

Beziehungen mit asymmetrischen Informationen

Oder: Was genau erforscht man in der analytischen
Rechnungslegungsforschung?

von Kristoffer Uhlenkamp

Ein wesentlicher Forschungsgegenstand der modernen Sozialwissenschaft sind die zwischenmenschlichen Beziehungen, die der Mensch als soziales Wesen pflegt. Die Wirtschaftswissenschaften fokussieren sich dabei auf die ökonomischen Beziehungen, d.h. alle Beziehungen die auf einen Austausch von Waren und Dienstleistungen abzielen und in der Regel auf expliziten oder impliziten Verträgen basieren. Der Gegenstand dieser Abhandlung soll daher zu aller erst eine ökonomische Betrachtung sein. Einige der Phänomene, die nachfolgend beschrieben werden, lassen sich jedoch auch in abgewandelter Form auf nichtökonomisch Beziehungen übertragen, wie ich anhand exemplarischer Situationen aufzeigen werde.

Nahezu jede ökonomische Beziehung ist geprägt von asymmetrischen Informationen. Das bedeutet, dass innerhalb dieser Beziehungen eine Partei mehr oder bessere Informationen besitzt als die andere Partei. Wie sich diese Asymmetrie auf die Beziehung auswirkt möchte ich anhand eines einfachen, klassischen Beispiels, dem Kauf eines Gebrauchtwagens erläutern.¹ Der Kauf eines Gebrauchtwagens ist für einen durchschnittlichen Käufer in der Regel eine der größeren Investitionen im Verlauf des Lebens. Dementsprechend begegnen die meisten Menschen dieser Transaktion mit entsprechender Vorsicht. Ins-

¹Dieses Beispiel wurde erstmals 1970 von George Akerlof eingeführt und seitdem vielfach zitiert. Referenz: Akerlof, George A. (1970). "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism". *Quarterly Journal of Economics*. 84 (3): 488–500.

besondere möchte man verhindern, dass ein scheinbar gut gepflegtes Auto sich im Nachgang als ein Problemfall herausstellt (im Englischen wird solch ein Wagen als „lemon“ bezeichnet). In anderen Worten, es soll auf jeden Fall verhindert werden, dass beim Kauf mehr für das Auto bezahlt wird als es tatsächlich objektiv wert ist. Wenn der Käufer nun an den Markt für Gebrauchtwagen herantritt, steht er vor dem Problem, dass er die tatsächliche Qualität des Autos oft nicht genau einschätzen kann. Zum Beispiel kann es sich bei dem Auto um einen überholten Unfallwagen handeln, es könnte außergewöhnlich reparaturanfällig sein oder die Tachoanzeige könnte manipuliert worden sein. Für den Laien entziehen sich diese Details oft, sodass man sagen kann, dass der Verkäufer des Autos über wesentlich mehr Informationen verfügt als der Käufer selbst.

Der Verkäufer hat hingegen keinen Anreiz versteckte Mängel anzuzeigen, da dies den Kaufpreis schmälern würde.² Im Gegenteil, hat er sogar Anreize einen Preis zu verlangen der über dem objektiven Wert liegt, sofern der überhöhte Kaufpreis nicht sofort ersichtlich wird. Wenn nun der Käufer zwischen zwei äußerlich identischen Autos entscheiden muss, aber eins der beiden Autos eine „lemon“ ist, wird er einen geringeren Preis zahlen wollen. Der Grund ist, dass er das Risiko einen schlechten Wagen zu erhalten einpreisen muss und daher sein Kaufangebot reduzieren wird. Im schlimmsten Fall wird der Verkäufer des objektiv guten Wagens nicht bereit sein den Kaufpreis zu mindern und daher den Wagen nicht länger anbieten. So werden „gute“ Verkäufer aus dem Markt verdrängt während die Verkäufer der „lemons“ weiterhin ihre Autos anbieten. In diesem Fall kommt es zum sogenannten Marktversagen, da ein bestimmtes Gut (hier sogar ein qualitativ hochwertiges!) nicht mehr gehandelt werden kann. Dieser Effekt ist auch unter dem Namen adverse Selektion oder Fehlauselese in der Wissenschaft bekannt.

Natürlich gibt es zahlreiche Wege um die Informationsasymmetrie zu vermindern und den Markt wiederherzustellen. Eine sehr einfache Lösung sind die landläufig üblichen Probefahrten und ausgiebigen Möglichkeiten das Auto zu inspizieren. Die Verkäufer von guten

²Es sei anzumerken, dass diese Annahme eines rein egoistisch handelnden Akteurs beruht basiert. Es kann jedoch problemlos auch Verkäufer geben, die freiwillig auf sämtliche Mängel hinweisen, nur einen geringeren Preis verlangen und somit nicht egoistisch handeln. Dennoch genügt es für das theoretische Ergebnis, dass die die Unsicherheit in Hinblick darauf, ob tatsächlich alle Mängel genannt wurden.

Autos haben darüber hinaus auch die Möglichkeit den guten Zustand ihres Autos durch unabhängige und objektive Dritte wie zum Beispiel den TÜV oder die Dekra untersuchen zu lassen. Wenn diese Prüfstellen eine positive Rückmeldung geben, kann der Verkäufer ein glaubhaftes Signal an den Käufer senden und infolgedessen einen höheren (fairen) Preis erzielen.

Ein ähnlicher Effekt lässt sich auch in anderen Bereichen des sozialen Lebens beobachten. Beispielhaft sei die Situation der Auswahl eines neuen Mitbewohners für eine bestehende WG genannt. Für diese nichtökonomische Beziehung gelten die gleichen Regeln wie zuvor. Angenommen, die WG hat ein ausgesprochenes Ruhebedürfnis und ist auf der Suche nach einem Mitbewohner, der diese Eigenschaft teilt. Wenn sich nun potentielle Kandidaten für das zu vergebende WG-Zimmer vorstellen, lässt es sich ad hoc nur schwer bestimmen wer tatsächlich ein ruhiger Zeitgenosse ist und wer das Studentenleben in vollen Zügen genießen will. Eine Selbstauskunft ist wenig vertrauenswürdig, da der Kandidat keinen Anreiz hat die Wahrheit zu sagen (vorausgesetzt, er möchte das Zimmer tatsächlich bekommen). Folglich wird die WG versuchen über Referenzen oder eine längere Kennenlernphase herauszufinden, ob es sich bei dem Kandidaten um einen ruhigen Mitbewohner handelt oder eine „lemon“. Auch hier kann ein Marktversagen entstehen, da das Zimmer im Extremfall gar nicht vergeben wird. Im Gegenzug kann der Kandidat von sich aus glaubhafte Bescheinigungen seiner ruhigen Natur vorbringen, die wiederum als Signal für die WG dienen. Die Logik der Informationsasymmetrie aus dem ökonomischen Kontext lässt sich also auch problemlos auf den nichtökonomischen Bereich übertragen.

Bei der vorherigen Betrachtung bestand das Problem darin, dass der Käufer nicht die Qualität oder die tatsächlichen Eigenschaften des Guts erkennen konnte. In diesem Fall haben wir vorab eine Informationsasymmetrie, die sich aber im Zeitverlauf auflöst, da der Käufer neue Informationen zur tatsächlichen Qualität erhält. Die Problematik lässt sich aber auch umkehren. In diesem Fall kann der Käufer die Qualität des Produkts zunächst sehr genau feststellen, aber danach nicht mehr beobachten, ob die Qualität konstant bleibt oder verschlechtert. Dieser umgekehrte Fall wird in der Wissenschaft als „Moral Hazard“ oder zu Deutsch als moralisches Risiko bezeichnet. Ein Beispiel für solch ein

moralisches Risiko ist die Beziehung zwischen Dienstherr und Angestelltem. Bevor der Dienstvertrag abgeschlossen wird, kann der Dienstherr die Qualität des Bewerbers anhand von Zeugnissen oder Arbeitsproben überprüfen. Einmal eingestellt, ist es jedoch für den Dienstherrn schwierig zu beurteilen, ob der Angestellte auch wirklich vollen Arbeitseinsatz zeigt oder sich weniger anstrengt als er es in der Arbeitsprobe vorgegeben hat zu tun. Auch hier kommt es wieder zu einer Asymmetrie hinsichtlich der Informationen.

Die Lösung für dieses Problem ist entweder eine regelmäßige Überprüfung der Arbeitsqualität oder die Gewährleistung einer variablen Vergütung (Bonus), die in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Arbeitseinsatz steht. Da in beiden Fällen der Dienstherr mehr bezahlen müsste, verglichen mit der Situation, in der es keine Informationsasymmetrie gibt, d.h. in der der Dienstherr genau weiß wie sehr sich der Angestellte angestrengt hat. Daher wird der Zustand der Informationsasymmetrie auch „second-best“ genannt, da der optimale Zustand („first-best“) nicht zu erreichen ist, sondern nur ein suboptimaler Zustand. Auch für dieses Phänomen gibt es Entsprechungen in der nichtökonomischen Welt.

Was genau hat dies mit der (theoretischen) Forschung in der Wirtschaftswissenschaft (insbesondere der Rechnungslegung) zu tun?

Um den Zusammenhang zu verstehen, ist es zunächst wichtig die Aufgabe und Struktur eines Unternehmens zu verstehen. Ein Unternehmen ist nicht eine zufällige Form der Zusammenarbeit mehrerer Menschen um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Vielmehr muss ein Unternehmen als ein Geflecht aus zahllosen expliziten und impliziten Verträgen. Bedenkt man nun, dass jeder Vertrag von asymmetrischen Informationen geprägt ist, wird die Bedeutung der Analyse dieser Verträge offensichtlich. Nachfolgenden seien einige Beispiele für die Verträge genannt, die sich im Unternehmen finden lassen:

- Angestellte haben einen Arbeitsvertrag mit dem Unternehmen
- Unternehmen nimmt einen Kreditvertrag auf
- Kaufverträge mit Kunden und Zulieferern
- Eigentümervertrag

Die Aufgabe des Rechnungswesens ist es unter anderem Informationen über und für das Unternehmen zusammenzustellen, wodurch die Informationsasymmetrie verringert wird. Die Rechnungslegungsforschung analysiert also, wie sich Informationen auf die einzelnen vertraglichen Verhältnisse innerhalb des Unternehmens (z.B. zwischen Eigentümer und Manager) oder außerhalb des Unternehmens (Kreditgeber und Eigentümer) auswirken. Ein klassisches Beispiel ist die Beziehung zwischen Eigentümer und Geschäftsführer. Die Eigentümer können oder möchten sich nicht um das Tagesgeschäft kümmern und stellen daher einen Geschäftsführer ein. Dieser wiederum kann sich anstrengen und den Wert des Unternehmens vergrößern oder aber sehr geschäftig tun und nur die angenehmen Seiten des Geschäftsführerlebens genießen. Da die Eigentümer nicht wissen können wie sehr sich der Geschäftsführer anstrengt, zahlen sie ihm einen Lohn der eine variable Komponente beinhaltet. Diese wiederum basiert auf Informationen aus der Rechnungslegung wie zum Beispiel dem Jahresabschluss. Mit Hilfe dieser Informationen soll also die tatsächliche Leistung des Managers gemessen werden.

Nun kann es aber zu weiteren Problemen kommen, wenn zum Beispiel der Geschäftsführer auch für die Erstellung des Jahresabschlusses verantwortlich ist und die Zahlen beeinflussen kann. Oder aber die guten Zahlen könnten reiner Zufall sein, da die Branche sich gerade zufällig positiv entwickelt, aber nicht aus hoher Anstrengung des Geschäftsführers resultieren. All dies sind Szenarien, in denen sich die Forschung mit dem Einfluss von Informationen auf Beziehungen mit asymmetrischen Informationen beschäftigt und versucht Vorhersagen über das Verhalten der Akteure zu treffen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass eine Vielzahl an (ökonomischen) Beziehungen von asymmetrischen Informationen geprägt sind. Da der Informationsvorsprung von einer Seite stets ausgenutzt werden könnte, kommt es zur Unsicherheit bei der weniger informierten Partei. Allein diese Unsicherheit genügt um das Verhalten der weniger informierten Seite zu verändern. Im Gegenzug kann die informierte Seite dafür Sorgen, dass sich das Informationsgefälle, d.h. die Unsicherheit, verringert. Da dies immer mit Kosten verbunden ist, kann ein ideales Ergebnis nicht mehr erreicht werden. Stattdessen müssen beide Parteien die Kosten und Nutzen von weiteren Informationen abwägen. Mit

dieser Theorie lässt sich das Verhalten von (Wirtschafts-) Akteuren in vielen Situationen erklären oder sogar vorhersagen. Auch einige Phänomene im nichtökonomischen Bereich können damit zumindest teilweise erklärt werden.

Graz, 03. Juli 2017