

Das Wirtschaftsbuch • Mit «Spass am ökonomischen Denken» zeigt Alexander W. Hunziker auf, wie leicht man Wirtschaftstheorie begreifen kann

Wirtschaftsfibel für interessierte Laien

Kann man das – Wirtschaft einfach erklären? Alexander W. Hunziker, Berater und Dozent an der Berner Fachhochschule, kann es. Natürlich bleiben in seiner Abhandlung für Wirtschaftslaien die Konzepte dann auch sehr einfach, sozusagen Drahtgerippe der Ökonomie. Aber Hunzikers Spass am Herumturnen an diesen Gerippen entschädigt für die Knappheit – der Leser kann vieles selber weiterdenken. Dabei helfen auch die künftig im Internet dazu erscheinenden Gruppenübungen und Trainingsunterlagen (www.verlagskv.ch). Hier fliesst der Druck ins Internet über, ohne sich aufzugeben. Denn das Buch bleibt eine Fibel für Lernende, für Schnellinteressierte, die man immer wieder hervorheben kann, die schneller als der Personalcomputer gestartet ist.

Das Strickmuster von Hunzikers Fibel heisst «Lexikon» — jedes Kapitel nimmt sich einen wirtschaftlichen Schlüsselbegriff vor und erklärt ihn. Die Methode schreitet jeweils vom anfänglichen Beispiel zum farbig hervorgehobenen Regelsatz am Schluss. Dazu unterstellt der Autor allerdings, der Leser sei schon vor der Lektüre ein schrulliger Ökonom. So soll er die Lehre vom Grenznutzen und von den Grenzkosten daran lernen, dass er überlegt, wie weit er sich aus dem Hotelzimmer lehnen will, um den Karneval von Rio zu sehen. Na ja, immerhin folgt nachher das Beispiel mit der Milch: Das erste Glas wäre mir vier Franken wert, kostet aber nur zwei, also trinke ich. Ich trinke, bis mir die zusätzlichen Gläser Milch auch nur noch zwei Franken wert sind — Grenznutzen und Grenzkosten sind gleich, die Ökonomie triumphiert. Für die Erklärung von Angebot und Nachfrage setzt Hunziker auch mal Diagramme ein, deren

Kurven deutlich über den sonst betont einfachen Erklärungen schweben. Aber Angebot und Nachfrage gleichen sich schliesslich aus, und Hunziker wehrt sich gegen das Lachen der Nicht-Ökonomen, das in allen Lehrbüchern an solcher Stelle aufkommt: «Das Gesetz von Angebot und Nachfrage ist nicht völlig trivial.» Nicht völlig, tatsächlich.

Doch im Ablauf der Kapitelchen nehmen die Konzepte Gestalt an, werden logisch, halten sich gegen das Lachen. Da erfährt man die Definitionen und die Hintergründe rund um das Wertparadox, die negativen externen Effekte, das Agency-Problem und die Opportunitätskosten.

Schon eines der ersten Kapitel bringt die schwerverdauliche «diskriminierende Evidenz» zur Sprache (genau: «Tatsachen, die gemäss der einen Theorie feststellbar sein müssen und gemäss der anderen Theorie nicht feststellbar sein dürfen»). Wenn nämlich im Wartezimmer des Arztes nur ältere Leute sitzen, kann dies einerseits das Alter zur Ursache haben, oder andererseits die viele freie Zeit der Rentner. Stellt man tatsächlich wegen der Pensionierung deutlich mehr Arztbesuche fest, dann hält man diese Evidenz beim Schopf, sonst nicht.

Das Büchlein hat also seine Tiefen und Tücken, liest sich gut, verlangt aber von den Lesern zumindest, dass sie mitdenken. Für Fleissige hält es am Schluss noch weitere 23 Testfragen bereit, samt den Antworten. Erfrischend ökonomisch und unsentimental sind die erste und die letzte Konzept-These: «Rationalität ist etwas völlig Alltägliches.» Und: «Menschen sind nicht dumm. Sie reagieren systematisch auf veränderte Rahmenbedingungen.» Knapp, und nicht falsch. *Beat Kappeler*