

Teil 1: Vom Homo XY zum Homo Varius

Unser Überblick hat gezeigt: Die existierenden Menschenbilder der Ökonomik fangen das Naturell des Homo Sapiens jeweils nur sehr begrenzt ein. Die sinnvollen Aspekte führen wir hier nun zusammen, ergänzen und erweitern sie – und kreieren daraus den Homo Varius, das Leitbild der ©BEconomics.

Wir haben ihnen allen eine ehrliche Chance gegeben. Doch wir mussten immer wieder feststellen, dass die Unzulänglichkeiten vorhandener Menschenbilder der Ökonomik letztlich schwerer wiegen als ihre positiven Züge. Das in der Ökonomik dominante Menschenbild des Homo Oeconomicus ist viel zu einseitig. Aber auch die neueren Lesarten des menschlichen Naturells können nicht restlos überzeugen. Es zeigt sich, dass der Mensch doch zu komplex erscheint, um sich auf eine bestimmte vorhersagbare Verhaltensweise festnageln zu lassen. Was aber bleibt, wenn es keinen wirklichen Volltreffer gibt und alles nur ein Stück weit zutrifft?

Ganz einfach. Wir destillieren zunächst aus den vorhandenen Menschenbildern die brauchbaren, also die wichtigsten und realistischsten Aspekte heraus. Danach ergänzen und erweitern wir diese um die eigenen analytischen Beobachtungen und fügen die Einzelteile zu einem neuen Ganzen zusammen. Um das Hauptergebnis vorwegzunehmen: Der Mensch ist ziemlich offen. Dies bedeutet, dass er auch „anders“ könnte. Wie, das modellieren wir in Teil 2 mit dem Homo Varius. In Teil 3 widmen wir uns der Frage, wie wir dort hinkommen.

Was ist brauchbar? Und was weniger gut an den vorhandenen Menschenbildern?

Starten wir also damit, die vorhandenen Menschenbilder abzuklopfen:

- **Homo Oeconomicus:** Insgesamt eher ein ideologisches Zerrbild als ein realistisches Abbild, weil es dem Menschen strenge Rationalität und reine Nutzenmaximierung unterstellt. Aber: Wir kultivieren diesen biologisch-evolutionären Egoismus, wenn unsere Existenzängste adressiert werden. Dieser ist primär materialistisch ausgerichtet.
- **Homo Sustensis:** Der nachhaltige Mensch ist weitgehend ein Wunschbild, wenn auch ein durchaus sympathisches. Aber man sollte nicht jedem Menschen einen bedingungslosen Gemeinschaftssinn andichten. Das ist unrealistisch. Gut anknüpfen lässt sich hingegen an die grundsätzliche Kooperationsbereitschaft des Menschen.
- **Homo Reciprocans:** Er schaut nicht auf die Kosten, sondern auf die Fairness – was wohl nicht auf alle Menschen gleichermaßen zutrifft. Sein Motto des „Wie du mir, so ich dir“ lässt sich freilich auch positiv interpretieren. Er macht im Geiste des gemeinschaftlichen Interesses mit, wenn er das Gefühl bekommt, dass auch wirklich alle mitziehen.
- **Homo Relationalis:** Dieser „Beziehungsmensch“ wird vor allem von den äußeren Umständen geprägt – von der Kultur, von den Arbeitsbeziehungen und, was der Ansatz leider nicht sehr betont, vom Wirtschaftssystem insgesamt.

Lassen wir das Ganze noch einmal durch den Filter tropfen und halten als Quintessenz fest:

- Der Mensch trägt evolutionär bedingt einen gewissen **Egoismus** in sich. Und auch einen gewissen **Materialismus**, was in einer immer noch stark physisch definierten Welt kein Wunder ist.
- Das müssen wir zunächst einmal respektieren. Und wir sollten uns damit auch **aussöhnen**. Bis auf Weiteres.
- Der Mensch ist grundsätzlich bereit, mit anderen zu **kooperieren**.

- Der Mensch kann seinen Individualismus (lies: Egoismus) immer dann abschütteln, wenn auch alle anderen ihren angemessenen Beitrag für das Gemeinwohl leisten. Es muss also **fair**
- Welche Bedürfnisse der Mensch hat und wie er sich in ökonomischen Angelegenheiten verhält, hängt maßgeblich vom **herrschenden Wirtschaftssystem** ab

Neue Gedanken zum Menschenbild der Ökonomik

Nun zu den Ergänzungen und Erweiterungen:

- Der Mensch mag zwar vernunftbegabt sein. Gerne wird auch an den „gesunden Menschenverstand“ appelliert, womit zumeist ein Denkvermögen gemeint ist, das auf gängigen Plausibilitätsannahmen beruht. Oft wirken jedoch **Instinkte** und **Gefühle** viel stärker im Menschen, auch in Form von Affekten. Dies macht den Menschen **offener und vielschichtiger**, teils auch **unberechenbarer**, als die Marktradikalen einräumen wollen. Dieser Aspekt ist auch extrem wichtig für die Ansprache von Menschen (vgl. auch Teil 3).
- Der Mensch besitzt seinen eigenen Kopf und fällt seine **eigenen Entscheidungen**. Meist wählt er aber zwischen Angeboten aus, die ihm das bestehende Wirtschaftssystem macht. Dabei geht es um Produkte wie auch um wirtschaftspolitische Optionen. Diesen **Pragmatismus**, der zuweilen auch bis zur Denkfaulheit und zum Opportunismus reicht, hat die Menschheitsgeschichte wiederholt offenbart.
- Diese eingeengte Sicht ist nachvollziehbar, denn wer macht sich schon ständig Gedanken über ein alternatives Wirtschaftssystem. Dies zeigt aber auch, wie **handlungsoffen**, wie formbar der Mensch im Grunde ist – auch wenn er dies nur ungern zugibt. Will heißen: In einem anderen Wirtschaftssystem würde der Mensch auch wieder zwischen vorhandenen Optionen wählen. „Survival

oft he fittest“, das Darwin’sche Axiom, beschwört die Anpassungsbereitschaft und –fähigkeit an äußere Umstände, mithin an ein herrschendes Wirtschaftssystem – (fast) egal welches.

- Unzufriedenheit, Zweifel und **Widerstand** entstehen dann, wenn Menschen sehr reale Ängste um ihre Existenz bekommen, also eine echte Bedrohung entsteht. Der zweite Auslöser – verbunden mit, aber nicht völlig abhängig von den besagten Verlustängsten – ist das Gefühl des Betrugs bei himmelschreienden Ungerechtigkeiten.

Was folgern wir aus all dem? Es ist höchste Zeit für ein neues Menschenbild. Das Bild des **HOMO VARIUS**, Leitbild der ©BEconomics. Der Homo Varius setzt sich aus folgenden Eigenschaften zusammen:

- Bis zu einem gewissen Grade egoistisch und materialistisch.
- Vor allem bei existenziellen Verlustängsten.
- Widerstandsbereit bei Existenznot und gegen große Ungerechtigkeiten.
- Im Wirtschaftsleben von Vernunft geleitet, aber mindestens genauso stark von Instinkten und Gefühlen.
- Pragmatisch und anpassungsbereit.
- Bewegt sich (gedanklich) innerhalb des bestehenden Systems.
- Kooperationsbereit – zum eigenen Vorteil, aber auch für das Gemeinwohl.
- Voraussetzung: Fairness und Allgemeinverbindlichkeit („Alle müssen mitmachen!“)

Nehmen wir dieses Menschenbild als Ausgangspunkt dafür, um zu eruieren, in welche Richtung sich der Homo Varius entwickeln könnte. Mehr dazu in [Teil 2](#).