

PEREGRINUS-PREIS 2009

Dünne Luft in der Wirtschaft?

ZUR FUNDAMENTALEN BEDEUTUNG UND INTERDISZIPLINÄREN ERFORSCHUNG VON VERTRAUEN – DER PEREGRINUS-PREISTRÄGER 2009 DER BAYERISCHEN AKADEMIE DER WISSENSCHAFTEN STELLT SEIN ARBEITSGEBIET VOR.

VON GUIDO MÖLLERING

In der aktuellen Wirtschaftskrise wird es allzu deutlich: Ohne Vertrauen drohen moderne Gesellschaften und die globalisierte Marktwirtschaft zu zerfallen. Georg Simmel, ein Klassiker der Soziologie, wies darauf mit einer gewissen Dringlichkeit bereits vor mehr als hundert Jahren hin. Aber auch Ökonomen wie Alfred Marshall, der heute vor allem als Vorreiter der formalisierten Neoklassik bekannt ist, erachteten Vertrauen als fundamentale Voraussetzung für Wirtschaft und Gesellschaft. Marshall vergleicht in seinem Buch „Industry and Trade“ von 1920 Vertrauen mit der Atemluft, ohne die es im Wirtschaftsleben nicht geht, die scheinbar selbstverständlich vorhanden ist und die man erst beachtet, wenn die Luft dünn wird.

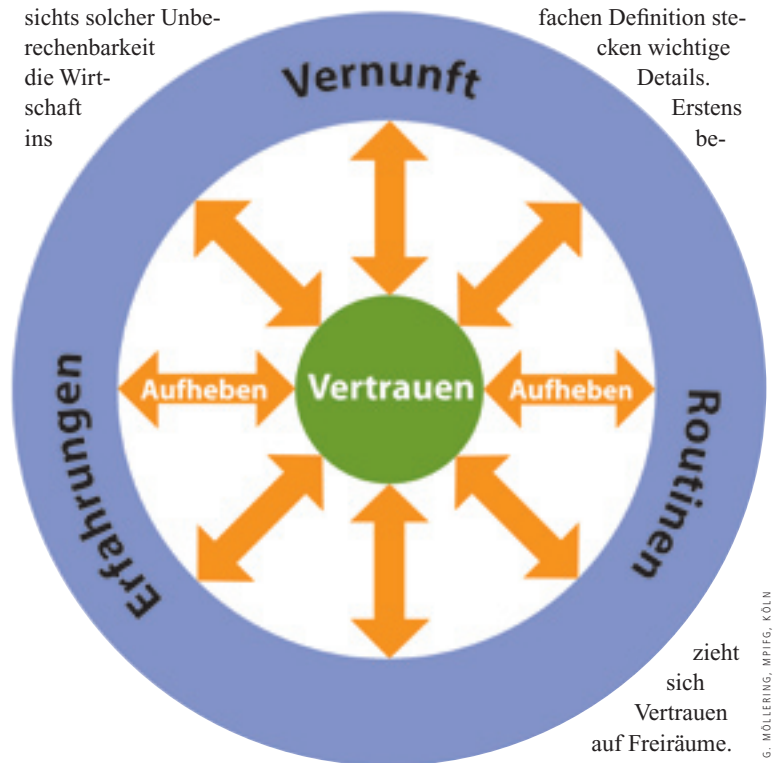
Jenseits der Opportunismusannahme

Wenn heute Wirtschaftswissenschaftler Vertrauen erforschen, ist dies allerdings meist erklärungsbedürftig. Seit Simmel und Marshall haben sich nämlich vor allem Theorien durchgesetzt, die mit einer Opportunismusannahme beginnen und auf ein Management berechenbarer Risiken hinauslaufen. Hier bilden Misstrauen und Mathematik das Fundament des Wirtschaftslebens. Die Grenzen dieser Theorien sieht man nicht erst in der heutigen Krise. Schon ein etwas jüngerer

Zeitgenosse Marshalls und weiterer Begründer der Neoklassik, Frank Knight, schrieb in „Risk, Uncertainty and Profit“ (1921) über die fundamentale Ungewissheit, die sich einer kalkulatorischen Lösung entzieht. Während Misstrauen angesichts solcher Unberechenbarkeit die Wirtschaft ins

Was ist Vertrauen?

Vertrauen bedeutet nämlich, trotz Ungewissheit und Verwundbarkeit zu erwarten, dass andere ihre Freiräume kompetent und verantwortungsvoll nutzen. In dieser einfachen Definition stecken wichtige Details. Erstens be-



Vertrauensgrundlagen und das Aufheben von Ungewissheit.

Stocken bringt, ist Vertrauen das soziale „Schmiermittel“ (Kenneth Arrow), das die Räder auch angesichts von Ungewissheit und Verwundbarkeit in Gang hält.

zieht sich Vertrauen auf Freiräume. Wer Freiräume durch mehr Kontrolle oder Transparenz beschneidet, der reduziert die Notwendigkeit, aber auch die Möglichkeit von Vertrauen. Zweitens werden vom Vertrauensnehmer Kompetenz und Verantwortung erwartet. Er darf seine Freiräume nicht willkürlich nutzen, sondern muss die positiven Erwartungen

G. MÖLLERING, MPIFG, KÖLN

erfüllen. In dieser Hinsicht ist Vertrauen zwar arglos, aber keineswegs bedingungslos. Drittens trotz Vertrauen den unzureichenden Informationen und nicht auszuschließenden Gefahren. Es erfordert das Aufheben von Ungewissheit und Verwundbarkeit, wobei das „Aufheben“ hier eine Doppelbedeutung hat, wie bei Hegel, denn es ist ein Negieren und Aufbewahren zugleich.

Wie entsteht Vertrauen?

Seit den 1990er Jahren wird Vertrauen unter anderem in den Wirtschaftswissenschaften wieder intensiv erforscht. Neben seinen positiven Wirkungen gilt es insbesondere auch, die Grundlagen für das Entstehen von Vertrauen zu verstehen. Hierzu gibt es mindestens drei verschiedene, sich letztlich ergänzende Perspektiven (siehe dazu die nebenstehende Abb.).

Die am weitesten verbreitete Perspektive zeigt Vertrauen als eine Frage der Vernunft und stellt den Vertrauensgeber als (begrenzt) rationalen Entscheider dar. Vertrauen ähnelt hier einer Wette, einem kalkulierten Risiko mit positivem Erwartungswert. Die zweite Perspektive lenkt das Augenmerk darauf, dass Vertrauen häufig eher routinemäßig geschenkt wird und in vielen Situationen praktisch selbstverständlich ist. Man orientiert sich an legitimen Regeln und Rollen, handelt angemessen und geht davon aus, dass sich die anderen ebenso „normal“ verhalten werden. Aus der dritten Perspektive erscheint Vertrauen als das Ergebnis so genannter Reflexivität. Der Vertrauende macht Erfahrungen mit anderen und lernt daraus. Aus jeder Perspektive gilt jedoch, dass Vertrauen stets über gute Gründe hinausgehen muss. Es muss enttäuscht werden können, obwohl der Vertrauende genau das nicht erwartet.

Vertrauen in Geschäftsbeziehungen

Ein interdisziplinärer Bezugsrahmen (wie in der Abbildung dargestellt) hilft bei der empirischen Analyse von Vertrauen zum Beispiel in Geschäftsbeziehungen in unterschiedlichen Kontexten. Betrachtet man etwa die Beziehungen zwischen Druckereien und Papierlieferanten in Großbritannien, so handelt es sich um gefestigte Beziehungen, in denen Vertrauen gut etabliert, aber dennoch nicht völlig unproblematisch ist. Die Geschäftspartner kennen die gegenseitigen Interessen und können auch ihre Vertrauenswürdigkeit gut einschätzen. Neben dieser berechnenden Seite gibt es aber auch viele Routinen und Selbstverständlichkeiten in der alltäglichen Zusammenarbeit, die das Vertrauen stützen und erleichtern. Und die guten Erfahrungen, die man miteinander gemacht hat, sind der wichtigste Grund für das gegenseitige Vertrauen. Tritt einmal ein Problem auf, so wird nicht das Vertrauen entzogen, sondern es bietet sich die Gelegenheit, durch konstruktives, gemeinsames Problemlösen das Vertrauen weiter zu festigen. Dennoch wissen beide Seiten, dass sie verwundbar sind und sich nicht sicher sein können, ob der Partner immer vertrauenswürdig war, ist und sein wird. Sie sind es gewohnt, diese Ungewissheit zu ertragen, nehmen die Möglichkeit der Enttäuschung in Kauf, versuchen aber auch, die Abhängigkeit von ihrem Partner gering zu halten.

Vertrauen in China

In neuen Geschäftsbeziehungen zwischen chinesischen und ausländischen Unternehmen in China hat es hingegen die Vernunft als Grundlage des Vertrauens zunächst recht schwer. Man durchschaut die Interessen des Gegenübers und den eigenen potentiellen Nutzen

nur sehr bedingt. Nicht zuletzt aufgrund kultureller Unterschiede lässt sich die Vertrauenswürdigkeit des anderen kaum einschätzen. Auf Routinen und Selbstverständlichkeiten als Vertrauensgrundlage kann ebenfalls nur bedingt zurückgegriffen werden, auch weil der institutionelle Rahmen in China noch unzuverlässig ist. Für die Reflexivität als Vertrauensgrundlage fehlt es oft an Erfahrungen. Man muss sich erst noch vertraut machen, dabei aber eigentlich schon sehr viel riskieren. Daraus folgt, dass man beim Aufbau von vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen in China in sehr hohem Maß Ungewissheit aufheben muss. Es ist nicht verwunderlich, dass in der Praxis dann zunächst keine positive Erwartung, sondern vielmehr Misstrauen vorherrscht.

Dialog zwischen Disziplinen

Vertrauen in der Wirtschaft ist ein Forschungsfeld, das in besonderem Maße nach einer interdisziplinären Bearbeitung verlangt. Durch ihre starke Anwendungsorientierung scheint die Betriebswirtschaftslehre prädestiniert, Erkenntnisse aus verschiedenen Disziplinen zusammenzutragen und auch Impulse zurück in die Volkswirtschaftslehre, Soziologie, Anthropologie, Psychologie, Philosophie und vielleicht sogar in die Naturwissenschaften zu geben. Ungewissheit und Verwundbarkeit zählen zu den Grundproblemen der Existenz und des Zusammenlebens von Menschen auch über die Wirtschaft hinaus. Vertrauen als Lösung sollte daher mit großer Offenheit erforscht und diskutiert werden.



Der Autor wurde im Jahr 2003 in Management Studies an der Universität Cambridge promoviert, arbeitet seit 2005 als Wissenschaftler am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln und ist zugleich Habilitand an der Freien Universität Berlin.

Literaturhinweis

Guido Möllering, Trust: Reason, Routine, Reflexivity. Oxford, Elsevier 2006.
Ders., Das Aufheben von Ungewissheit als Kern des Vertrauens: Just do it?, MPIfG Working Paper 06/5. Köln, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung 2006.