschiedenen Konten zu und versehen sie mit einem bestimmten Budget. Ein Konto für Winterkleidung, ein Konto für Schönheit, ein Konto für Technik, ein Konto für Sport, ein Konto für die Wohnung, ein Konto für den Urlaub. Die mentale Buchführung soll eigentlich dafür sorgen, dass wir gut mit unserem Geld umgehen. Und nicht über unsere Verhältnisse leben. Tatsächlich erfüllt die mentale Buchführung diese Funktion auch oft.

O-Ton 15 Prof. Georg Felser:

Sie diszipliniert uns. Und sie diszipliniert uns, indem sie die Konten, die wir mental im Kopf haben, vor dem Zugriff für fremde Zwecke bewahrt.

Sprecherin:

Die mentale Buchführung hilft uns, ein bestimmtes Budget einzuhalten, erklärt Wirtschaftspsychologin Georg Felser. Wir haben dann bei einem Kauf das Gefühl, dass eine Grenze erreicht ist. Innerhalb des dafür vorgesehenen Budgets kommt ein Kauf infrage, jenseits davon nicht. Außerdem hilft uns die mentale Buchführung, mehrere Ziele parallel zu verfolgen. Zum Beispiel kann man Geld für einen Saunabesuch ausgeben, obwohl man auf ein neues Smartphone spart. Einfach deshalb, weil das Saunageld vom Verwöhn-Konto kommt und man nicht sein Technikkonto damit belastet. Aber wir nutzen mentale Buchführung auch weniger rational. Wenn es etwa darum geht, uns selbst auszutricksen oder zu rechtfertigen. Ein Beispiel ist die vermeintliche Win-win-Situation beim Smartphone-Kauf. Georg Felser hat noch ein weiteres Beispiel. Eine Frau kommt in eine Boutique, um Winterkleidung zu kaufen.

O-Ton 16 Prof. Georg Felser:

Wenn ein Verkäufer merkt, naja, Sie interessieren sich jetzt zusätzlich noch für irgendein elegantes Kostüm, dann könnte der auf die Idee kommen und könnte sagen: `Jetzt haben Sie sich für die kalte Jahreszeit eingedeckt. Aber vielleicht wollen Sie auch mal etwas Elegantes fürs Büro'. Das heißt, das ordnet er jetzt einem neuen Zweck zu, nämlich `was fürs Büro'. Und Sie denken sich dann: `Na ja, stimmt eigentlich, dafür habe ich ja noch gar kein Geld ausgegeben'. Und dann haben Sie das Gefühl, ein Konto noch überhaupt nicht belastet zu haben und fühlen sich freier, das zu tun.

Sprecherin:

Auch schlechte Laune kann man mit der mentalen Buchführung vermeiden. Wird man beim Falschparken erwischt, hilft es ein Konto für Knöllchen zu erfinden, von dem man die Gebühr dann ohne großen Groll abziehen kann. Ist ja eingeplant. Droht ein bereits existierendes Knöllchenkonto ins Minus zu rutschen, vergrößert man den Betrachtungszeitraum. Vielleicht hat man im vergangenen Jahr gar kein Knöllchen gehabt oder nur drei. Allerdings sollte man die kreative mentale Buchführung auch nicht zu weit treiben. Dann kann es passieren, dass einem die Kontrolle über die Ausgaben entgleitet.

Musikakzent: SSIO x Usher: King of Rap – Ehrenloser Remix**Sprecherin:**

Stichwort „Klarnaschulden Challenge“ **(4)**: Unter diesem Hashtag posteten 2022 junge Tiktok-Nutzer musikunterlegte Screenshots mit Schulden, die sie bei der Bezahl-App Klarna angehäuften hatten. Oft mehrere tausend Euro.

Die App funktioniert wie eine Kreditkarte: Man shoppt jetzt und bezahlt später. So lautet auch der Klarna-Slogan. Unserem Wunsch, Verluste zu vermeiden, kommt dieses Prinzip entgegen. Denn so tut das Bezahlen nicht weh. Und Gründe zu shoppen, gibt es genug. Frank Wiedenhaupt ist Schuldnerberater bei der Berliner Stadtmission.

O-Ton 17 Frank Wiedenhaupt, Schuldnerberater bei der Berliner Stadtmission:

Warum gibt man denn heutzutage gerne Geld aus? Also man guckt ja nicht in seine Wohnung, sagt: `Oh, da ist was kaputt. Ich brauche etwas Neues. Ich brauche eine Ersatzbeschaffung´. Es ist auch nicht so, dass man sagt: `Mein Handy ist kaputt. Ich brauche ein neues Handy´, sondern man sagt: `Hey, da gibt's ein Handy, was schöner ist, was geiler ist´. Das Auto ist nicht mehr so schön, man will was Schöneres. Der Fernseher, hey, der Nachbar hat einen größeren Fernseher. Den will ich auch haben.

Sprecherin:

Viele der Menschen, die zu Frank Wiedenhaupt in die Schuldnerberatung kommen, haben ihre Anschaffungen auch über sogenannte Konsumkredite finanziert; das sind Bankkredite für Konsumgüter und Dienstleistungen. Konsumkredite wirken ähnlich wie „die Klarna-App oder“ eine Kreditkarte. Auch hier verschiebt man das schlechte Gefühl des Verlusts in die Zukunft und verschleiert die Kosten. Das fühlt sich erst mal gut an. Das böse Erwachen kommt dann später:

O-Ton 18 Frank Wiedenhaupt:

Die Haushalte sind immer mehr verwoben in langfristigen Verträgen. Der Energievertrag ist langfristig, dafür ist er günstiger. Die Fitnessstudios sind langfristiger. Dann hat man seine Wohnungseinrichtungsfinanzierung. Der Fernseher ist finanziert über einen längeren Zeitraum. Wenn man zu schnell reagiert hat, wird der Urlaub noch finanziert über einen längeren Zeitraum. Das heißt, dass man das Geld schon verplant hat, aber dann kommt der Reiz: `Hey, das will ich auch noch haben´.

Sprecherin:

Konsumausgaben über Kredite zu finanzieren, sei der Anfang vom Ende, sagt Frank Wiedenhaupt. Auch wenn Menschen hohe Verluste angehäuft haben, zum Beispiel bei Glücksspielen oder beim Zocken mit Aktien, handeln sie oft irrational, um den Verlustschmerz abzuwenden. In diesem Fall sprechen die Verhaltensökonominnen von Verlorenen Kosten oder Sunk Costs. Sie spielen auch bei überschuldeten Selbstständigen eine wichtige Rolle.

O-Ton 19 Frank Wiedenhaupt:

Es gibt eine ganze Menge Selbstständige, die zu uns kommen und sagen: 'Ich habe meine Abfindung in die neue Selbstständigkeit investiert. Es läuft aber nicht', und dann gucken wir uns die Zahlen an und stellen fest: 'Es ist katastrophal' und wir empfehlen: 'Hören Sie auf, machen Sie den Laden zu, noch können Sie liquidieren'. Und diese Menschen sagen: 'Nein, das kann doch nicht sein. Meine Abfindung ist da drin. Die ist doch nicht verloren. Ich brauche nur mehr Geld. Sagen Sie mir, wo ich Geld herkratie. Ich muss dieses Business retten'.

Sprecherin:

So lange Menschen eine Chance sehen, Verluste auszugleichen, gehen sie ins Risiko, hat die Verhaltensökonomie herausgefunden. Das gilt selbst für diejenigen, die eigentlich risikoscheu sind.

Musikakzent:

Man hofft darauf, dass man Glück hat. Es gibt den Effekt aber auch in die andere Richtung: Man könnte ohne jegliches Risiko einen guten Gewinn erzielen, verzichtet aber darauf. Auch das ist nicht gerade Homo Oeconomicus-like. Aber menschlich.

Atmo 04: Henrys Zimmer**O-Ton 20 Henry und Thilo:**

Ich bin Henry, bin acht Jahre alt und möchte heute gerne einkaufen und was verkaufen. Auf dem Flohmarkt. // Ich bin Thilo, ich bin acht Jahre alt, und ich helf' Henry ein bisschen und will auch Sachen kaufen.

Sprecherin:

Henry und Thilo sind gerade dabei, ein paar von Henrys Spielsachen für den Flohmarkt zusammenzusuchen, der gleich in Henrys Straße stattfindet. Die beiden Freunde haben sich bereiterklärt, sich begleiten zu lassen. Es geht darum, herauszufinden, wie sie mit Geld umgehen. Zu dem Experiment gehört auch, dass jeder von ihnen fünf Euro bekommt. Jetzt legt Henry aber erst mal die Preise fest. Dabei geht er ziemlich Homo Oeconomicus-mäßig vor. Ein Wirtschaftswissenschaftler würde sich freuen.

O-Ton 21 Henry:

Also, ich merke mir immer, wieviel ich für diese Sachen ausgabe. Oder ich frage meine Eltern immer, wieviel sie für meine Geschenke ausgegeben haben. Und das merke ich mir dann halt. Und dann verkaufe ich es dann ungefähr für die Hälfte oder so.

Sprecherin:

Außerdem bleibt Henry meist unterhalb einer glatten Eurosumme. So wie es auch Geschäfte mit ihren Preisen einrichten. 99,99 Euro klingt weniger als 100 Euro. Damit ermöglicht Henry seinen Käufern einen Transaktionsnutzen. Sie freuen sich, weil sie unter einem ganzzahligen Preis liegen. Auch der Zustand der Spielsachen spielt bei Henrys Preisgestaltung eine Rolle. Ein Playmobil-Set, bei dem das Zubehör noch komplett ist, ist teurer als eins, bei dem Zubehör fehlt. Bei den Autos wiederum guckt Henry nach den Rädern. Wenn sie blockieren, macht er sie billiger. Auf diese Weise wandert Spielzeug um Spielzeug in eine rote Stoffbox.

Atmo 05: Thilo und Henry sortieren...**Sprecherin:**

Auch ein paar Schleichtiere landen dort. Aber nicht alle. Und dass, obwohl Henry weiß, dass sie sich auf dem Flohmarkt gut verkaufen lassen und er aus dem Schleichtieralter bald heraus ist. Eigentlich unlogisch. Nicht allerdings für Henry.

O-Ton 22 Henry:

Die Sachen von meiner Oma werde ich nicht verkaufen. Die hat nämlich ganz viele Tiere geschenkt, zu meinem Geburtstag. Deswegen habe ich auch so viele Schleichtiere.

Sprecherin:

Henry behält die Schleichtiere, weil sie einen emotionalen Wert für ihn haben: Sie erinnern ihn an seine Großmutter, Wir behalten aber auch Dinge gegen jegliche wirtschaftliche Logik, die keine besondere Bedeutung für uns haben. Die Verhaltensökonominnen haben diesen Effekt „Endowment-Effekt“ getauft, „Besitztums-Effekt“. Nachgewiesen haben sie ihn in einem Experiment mit Kaffeebechern. Die Versuchsteilnehmenden bekamen die Becher zu Beginn des Experiments geschenkt. Obwohl sie die geschenkten Becher in dem Experiment für einen angemessenen Preis verkaufen konnten, behielten ihn zwei Drittel: Sie fanden, dass der Becher mehr wert war als der angebotene, angemessene Preis. Die Wissenschaftler führen dieses Verhalten darauf zurück, dass wir den Wert von Dingen, die wir besitzen, oft fälschlicherweise für höher halten als es dem realen Wert entspricht.

Musikakzent**Sprecherin:**

Einem Homo Oeconomicus würde das nicht passieren. Er hätte den geschenkten Becher verkauft und das Geld für etwas anderes eingesetzt. Auch der Berliner IT-Consultant Jörg Gudehus besitzt etwas, das ihm eine ganze Menge Geld einbringen würde.

O-Ton 23 Jörg Gudehus:

So hier ist das gute Stück. Habe ich, na, ich würde sagen 20 Jahre nach gesucht, weil er immer so teuer war. Und dann ergab sich eine sehr gute Gelegenheit, weil er sehr defekt war und ich dann aus alten Ersatzteilen und diesem dann zugekauften Rechner ihn komplett neu aufbauen konnte.

Sprecherin:

Der Computer, von dem Jörg Gudehus spricht, ist eine Apple Lisa. Das Gerät war der erste Personal Computer mit einer Mausbedienung. 1983 kam er auf den Markt, heute ist er ein begehrtes Sammlerstück. Lange fehlte die Lisa in Jörg Gudehus' Apple-Sammlung. Nun ist sie komplett. Das bedeutet auch: ein Verkauf ist ausgeschlossen, egal wie viel ihm jemand bietet. Auch sonst gibt Jörg Gudehus zu, hat seine Sammelleidenschaft wenig mit dem Denken eines Homo Oeconomicus gemein.

O-Ton 24 Jörg Gudehus:

Ich hatte diese Diskussion mit meiner Frau. Also die alten Computer, die ich sammle, die verdoppeln sich ja manchmal. Also, man hat das gleiche Gerät dann doppelt oder dreifach und macht dann aus zwei, eins. Aber es bleibt immer etwas übrig. Und meine Frau sagt: 'Dann verkauf's doch bei Ebay'. Und das mache ich nicht.

Sprecherin:

Jörg Gudehus findet, dass die Interessenten auf Ebay übermäßig feilschen. Möglicherweise veranschlagt er den Preis aufgrund des Besitzums-Effekts aber auch einfach zu hoch. Der Endowment-Effekt kann auch ganze Gesellschaften erfassen. Julia Pitters leitet den Studiengang Wirtschaftspsychologie an der Internationalen Hochschule IU (englisch: Ei Ju). Sie erinnert sich an ein Experiment, das den Endowment-Effekt bei der Einführung des Euro 2002 belegt. Die Wissenschaftler legten den Probanden zwei identische Speisekarten vor. Nur, dass die Preise einmal in D-Mark und einmal in Euro angegeben waren.

O-Ton 25 Prof. Julia Pitters, Leiterin vom Studiengang Wirtschaftspsychologie an der Internationalen Hochschule IU:

Und die Leute sollten hinterher sagen, ob sie das jetzt günstiger oder gleich teuer oder teurer empfinden. Und insgesamt haben die Menschen das automatisch als teurer empfunden, obwohl es gar nicht so war, und haben dementsprechend auch sogar weniger bestellt. Also das war eigentlich eine Illusion, die man da hatte aufgrund einer eigenen mentalen Voreinstellung, dass man gesagt hat: 'Okay, das Neue ist mir nicht vertraut, das ist mir auch nicht so sympathisch. Und dementsprechend glaube ich auch, dass es teurer ist', auch wenn das gar nicht der Fall war.

Sprecherin:

Auch bei der Inflation können wir uns nicht auf unsere Wahrnehmung verlassen. Hier ergab eine Studie der Internationalen Universität, dass die gefühlte Inflation im Herbst 2022 mit 34,2 Prozent weit über der tatsächlichen Inflation lag, die zum Zeitpunkt der Befragung 7,9 Prozent betrug.

O-Ton 26 Prof. Julia Pitters:

Also natürlich auch hoch. Aber es ist dann doch so, wenn man erst mal in diesem gedanklichen Modus ist 'Alles wird teurer', dann achtet man auch auf jeden kleinen Hinweisreiz und blendet aber Dinge aus, die tatsächlich dagegensprechen. Also wenn mal etwas günstiger geworden ist, dann hat man das ausgeblendet, gleichzeitig aber ganz sensibel auf das geachtet, was noch eine negative Veränderung bringt.

Sprecherin:

An sich ist der Endowment-Effekt nicht schlimm. Das Vertraute hat sich bewährt und gibt uns Sicherheit. Problematisch wird es, wenn die Menschen aufgrund ihrer verzerrten Wahrnehmung einen falschen Weg einschlagen. Übermäßig sparen zum Beispiel. Dann leidet die Wirtschaft mehr als es sein muss. An anderen Stellen gehen wir oft ziemlich großzügig mit unserem Geld um. `Big spender´ statt Homo Oeconomicus. Bei Henry und Thilo tritt dieser Effekt ein, als sie verabredungsgemäß die fünf Euro erhalten.

Atmo 06: Flohmarkt-Atmo**O-Ton 27 Henry und Thilo:**

Also es geht wahrscheinlich wieder zu dem Pokemonkarten-Stand, wie es aussieht. Ich renne vor, ich renne vor.

Sprecherin:

Die fünf Euro haben eine begeisterte Jagd nach Pokemonkarten ausgelöst. Vor allem Thilo ist im Glück. Er hatte all sein Geld mit zum Flohmarkt genommen, weil er die magische Grenze von 200 Karten überschreiten wollte. Doch dann hatte er den Kauf der Karten immer wieder hinausgezögert. Die Vorstellung, sein mühsam gespartes Taschengeld ausgeben zu müssen, tat einfach zu weh. Oder hätte er die fehlenden Pokemon-Karten doch irgendwann gekauft – auch ohne die fünf geschenkten Euro?

O-Ton 28 Thilo:

Nein, hätte ich nicht. Weil, naja, wir wären, glaube ich auch, ohne deine fünf Euro nicht dort zu dem Stand gegangen. Weil, dann hätten wir ja fast gar kein Geld mehr.

Sprecherin:

Für den Verhaltensökonom Eric Johnson ist auch dieses Verhalten typisch. Ungeplante Gewinne – wie beispielsweise Casino-Gewinne – gibt man bereitwilliger aus, als Geld, das man sich erarbeitet hat. Dieses sogenannte Hausgeld empfindet man nicht wirklich als Geld, das einem gehört.

O-Ton 29 Prof. Eric Johnson:

This is a classic mental accounting effect. The origin of the money makes a difference. People often spend tax returns in ways they wouldn't if it had been no money they had earned. So, this is one of the big insights of mental accounting: Money has a memory. The label we put on money determines what we do with it.

Voiceover (Eric Johnson):

Die Herkunft des Geldes macht einen Unterschied. Mit Geld aus einer Steuerrückzahlung gehen wir oft Anders um, als mit Geld, das wir verdient haben. Das ist eine der großen Erkenntnisse, Geld hat ein Gedächtnis. Das Etikett, das wir dem Geld anheften, bestimmt, was wir damit tun.

Sprecherin:

Das Fünf-Euro-Experiment löst noch einen weiteren klassischen Effekt aus. Ganz ungeplant. Der dritte Freund im Bunde, Milo gibt nach dem Kartenkauf den Rest der fünf Euro zurück. Er war erst etwas später am Nachmittag zu den Aufnahmen dazu gestoßen. Warum hat er das restliche Geld nicht behalten? Schließlich hatte er es ja geschenkt bekommen.

O-Ton 30 Milo:

Weil, es war ja dein Geld. Und insgesamt hast du 15 Euro verschenkt. Das ist ja schon nett. // Und dann hast du mir das zurückgegeben? // Ja.

Sprecherin:

Milo hat auch weniger Karten als seine Freunde gekauft. Obwohl er genau wie seine beiden Freunde fünf Euro erhalten hatte. Eric Johnson verbucht dieses irrationale Geldverhalten unter Fairness.

O-Ton 31 Prof. Eric Johnson:

It also goes to something it's very fundamental, which is: We often think about fairness when we think about transactions. And so, I think what Milo was experiencing is a fact that it wouldn't be quite fair for him to get the same money as the other boys who had been there at the entire time. He also he also was being very sweet. But I think, the notion of our fairness often is part of our mental accounting.

Voiceover (Eric Johnson):

Das ist etwas sehr Grundsätzliches: Wir denken oft über Fairness nach, wenn wir über Transaktionen nachdenken. Und Milo hielt es nicht für ganz fair, dass er das gleiche Geld bekommen hatte wie die anderen Jungen, die die ganze Zeit dabei waren. Unser Fairnessempfinden ist oft Teil unserer mentalen Buchhaltung.

Sprecherin:

In Experimenten ist dieses Verhalten vielfach nachgewiesen. Die meisten Menschen haben Geld, das sie in den Versuchen erhalten haben, fair geteilt. Auch Henry ist bei den Spielsachen auf seiner Flohmarktdecke oft mit den Preisen runtergegangen, um den Kunden eine Freude zu machen. Auf diese Idee käme ein Homo Oeconomicus vermutlich nicht. Umgekehrt reagieren wir empfindlich, wenn wir bei anderen unfaires finanzielles Verhalten feststellen. Das kann auch gegenüber einem Unternehmen der Fall sein, bei dem wir den Eindruck haben, dass es uns bei den Preisen über den Tisch zieht.

Musikakzent**Sprecherin:**

Und was bedeutet das alles nun für die Politik? Was kann der Staat machen, wenn wir, anders als von vielen Wirtschaftswissenschaftlern nach wie vor propagiert, eher nicht zur Gattung des Homo Oeconomicus gehören? Wenn wir wieder mal irrational werden beim Geld? Hier hat Eric Johnson vor allem einen Rat: die Verlustaversion der Menschen anerkennen. Gerade bei Investitionen in den Klimaschutz. Der ist ihm wichtig, er forscht dazu.

O-Ton 32 Prof. Eric Johnson:

Loss aversion means: loss is lot more than gains. So, what will me cost 3000 euros it seems like it's 6000 euros. And so, that's very painful. A second problem which is very heavily is: We discount the future heavily. So, these future benefits don't seem to us when we make the choice. The third thing is: We have limited attention – this connects really to mental accounting. I don't see the fact that my light bill is lower. We don't observe the changes.

Voiceover (Eric Johnson):

Verlust wiegt mehr als Gewinn. Was mich 3000 Euro kostet, kommt mir wie 6000 Euro vor. Und das ist sehr schmerzhaft. Ein zweites Problem ist: Wir rechnen Vorteile, die in der Zukunft liegen, nicht mit ein, wenn wir Entscheidungen treffen. Die dritte Sache ist: Ich registriere nicht, dass meine Stromrechnung niedriger ist, weil wir die Veränderungen nicht beobachten.

Sprecherin:

Eric Johnson empfiehlt, staatliche Zuschüsse sofort zu zahlen und nicht auf längere Zeit aufzuteilen. Steuernachlässe hält er für keine gute Idee. Sie gehen unter. Längerfristige Vergünstigungen sollten sichtbar gemacht werden. Und wie kann man sich das in der Praxis vorstellen? Vielleicht so: Große Schilder an den Tankstellen mit „Vorher-Nachher-Preisen“ für verbilligten Sprit. Eine Deutschlandticket-App, mit der man ausrechnen lassen kann, wie viel man ohne Ticket im Monat gezahlt hätte. Und für den Heizzuschuss erfindet man einen TikTok-Trend, #Zuschuss-Challenge. Das wär' doch mal was. Das fühlt sich gut an.

Atmo 07: Kassenklingeln

Abspann Das Wissen über Musik-Bett:

„Mentale Buchführung – Unser irrationaler Umgang mit Geld“. Von Beate Krol.
Sprecherin: Nadine Kettler. Regie: Andrea Leclerque. Redaktion: Marisa Gierlinger.
Ein Beitrag aus dem Jahr 2023.

* * * * *

Quellen:

(1) www.youtube.com/watch?v=JlgXocldC90 (2.45-3.10)

(2)

www.tiktok.com/@sophielilianax/video/7282698244814015776?q=girl%20math%20deutsch%20schn%C3%A4ppchen&t=1696778103718

(3) <https://www.youtube.com/watch?v=G7tvyb0pc8k>

(4) <https://www.tiktok.com/@mirixmurad/video/7192304437430340870?q=%23Klarnaschulden%20toppen&t=1697980650454>

<https://www.tiktok.com/@mirixmurad/video/7192304437430340870?q=%23Klarnaschulden%20toppen&t=1697980650454>