



Handzeichen

Foto: Privat

Als Professor für Management und Controlling an der Hochschule Ludwigshafen kennt sich Jörg Kühnapfel mit Kosten-Nutzen-Rechnungen aus. Doch der Ökonom wendet den Begriff nicht nur bei Betrieben oder Behörden an. Seine Idee, auch Beziehungen nach ökonomischen Gesichtspunkten auf ihr Funktionieren zu prüfen, verschaffte ihm eine große Aufmerksamkeit. Gefragt ist sein Wissen auch beim Versuch, herauszufinden, warum sich Verbraucher entscheiden, wie sie sich entscheiden. Sein Fazit: Ob Liebe oder Konsum, die Sache ist kompliziert – doch die Ökonomie hilft, sich dem Problem zumindest anzunähern.

Prof. Dr. Jörg Kühnapfel

Professor für Management und Controlling

1. Wann haben Sie zuletzt als Verbraucher eine nicht rational erklärbare Entscheidung getroffen?

Die letzte! Jede Entscheidung ist auch nicht rational. Unbewusst, trotz allem Nachdenkens, immer.

2. Der Verbraucher erlebt heute eine ungeahnte Vielfalt der Optionen. Wie ändert sich dadurch sein Verhalten?

Er experimentiert mehr und mehr aber bei Routineentscheidungen Sicherheit. Marken z.B. geben diese.

3. Wie erklären Sie sich als Verhaltensökonom den Erfolg eines „Café Latte to go“ im Pappbecher für mehr als vier Euro?

Was für eine Erfolgsgeschichte!!! Das ist wirkliches Marketing, da staunt die Verhaltensökonomie 😊.

4. Sie sagen, es reicht nicht aus, Partnerschaften auf der Basis von Liebe zu führen. Was kann Partnerschaftscontrolling leisten, was Romantik nicht leisten kann?

Liebe verändert sich und mit ihr die Bereitschaft zu Kompromissen. Denen müssen wir uns bewusst sein.

5. Angenommen, eine Beziehung ist zu Ende. Zwei Menschen sind wieder zu haben. Sie sind also wieder auf dem Markt. Hilft es bei der Suche nach einer neuen Liebe, sich an der Ökonomie zu orientieren?

Darum beide romane. Präferenzen und Bedürfnisse steuern die Auswahl, in der Regel unbewusst.

6. Gibt es überhaupt einen Bereich des Lebens, der sich nicht mit ökonomischen Ideen fassen lässt?

Natürlich nicht. Jedes Handeln hat neben vielen anderen auch einen ökonomischen Aspekt.

7. Welcher häufig gemachte Fehler im Handel irritiert Sie besonders?

Eigentlich keiner. Fehler regelt der Kreislauf der „schöpferischen Zerstörung“ (Buschardel, Kaufmann, Apos.).

8. Und wann macht der Handel in Ihren Augen alles richtig?

Sie experimentieren. Händler waren schon immer ständig darin und werden es auch. Bleiben müssen.

9. Wenn fast das ganze Leben eine Kosten-Nutzen-Rechnung ist: Wie entsteht Glück?

Glück = Zufriedenheit. Kommt diese entstehen, wenn die Kosten den Sinn größer sind als der Nutzen?

10. Angenommen, Sie dürften die behördliche Formulierung bei der Eheschließung ändern. Was würden Sie den Standesbeamten kurz vor der Trauung sagen lassen?

Das ist einfach: „Haben Sie einen Ehevertrag?“