

VERBANDSARBEIT



Prof. Dr. Karlheinz Ruckriegel
Georg-Simon-Ohm Hochschule Nürnberg
Fakultät Betriebswirtschaft

Die Wiederentdeckung des Menschen in der Ökonomie

„Moderne Wirtschaftswissenschaft muss auf einer realistischen Beschreibung menschlichen Verhaltens basieren – nicht wie bislang auf der Annahme, dass wir alle rational agieren.“

Paul Krugman (Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften 2008) - Interview mit dem Handelsblatt vom 11.1.2010

Mit „Homo Oeconomicus oder doch eher Homer Simpson?“ überschrieb die Deutsche Bank Research eine Studie, die am 30. April 2010 veröffentlicht wurde (www.dbresearch.de). Diese Studie beschäftigt sich mit dem tatsächlichen Verhalten auf Märkten und den daraus folgenden Erkenntnissen, denen sich „Investoren und Anlageberater“ bewusst sein sollten, um Fehlentscheidungen zu vermeiden. „Die meisten ökonomischen Zusammenhänge lassen sich nicht in das rigorose Korsett der formalen Aussagenlogik pressen.“ (ebenda, S. 25).

Daniel Kahneman (Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften 2002) verweist in einem Beitrag im American Economic Review (AER) im Jahre 2003 darauf, dass er seine erste Begegnung mit den „psychological assumptions of economics“ Anfang der 70er Jahre hatte, als Bruno Frey in einem Artikel schrieb, dass „the agent of economic theory is rational and selfish, and that his tastes do not change“, wobei er als Psychologe da-

von kein Wort glauben konnte („not to believe a word of it“). Mit „The End of Rational Economics“ hat der renommierte Verhaltensökonom Dan Ariely seinen Beitrag im Harvard Business Review, Ausgabe Juli/August 2009, überschrieben. Dieser Artikel beginnt mit (S. 78): „Your company has been operating on the premise that people – customers, employees, managers – make logical decisions. It’s time to abandon that assumption.“ Mit „Watsche für den Mainstream“ hat die Financial Times Deutschland ihren Leitartikel vom 13. Oktober 2009 zur Vergabe des Nobelpreises für Wirtschaftswissenschaften 2009 an Elinor Ostrom und Oliver Williamson überschrieben. Dieser Artikel beginnt mit den Worten: „Fast können sie einem leidtun, die Verfechter der neoklassischen Ökonomie. Seit Ausbruch der Finanzkrise bekommen sie ständig zu hören, wie nutzlos ihre Modelle sind.“

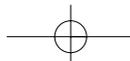
Zur Beratung der Wirtschaftspolitik ist eine gleichermaßen theoriegeleitete wie empirisch (erfahrungswissenschaftlich) fundierte und institutionell abgesicherte Entwicklung von Konzepten und Maßnahmen zur Lösung von Problemen notwendig, so Bernd Rürup, der ehemalige Vorsitzende des Sachverständigenrates. Wenn aber die neoklassische Theorie aufgrund nicht nur weltfremder, sondern sogar der Realität widersprechenden Annahmen – maximierender Homo oeconomicus - auf Sand gebaut ist, können die daraus abgeleiteten Empfehlungen für

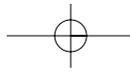
die Wirtschaftspolitik nicht zielführend sein – ganz im Gegenteil. Die Diskussion um „Sinn oder Unsinn“ der Neoklassik hat also auch eine große Bedeutung für die praktische Wirtschaftspolitik. „Wäre eine ökonomische Theorie, die auf dem tatsächlichen Verhalten der Menschen beruht, nicht sinnvoller als eine, die auf dem basiert, wie sich die Menschen verhalten sollten?“, so Dan Ariely in seinem grundlegenden Werk „Denken hilft – nützt aber nichts“ aus dem Jahr 2008 (S. 286).

Ist der Mensch rational?

Wir Menschen denken in zwei Systemen: Einem intuitiv-automatischen und einem reflektiv rationalen. Ersteres ist unkontrolliert, mühelos, assoziierend, schnell, unbewusst und erlernt, letzteres ist kontrolliert, angestrengt, deduzierend, langsam, bewusst und regelgeleitet (vgl. hierzu Richard Thaler, Cass Sunstein, 2009, S. 33 – 35). Systematische Entscheidungsirrtümer ergeben sich aus dem Zusammenspiel dieser beiden Systeme. Sie rühren insbesondere aus folgenden Denkweisen her (vgl. hierzu Richard Thaler, Cass Sunstein, 2009, S. 38 – 60, Deutsche Bank Research, 2010 sowie Hersh Shefrin, 2007):

- Verankerung: Man setzt als erstes einen Anker bei einer Zahl, die man kennt, und versucht davon ausgehend eine Einschätzung vorzunehmen, die i.d.R. aber





VERBANDSARBEIT

- zu nahe am Anker liegt (vertiefend Dan Ariely, 2008, S. 46 – 74).
- Verfügbarkeit: Menschen stützen Entscheidungen nicht auf die wirklich benötigten Daten, sondern auf die im Gedächtnis am leichtesten verfügbaren Informationen. Risiken sind etwa umso wahrscheinlicher, je eher einem ein Beispiel dafür einfällt.
- Repräsentativität: Denken in Klischees oder Mustern. Wir neigen dazu, Beobachtungen schnell einem uns bekannten Muster / Klischee zuzuordnen.
- übermäßiger Optimismus und überzogenes Selbstvertrauen (im Hinblick auf Können und Wissen).
- Verlustangst: Menschen gewichten Verluste weitaus stärker als gleich große Gewinne. Ein Verlust wiegt etwa zweimal soviel wie ein Gewinn von gleicher Höhe. Es besteht eine verblüffende Asymmetrie zwischen Risikoscheu bei positiven Aussichten und Risikofreude bei negativen Aussichten. Letzteres heißt etwa, dass wir bei fallenden Kursen Aktienbestände zu lange halten, weil wir Verluste nicht realisieren wollen und auf Kursanstiege hoffen.
- Status Quo Bias: Tendenz, an der gegenwärtigen Situation festzuhalten.
- Framing Effekt: Die Art der Darstellung beeinflusst die Entscheidung.
- Herdeneffekt: Menschen lassen sich leicht durch Worte und Taten anderer beeinflussen. Zum einen: Wenn viele Menschen etwas tun, kann dies dazu führen, dass andere dies übernehmen, da es eine Angewohnheit des Menschen ist, Informationen sozial zu gewinnen. Zum anderen: Menschen unterliegen leicht dem Gruppenzwang. So argumentiert Robert Shiller, dass „das wichtigste singuläre Element für das Verständnis dieser (der gegenwärtigen Finanzkrise, Anmerk. KR) oder jeder anderen Spekulationsblase die soziale Ansteckungskraft des Boomedenkens ist, herbeigeführt durch die gemeinsame Beobachtung rasch steigender Preise“. „Die Mehrheit der Menschen beginnt zu

glauben, dass die optimistische Sicht der Dinge die richtige ist, einfach, weil offenbar auch alle anderen dieser Meinung sind. Weil die Medien diese Einschätzung unterstützen, glauben die Leute schließlich, dass wir in einer „neuen Ära“ leben, und Rückkopplungseffekte lassen die Preise immer weiter steigen. Schließlich aber muss die Blase platzen, weil sie auf sozialen Einschätzungen beruht, die sich nicht lange aufrechterhalten lassen.“ so Robert Thaler und Cass Sunstein (S. 98). Die Grafik unten illustriert die Blasenbildung auf dem US-Immobilienmarkt ein-drucksvoll.

Quelle: Eric Janszen, 2009, S. 24

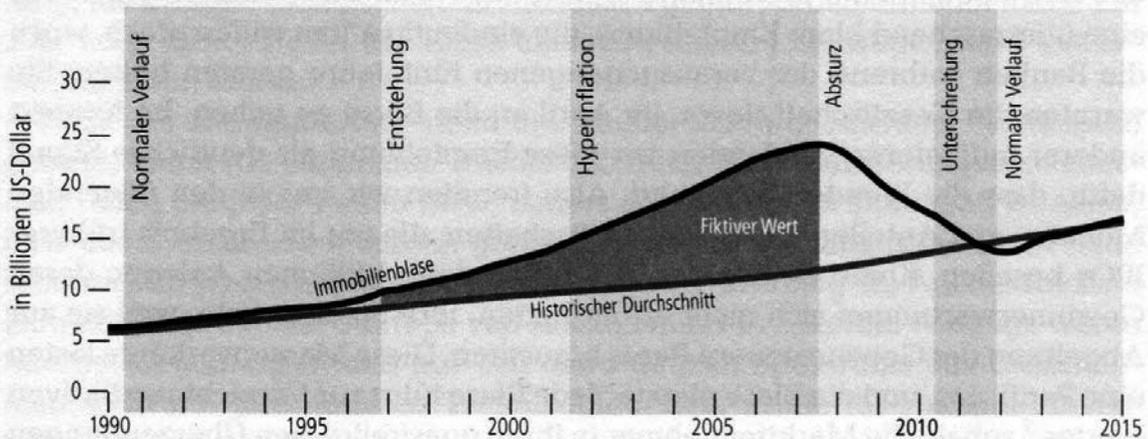
Spannt man den Bogen etwas weiter, so finden sich in der Wirtschaftsgeschichte zahlreiche Beispiele für ein solches Verhalten, das erst zu Spekulativen-Blasen, danach zu Zusammenbrüchen und Wirtschaftskrisen führte. Erinnerung sei an die Tulpen-Krise in Holland im 17. Jahrhundert, die Mississippi-Krise in Frankreich im 18. Jahrhundert, den Eisenbahnwahn und den Gründerkrach im 19. Jahrhundert in England und in Deutschland, die Weltwirtschaftskrise im 20. Jahrhunderts und an die New-Economy-Blase, die im Jahr 2000 platzte. Niall Ferguson spricht hier in seinem neuen Buch „Der Aufstieg des Geldes – die Währung in der Geschichte“ im Kapitel „Blasen machen“ auch von den Phasen Verschiebung (im Sinne des Auftretens von neuen Möglichkeiten), Euphorie, Manie, Besorgnis und schließlich Entsetzen (S. 110). Er weist nachdrücklich darauf hin, dass Blasen ohne übermäßige

Kreditschöpfung nicht entstehen können (S. 111), d.h. dass Blasen nicht ohne „Zutun“ – oder besser Unterlassen – der Zentralbanken entstehen können. Carmen Reinhart und Kenneth Rogoff kommen in ihrem Buch „This time is different – eight centuries of financial folly“ zu folgendem Fazit: „Technology has changed, the height of humans has changed and fashions have changed. Yet the ability of governments and investors to delude themselves, giving rise to periodic bouts of euphoria that usually ends in tears, seems to have remained a constant.“ (S. 292).

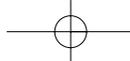
Ist der Mensch egoistisch?

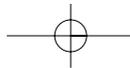
„Man mag den Menschen für noch so egoistisch halten, es liegen doch offenbar gewisse Prinzipien in seiner Natur, die ihn dazu bestimmen, an dem Schicksal anderer Anteil zu nehmen, und die ihm selbst die Glückseligkeit dieser anderen zum Bedürfnis machen, obgleich er keinen anderen Vorteil daraus zieht, als das Vergnügen, Zeuge davon zu sein.“, so Adam Smith in der 6. Auflage seiner „Theorie der ethischen Gefühle“, die in seinem Todesjahr 1790 erschienen ist (S. 1). Der Neurobiologe Donald W. Pfaff schreibt in seinem Buch „The Neuroscience of Fair Play“ (S. 2): „we are wired for good behavior.“ Ähnlich der Neurobiologe Jonah Lehrer, der in seinem Buch „Wie wir entscheiden“ einen sehr lesenswerten Überblick über den aktuellen Stand der Hirnforschung auf diesem Gebiet gibt: „Im Zentrum moralischer Entscheidungsprozesse steht das Mitgefühl. Wir verabscheuen Gewalt, weil wir aus ei-

Abbildung Gesamtwert der Immobilien



Tatsächlicher Marktwert nach „Federal Reserve Flow of Funds Accounts of the United States“; historischer Trend nach Robert J. Shiller, Irrational Exuberance, 2005.





VERBANDSARBEIT

gener Erfahrung wissen, wie verletzend sie sein kann, und begegnen anderen mit Fairness, weil wir selbst gerecht behandelt werden wollen. Uns widerstrebt das Leid anderer, weil wir nachfühlen können, wie es ihnen dabei ergeht. Unsere Hirnstruktur sorgt für einen Zusammenhang untereinander, der uns zwangsläufig Lukas' Aufforderung folgen lässt: „Was ihr von anderen erwartet, das tut ebenso auch ihnen“ (6,31). ... Die Fähigkeit der Einfühlung führt zur Fairness. ... Die Fähigkeit, moralische Entscheidungen zu treffen, ist angeboren. Der „Schaltkreis“ des Mitgefühls ist, zumindest bei den meisten, Teil der Hardware. Trotzdem braucht es die richtigen Erfahrungen, damit er sich entwickeln kann. Wenn alles nach Plan verläuft, bildet das menschliche Gehirn wie von selbst einen wirkungsvollen Satz an mitfühlenden Instinkten aus.“ (S. 232-243). Neue Erkenntnisse der Neurobiologie zeigen, dass das natürliche Ziel des menschlichen Motivationssystems soziale Gemeinschaft und gelingende soziale Beziehungen mit anderen sind. Dies betrifft alle Arten des sozialen Zusammenwirkens. „Kern aller Motivation ist es, zwischenmenschliche Anerkennung, Wertschätzung, Zuwendung oder Zuneigung zu finden und zu geben.“, so der Neurobiologe Joachim Bauer (S. 21). Eine analoge Argumentation findet sich in der grundlegenden Arbeit des Ökonomen Jeremy Rifkin, Die empathische Zivilisation – Weg zu einem globalen Bewusstsein. Dies steht konträr zur Egoismus-Annahme des Homo oeconomicus. Ergebnisse der Experimentellen Wirtschaftsforschung verweisen hier auf den reziproken Altruismus, den man auch als fairen oder gerechten Umgang miteinander bezeichnen kann. George Akerlof (Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften 2001) und Robert Shiller identifizieren in ihrem Buch „Animal Spirits – Wie Wirtschaft wirklich funktioniert“ Fairness, also die Vorstellung von einem gerechten und anständigen Verhalten, als einen der entscheidenden Faktoren im Konzert der Animal Spirits, die unser Verhalten maßgeblich steuern. Auch Vertreter der experimentellen Spieltheorie kritisieren die Neoklassik scharf. So etwa Werner Güth, der Direktor des Max-Planck-Instituts für Ökonomik in Jena und „Erfinder des Ultimatumspiels“ in seiner Thünen-Vorlesung auf der Tagung des Vereins für Socialpolitik im Oktober 2008 in Graz:

„Traditionell ist man in der Ökonomie von der sogenannten Eigennutzhypothese des Strebens nach materiellem Vorteil ausgegangen: Firmen, zum Beispiel, wollten ihre monetären Gewinne maximieren, einzelne Wirtschaftsakteure ihr Einkommen. Als universelle sozialphilosophische Verhaltenshypothese geht die Annahme, jeder rational Handelnde strebe in jedem Augenblick nur seinen materiellen Eigennutz an, zumindest bis auf das Werk von Thomas Hobbes zurück. Bereits in der ursprünglichen Diskussion unter den Britischen Moralisten des 18-ten Jahrhunderts wurde die Hobbessche Eigennutzhypothese als empirisch verfehlt zurückgewiesen. ... Ungeachtet der Tatsache, dass die ursprüngliche Eigennutzhypothese im Zuge des sogenannten ökonomischen Imperialismus nach dem zweiten Weltkrieg erneut Unterstützung von Ökonomen erhielt, darf sie heute auch experimentell als widerlegt gelten. Vor allem die Ergebnisse der Ultimatumexperimente haben die Unhaltbarkeit der These endgültig in das Bewusstsein der meisten Ökonomen und anderen Sozialwissenschaftler gerückt.“ (S. 77f)

Ist der Mensch willensstark (zeitkonsistent)?

Zum Konstrukt des Homo oeconomicus gehört natürlich auch seine Willensstärke. Doch wie verhält sich der Mensch (vertiefend hierzu: Richard Thaler und Cass Sunstein, S. 61-78 sowie Dan Ariely, S. 118 – 160)? Entscheidend sind hier Versuchung und Gedankenlosigkeit. Mit Versuchung ist gemeint, dass sich der emotionale Erregungszustand eines Menschen ständig ändert. „Im kalten Zustand können wir nicht verstehen, wie stark unsere Wünsche und unser Verhalten sich verändern, wenn das Verlangen nach einer Sache von uns Besitz ergriffen hat. Das führt dazu, dass wir oft ziemlich naiv sind und nicht erkennen, wie stark Entscheidungen durch den jeweiligen Kontext beeinflusst werden.“, so Richard Thaler und Cass Sunstein (S. 63f). Außerhalb der neoklassischen Lehrbuchwelt ist es also auch mit der Zeitkonsistenz nicht weit her.

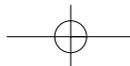
Sind Maximierer wenigstens glücklich(er)?

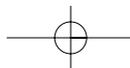
Macht wenigstens die Maximierungsannahme außerhalb des mathematischen Formalkalküls einen Sinn? „In einer Studie wurden die Teilnehmer nach verschiedenen All-

tagsbeschäftigungen gefragt, etwa wie sie entschieden, welche Fernsehsendung sie sich abends ansahen oder was sie im Supermarkt kauften. ... Menschen, die von umfangreicher Suche bei Einkauf und Freizeitaktivitäten berichten, wurden als Maximierer bezeichnet, weil sie die bestmögliche Wahl treffen wollten. Wer seine Suche begrenzte und sich rasch mit der ersten Alternative begnügte, die „gut genug“ war, wurde als Satisficer bezeichnet. Laut der Studie zeigten die Satisficer größeren Optimismus, höhere Selbstachtung und Lebenszufriedenheit, während die Maximierer bei Depression, Perfektion, Reue und Selbstvorwürfen vorne lagen.“, so Gert Gigerenzer, Direktor des Max Planck Instituts für Bildungsforschung in Berlin in seinem Buch „Bauchentscheidungen“ (2007, S. 14f). Oder anders: Ein solches Maximierungsverhalten macht unglücklicher, weil man nie ganz sicher ist, und sich immer wieder fragt, ob man wirklich die beste Wahl getroffen hat und deshalb zu Reue und Selbstvorwürfen neigt. Sind also nicht Maximierer die Verlierer und gerade nicht rational? „In fact, they (die Maximierer, Anmerk. KR) turn out to be less happy in general.“, so Ed Diener und Robert Biswas Diener in ihrem Buch „Happiness“ (2008, S. 176), das eine Übersicht über die Ergebnisse der Glücksforschung liefert.

Egoismus-Annahme wirkt prägend und macht „unglücklicher“

Problematisch ist aber nicht nur die Schlichtheit der Annahmen der Neoklassik, auch die Beeinflussung/ Prägung, die vor allem die „Egoismus-Annahme“ in Sinne eines Leitbilds für „richtiges“ Verhalten insbesondere bei AbsolventInnen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge hatte und (leider vielfach immer) noch hat, ist höchst problematisch. Aus der Glücksforschung wissen wir, dass Egoismus gelingenden soziale Beziehungen im Wege steht und somit „unglücklicher“ macht (vertiefend hierzu Frey/Frey-Marti, 2010 sowie Ruckriegel, 2010b). Auch ist eine Egoismus-Prägung für den Zusammenhalt in der Gesellschaft höchst abträglich. Rein ökonomisch gesprochen führt ein solches Verhalten zu Störungen im Beziehungsgeflecht und so zu ständigen Reibungs- und Effizienzverlusten in Unternehmen und anderen Organi-





VERBANDSARBEIT

sationen. Mit der Frage, was letztendlich erfolgreiche Unternehmen und Organisationen ausmacht, beschäftigten sich die aus der Glücksforschung heraus entstandenen neueren Ansätze der Managementlehre, die unter dem Schlagwort "Positive Organizational Scholarship" Eingang in die Managementlehre gefunden. Der "Harvard Business Review" hat diesen Ansatz als "Breakthrough Idea" bezeichnet. Dahinter steht der Grundgedanke, dass „organisationale Spitzenleistungen nicht durch technokratische Kontroll- und Steuerungsinstrumente erreicht werden können. Ziel ist es, den positiven Kern von Organisationen zu identifizieren und zu fördern.“ (Utho Creusen/Gordon Müller-Seitz, 2010, S. 41). Im Einzelnen geht es bei diesem Ansatz insbesondere um Tugendhaftigkeit (Werte), Förderung positiver Emotionen bei der Arbeit, Interne Organisationsentwicklung auf der Basis einer Stärkenanalyse, Authentic Leadership; Förderung der Sinatur-Stärken der einzelnen Organisationsmitglieder, Flowentwicklung Sinnstiftung (im hierzu Einzelnen Utho Creusen/Gordon Müller-Seitz, 2010, S. 47-95 sowie Alex Linley/Susan Harrington/ Nicola Garcea, 2010).

In eine Interview, dass kürzlich in der Wirtschaftswoche erschienen ist, macht Thomas Sattelberger, der Personalvorstand der Telekom, die Ausbildung (er spricht hier von

"Gehirnwäsche") an den Business Schools, insbesondere in den MBA-Programmen mitverantwortlich für die Finanzkrise. Maßgeblich geht es hier um den Vorwurf, dass Bu-

"Empathie war seit jeher prägend für das Schicksal der Zivilisation und sie wird für unsere Zukunft entscheidend sein."

Jeremy Rifkin, 2010

business Schools der "Amoral" junger ManagerInnen Vorschub leisten würden. Er spricht hierbei auch davon, dass der Niedergang der MBA-Programme heutiger Prägung eingeläutet sei.

Zu seinem Amtsantritt als Präsident der IHK Nürnberg für Mittelfranken im Februar 2010 stellte Dirk von Vopelius fest, dass das Ansehen der Wirtschaft und ihrer Akteure gewaltig gelitten habe. Es gehe daher darum, Vertrauen zurückzugewinnen. Es gehe um konkrete Aktionen und persönliches Vorleben. Im Interview mit den Nürnberger Nachrichten (24.2.2010) sagte er: „Unsere Firmen werden sich in der Öffentlichkeit verstärkt der Frage nach ihren gesellschaftlichen Nutzen stellen müssen. Ich würde es begrüßen, wenn schon in naher Zukunft das erste Unternehmen eine Art Gesellschaftsbilanz mit Aufzählung seiner Gemeinwohl-orientierten Aktivitäten vorlegen würde ähnlich der Sozial- und Ökobilanzen, nur eben mit Fokus

auf die Rolle des Betriebs in der Gesellschaft.“

Im Nachhinein stellt sich bloß noch die Frage, wieso ein Teil der Wirtschaftswissenschaften (Neoklassik) so lange und so viel Einfluss haben konnte. „Rational“ i.S. einer adäquaten Beratung der Wirtschaftspolitik war dies wohl nicht.

William White, der frühere (bis 2008) Chef-Volkswirt der BIZ und heutige Berater der OECD brachte dies in einem Beitrag der IWF-Publikation "Finance and Development" (Dezember 2009) treffend zum Ausdruck: "The simplifying assumptions of the New Classical and New Keynesian models do not make them obvious candidates for near-term guidance on how best to conduct macroeconomic policies. We are left then with the Keynesian framework, with all the likely fuzziness and uncertainties implicit in the principal functional forms being subject to "animal spirits." (S. 17; im Einzelnen hierzu George Akerlof/ Robert Shiller, Animal Spirits - wie Wirtschaft Wirklich funktioniert, Frankfurt u.a. 2009 - George Akerlof hat 2001 den Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften erhalten).

„Man soll die Dinge so einfach wie möglich machen, aber nicht noch einfacher.“

Albert Einstein

Literaturempfehlungen:

Dan Ariely, Denken hilft – nützt aber nichts, München 2008.

Joachim Bauer, Prinzip Menschlichkeit – Warum wir von Natur aus kooperieren, Hamburg 2006.

Utho Creusen, Gordon Müller-Seitz, Das Positive-Leadership-GRID – Eine Analyse aus Sicht des Positiven Managements, Wiesbaden 2010.

Deutsche Bank Research, Homo Oeconomicus oder doch eher Homer Simpson?, 30. April 2010 (www.dbresearch.de).

Ed Diener, Robert Biswas Diener, Happiness – unlocking the Mysteries of Psychological Wealth, Malden (USA) 2008.

Niall Ferguson, Der Aufstieg des Geldes – die Währung in der Geschichte, Berlin 2009.

Bruno S. Frey, Claudia Frey-Marti, Glück – Die Sicht der Ökonomie, Zürich 2010.

Gerd Gigerenzer, Bauchentscheidungen – Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition, 5. Auflage, München 2007.

Werner Güth, Optimal gelaufen, einfach zufrieden oder unüberlegt gehandelt – Zur Theorie (un)eingeschränkt rationalen Entscheidens, in: Perspektiven für Wirtschaftspolitik, Band 10 (2009), Sonderheft, S. 75-100.

Eric Janszen, Die Bubble-Ökonomie, in: Blätter für deutsche und internationale Politik (Hrsg.), Das Ende des Kasino Kapitalismus? Globalisierung und Krise, Berlin 2009, S. 17-29.

Jonah Lehrer, Wie wir entscheiden – das erfolgreiche Zusammenspiel von Kopf und Bauch, München u.a. 2009.

Alex Linley, Susan Harrington, Nicola Garcea (Hrsg.), Oxford Handbook of Positive Psychology and Work, Oxford 2010.

Donald W. Pfaff, The Neuroscience of Fair Play – why we are (usually) follow the Golden Rule, New York u.a. 2007.

Carmen Reinhart, Kenneth Rogoff, This time is different – eight centuries of financial folly, Princeton 2009.

Jeremy Rifkin, Die empathische Zivilisation – Weg zu einem globalen Bewusstsein, Frankfurt et al. 2010.

Karlheinz Ruckriegel (2010a), Die Wiederentdeckung des Menschen in der Ökonomie -

Von der Neoklassik zurück(!) zur Psychologischen Ökonomie (Behavioral Economics) und zur Glücksforschung (Happiness Research), Vortrag im Rahmen der Fachkonferenz „Was sich lohnt – Anreiz- und Entgeltstrukturen für morgen“ der Bertelsmann-Stiftung und dem Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA) am 8. Dezember 2009 in Hannover sowie im Rahmen der Tagung „Ökonomie in der Krise?“ der Evangelischen Akademie Tutzing am 11. März 2010 in Tutzing und der Tagung „Grenzen des BIP“ der Evangelischen Akademie zu Berlin am 24. April 2010 auf Schwanenwerder (Berlin-Wannsee), erscheint als Sonderdruck der Georg-Simon-Ohm Hochschule Nr. 46, Mail 2010 (www.ruckriegel.org).

Karlheinz Ruckriegel (2010b), Glücksforschung auf den Punkt gebracht, Vorlage zur 3. Sitzung der Arbeitsgruppe „Zufriedenheit“ des Ameranger Disputes der Ernst Freiburger Stiftung und der Stiftung Denkwerk Zukunft unter Vorsitz von Meinhard Miegel am 5. Februar 2010 in Berlin, erscheint als Sonderdruck der Georg-Simon-Ohm Hochschule Nr. 47, Mail 2010 (www.ruckriegel.org).

Thomas Sattelberger, A'la John Wayne, Interview mit der Wirtschaftswoche Nr. 7 vom 13.2.2010, S. 94f.

Hersh Shefrin, Behavioral Corporate Finance, New York 2007.

Robert Thaler, Cass Sunstein, Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstößt, Berlin 2009.

