

Der Homo Oeconomicus – Mister Eigennutz

Der Homo Oeconomicus fungiert als Bannerträger der herkömmlichen BWL- und VWL-Theorien. Wenn er auf Shopping-Tour geht, kennt er keine Gefühle und nutzt ausschließlich seine Vernunft. Er ist egoistisch, geldgeil und materialistisch. Du bist ganz anders, nicht wahr?

Hand aufs Herz: Wie würdest du dich selbst einschätzen? Als **Typus**? Verstehst du dich als hochgradig selbstlosen Menschen, der alles, aber auch wirklich alles für seinen Nächsten und die Gemeinschaft tut? Bist du also ein Altruist, für den das Gemeinwohl vor allen Einzelinteressen kommt? Oder stehst du voll dazu, dass du ein gnadenloser Egoist bist? Einer, der offen zugibt, dass er stets seinen persönlichen Vorteil sucht und frei nach dem Motto lebt „Jedem das Seine, mir das Meiste“.

Die meisten – und so wahrscheinlich auch du – dürften sich irgendwo zwischen diesen beiden Polen verorten. Die überwältigende Mehrheit wird sich in der Mitte ansiedeln, möglicherweise mit einer leichten Tendenz zum Altruismus. Das wirkt sympathisch – auch sich selbst gegenüber. Der Egoist genießt dagegen keinen guten Ruf. Er gilt als rücksichtslos und raffgierig – und damit auch ein Stück weit als „asozial“. Also verklären wir lieber unsere egoistische Seite und antworten auf die Eingangsfrage „Egoist – ja oder nein?“ mit einem salomonischen „**Mal so, mal so.**“

Aber wann genau ist denn „mal so“? Vor allem dann, wenn es um ökonomische Angelegenheiten geht, suggeriert zumindest die konventionelle Wirtschaftstheorie und bringt dafür den Homo Oeconomicus (H0) ins Spiel. Der H0 ist im ausgehenden **19.**

Jahrhundert aus dem geistigen Mutterleib der **Neoklassik** geschlüpft und durchläuft seitdem als scheinbar unsterblicher Modellathlet alle Spielarten wirtschaftswissenschaftlicher Mainstream-Theorien.

Der H0 ist der geborene Egoist: Er handelt ausschließlich rational, um ein Maximum an materiellem Eigennutz zu erzielen. Und das ist gut so, finden zumindest diejenigen, die einen **bedingungslosen Individualismus** und den genauso bedingungslos freien Markt propagieren. Wettbewerb als maximale Maxime, „Jeder gegen jeden“ als persönliches Mantra des Menschen, der sich im Kapitalismus irgendwie zurechtfinden muss, ob am Arbeitsplatz oder als Konsument im Privatleben.

Seit über einem Jahrhundert findet der Homo Oeconomicus unwidersprochen Eingang in die Lehrbücher von BWL und VWL, wird in den Hörsälen wirtschaftswissenschaftlicher Fakultäten gepredigt, gilt somit als Ultima Ratio in den Chefetagen von Konzernen und wird spätestens seit den 1980ern als Leitbild für die gesamte Gesellschaft propagiert.

Doch **wie realistisch** ist dieser Homo Oeconomicus? Klar, es handelt sich um ein Konstrukt, um eine Kunstfigur mit der Bestimmung, als Spielball für das Entwerfen wirtschaftstheoretischer Modelle jongliert zu werden. Aber wie nah dran ist dieser „Egomanni“ an der Realität? Wie stark deckt sich die Natur des H0 mit der von real existierenden Menschen? Um dies zu überprüfen, gilt es, zunächst analytisch zu unterscheiden zwischen dem Menschen als Konsumenten und dem Menschen als Produzenten. Die zweite Kategorie, die Unternehmer, Manager mit Entscheidungsmacht und Selbständige umfasst, wird an anderer Stelle (also später) in Tiefe behandelt. Hier sollen einige Gedanken reichen.

Nach herkömmlicher BWL-Logik liegen die vorrangigen Ziele eines Unternehmers darin, die Liquidität und damit die

Existenz seines Unternehmens zu sichern, sowie darin, möglichst hohe Gewinne zu erwirtschaften – für neue Investitionen, aber auch um den Überschuss an den oder die Eigentümer auszuzahlen. Folglich gilt es, volle Kraft voraus **mit instrumenteller Vernunft den größtmöglichen Gewinn** herauszupressen. Das ist Eigennützigkeit par excellence, zumal wenn der Unternehmer dieses Ziel dadurch erreicht, dass er die Arbeitskosten, auf gut Deutsch: die Gehälter, möglichst niedrig hält oder gar drückt.

Aber längst nicht jeder Manager geht so vor. So ist es gut möglich, dass der Eigentümer eines Familienunternehmens solide Gehälter zahlt, allein um seinen **guten Ruf** in der Region zu pflegen, in dem das Unternehmen seinen Stammsitz hat. Einfach nur so, aus persönlichen Motiven heraus – nicht unbedingt, um den Umsatz stabil zu halten oder um gute Arbeitskräfte anwerben zu können. Auch weitere Ausnahmen bestätigen hier nicht unbedingt die Regel.

Warum kaufst du eine bestimmte Sorte Kaffee?

Bei den Konsumenten bekommt die tönernerne Kunstfigur des Homo Oeconomicus noch mehr Risse. Ökonomisches Handeln bedeutet hier in erster Linie, Kaufentscheidungen zu treffen. Warum aber kaufst du ein bestimmtes Produkt wie ein bestimmtes Deo oder eine bestimmte Sorte Kaffee? Weil vergleichbare Produkte teurer sind, aber qualitativ nicht mehr leisten? Dann würdest du in der Tat wie ein echter H0 handeln. Aber da gibt es noch ein paar andere **Triebkräfte, die deinen Kauf beeinflussen** können: Vielleicht hat dich ja ein bestimmter Werbebanner im Internet überzeugt bzw. manipuliert. Oder du bist ganz grundsätzlich der Markenjunkie. Oder aber genau umgekehrt: Dein wichtigstes Motiv ist, dass der Kaffee fair gehandelt wird. Du kannst aber auch einfach schon gute Erfahrungen mit dem Produkt gemacht haben, weshalb du es ohne großes Nachdenken einfach wieder zugreifst. Und und und.

Verschiedene Versionen dieses Werks sowie andere Songs zu

Themen unserer Zeit findest auf meinem [YouTube-Kanal](#).

Sieht die Sache bei langlebigen Konsumgütern so viel anders aus? Wenn du dir zum Beispiel ein **neues Auto** zulegen willst und dafür maximal 50.000 Euro lockermachen kannst? Du wirst dir die Sache beim Auto wahrscheinlich besser und länger überlegen als beim (Achtung Wortspiel!) Deo-Roller. Möglicherweise wirst du verschiedene Marken, Modelle und deren „Features“ miteinander vergleichen. Aber jedwede ökonomische Vernunft wird außer Kraft gesetzt, sobald du dich in ein bestimmtes Modell verliebt hast und nur dieses eine unbedingt haben willst, selbst wenn du 60.000 Euro dafür hinblättern musst und dich verschuldest.

Vielleicht war der Mensch am Ende des 19. Jahrhunderts ja ein völlig anderer, aber wahrscheinlich doch eher nicht, als der H0 zu seinem Siegeszug durch die Wirtschaftsakademien ansetzte und sich bis heute dort festgesetzt hat. Doch letztthin handelt es sich vor allem um ein speziell designtes Menschenbild, um die Ideologie und den **Machtanspruch des aufstrebenden Besitzbürgertums** in dieser Epoche zu legitimieren. Die Stichworte lauten: Materialismus, Utilitarismus, Verdrängungswettbewerb.

Der Ökonom als Schrauber (nur ohne Motoröl)

Nicht ungeschickt der Ansatz dabei, die Wirtschaftswissenschaften von einer ursprünglich philosophisch geprägten Disziplin zu einer deterministischen, **scheinbar mathematisch begründbaren Quasi-Naturwissenschaft** umzulackieren. Nach diesem Verständnis agiert der Ökonom als eine Art Ingenieur, dem es darum geht, dass das Getriebe namens Unternehmen/Volkswirtschaft wie geschmiert läuft und so quantitativ messbare Höchstleistungen erzielt.

Mal ehrlich, wie realistisch ist das alles? Nicht so richtig, oder? Beziehungsweise: ganz im Gegenteil. Doch irgendetwas muss aber auch dran sein an Mister (und natürlich Mrs.)

Eigennutz. Sonst hätten sie sich nicht so lange halten können. Der Grund liegt im **biologisch-evolutionären Egoismus**, den wir alle in uns tragen. Mehr dazu [hier](#).

Deine TEC-Learnings:

- Seit über einem Jahrhundert schon wirkt der Homo Oeconomicus als Alleinherrscher in den Wirtschaftswissenschaften.
- Nicht jeder Unternehmer handelt rational und schon gar nicht die Verbraucher, die für ihr Konsumverhalten ganz unterschiedliche Motive haben können.
- Der H0 ist letztlich ein Konstrukt, um bürgerliche Besitzinteressen wissenschaftlich zu legitimieren.

© The Economics Coach 2025 (Titelbild: Mayne Black / ChatGPT)