

CHRISTINE KÜNZEL (HAMBURG)

STROH ZU GOLD SPINNEN: ZUR MÖGLICHEN BEDEUTUNG UND FUNKTION VON MÄRCHEN IM KONTEXT DER ANALYSE VON FINANZKRISEN

Abstract

Die zentrale Rolle von Erzählungen in ökonomischen Diskursen ist inzwischen zwar erkannt worden, doch wurden Formen und Funktionen einzelner Narrative bisher kaum näher untersucht. Vor diesem Hintergrund ist der vorliegende Beitrag als Versuch zu verstehen, sich einmal exemplarisch einer ganz bestimmten Erzählgattung und deren Funktion zu widmen: dem Märchen. Gerade in Zeiten von Finanzkrisen wird in medialen Diskursen gern auf Märchen angespielt, insbesondere auf solche, in denen das Motiv einer wundersamen Geld- bzw. Goldvermehrung eine zentrale Rolle spielt. Zugleich wird der Begriff Märchen im Sinne der Untergattung des Lügenmärchens verwendet, um den fiktionalen Charakter bestimmter Finanzprodukte zu markieren. Der Beitrag ist von der These geleitet, dass die zentralen ökonomischen Narrative (wie etwa Wachstumsprognosen) wie Märchen auf einem besonderen Fiktionsvertrag basieren, der bewirkt, dass Aspekte des Wunderbaren nicht als solche wahrgenommen, sondern als selbstverständlich empfunden und verarbeitet werden.

Gerade in Zeiten von Finanzkrisen scheint sich eine Qualität der Finanzwirtschaft zu offenbaren, die in unterschiedlichen Kontexten als *Literarizität*, *Poetizität* oder *Fiktionalität* bezeichnet wird. Dabei handelt es sich offensichtlich um Eigenschaften aus dem Bereich der schönen Literatur, mit denen eine Abkoppelung der sogenannten Realwirtschaft von den Finanzmärkten, d.h. ein Verlust an Wirklichkeitsbezug, bezeichnet wird. Doch verstellt die Tatsache, dass die ästhetischen Qualitäten der Finanzwirtschaft zumeist nur in Krisenzeiten – und hier stets als Problem, wenn nicht gar als Ursache bzw. Auslöser von Finanzkrisen – betrachtet werden, den Blick darauf, dass ein komplexes Finanzsystem ohne die Kulturtechnik des Fingierens gar nicht funktionieren könnte (vgl. Beckert 2011; Künzel 2014; Priddat in diesem Band). Vor dem Hintergrund, dass die Begriffe Literarizität, Poetizität und Fiktionalität dem Bereich der Literaturwissenschaft entstammen, ist es zum einen erstaunlich, dass sich Literaturwissenschaftler/innen bisher kaum in die Debatte um mögliche Deutungen und Ursachen der letzten Finanzkrise von 2008 eingemischt haben;¹ zum anderen scheinen die Wirtschaftswissenschaften das Analyse- und Erklärungspotenzial bestimmter Aspekte der Finanzkrise von Disziplinen wie Literatur- und Kulturwissenschaften bisher leider (noch) nicht erkannt zu haben.

¹ Eine der wenigen Ausnahmen bildet Vogl (2010/2011).

Den folgenden Ausführungen liegt die These zugrunde, dass ökonomische Theorien und Transaktionen sich ebenfalls wesentlicher Prinzipien der Fiktionalität bedienen, die laut dem englischen Schriftsteller und Philosophen Samuel T. Coleridge auf einem besonderen Verhältnis zwischen Text und Leser bestehen, in dem der Leser einem fiktionalen Text mit einer „willing suspension of disbelief“ (vgl. Coleridge 1983, S. 6) – also einer bewussten Aussetzung der Frage nach der Glaubwürdigkeit bzw. Wahrhaftigkeit – begegnet. Grundlage dieser „willentliche[n] Aussetzung der Ungläubigkeit“ (Eco 1994, S. 103) ist ein Pakt bzw. Vertrag zwischen dem Autor (dem Produzenten) und dem Leser (dem Rezipienten) eines literarischen, sprich: fiktionalen, Textes, der sogenannte „Fiktionsvertrag“ (ebd.). Das Prinzip eines Fiktionsvertrages ist wohl kaum je prägnanter dargestellt worden als in Hans Christian Andersens Märchen *Des Kaisers neue Kleider*. Der vergleichsweise kurze Märchentext beschreibt sehr präzise das Funktionieren von Fiktionen auf der Grundlage gesellschaftlicher Konventionen. Entlarvt wird die Fiktion als solche durch eine Instanz, die (noch) nicht vertraut ist mit der Kulturtechnik des Fingierens. Es ist ein Kind, das ausruft: „Aber er hat ja nichts an!“ (Andersen 2005, S. 107). Was das Märchen eindrücklich vorführt, ist die Macht von Fiktionen und deren Funktionsweise sowie die Tatsache, dass Fiktionen nur in dem Maße real werden können, wie andere überzeugt sind, dass diese real und eben nicht fiktiv sind.² Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass im Kontext von Finanzkrisen immer wieder auf das Märchen *Des Kaisers neue Kleider* verwiesen wird (vgl. u.a. Ehalt 2009, S. 15; Finel-Honigman 2010, S. ix).

Dass der Begriff des Fiktiven ausschließlich in Krisenzeiten im Zusammenhang mit problematischen finanzökonomischen Produkten und Transaktionen assoziiert wird, täuscht über den Umstand hinweg, dass die Finanzökonomie grundsätzlich auf Fiktionen angewiesen ist, angefangen bei der sogenannten „Geldfiktion“ (vgl. Schnaas 2010, S. 16, Hervorh. im Orig.), die darin besteht, dass sich die Bedeutung des Geldes nicht etwa aus seinem materiellen Wert ergibt, sondern allein aus dem Versprechen bzw. Glauben daran, dass ein – von seinem Materialwert her betrachtet – wertloses Stück Metall (Münze) oder Papier (Geldschein, Wertpapier) einen bestimmten Wert hat. Zu den Paradoxien der Geldfiktion zählt allerdings die Prämisse, dass die Fiktion nur dadurch aufrechterhalten werden kann, dass auf eine vollständige Realisierung verzichtet wird (vgl. Bonus 1990, S. 160).

Hinzu kommt, dass der Begriff des Fiktiven in der Alltagssprache negativ konnotiert ist und mit Schein, Lüge und Betrug gleichgesetzt wird. Dabei geht eben jener Aspekt verloren, dass mittels Fiktionen ein hohes Maß an Kreativität

² Für den ökonomischen Kontext vgl. Bonus (1990, S. 13), wo es in Bezug auf Vermögen heißt: „Ein Vermögen ist real nur in dem Maße, wie andere überzeugt sind, daß es real und eben nicht fiktiv sei, und es ist fiktiv, wenn niemand mehr an seine Realität glaubt.“

tät und Innovation freigesetzt werden kann (vgl. Beckert 2011, S. 12 und 24). Ohne Fiktionen wäre ein komplexes Geldwirtschaftssystem nicht funktionsfähig. Akte des Fingierens setzen dort an, wo trotz der mit den Mitteln rationaler Wahrscheinlichkeitsrechnung gewonnenen Erkenntnisse Unsicherheiten bzw. Erkenntnislücken in Bezug auf Ereignisse in der Zukunft bestehen (vgl. ebd., S. 6). Fiktionen sind insofern als Medien zur Verarbeitung von Unsicherheitsmomenten besonders geeignet, da sie bei aller Unsicherheit und bei allem Risikobewusstsein Handlungsfähigkeit garantieren. An dieser Stelle setzt der Wirtschaftssoziologe Jens Beckert an, indem er die zentrale Rolle der Fiktionalität in ökonomischen Transaktionen untersucht. Beckerts These lautet, „dass Entscheidungen intentional rationaler Akteure in Fiktionen verankert sind“ (ebd., S. iii). Fiktionen definiert Beckert in diesem Kontext als:

[...] images of some future state of the world or course of events which are cognitively accessible in the present through mental representation. ‘Fictionality’ in economic action is the inhabitation in the mind of an imagined future state of the world. (ebd., S. 1)

Beckert weist darauf hin, dass sich Akteure – obwohl sie wissen (sollten), dass Imaginationen der Zukunft als solche nicht seriös, sprich: nicht faktual, sind – so verhalten, „als ob“ diese es wären. Insofern sind die meisten ökonomischen Transaktionen von Fiktionen motiviert (vgl. ebd., S. 11). Im Gegensatz zu literarischen Fiktionen zeitigen Fiktionen im ökonomischen Bereich allerdings Auswirkungen in der realen Welt (vgl. ebd.).

Um sie zu kommunizieren, müssen diese fiktionalen Szenarien und Erwartungen allerdings verbalisiert, sprich: in entsprechende Narrative gefasst, werden. Laut Beckert präsentieren sich solche Narrative in Form von Erzählungen oder Theorien (vgl. ebd., S. 12). Während Theorien des Storytelling bereits Einzug in die Wirtschaftssoziologie gehalten haben, wird ihnen von Seiten der Ökonomik bisher noch wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Eine der Ausnahmen bilden die Studien der US-amerikanischen Wirtschaftswissenschaftlerin Deirdre (vormals Donald) McCloskey, die mit ihren Untersuchungen *The Rhetoric of Economics* (1985, 1998) und *If You’re so Smart. The Narrative of Economic Expertise* (1990) den Grundstein des *New Economic Criticism* legte.

Plainly and routinely, 90 percent of what economists do is [...] storytelling. Yet, even in the other 10 percent, in the part more obviously dominated by models and metaphors, the economist tells stories. Economists tell a lot of stories, and must practise therefore the art of telling. (McCloskey 1990, S. 16)

Aber auch in einem jüngeren Zweig der Ökonomik, der von Methoden und Erkenntnissen der Psychologie profitiert, den *Behavioral Economics*, wurde die Bedeutung von Erzählungen bereits entsprechend gewürdigt. In ihrer einschlägigen Studie zu Aspekten der Finanzkrise mit dem Titel *Animal Spirits. How Human Psychology Drives the Economy, and why it matters for Global Capita-*

lism (2009) beschreiben George Akerloff und der 2013 mit dem Nobelpreis für Ökonomik ausgezeichnete Robert Shiller unter anderem, wie Erzählungen das Vertrauen von Investoren in Märkte beeinflussen: „High confidence tends to be associated with inspirational stories, stories about new business initiatives, tales of how others are getting rich.“ (Akerlof/Shiller 2009, S. 55).

Obwohl die zentrale Rolle des Storytelling für die Wirtschaft inzwischen erkannt wurde – „Ohne Storytelling [ist] die moderne Wirtschaft nicht lebensfähig! Storytelling [ist] nicht Schmiermittel, sondern Generator der Wirtschaft!“ (Posner-Landsch 2007, S. 69) –, liegen bisher allerdings kaum systematische Untersuchungen zum Charakter der Erzählungen vor, die finanzökonomische Diskurse prägen. Vereinzelt werden bestimmte inhaltliche Merkmale benannt wie Wachstum, Erfolg, Gewinn. McCloskey verweist mit Bezug auf die Strukturalisten Todorov und Propp auf wesentliche Elemente der Erzählung, führt dies jedoch nicht weiter an Beispielen aus. Auch Beckert arbeitet zwar bestimmte Merkmale ökonomischer Storys heraus, stellt aber keine Bezüge zu literarischen Gattungen her. Immerhin hatte McCloskey schon gefordert: „An economist should be aware that he adopts more than a ‘mere style’ when he adopts the conventions of a genre. [...] Economists would do well to know what genre they are reading or writing.“ (McCloskey 1990, S. 30f.).

Da bis heute jedoch keine Studien vorliegen, die sich genauer mit den verschiedenen Textgattungen der Ökonomik und der ökonomischen Praxis beschäftigen, möchte ich mich hier zumindest exemplarisch an einer Textgattung versuchen. Im Zentrum der folgenden Überlegungen wird die Frage nach der möglichen Funktion und Bedeutung einer ganz bestimmten literarischen Gattung – möglicherweise *der* literarischen Gattung schlechthin³ –, dem Märchen, in Bezug auf die Darstellung von Finanzkrisen stehen. Dabei ist die Frage nach den möglichen Funktionen dieses Genres von der These geleitet, dass Fiktionen sowohl produktive wie problematische Funktionen im Kontext ökonomischer Diskurse, hier insbesondere in der Finanzwirtschaft, aufweisen (können).

Auffällig ist die Tatsache, dass in Krisenzeiten – nicht nur in der medialen Berichterstattung – gehäuft sowohl auf den Begriff und die Gattung Märchen als auch auf einzelne Märchentexte angespielt wird. Dies spiegelt sich unter anderem auch in den Titeln aktueller Buchpublikationen wider, u.a.: Wolfgang Schmidbauer: *Das kalte Herz: Von der Macht des Geldes und dem Verlust der Gefühle* (2012), Wilhelm Hankel: *Die EURO-Lüge: ... und andere volkswirtschaftliche Märchen* (2010), Marlene Posner-Landsch: *StoryTelling – StorySelling: Märchen und Märchenerzähler in der Wirtschaft* (2007), Eugen Drewermann: *Von der*

³ Vgl. Neuhaus (2005, S. 374). Neuhaus (ebd., S. 1) stellt fest, dass „Literatur [...] in diesem Sinne immer Märchen“ sei.

Macht des Geldes oder Märchen zur Ökonomie (2007), Klaus Popp: *Das Märchen vom guten Zins: Auswege aufzeigen, Krisen verhindern mit Fairconomy* (2006), aber auch in älteren Titeln, wie etwa Robert Naumann: *Theorie und Praxis des Neoliberalismus: das Märchen von der freien oder sozialen Marktwirtschaft* (1957).

Die Frage ist nun, ob dieser Rückgriff lediglich der Ohnmacht angesichts der scheinbaren Unerklärlichkeit der Ursachen und Auswirkungen bestimmter ökonomischer Phänomene geschuldet ist, oder ob dem Märchen als Gattung möglicherweise eine zentrale Rolle in der Deutung von ökonomischen Zusammenhängen und Krisen zukommt. Im Rahmen der vorliegenden Fragestellung sind insbesondere die folgenden Funktionen der Gattung und des Begriffs Märchen von Bedeutung:

- 1) Als Synonym für eine unglaubliche Erzählung, sprich: zur Bezeichnung einer Lügengeschichte;
- 2) als *die* literarische Gattung schlechthin im Sinne eines exemplarischen Falls fiktionalen Erzählens, der gekennzeichnet ist durch ein besonderes Spannungsverhältnis von Realität und Wunderwelt (Neuhaus 2005, S. 373f.);
- 3) als Medium zur Verbreitung und Stabilisierung von Ideologien (affirmativ, reflexionshemmend) (ebd., S. 25);
- 4) als Mittel der Ideologiekritik (vgl. etwa das Beispiel *Des Kaisers neue Kleider*) (subversiv, reflexionsfördernd) (ebd., S. 23 und 374);
- 5) als Medium der Vermittlung von Wissen⁴ (hier ökonomischen Wissens).

Bereits der umgangssprachliche Gebrauch des Begriffes „Märchen“, der in den Medien vorherrscht, weist auf zwei Aspekte hin, die auch für eine genauere Analyse der Funktion von Märchen in diesem Kontext eine zentrale Rolle spielen könnten. Das ist zum einen der Umstand, dass mit dem Begriff „Märchen“ umgangssprachlich im Allgemeinen „erfundene, unwahre Geschichten“ (Lütthi 2004, S. 1)⁵ bezeichnet werden. McCloskey nennt diese Art der Geschichten „snake oil“, um zu kennzeichnen, dass es sich ihrer Meinung nach um „wrong stories“ handle, „[which] take a particularly dangerous form“ (McCloskey 1990, S. 3). Zum anderen stehen im Zentrum des Märchengeschehens wunderbare Ereignisse, die sich Versuchen der rationalen Erklärung entziehen. Das *Wunder* wird in der Märchenforschung immer wieder als das „ausschlaggebende Ingredienz“ (Rölleke 2009, S. 508.)⁶ für die Gattungszugehörigkeit genannt. „‘Märchen’ sind“ – so die Definition von Heinz Rölleke – „zum Teil mündlich tradierte, meist formelhafte Prosaerzählungen, in denen ‘selbstverständliche’ Wunder begegnen“ (ebd., S. 508).

⁴ Vgl. Pöge-Alder (2011, S. 33).

⁵ Vgl. auch Schödel (2010, S. 55).

⁶ Vgl. auch Neuhaus (2005, S. 374).

Auf eben eine solche Neigung, Wunder als etwas Selbstverständliches zu behandeln, wie sie für Märchen charakteristisch ist, wird regelmäßig in Zeiten von Finanzkrisen angespielt. Diese Neigung, die durch einen „[e]xzessive[n] Optimismus“⁷ gekennzeichnet ist, wird zugleich als eine der wesentlichen Ursachen für Finanzblasen und -krisen benannt.⁸ Mit Blick auf die Finanzwirtschaft rückt hier insbesondere das Phänomen der wundersamen Geldvermehrung in den Fokus, das zu den beliebtesten Motiven des Märchens zählt: Dabei wird das Geld bzw. Gold entweder aus dem Nichts geschaffen wie etwa in der berühmten Erzählung vom Fortunatus und seinem Glückssäckel (erschieden anonym 1509), einem Geldbeutel, der, wann immer man in ihn hineingreift, Geld bereithält – ein Topos, der in Hauffs Märchen *Das kalte Herz* in einer Variante weiterlebt, aber auch in den Märchen, in denen Gold produzierende Tiere eine zentrale Rolle spielen, wie etwa der Goldesel in *Tischlein deck dich*. In einer zweiten Märchen-Variante wird Geld oder Gold aus wertlosem Material hergestellt – wie z.B. in dem Märchen *Rumpelstilzchen*, wo eine Müllerstochter mit Hilfe eines Zwerges Stroh zu Gold spinnt. Das Märchen vom *Rumpelstilzchen* ist insofern interessant, als es gewissermaßen ein Märchen im Märchen darstellt. Die Sehnsucht des Müllers nach sozialem Aufstieg ist so groß, dass sie ihn dazu führt, ein Märchen in die Welt zu setzen: nämlich, dass seine Tochter Stroh zu Gold spinnen könne. Eugen Drewermann, der sich u.a. mit seinen psychoanalytischen Märchen-Interpretationen einen Namen gemacht hat, deutet diesen Umstand folgendermaßen:

[...] dieser sein [des Müllers, C.K.] Wunsch wirkt so stark, dass er die Wände der Wahrheit ins Wahnhafte aufwirft: Das Gespinnst seiner Sehnsucht wird zur Kunstspinnerei seiner Tochter; das Symbol seiner Hoffnung behauptet sich als reale Erfahrung [...]. (Drewermann 2007, S. 27)

Interessant ist in diesem Kontext der Hinweis von Marlene Posner-Landsch auf die gemeinsame etymologische Wurzel der Begriffe *Gewinn*, *Wunsch* und *Wahn*:

Die Wörter *Gewinn*, *Wunsch* und *Wahn* gehören alle drei zur indogermanischen Wurzel *uen[e], und die bedeutet *umherziehen, streifen, nach etwas suchen oder trachten*. Diese Wurzel bezog sich ursprünglich auf Nahrungssuche, Jagd und Krieg. Aus *uen[e] entwickelten sich dann die Bedeutungswendungen *wünschen, verlangen, begehren, lieben, gern haben*. Und daran wiederum knüpfen im Germanischen die Worte *Wunsch* und *Wahn* an. Wobei *Wahn* ursprünglich *Hoffnung, Erwartung, Vermutung* meinte. [...] Wenn *Wunsch*, *Wahn* und *Gewinn* zusammengehören, dann verstehe ich auch die Wirtschaft besser. (Posner-Landsch 2007, S. 78; Hervorh. im Orig.)

⁷ So im Untertitel eines Artikels in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (28.3.2012, S. 17): „Hohe Liquidität treibt Kurse ungebrochen. Exzessiver Optimismus bereitet zunehmend Sorgen.“

⁸ In der Märchenforschung wird der Glaube an das Wunderbare zuweilen als ein „Zeichen für Regression“ betrachtet. Vgl. Neuhaus (2005, S. 33).

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass in den Beschreibungen der Euphorie, die zur sogenannten *New Economy*-Blase (1999/2000) führte, immer wieder auf den Topos des Märchenhaften verwiesen wird.

Die Welt war zum Märchenland geworden. Die Banken, die die Aktien an die Börse brachten, stellten jeden Tag aufs Neue unter Beweis, dass sie in der Lage waren, aus Stroh Gold zu machen. (Frank 2011, S. 160)

Diese Welt [die des Neuen Marktes, C.K.] war eine Märchenwelt. Die Unternehmen verkündeten Storys von neuen Geschäftsideen, erfolgversprechenden Businessplänen und vom immerwährenden Aufschwung. (Posner-Landsch 2007, S. 106)

Posner-Landsch verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass es die Storyteller im Rahmen der *New Economy* zu einer wahren Meisterschaft gebracht hätten, indem das Produkt in diesem Fall keine Story *hatte*, sondern die Story *war* (vgl. Posner-Landsch 2007, S. 65). Heute sind es insbesondere bestimmte Finanzprodukte – wie Derivate, Futures, Swaps etc. – die ihren Wert allein über eine *Story* erhalten (vgl. (Finel-Honigman 2010, S. 68). Auf die Bedeutung von Storys bei der Zuschreibung von Wert hatte McCloskey bereits hingewiesen, indem sie konstatierte: „Stories impart meaning, which is to say worth“ (McCloskey 1990, S. 27).

Die Vorstellung, die sowohl dem Glückssäckel als auch dem Stroh-zu-Gold-Spinnen zugrunde liegt, knüpft an ein anderes, weit verbreitetes und seit dem Mittelalter beliebtes Märchen an: das vom Schlaraffenland, das in verschiedenen Versionen von Hans Sachs über die Brüder Grimm und Wilhelm Hauff tradiert wurde (vgl. Wunderlich 2007, S. 97-110 und Richter 1995). Das Märchen vom Schlaraffenland verbindet zwei wesentliche Merkmale des Märchens miteinander: das Prinzip des Wunderbaren und den Hang zum Utopischen. So beschreibt Ernst Bloch den Zustand des Schlaraffenlandes gewissermaßen als die Utopie, auf die das Märchen grundsätzlich abzielt.

Das technisch-magische Märchen geht derart nur indirekt oder notgedrungen auf Besitz; es geht auf die Verwandlung der Dinge [...]. [...] – es intendiert Schlaraffenland. (Bloch [1959]1985, S. 414f.)

Was verbindet nun das Märchen mit seiner Vorliebe für Wunder und seinem Hang zum Happy End und zur Utopie mit ökonomischen Narrativen? Im Hinblick auf das Märchen vom Schlaraffenland ist es die „ökonomische[] Vision“ eines Konsumverhaltens, das sich an einem grenzenlosen Überfluss orientiert und gänzlich „ohne den Produktionsfaktor Arbeit“ (Wunderlich 2007, S. 103) auskommt, da genau genommen gar keine Produktion stattfindet:

Jede Erwerbstätigkeit ist überflüssig, jeder kann sich ohne Restriktionen in seinen Konsumententscheidungen nach seiner den Konsum bejahenden Mentalität und seiner hedonistischen Grundhaltung richten. (ebd.)

Aus heutiger Perspektive betrachtet scheint sich das Konzept des Schlaraffenlandes aus einem konsequenten Zu-Ende-Denken bzw. des Wörtlich-Nehmens bestimmter ökonomischer Modelle und Theorien zu ergeben. Dies betrifft insbesondere die sogenannten „growth stories“, die unbegrenztes stetiges ökonomisches Wachstum verheißen, aber auch die Ausklammerung des Aspektes der Begrenztheit von Rohstoffen und anderen Ressourcen aus vielen ökonomischen Modellen. Insofern zeichnen sich auch ökonomische Modelle und Theorien durch einen Hang zum Utopischen aus, den sie mit der Gattung Märchen teilen. Somit ist der Glaube an Wunder im Vergleich zu früheren Epochen wohl nicht geringer geworden (vgl. Pöge-Alder 2011, S. 63), er hat sich möglicherweise lediglich auf andere Bereiche – wie etwa Teile der Finanzökonomie – verlagert.

In einem Beitrag zum „Erzählen im ökonomischen Diskurs“ konstatiert Bernhard Kleeberg: „Ökonomisches Erzählen ist Erzählen von einer besseren Zukunft, es hat einen utopistischen Zug“ (Kleeberg 2009, S. 139). Jens Beckert konstatiert einen solchen utopistischen Zug auch im Hinblick auf die Hypothese der effizienten Märkte: „Rather than ‘being true’, traders act as if the efficient-market hypothesis were true. The theory is akin to utopian thought, emphasizing a gap between reality and the ideal“ (Beckert 2011, S. 230). Ganz in diesem Sinne stellt Stefan Neuhaus in seiner Studie zum Märchen fest, dass es eben dieses „Spannungsverhältnis von Realität und Wunderwelt ist, das auf einer metafikcionalen Ebene dem von Realität und Fiktion entspricht“ und damit in besonderem Maße den „Anforderungen der literarischen Moderne und Postmoderne gewachsen“ (Neuhaus 2005, S. 373) sei.

Die auf die Zukunft ausgerichtete Erwartungshaltung, die im Allgemeinen mit dem Wunsch nach höherem Gewinn bzw. einer Statusverbesserung verbunden ist,⁹ führt dazu, dass die Differenz zwischen Erwartung bzw. Wunschenken und Realität in einem Kurzschluss der Vergegenwärtigung von Zukunft ausgeblendet wird.¹⁰ So führt die Besessenheit von der Zukunft in ökonomischen Kommunikations- und Transaktionsprozessen zuweilen dazu, den fiktiven Status der imaginierten Zukunft auszublenden und diese vielmehr als (zukünftige) Realität zu begreifen. Anders als literarische Fiktionen, die sich mit dem Modus des Möglichen begnügen, sind ökonomische Fiktionen darauf angelegt, imaginierte in „wahrscheinliche Zukünfte“ (Vogl 2010/2011, S. 25) zu überführen, sprich: Erwartungen und Wünsche so zu behandeln, als sei es gewiss, dass diese Realität werden – obwohl man genau

⁹ Ähnliches gilt für das Happy End des Märchens, vgl. dazu Neuhaus (2005, S. 372) und Pöge-Alder (2011, S. 31).

¹⁰ „Mit Hilfe des Wunderbaren, das im Kern mit Animismus oder in seiner Inszenierung mit dem Begriffspaar Zauberei und Magie bezeichnet ist, können Wünsche ‘ausgeübt’ werden, die sonst durch Restriktionen der Alltagswelt verhindert würden [...]“ Neuhaus (2005, S. 37).

weiß, dass nicht einmal „eine korrekt berechnete Wahrscheinlichkeit auf die Zukunft eine Sicherheit bietet“ (Esposito 2007, S. 10). In diesem Punkt deckt sich das ökonomische Prinzip einer „gegenwärtig-reale[n] (Zukunfts-)Illusion“ (Schnaas 2010, S. 59; Hervorh. im Orig.) mit dem Anspruch des Märchens, „eine mächtigere, wesentlichere Wirklichkeit darzustellen“ (Lüthi 2004, S. 118).

All dies deutet darauf hin, dass ökonomischen Narrativen eine besondere Form des Fiktionsvertrages zugrunde liegt. Dieser bewirkt nicht nur, dass der fiktionale Status des Dargestellten verschleiert bzw. nicht wahrgenommen wird, sondern wirkt dahingehend, dass nicht einmal überdeutliche Fiktions-signale – wie etwa Merkmale des Wunderbaren als Gattungsmerkmal des Märchens – als solche wahrgenommen werden. Dies führt u.a. dazu, dass Szenarien, die in anderen Kontexten dezidiert als unrealistisch, ja, gar als Lüge abgetan würden, in bestimmten (finanz-)ökonomischen Kontexten geglaubt werden. Insofern entspricht die Haltung ökonomischer Akteure der Logik der Märchenwelt, wo „Paradoxa [...] so selbstverständlich sind, dass sie kaum mehr als solche empfunden werden“ (ebd., S. 26) bzw. „dass hier so selbstverständlich von Wundern und vom Wunderbaren die Rede ist, ohne dies irgendwie zu betonen, wie es etwa Sagen und Legenden tun“ (Rölleke, S. 509).

Beispielhaft ist in diesem Kontext der Fall des Hamburger Hochstaplers Jürgen Harksen, der von den späten 1980er Jahren bis in die 90er Jahre hinein als „Geld-Guru“ „Rechtsanwälte, Bank- und Konzernvorstände, Steuerberater, Ärzte [und] Wirtschaftsprüfer [...] hinters Licht“ (Harksen/Mailänder 2006, S. 16) führte. Als dieser Fall nach Harksens Auslieferung aus Südafrika im Februar 2003 vor dem Landgericht Hamburg verhandelt wurde, offenbarten sich die Schwierigkeiten, konkrete strafrechtliche Tatbestände zu ermitteln. Im Verlauf des Prozesses äußerte sich in den Zeugenaussagen der Geschädigten eben jenes Dilemma der Fiktionalität bestimmter finanzökonomischer Bereiche, insbesondere des Investment Banking: Wenn die Instrumente der Finanzwirtschaft zu einem großen Teil auf einem Fiktionsvertrag basieren, wie lassen sich diese dann vom Tatbestand der Täuschung und des Betrugs abgrenzen? Eben dies war das Problem im Fall Harksen: „Ob der Tatbestand der Täuschung, der ein unverzichtbares Element des Betrugs darstellt, bei meinem Geschäftsmodell gegeben war, galt während der Verhandlung als strittig“ (ebd., S. 291). Die Aussagen der Zeugen im Prozess bestätigten geradezu exemplarisch die Bedeutung des Storytelling für ökonomische Transaktionen und zugleich deren Problematik. Harksens Talent lag wohl hauptsächlich in seiner Fähigkeit, ein brillanter Geschichtenerzähler zu sein – und er war sich (im Gegensatz zu den meisten Ökonomen) der verschiedenen Gattungen bewusst, die er bediente. Seine Klientel schenkte sogar den unwahrscheinlichsten, sprich: wunderbarsten, Szenarien Glauben.

Wer großes Geld bewegen will, braucht große Legenden, und die konnte ich liefern. Je märchenhafter die Legende, desto eher wurde sie mir geglaubt. Für meine Kunden gab es nur zwei Möglichkeiten: Entweder alles ist total erlogen, oder es kann nur wahr sein, gerade weil es so abenteuerlich klingt. Zudem gab mir die Absurdität meiner Geschichten eine kleine moralische Rechtfertigung: Wenn meine Kunden bereit waren, mir mehr oder weniger offenkundigen Unsinn zu glauben, dann mussten sie eben dafür büßen. (ebd., S. 109)

Auf dieser Argumentation baute Harksens Verteidiger, der Hamburger Star-Anwalt Gerhard Strate, seine Verteidigung auf. Ein kurzer Auszug aus Harksens Rekonstruktion der Aussagen soll dies verdeutlichen. Auf die Frage des Richters: „Sie waren also überzeugt von den Geschichten von Herrn Harksen? Haben Sie schon mal Faktor 13 erlebt?“ erwiderte ein Vermögensberater: „Ich hielt das für möglich“ (ebd., S. 290). Die Zeugen wiederholten auf derartige Fragen immer wieder das Gleiche: „Es hätte plausibel geklungen, deshalb hätten sie es geglaubt“ (ebd.). Daraufhin konfrontierte Harksens Verteidiger die Zeugen mit folgender Deutung:

Wenn Faktor 13 unrealistisch ist, kann keine Täuschung vorliegen, denn jeder muss wissen, dass 1300 Prozent genauso realistisch sind wie die 0 im Roulette-spiel. [...] Herr Harksen sagte Ihnen, ich will Sie betrügen, und Sie haben es nicht geglaubt und ihm trotzdem Geld gegeben. Kann man das noch Betrug nennen? (ebd., S. 290ff.)

Strate hätte ebenso gut argumentieren können: Herr Harksen hat Ihnen Märchen erzählt, und Sie haben diese Märchen geglaubt. Verurteilt wurde Harksen am Ende „wegen einfachen Betrugs“ – „[r]echtlich gesehen hätte ich auch einen Freispruch bekommen können“ (ebd., S. 292) –, das heißt er wurde wegen eines bloßen Vergehens, nicht wegen eines Verbrechens verurteilt. *Einfach* bedeutete in diesem Falle: „Betrug mit der Zunge“, sprich: mittels Geschichten, Fiktionen. Harksen war offenbar ein begnadeter „Märchenerzähler [] in der Wirtschaft“ (Posner-Landsch 2007, S. 19).

Quelle

Hans Christian Andersen: Des Kaisers neue Kleider, in: ders.: Gesammelte Märchen, Frankfurt a.M. 2005, S. 102-107.

Literatur

Akerlof, George A./Shiller, Robert (2009): *Animal Spirits. How Human Psychology Drives the Economy, and why it matters for Global Capitalism*. Princeton.

Beckert, Jens (2011): *Imagined Futures. Fictionality in Economic Action*. Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung. Köln 2011(MPIfG Discussion Paper 11/8). Online unter: www.mpifg.de/pu/mpifg_dp/dp11-8.pdf (letzter Zugriff: 22.3.2014).

- Bloch, Ernst [1959](1985): Bessere Luftschlösser in Jahrmarkt und Zirkus, in Märchen und Kolportage. In: Bloch, Ernst: Das Prinzip Hoffnung. (= Werkausgabe 5). Frankfurt a.M., S. 409-415.
- Bonus, Holger (1990): Wertpapiere, Geld und Gold. Über das Unwirkliche in der Ökonomie. Granz u.a.
- Coleridge, Samuel T. (1983): *Biographia Literaria* or Biographical Sketches of My Literary Life and Opinions. Bd. 2. Hrsg. v. James Engell u. W. Jackson Bate. Princeton. [Originalausgabe 1817.]
- Drewermann, Eugen (2007): Von der Macht des Geldes oder Märchen der Ökonomie. 2. Aufl. Düsseldorf.
- Eco, Umberto (1994): Der Wald der Fiktionen. München/Wien.
- Ehalt, Hubert Christian (2009): Kritik der lobpreisenden Monolgie. Vorwort. In: Röggla, Kathrin (Hg.): Gespensterarbeit, Krisenmanagement und Weltmarktfiktion. (= Wiener Vorlesungen im Rathaus. Edition Gesellschaftskritik 6). Wien, S. 11-15.
- Esposito, Elena (2007): Die Fiktion der wahrscheinlichen Realität. Frankfurt a.M.
- Finel-Honigman, Irene (2010): *A Cultural History of Finance*. London/New York.
- Frank, Stefan (2011): „Es fehlt an Geld, nun gut, so schaff es denn“ – Geldzauber und die Sehnsucht nach Überfluss. In: Künzel, Christine/Hempel, Dirk (Hg.): Finanzen und Fiktionen. Grenzgänge zwischen Literatur und Wirtschaft. Frankfurt a.M./New York, S. 155-162.
- Harksen, Jürgen/Mailänder, Ulf (2006): „Wie ich den Reichen ihr Geld abnahm“. Die Karriere eines Hochstaplers. Frankfurt a.M.
- Kleeberg, Bernhard (2009): Gewinn maximieren, Gleichgewicht modellieren. Erzählen im ökonomischen Diskurs. In: Klein, Christian/Martínez, Matías (Hg.): Wirklichkeitserzählungen. Felder, Formen und Funktionen nicht-literarischen Erzählens. Stuttgart/Weimar, S. 136-159.
- Künzel, Christine (2014): Imaginierte Zukunft: Zur Bedeutung von Fiktion(en) in ökonomischen Diskursen. In: Balint, Iuditha/Zilles, Sebastian (Hg.): Literarische Ökonomie. München, S. 143-157.
- Lüthi, Max (2004): Märchen. 10., aktualisierte Aufl. Bearbeitet von Heinz Rölleke. Stuttgart/Weimar.
- McCloskey, Donald (1990): *If You're so Smart. The Narrative of Economic Expertise*, Chicago/London.
- Neuhaus, Stefan (2005): Märchen. Tübingen/Basel.
- Pöge-Alder, Kathrin (2011): Märchenforschung. Theorien, Methoden, Interpretationen. 2., überarb. Aufl. Tübingen.
- Posner-Landsch, Marlene (2007): *StoryTelling – StorySelling*. Märchen und Märchen-erzähler in der Wirtschaft. (= edition medienpraxis 4). Köln.
- Richter, Dieter (1995): Schlaraffenland. Geschichte einer populären Utopie. Frankfurt a.M.

Rölleke, Heinz (2009): Märchen. In: Lamping, Dieter (Hg.): Handbuch der literarischen Gattungen. Stuttgart, S. 508-513.

Schnaas, Dieter (2010): Kleine Kulturgeschichte des Geldes. München.

Schödel, Siegfried (Hg.) (2010): Märchenanalysen. Texte und Materialien für den Unterricht. Stuttgart.

Vogl, Joseph (2010/2011): Das Gespenst des Kapitals. Zürich.

Wunderlich, Werner (2007): „Und Geld im Sack und nimmer Not“. Betrachtungen zum literarischen Homo oeconomicus. Zürich.