ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Emons, Winand

Article — Digitized Version

Information, Märkte, Zitronen und Signale: Zum Nobelpreis an George Akerlof, Michael Spence und Joseph Stiglitz

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Emons, Winand (2001) : Information, Märkte, Zitronen und Signale: Zum Nobelpreis an George Akerlof, Michael Spence und Joseph Stiglitz, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Springer, Heidelberg, Vol. 81, Iss. 11, pp. 664-668

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/40806

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Winand Emons

Information, Märkte, Zitronen und Signale

Zum Nobelpreis an George Akerlof, Michael Spence und Joseph Stiglitz

Mit dem diesjährigen Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften wurden drei Ökonomen ausgezeichnet, die mit der Informationsökonomik ein neues Forschungsfeld erschlossen. Welche Erkenntnisse wurden mit der Informationsökonomik gewonnen? Welche praktischen Implikationen ergeben sich aus dem neuen Forschungsfeld?

Warum verlieren Autos in den ersten Monaten nach Inverkehrsetzung soviel mehr an Wert als in ihrem späteren Leben? Warum ist in der Schweiz eine Zahnarztversicherung soviel teurer als anderswo? Warum gibt es für das Risiko, dass die Ehe scheitert oder das Examen nicht bestanden wird, eigentlich keine Versicherung? Warum ist die Versicherungsprämie bei einem Vertrag mit Selbstbehalt soviel niedriger als bei einem Vertrag ohne Selbstbehalt? Warum zahlen Firmen Dividenden, werden sie doch höher besteuert als einbehaltene Gewinne? Warum geben Firmen soviel Geld für Werbung aus, deren Informationsgehalt mehr als fragwürdig ist? Warum rationieren Banken Kredite, d.h., warum gewähren sie dem Kreditnehmer eine geringere Kredithöhe, als dieser zum gegebenen Zins gerne hätte?

Auf all diese scheinbar zusammenhanglosen Fragen hatte die Ökonomie bis Anfang der 70er Jahre wenige Antworten. Man betrachtete bis dahin Märkte, in denen beide Marktseiten gleich gut informiert waren: der Käufer kennt die Qualität des Gebrauchtwagens genauso gut wie der Verkäufer; die Versicherung kann das Risiko genauso gut einschätzen wie der Versicherte; die Bank hat die gleichen Informationen über die Ausfallrisiken wie der Kreditnehmer. In Märkten mit symmetrischer Information treten die oben beschriebenen Phänomene nicht auf. Bei symmetrischer Information sorgt der Preismechanismus für eine optimale Bereitstellung von Gütern[1].

„Market for Lemons"

Akerlof betrachtete als erster einen Markt mit asymmetrischer Information, den mittlerweile berühmten „Market for Lemons"[2]. In seinem Gebrauchtwagenmarkt kennen die Verkäufer die Qualität ihres Gebrauchtwagens genau, sie haben ihn schließlich einige Zeit gefahren. Die Käufer hingegen können die Qualität eines einzelnen Fahrzeuges nicht beurteilen. Ihnen erscheinen alle Fahrzeuge des betrachteten Typs gleich. Sie kennen lediglich die durchschnittliche Qualität dieses Typs, die sie sich beispielsweise aus der Fachpresse beschafft haben. Als Konsequenz dieser Informationsasymmetrie werden alle Autos zum gleichen Preis gehandelt, der die durchschnittliche Qualität widerspiegelt[3]. Der Verkäufer eines guten Wagens wird für sein Gefährt keinen höheren Preis erzielen, da der Käufer die gute Qualität gar nicht erkennt. Unterschiedliche Güter werden also nicht mehr zu unterschiedlichen Preisen gehandelt.

Dieser durchschnittliche Preis mag den Verkäufern guter Autos zu niedrig erscheinen und sie bieten ihren Wagen erst gar nicht auf dem Gebrauchtwagenmarkt an. Lediglich schlechte Autos (Lemons/Zitronen) werden noch gehandelt – die guten Wagen werden aus dem Markt gedrängt. Dieses Phänomen nennt man adverse Selektion.

Werden sich die Käufer bewusst, dass die guten Qualitäten erst gar nicht auf den Markt kommen, so werden sie ihre Qualitätserwartung nach unten korrigieren[4]. Sie werden weniger zahlen wollen, was weitere gute Autos aus dem Markt drängt. Dieser Mecha-

Prof. Dr. Winand Emons, 43, ist Ordinarius für Wirtschaftstheorie am Volkswirtschaftlichen Institut der Universität Bern (winand.emons @vwi.unibe.ch).

[1] Man spricht hier vom ersten Hauptsatz der Wohlfahrtstheorie. Vgl. z.B. G. Debreu: Theory of Value, Wiley (New York) 1959.

[2] Vgl. G. Akerlof: The Market for „Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, in: Quarterly Journal of Economics, 84 (1970), S. 488-500. Schlechte Autos heißen in Amerika „Lemons" (Zitronen); deshalb spricht Akerlof von dem Market for Lemons.

[3] Anhand deutscher Daten zeige ich in einer Arbeit mit Jürgen von Hagen, dass Gebrauchtwagenpreise in der Tat die durchschnittliche Qualität der Autos widerspiegeln; der Gebrauchtwagenmarkt ist also schwach informationseffizient. Vgl. W. Emons, J. von Hagen: Asset Prices and Public Information: An Empirical Investigation in the Market for Automobiles, in: European Economic Review, 35 (1991), S. 1529-1542.

[4] Diese Revision der Erwartung spiegelt sich in der Lebensweisheit: you get what you pay for. Ein billiger Gebrauchtwagen kann nicht gut sein, wenn die Verkäufer informiert sind. Umgekehrt gilt leider nicht, dass ein teurer Gebrauchtwagen gut sein muss.

nismus kann dazu führen, dass nur noch ganz schlechte Autos verkauft werden, oder aber dass der Markt vollkommen zusammenbricht.

Dieses Resultat steht im Widerspruch zur orthodoxen Theorie, nach der Märkte effizient sind. Mehrere Fachzeitschriften wollten wohl aus diesem Grund Akerlofs Artikel nicht publizieren. Sie konnten nicht ahnen, dass mit der Arbeit eine neue Teildisziplin, die Informationsökonomie, geschaffen wurde. Das Papier ist heute schließlich einer der meist zitierten Aufsätze der Profession.

Versicherungsmärkte

Das Phänomen der adversen Selektion tritt in vielen Märkten auf. So kann ich z.B. in einer Arbeit mit George Sheldon empirisch zeigen, dass die Vorhersagen Akerlofs für den Gebrauchtwagenmarkt des Kantons Basel-Stadt recht gut zutreffen[5]. Ein anderes prominentes Beispiel sind Versicherungsmärkte. Versicherte kennen ihre Schadenswahrscheinlichkeit besser als die Versicherer. Bei einem Tarif, der auf der durchschnittlichen Schadenswahrscheinlichkeit beruht, werden die guten Risiken gar keine Versicherung mehr nachfragen, da sie ihnen zu teuer ist. Die guten Risiken werden von den schlechten verdrängt und die Prämie wird entsprechend ansteigen.

Da in der Schweiz der Abschluss einer Zahnarztversicherung freiwillig ist, fragen die Eidgenossen mit guten Zähnen erst gar keine Versicherung nach. Den Versicherern bleiben nur die schlechten Risiken, weshalb eine Zahnarztversicherung in der Schweiz teurer ist als in den Ländern, wo eine Versicherungspflicht besteht. Wie der Gebrauchtwagenmarkt kann der Versicherungsmarkt zusammenbrechen. Somit ist adverse Selektion eine mögliche Erklärung dafür, dass es für viele Risiken erst gar keine Versicherung gibt[6].

„Market Signalling"

Es ist nun offensichtlich, dass Institutionen entwickelt werden, welche die adverse Selektion mildern. Hier setzt Michael Spence an[7]. Er betrachtet einen Arbeitsmarkt mit produktiven und weniger produktiven Individuen. Die Arbeiter kennen ihre Fähigkeiten, die Firmen hingegen nicht. Zahlen die Firmen einen Lohn, welcher der durchschnittlichen Produktivität entspricht, subventionieren die produktiven die weniger produktiven Arbeiter.

Dieses Mischen (im Englischen pooling) ist für die produktiven Arbeiter wenig attraktiv. Sie werden versuchen, die Firmen von ihren Fähigkeiten zu überzeugen. Es hilft den produktiven Individuen nicht, ihre hohe Produktivität zu beteuern. Die weniger produktiven würden das gleiche behaupten und die Firmen werden derartige Behauptungen daher ignorieren. Die produktiven Individuen müssen ein Signal senden, das von den weniger produktiven nicht imitiert wird.

Spence benutzt dazu Ausbildung. Ausbildung kostet die Individuen Anstrengung – die weniger produktiven mehr als die produktiven. Ausbildung ist im einfachsten Modell von Spence eine reine Verschwendung von Ressourcen. Sie steigert in keiner Weise die Produktivität. Trotzdem werden die produktiven Arbeiter sich ausbilden lassen. Sie tun dies, um den Firmen damit ihre Fähigkeit zu signalisieren und einen höheren Lohn zu bekommen. Die weniger produktiven Arbeiter lassen sich nicht ausbilden, da sie höhere Ausbildungskosten haben; der höhere Lohn kompensiert sie nicht für die höheren Ausbildungskosten. Spence zeigt also, dass durch Signale der informierten Seite die adverse Selektion gemildert werden kann, wenn auch zu einem Preis: produktive Individuen quälen sich durch eine Ausbildung, nur um sich von den weniger produktiven zu unterscheiden.

Mit diesem Ansatz hatte man plötzlich eine Erklärung für viele Beobachtungen. Man kann z.B. erklären, warum Firmen soviel Geld für (nutzlose) Werbung ausgeben[8], warum Gebrauchtwagenhändler Garantien gewähren und private Verkäufer nicht[9], oder warum Aktiengesellschaften teure Dividenden auszahlen, anstatt den Cash-flow in der Firma zu behalten[10]. Der Ansatz wird selbst in der Verhaltensbiologie benutzt: Durch scheinbar nutzloses Ausreissen von

---

[5] W. Emons, G. Sheldon: The Market for Used Cars: Two Tests of the Lemons Problem, Discussion Paper, Universität Bern, erscheint demnächst. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Auto verkauft wird, steigt zunächst mit seinem Alter und fällt dann. Findet ein Neuwagenkäufer heraus, dass er ein schlechtes Exemplar erwischt hat, versucht er, ihn auf dem Gebrauchtwagenmarkt wieder loszuwerden. Hat er hingegen ein gutes Exemplar, so behält es der Neuwagenkäufer einige Jahre. Die Qualität der von privat verkauften Gebrauchtwagen ist signifikant schlechter als die Qualität der Gebrauchtwagen von Händlern. Händler können mit Garantien und ihrer Reputation Kunden von der guten Qualität ihrer Occasionen überzeugen.

[6] Nach der Auskunft eines leidgeprüften Bekannten tritt das Lemonsproblem auch auf dem Markt für zweite Ehen auf. „Gute" Ehepartner und Ehepartnerinnen wären auf diesem Markt gar nicht im Angebot zu finden.

[7] M. Spence: Job Market Signalling, in: Quarterly Journal of Economics, 87 (1973), S. 355-374; und M. Spence: Market Signalling, Harvard University Press (Cambridge, MA) 1974.

[8] Vgl. P. Milgrom, J. Roberts: Price and Advertising Signals of Product Quality, in: Journal of Political Economy, 94 (1986), S. 795-816.

[9] Vgl. S. J. Grossman: The Informational Role of Warranties and Private Disclosure about Product Quality, in: Journal of Law and Economics, 24 (1977), S. 461-483; oder W. Emons: Warranties, Moral Hazard, and the Lemons Problem, in: Journal of Economic Theory, 46 (1988), S. 16-33.

[10] Vgl. K. John, J. Williams: Dividends, Dilution, and Taxes, in: Journal of Finance, 40 (1985), S. 1053-1069.

Bäumen signalisiert der Bär der Bärin die Qualität seiner Gene; der Pfau signalisiert seine Erbanlagen mit seinem Rad[11].

„Screening"

Während bei Spence die informierte Partei Signale sendet, betrachtet Joseph Stiglitz in seiner Arbeit mit Michael Rothschild das umgekehrte Szenario, in dem die uninformierte Partei versucht, die Informierten zu trennen[12]. Sie betrachten einen Versicherungsmarkt mit guten und schlechten Risikien, z.B. gute und schlechte Autofahrer. Die Individuen kennen ihr Risiko, Versicherungsgesellschaften nicht. Offerieren die Versicherer verschiedene Kontrakte, die sich hinsichtlich Selbstbehalten und Prämien unterscheiden, können sie die Gruppen trennen.

Die guten Risiken wählen einen Vertrag mit einem hohen Selbstbehalt und einer niedrigen Prämie, wohingegen die schlechten Risiken auf den Selbstbehalt verzichten und dafür eine hohe Prämie in Kauf nehmen. Die guten Risiken trifft der Selbstbehalt weniger hart als die schlechten Risiken, da es unwahrscheinlicher ist, dass sie ihn wirklich tragen müssen. Dieses Sortieren durch Selbstbehalte (im Englischen screening) verwenden Versicherer beispielsweise in der Kaskoversicherung (die gute Fahrerin wählt die billige Teilkasko, der schlechte Fahrer die teure Vollkasko) oder aber in der privaten Krankenversicherung, in welcher der gewählte Selbstbehalt mit dem Krankheitsrisiko fällt.

Dieser Screeningansatz erklärt viele Phänomene. So erklären Stiglitz und Weiss damit z.B. die Kreditrationierung, bei der ein Schuldner nicht den gesamten Kreditbetrag erhält, den er gerne möchte[13]. Der Kreditvertrag unterscheidet sich von anderen Tauschgeschäften, etwa dem Tausch Banane/Geld, dadurch, dass der Kreditgeber für sein gutes Geld zunächst nur ein Rückzahlungsversprechen bekommt, dessen Qualität sich noch nicht abschätzen lässt. Stellt der Schuldner ein hohes Ausfallrisiko dar, ist das Rückzahlungsversprechen wenig wert. Der Gläubiger weiß aber nicht genau, ob er es mit einem hohen oder einem niedrigen Ausfallrisiko zu tun hat, denn auch der Schuldner mit dem hohen Risiko wird dem Gläubiger zunächst seine Solidität beteuern.

Kreditrationierung

Unsicherheit des Gläubigers über die Qualität des Schuldners führt nach klassischen Vorstellungen zu einer Erhöhung des Preises für den Kredit, d.h. des Zinssatzes. Dieses Instrument ist bei Kreditverträgen jedoch untauglich, denn eine Zinserhöhung betrifft nur den Inhalt des Rückzahlungsversprechens. Ein Schuldner, für den die Rückzahlung des Kredites unwahrscheinlich ist, wird durch eine Erhöhung des Inhaltes dieses Versprechens nicht weiter gestört. Die Zinserhöhung hat also vor allem die Wirkung, gute Schuldner, die den Kredit zurückzahlen werden, zu vertreiben, weil ihnen der Kredit zu teuer geworden ist. Die Zinserhöhung führt also zu einer Verschlechterung der Qualität der Gruppe, an die man Kredite gibt; es kommt zu adverser Selektion.

Nun ist es denkbar, dass bei einem Kreditvertrag, der sowohl von den guten als auch von den schlechten Ausfallrisiken nachgefragt wird (einem so genannten Misch- oder Poolingvertrag), die Kreditnachfrage das Angebot übersteigt. Nach der klassischen Vorstellung müsste einfach der Kreditzins steigen, um Angebot und Nachfrage auszugleichen. Erhöhen die Banken aber den Zins, fragen die guten Risiken den Kredit nicht mehr nach und die Banken machen Verluste mit den verbliebenen schlechten Risiken. Die Banken ziehen es deshalb vor, den Zins nicht zu erhöhen und stattdessen die Nachfrager zu rationieren. Es kommt also zu Kreditrationierung: nicht jeder Nachfrager, der unter den gegebenen Konditionen einen Kredit möchte, wird von den Banken bedient[14].

Dagegen kann man versuchen, durch die Einführung von Kreditsicherheiten die verschiedenen Kreditausfallrisiken voneinander zu trennen[15]. Bietet die Bank eine Zinssenkung zusammen mit der Einführung einer Kreditsicherheit an, so stehen die guten Risiken diesem Vorschlag positiv gegenüber, da sie (fast) sicher von der Zinssenkung profitieren und (fast) nie ihre Kreditsicherheit verlieren. Die schlechten Risi-

[11] Die Arbeiten von Spence hatten auch einen großen Einfluss auf die Bildungsökonomie. Ging man bislang davon aus, dass Ausbildung die Produktivität steigert, so zeigt Spence, dass es durchaus rational sein kann, in eine an sich wertlose Ausbildung zu investieren, solange Firmen das Gehalt auf die Ausbildung konditionieren. Es handelt sich bei Spence um Gleichgewichte mit rationalen Erwartungen, d.h. sowohl die Erwartungen der Arbeiter als auch die der Firmen werden im Gleichgewicht bestätigt.

[12] Vgl. M. Rothschild, J. Stiglitz: Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information, in: Quarterly Journal of Economics, 95 (1976), S. 629-649.

[13] Vgl. J. Stiglitz, A. Weiss: Credit Rationing in Markets with Imperfect Information, in: American Economic Review, 71 (1981), S. 393-410.

[14] Dieses Resultat führte zu einiger Aufregung, assoziiert man doch das Phänomen der Rationierung mit einer sozialistischen Planwirtschaft und nicht mit einer freien Marktwirtschaft. Die Arbeit von Stiglitz und Weiss wurde häufig als Erklärung des „credit crunchs" Ende der 80er Jahre verwandt.

[15] Vgl. H. Bester: Screening vs. Rationing in Credit Markets with Imperfect Information, in: American Economic Review, 75 (1985), S. 850-855. Für einen Überblick über die Kreditrationierungsliteratur siehe z.B. G. Clemenz: Credit Markets with Asymmetric Information, Springer (Berlin u.a.) 1986.

ken hingegen sind von diesem Vorschlag weniger begeistert, weil für sie der Verlust der Kreditsicherheit bedeutend wahrscheinlicher ist. Kreditsicherheiten dienen also dazu, den Informationsstand des Kreditgebers zu verbessern und ermöglichen häufig erst das Funktionieren des Kreditmarktes. Trennen die Banken die verschiedenen Ausfallrisiken in der beschriebenen Weise, kommt es im Gleichgewicht nicht zu Kreditrationierung.

Aktives Forschungsfeld

Die Informationsökonomie ist eines der aktivsten Forschungsfelder innerhalb der Volkswirtschaftslehre. Die Grundlagen zu den Arbeiten der diesjährigen Nobelpreisträger bilden die Ergebnisse von Vickrey und Mirrlees, die 1996 mit dem Preis ausgezeichnet wurden. So bezeichnet man die wichtige Single-crossing property von Indifferenzkurven, die das Trennen von verschiedenen Gruppen überhaupt erst ermöglicht, häufig auch als die Mirrlees-Spence-Bedingung. Ferner erhielt die Spieltheorie (Nobelpreis 1994 an Harsanyi, Nash und Selten) starke Impulse von der Informationsökonomie. Die Vielzahl von Gleichgewichten in Signalling-Spielen à la Spence führte in den 80er Jahren zu verstärkten Anstrengungen, das Konzept des Nash-Gleichgewichtes zu verfeinern[16].

[16] Einen Überblick über die Refinementliteratur gibt z.B. E. van Damme: Stability and Perfection of Nash Equilibria, Springer (Berlin u.a.) 1991.

Die Informationsökonomie gehört heute zu jeder modernen Ausbildung der Volkswirtschaftslehre, so z.B. in Berlin, Bern, Mannheim und München; an der Universität Bonn wird gar seit den 70er Jahren regelmässig eine Vorlesung „Informationsökonomie" angeboten. Die Universität Zürich richtet zur Zeit einen eigenen Lehrstuhl für Informationsökonomie ein.

Praktische Implikationen

Die praktischen Implikationen der Informationsökonmie sind vielfältig. Sie hilft uns, Institutionen besser zu verstehen und zu gestalten. So wäre mancher Fehler des schweizerischen Krankenversicherungsgesetzes vermieden worden, hätte man die Ergebnisse der Informationsökonomie vorher studiert. Neueintretende Versicherer warben mit niedrigen Prämien und hohen Selbstbehalten junge Leute von den etablierten Versicherern ab. Da den etablierten Versicherern häufig nur noch die älteren Mitbürger blieben, kamen sie mit ihrer Mischkalkulation in arge Bedrängnis.

Viele Vorschriften und Regulierungen wurden durch diese neuen Erkenntnisse geprägt. Modernes Gewährleistungsrecht berücksichtigt explizit die Rolle von Garantien als Signal der Produktqualität. Mancher Aktienmarkt wäre aufgrund adverser Selektion zusammengebrochen, gäbe es nicht die einschlägigen Regulierungen, die dem entgegen wirken. Man denke hier insbesondere an den Neuen Markt, auf dem un-

Europäischer Hypothekenverband (Hrsg.)

Die Hypothekenbanken und der Pfandbrief in Europa

3. Auflage

Die dritte Auflage des Werkes legt aktuelle und umfassende Informationen über Hypothekarkreditinstitute, die Pfandbriefe emittieren, und über Pfandbriefe in Europa vor. Das Buch enthält wirtschaftliche sowie rechtliche und historische Berichte über Pfandbriefe und ihre Emittenten, in denen die bestehende Situation in der Europäischen Union, besonders hinsichtlich der OGAW-Richtlinie, dargestellt wird. Das Werk beinhaltet ausführliche, nach Ländern geordnete Informationen über Mitgliedstaaten der Europäischen Union und der EFTA. Die Länderberichte über Frankreich, Luxemburg, Finnland und Schweden wurden vollständig überarbeitet. In Anbetracht der Entwicklungen, die in der Tschechischen Republik, in der Slowakei, in Polen und Ungarn stattfinden, enthält die dritte Auflage auch Informationen über diese mittel- und osteuropäischen Länder. Ferner beinhaltet das Werk Informationsblätter über einzelne Pfandbriefemittenten in Europa. Die vollständigen nationalen Gesetze über Pfandbriefe und ihre Emittenten sind für die EU- und EFTA-Mitgliedstaaten auf CD-Rom enthalten.

2001, 448 S., geb. mit CD, 98,– DM, 86,– sFr, ISBN 3-7890-7337-7

NOMOS Verlagsgesellschaft · 76520 Baden-Baden

bekannte Unternehmen Investoren von ihrer Qualität überzeugen müssen, um Kapital zu bekommen. Die momentane Diskussion scheint ein Indiz dafür zu sein, dass trotz aller Regulierungen immer noch zu viele schlechte Firmen (Lemons) am Neuen Markt gehandelt werden.

George Akerlof und Michael Spence wurden letztendlich für jeweils eine Arbeit geehrt, die beide in der Wirtschaftswissenschaft eine Revolution auslösten[17]. Sie bilden gewissermassen das Fundament der Informationsökonomie. Joseph Stiglitz baut mit einer Vielzahl von Publikationen auf diesem Fundament auf. In einer wahren Flut von Arbeiten versucht er zu zeigen, dass Informationsasymmetrien auf Märkten wohl eher die Regel als die Ausnahme sind. Er ist unter den diesjährigen Gewinnern wahrscheinlich der Bekannteste, war er nicht nur Professor an mehreren amerikanischen Eliteuniversitäten, sondern auch Anfang der neunziger Jahre ökonomischer Chefberater von Präsident Clinton und bis 1999 Chefökonom der Weltbank.

Seine theoretischen Ergebnisse über Märkte mit asymmetrischer Information lassen ihn an den Selbstheilungskräften der Wirtschaft zweifeln. Er sieht Raum für regulierende staatliche Eingriffe, die das Funktionieren der Märkte häufig überhaupt erst ermöglichen. Ihm wurde häufig Keynesianisches Denken vorgeworfen. Sein Erfolg in der Wirtschaftspolitik war eher mäßig. Seine Kritiker verkennen dabei, dass Stiglitz nicht mit Dogmen wie z.B. „Märkte versagen, deshalb muss der Staat regulierend eingreifen" argumentiert. Er baut seine Argumentation auf sauberen theoretischen Gedanken auf. Für ihn ist der Staat ebenso eine unvollkommene Institution wie Märkte. Es hängt vom betrachteten Problem ab, ob der freie Markt oder der regulierende Staat die bessere Lösung ist.

Die Informationsökonomie hat nachhaltig die Art und Weise verändert, wie Ökonomen über Märkte denken. Da sie uns zu verstehen hilft, welche negativen Konsequenzen Informationsasymmetrien haben, hilft sie uns auch, diesen zu begegnen, sei es durch staatliche Eingriffe oder durch die Selbstheilungskräfte der Märkte. Ein Arzt hat beispielsweise gegenüber dem Patienten einen Informationsvorsprung, welche Art der Behandlung von Nöten ist. Diese Informationsasymmetrie gestattet es dem Arzt, medizinisch unnötige, aber für ihn finanziell lukrative Leistungen zu verordnen. Der Patient muss dem Arzt vertrauen, deshalb spricht man hier von Vertrauensgütern. Ein Grund für die ständig steigenden Gesundheitskosten liegt darin, dass Ärzte die Vertrauensgutproblematik ausnutzen und sich ihre eigene Nachfrage schaffen[18]. Ein zentrales Anliegen der Gesundheitsökonomie liegt darin, Mechanismen zu entwickeln, unter denen Ärzte ihren Informationsvorsprung nicht opportunistisch ausnutzen und nur noch Leistungen im Sinne des Patienten verordnen. Es handelt sich hierbei um ein Problem der Informationsökonomie. Der Einfluss der Informationsökonomie auf dieses wie auch auf andere praktische Probleme steht erst am Anfang.

Die Preisträger teilen sich die Preissumme von einer Million Dollar. Keiner von ihnen wird sein Wissen über Informationsasymmetrien wohl je wieder verwenden müssen, um sich einen günstigen Gebrauchtwagen zu kaufen.

[17] Beide Wissenschaftler haben viele andere wichtige Arbeiten geschrieben, die das Nobelpreiskomitee aber nicht weiter würdigt.

[18] Zur Theorie der Vertrauensgüter vgl. W. Emons: Credence Goods and Fraudulent Experts, in: Rand Journal of Economics, 28 (1997), S. 107-119.

HERAUSGEBER: Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA) (Präsident: Prof. Dr. Thomas Straubhaar, Vizepräsident: Prof. Dr. Hans-Eckart Scharrer).

Internet: http://www.hwwa.de

Geschäftsführend: Dr. Otto G. Mayer

REDAKTION:

Dr. Klaus Kwasniewski (Chefredakteur), Dipl.-Vw. Susanne Erbe, Dipl.-Vw. Claus Hamann, Dipl.-Vw. Cora Wacker-Theodorakopoulos, Helga Wenke, Dipl.-Vw. Irene Wilson, M.A.

Anschrift der Redaktion: Neuer Jungfernstieg 21, 20347 Hamburg, Tel.: (0 40) 4 28 34 306/307

Verantwortlich für den Inhalt des HWWA-Konjunkturforums: Dr. Eckhardt Wohlers, Dr. Günter Weinert

Verlag, Anzeigenannahme und Bezug:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Waldseestraße 3-5, 76530 Baden-Baden, Tel. (0 72 21) 21 04-0, Telefax (0 72 21) 21 04 79. Internet: http://www.nomos.de/nomos/zeitschr/wd/wd.htm

Bezugsbedingungen: Abonnementpreis jährlich DM 178,– (inkl. MwSt.), Studentenabonnement DM 89,– zuzüglich Porto und Versandkosten (zuzüglich MwSt. 7%); Einzelheft DM 17,–; Abbestellungen vierteljährlich zum Jahresende. Zahlungen jeweils im voraus an: Nomos-Verlagsgesellschaft, Stadtsparkasse Baden-Baden, Konto 5-002266

Anzeigenpreisliste: August 1997

Erscheinungsweise: monatlich

Druck: AMS Wünsch Offset-Druck GmbH, 92318 Neumarkt/Opf.

Die Zeitschrift sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Namentlich gezeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.