

VU Spezialisierende Lehrveranstaltung Ökonomie: Ausgewählte Themen der Ökonomie

Modul 11: **Asymmetrische Information**

Dieter Pennerstorfer

Department of Economics
Johannes Kepler University of Linz

Version: 7. März 2022



Lernziele

- Wir können erkennen, ob es in einem Markt private (asymmetrische) Information gibt und zuordnen, ob diese asymmetrische Information die Folge von verdeckten Eigenschaften oder verdeckten Handlungen ist.
- Wir können die Konsequenzen dieser asymmetrischen Information beschreiben und Lösungsmöglichkeiten aufzeigen.
- Für diese Einheit ist lediglich Kapitel 20.3 relevant.

Begrenzte Information und Informationsasymmetrie

- Bislang haben wir unterstellt, dass Marktteilnehmer perfekt informiert sind. Tatsächlich ist Information häufig begrenzt und die Beschaffung von Informationen mit Kosten (sogenannten Suchkosten) verbunden.
- Eine spezifische Ausprägung von begrenzter Information ist dann gegeben, wenn manche Personen mehr wissen als andere. Man spricht hier von **asymmetrischer Information** (oder auch von **privater Information**).
- Wenn Eigenschaften (von Gütern, Dienstleistungen oder Personen) nur einer Marktseite bekannt sind, spricht man von **verdeckten Eigenschaften** (*hidden characteristics*). Diese können zu **adverser Selektion** (*adverse selection*, auch: **Negativauslese**) führen.
- Wenn Handlungen nur einer Marktseite bekannt sind, spricht man von **verdeckten Handlungen** (*hidden actions*). Dieses opportunistische Verhalten wird als **moral hazard** (*moralisches Risiko*) bezeichnet.
- Beide Formen der Informationsasymmetrie kommen relativ häufig vor und führen zu **ineffizienten Marktergebnissen**. Es gibt private Maßnahmen und staatliche Eingriffsmöglichkeiten, um die durch Informationsasymmetrie verursachten Probleme zu reduzieren.

Verdeckten Eigenschaften und Adverse Selektion

Beispiel: Gebrauchtwagenmarkt

- Bei Gebrauchtwagen wissen die Verkäufer meist besser über die Eigenschaften des Produkts Bescheid als die Käufer. Die Käufer kennen manche Eigenschaften (etwa: gefahrene Kilometer), andere Dinge aber nicht. Unterstellen wir, dass diese verdeckten Eigenschaften von niedriger, mittlerer oder hoher Qualität sein können. Das führt zu folgender Spirale:
- Da die Käufer die verdeckten Eigenschaften nicht beobachten können, können sie nicht beurteilen, ob diese von niedriger, mittlerer oder hoher Qualität sind. Die Käufer könnten aber erwarten, dass im Durchschnitt eine mittlere Qualität angeboten wird. Sie sind daher lediglich bereit, einen mittleren Preis für Gebrauchtwagen zu bezahlen.
- Da die Käufer nur einen mittleren Preis zu bezahlen bereit sind, werden (potentielle) Verkäufer, die einen Gebrauchtwagen mit hoher Qualität verkaufen wollen, diesen für einen mittleren Preis nicht verkaufen wollen. Daher werden lediglich Autos mit niedriger und mittlerer Qualität angeboten.
- Da keine Gebrauchtwagen mit hoher Qualität nicht angeboten werden (sondern nur Autos mit niedriger oder mittlerer Qualität), werden die Käufer ihre Qualitäts-erwartungen reduzieren, und somit auch den Preis, den sie zu bezahlen bereit sind.
- Zu diesem niedrigeren Preis werden aber die Verkäufer von Autos mit mittlerer Qualität nicht mehr bereit sein, ihre Autos anzubieten.
- ⇒ Im Endeffekt werden nur Autos mit niedriger Qualität zu niedrigen Preisen gehandelt.

Aderse Selektion

Definition und Konsequenzen

- Der in voriger Folie beschriebene Prozess wird als **adverse Selektion** (**Negativauslese**) bezeichnet. Dies ist eine Folge davon, dass eine Person mehr über die Eigenschaften eines Objektes weiß als andere Personen. Private Informationen veranlassen die Käufer zu der Erwartung, dass die angebotenen Objekte mit verdeckten Mängeln behaftet sind, was tendenziell zu niedrigen Preisen und zum Fernhalten von qualitativ hochwertigen Gütern vom Markt führt.
- Das Ergebnis ist eine Form von **Marktversagen**, da potentiell **vorteilhafte Transaktionen unterbleiben** → Gebrauchtwagen mit höherer Qualität werden gar nicht gehandelt.

Adverse Selektion

Weitere Beispiele

Gebrauchtwagenmärkte sind ein typisches Beispiel, um dieses Problem zu illustrieren, da George Akerlof 1970 in seinem Aufsatz “The Market for Lemons”¹ das Problem der adversen Selektion anhand dieses Marktes beschrieben hat.

Asymmetrische Information durch verdeckte Eigenschaften kommt aber häufig vor, etwa:

- bei **Versicherungen**: Der Versicherte kann meist besser einschätzen, wie häufig die Leistung der Versicherung in Anspruch genommen werden wird. Bei einer Gesundheitsversicherung weiß der Versicherte besser über seinen eigenen Gesundheitszustand Bescheid als die Versicherung. Würden alle die gleiche Versicherungsprämie zahlen, wäre eine Gesundheitsversicherung nur für Personen mit schlechtem Gesundheitszustand interessant.
- am **Arbeitsmarkt**: Die Anbieter von Arbeit (also die Arbeitnehmer) wissen besser über ihre Qualifikation und ihre Qualitäten Bescheid als die Arbeitgeber.
- können Verkäufer die **Qualität ihrer Produkte** im Allgemeinen besser einschätzen als die Käufer (Beispiel: Wein).

¹ Lemons ist im Englischen ein umgangssprachlicher Ausdruck für ein Auto mit Qualitätsmängel.

Adverse Selektion

Lösungsmöglichkeiten

Es gibt drei Möglichkeiten, die Ineffizienzen in Folge der asymmetrischen Information bei (Produkt-)Eigenschaften abzumildern. Die ersten beiden Möglichkeiten zielen darauf ab, die Informationsunterschiede zu reduzieren:

1. Die besser informierte Person kann die private Information durch glaubwürdige Handlungen **signalisieren** (*Signaling*), also offen legen.
 - ▶ Der Gebrauchtwarenhändler könnte eine unabhängige Prüfstelle beauftragen, die Qualität des Autos festzustellen. Würde er lediglich behaupten, dass ein Auto von hoher Qualität ist, wäre das nicht glaubwürdig.
2. Wenn die schlechter informierte Person Kosten auf sich nimmt, um mehr über die relevanten Charakteristiken zu erfahren, wird das als **Screening** bezeichnet.
 - ▶ Die unabhängige Prüfstelle könnte auch vom Käufer beauftragt werden.
3. **Interessenangleichung**
 - ▶ Wenn der Verkäufer etwa **Garantien** abgibt oder sich eine gut **Reputation** aufbauen möchte, dann hat auch der Verkäufer ein Interesse daran, Gebrauchtwagen mit hoher Qualität zu verkaufen.

Adverse Selektion

Lösungsmöglichkeiten: Beispiele

Häufig wird eine **Kombination** verschiedener, **privater oder staatlich verordneter Maßnahmen** verwendet, um das Problem der adversen Selektion zu reduzieren:

- Bei Gebrauchtwagen gibt es Gewährleistungen und darüber hinaus oft Garantien¹ (Interessenangleichung). Weiters müssen bestimmte Informationen (Baujahr, Kilometerstand) offengelegt werden (Signaling).
- Bei Bewerbungsgesprächen müssen bestimmte Unterlagen (etwa: Abschlusszeugnisse) mitgeschickt werden und es gibt ein Bewerbungsgespräch bzw. man muss ein Assessment-Center durchlaufen (Screening). Zusätzlich kann man auch Empfehlungsschreiben beilegen (Signaling).
- Bei Weinen wird am Etikett die Qualitätsstufe des Weins (Landwein, Qualitätswein, Auslese, ...) angegeben (Signaling). Konsumenten können sich Weinführer kaufen, um sich besser zu informieren (Screening) und Weingüter haben einen Anreiz, einen Ruf (eine Reputation) für hohe Qualität aufzubauen (Interessenangleichung).

¹ Gewährleistung und Garantien sichern dem Käufer zu, dass der Verkäufer für einen Mangel aufkommt, falls dieser Mangel innerhalb einer bestimmten Frist auftritt. Der Unterschied besteht darin, dass Gewährleistung dem Kunden gesetzlich zugesichert ist, während eine Garantie die Verkäufer freiwillig anbieten.

Moralisches Risiko (Moral Hazard)

Definition und Lösungsmöglichkeiten

- Eine weitere Ausprägung asymmetrischer Information ist jenes des **verborgenen Handelns** (*hidden action*).
- Wenn eine Person besser über die eigenen Handlungen informiert ist als andere Personen, führt dies zu verzerrten Anreizen: Man verhält sich weniger sorgfältig oder strengt sich weniger an, wenn jemand anderer die Kosten der mangelnden Sorgfalt oder der geringen Anstrengung tragen muss. Dieses Problem wird als **Moral Hazard** bezeichnet. Beispiele:
 - ▶ Weil ein Autofahrer eine Kfz-Versicherung abgeschlossen hat, fährt er weniger vorsichtig (weil er nur für den Schaden am eigenen Auto aufkommen muss).
 - ▶ Eine Verkäuferin zeigt einen geringen Arbeitseinsatz, wenn sie Angestellte und nicht Geschäftsinhaberin ist (weil sie die Folgen geringer Umsätze nicht unmittelbar tragen muss).
 - ▶ Weil jemand eine Gesundheitsversicherung abgeschlossen hat, betreibt sie gefährlichere Sportarten (weil sie für die Kosten bei einem Unfall nicht aufkommen muss).
- Um das moralische Risiko zu reduzieren wird häufig versucht, die Interessen beider Parteien anzugleichen: Es gibt **Selbstbehalte** (Selbstbeteiligungen) bei Versicherungen oder eine **Umsatzbeteiligung** bei Angestellten.