
Die traditionelle Mikroökonomie geht üblicherweise davon aus, dass die Akteure über alle für ihre Entscheidungen wichtigen Sachverhalte vollständig informiert sind. Dies macht nur Sinn, wenn die Informationen kostenlos verfügbar sind. Nimmt man realistischerweise an, dass die Informationsbeschaffung Zeit und Geld kostet, so muss man unterstellen, dass die Wirtschaftssubjekte unter unvollständiger Information handeln. Die Beschaffung aller Informationen ist dann nämlich zu teuer und nicht mehr rational.

Von der Situation positiver Informations- und Transaktionskosten und damit von unvollständiger Information geht die Institutionenökonomik aus. Ein Zweig dieser Institutionenökonomik, die Principal-Agent-Theorie beschäftigt sich mit der besonders interessanten Situation asymmetrischer Informationsverteilung. Damit ist gemeint, dass zwei Vertragspartner über relevante Sachverhalte unterschiedlich gut informiert sind. Der besser informierte Teil wird dabei als Agent, der weniger gut informierte Teil als Prinzipal bezeichnet. Die Informationsasymmetrie kann dabei vor Vertragsabschluss (ex ante) oder nach Vertragsabschluss (ex post) bestehen. Besteht die Informationsasymmetrie ex ante, so führt dies zum Problem des sog. adverse selection, im anderen Fall zum sog. moral hazard. Die Institutionenökonomik bzw. die Principal-Agent-Theorie beschäftigt sich nun mit der Frage, welche Probleme die bestehen asymmetrische Informationsstruktur im einzelnen aufwirft und wie Verträge zwischen diesen beiden Vertragspartnern aussehen müssen, damit sie für beide Vertragspartner zu Tauschgewinnen führen und damit annehmbar sind. Diese Fragen sollen im folgenden verbal und (hoffentlich) allgemeinverständlich kurz dargestellt werden.

Beginnen wir mit dem Fall, die Informationsasymmetrie besteht **nach** Vertragsschluss, also ex post. Der Prinzipal will mit einem Agenten einen Vertrag abschließen, z. B. der Agent soll für den Prinzipal einen Auftrag erledigen oder ein Arbeitgeber will einen Arbeitnehmer einstellen. Ist der Vertrag geschlossen kann der Agent seine Tätigkeit fleißig, ordentlich und gewissenhaft ausführen, er kann aber auch faul und oberflächlich agieren und damit seine eigenen Anstrengungen minimieren. Allerdings kann der Prinzipal (Arbeitgeber) die Aktivitäten und Bemühungen des Agenten (Arbeitnehmers) nicht direkt beobachten. Vielleicht ist die ständige Überwachung des Agenten aber auch zu teuer. Am Leistungsergebnis sind die Bemühungen des Agenten aber ebenfalls nicht abzulesen, da das Leistungsergebnis nicht nur von der Aktivität des Agenten, sondern auch von vielen anderen Zufallseinflüssen (Konjunktur, Geschäftslage, Wetter) abhängt. Für den Prinzipal stellt sich nun die Frage, welchen Vertrag, insbesondere welche Art der Entlohnung er dem Agenten

anbieten soll. Ein fester Lohn unabhängig vom Ergebnis der Leistung (die Bemühungen selbst sind ja nicht beobachtbar) wird bei einem rational handelnden Agenten dazu führen, dass er seine eigenen Anstrengungen auf minimalem Niveau hält. Er verhält sich dann nach dem Minimalprinzip und damit ökonomisch. Diesen Umstand bezeichnet man als moral hazard. Andererseits wird eine unmittelbare Kopplung des Lohnes an das Leistungsergebnis dem Versicherungsbedürfnis des Agenten entgegenstehen. Der Agent wird nämlich stets argumentieren, dass das Leistungsergebnis ja nicht nur von seinen Anstrengungen, sondern auch von den erwähnten Zufallseinflüssen abhängt. Ein Arbeitnehmer wird nicht auf sein Gehalt verzichten, weil die Geschäfte des Arbeitgebers schlecht laufen; dies ist mit dem Versicherungsbedürfnis des Agenten gemeint.

Ein Vertrag, der der skizzierten Problematik gerecht werden soll, muss insbesondere zwei Bedingungen erfüllen: Einerseits muss er für den Agenten so attraktiv sein, dass der Agent den Vertrag annimmt. Dies bezeichnet man als Partizipationsbedingung. Andererseits muss der Vertrag bzw. das Lohnschema so gestaltet sein, dass der Agent das vom Prinzipal gewünschte Anstrengungs- bzw. Aktivitätsniveau entfaltet. Der Vertrag muss also für den Agenten einen Anreiz enthalten, fleißig und ordentlich zu arbeiten, auch wenn der Prinzipal diese Arbeitsweise nicht direkt beobachten kann. Dies nennt man die Anreiz-Verträglichkeitsbedingung. Schließlich muss der Vertrag aber auch noch für den Prinzipal zu einem Tauschgewinn führen. Wer das mikroökonomische Tauschgleichgewicht ($\text{Preis} = \text{Grenzkosten}$) vor Augen hat, dass ohne Informationskosten gilt, dem wird schnell klar werden, dass die fehlenden Informationen zu einem geringeren Tauschgewinn führen. Hier zeigt sich konkret, dass die Informationen etwas kosten, nämlich Verzicht auf Tauschgewinne. Der Prinzipal muss nämlich in Anbetracht seiner ungünstigen Informationslage dem Agenten auf zweifache Art entgegenkommen. Erstens muss er ihn anreizen, sich bei der Auftragserfüllung Mühe zu geben, zweitens muss er den Agenten gegen die Zufallsabhängigkeit des Leistungsergebnisses versichern. Ist der Agent auch noch risikoscheu, so muss er ihm nicht nur den Erwartungswert seines Leistungsergebnisses zusichern, sondern auch noch das Risiko der Schwankungen absichern. Ob ein solcher Vertrag mit Blick auf den möglichen Gewinn für den Prinzipal attraktiv sein kann, ist daher keinesfalls sicher.

Um nun genau die Vertragsgestaltung zu untersuchen, müsste man an dieser Stelle in die formale Modellwelt eintreten, was wir hier nicht tun wollen.

In dem zweiten genannten Fall liegt Informationsasymmetrie *ex ante* vor, d. h. der Prinzipal ist **vor** Vertragsschluss über für ihn wichtige Sachverhalte schlechter informiert als der Agent. Hier sind viele verschiedene Fälle denkbar. So kennt ein Verkäufer die Qualität seiner Waren besser als ein Käufer. Ein Versicherungsnehmer kennt seine Risiken besser als ein Versicherungsunternehmen. Ein Arbeitnehmer kennt seine Fähigkeiten und sein Leistungsvermögen besser als ein Arbeitgeber. Ein Partner in einer privaten Beziehung kennt seine Eigenschaften besser als der andere Partner etc.

Die Grundstruktur der so gelagerten Probleme stellt sich wie folgt dar: Der Agent, dessen Eigenschaftsprofil nicht beobachtbar ist, kann fähig oder unfähig, motiviert oder unmotiviert, gut oder schlecht sein. Der Agent wird von sich allerdings immer behaupten, er sei ein guter Typ. Der Prinzipal weiß, dass einen bestimmten Anteil gute und einen bestimmten Anteil schlechte Typen gibt. Da er die beiden nicht auseinanderhalten kann, wird er beide einen durchschnittlichen Lohn anbieten wollen. Dieser Lohn wird für die wirklich guten allerdings zu niedrig sein, so dass der Prinzipal mit seinem durchschnittlichen Lohn nur mit den schlechten Typen einen Vertrag abschließen kann. Wenn der Prinzipal weiß, dass er mit seinem Vertragsangebot nur die schlechten Typen erreichen wird, so muss er erkennen, dass sein ursprünglicher Preis zu hoch ist und er wird den Preis weiter senken, so dass weitere (vormals) gute Typen von einer Vertragsannahme Abstand nehmen werden. Eine solche Informationsstruktur führt zum Problem des sog. Adverse Selection. Theoretisch müssten solche Märkte zusammenbrechen. Daran haben aber weder Prinzipal noch Agent ein Interesse, da es ja gilt, auf den Märkten Tauschgewinne zu realisieren.

Die Frage ist, auf welchem Wege es gelingen kann, Informationen zu gewinnen, um die guten Typen von den schlechten zu trennen. Einerseits kann der wirklich leistungsfähige Agent Maßnahmen ergreifen, sich glaubhaft als guter Typ zu erkennen zu geben. Man spricht in solchen Fällen, in denen die besser informierte Seite Aktivitäten zum Abbau der Informationsasymmetrie ergreift von Signaling. Der Verkäufer guter Ware wird vielleicht auf seine Waren eine Garantie geben, weil er weiß, dass diese nur in wenigen Fällen in Anspruch genommen werden muss. Der Arbeitnehmer wird eine Ausbildung machen, ein Studium absolvieren etc., um zu signalisieren, dass er leistungsfähig ist und die Mühen der Arbeit nicht scheut.¹

¹ Zum Wert einer Ausbildung zur Signalisierung der Leistungsbereitschaft siehe auch das Skript „Institutionenökonomik: Vom Wert einer Ausbildung“.

Ein Partner in einer privaten Beziehung wird entgegen individueller Nutzenmaximierung mühevollen Tätigkeiten durchführen (z. B. Blumen kaufen), um dem potentiellen anderen Partner seiner Wahl zu signalisieren, dass er zum guten Typ gehört.

Beim sog. Screening gehen die Aktivitäten zur Trennung der guten von den schlechten Typen vom Prinzipal, also der schlechter informierten Seite aus. So unterbreitet ein Versicherungsunternehmen seinen Kunden unterschiedliche Vertragsangebote zu einer Kfz-Haftpflichtversicherung mit und ohne Selbstbeteiligung, um die risikobereiten von den risikoscheuen Versicherungsnehmern zu trennen. Nur die vorsichtigen Fahrer werden dann evtl. die Selbstbeteiligung akzeptieren, da sie wissen, dass sie diese vermutlich wegen der erwarteten geringen Schadenhäufigkeit nicht leisten müssen. Die risikobereiten Fahrer werden vermutlich eine höhere Prämie akzeptieren, um der für sie eher relevanten Selbstbeteiligung zu entgehen. Dem Versicherungsunternehmen kann es auf diesem Wege auf jeden Fall gelingen, die verschiedenen Risikotypen zu trennen und jeweils angemessene Vertragsangebote zu unterbreiten. Wie der Vertrag genau spezifiziert sein muss, damit diese Trennung guter von den schlechten Typen gelingt, kann man wiederum mit formalen Modellen zeigen, die hier nicht diskutiert werden sollen.