

Rudolf Richter: *Stabilitätskultur als Problem der Institutionen-Ökonomik*, in: *Geld und Moral*, Hrsg: Helmut Hesse und Otmar Issing, München: Vahlen, 1994, S. 81 ff.

Da Papiergeld praktisch keinen Eigenwert hat und seiner ganzen Konstruktion nach von den Geldanbietern administriert werden muß, ergibt sich das Problem, daß das Zentralbankmanagement nicht unbedingt die gleichen Zielsetzungen wie die Geldbenutzer hat. Das wäre nicht weiter schlimm, könnten die Mitglieder einer speziellen Papiergeldwirtschaft, ohne Verluste zu erleiden, ihr Währungssystem verlassen. Wegen spezifischer Investitionen ist das jedoch vielfach nicht oder nicht ohne weiteres möglich. (Spezifische Investitionen bestehen u.a. in den Alternativkosten des Währungswechsels.) Das Problem der Eingeschlossenheit besteht für die Geldbenutzer in unterschiedlichem Grad, am stärksten bei festen, am schwächsten bei sehr liquiden Kapitalanlagen.

Papiergeld ist typisches Erfahrungsgut. Die Qualitätserwartung der Geldbenutzer trägt wesentlich zum Niveau seines Wertes bei. Da mit unvorhersehbaren Ereignissen zu rechnen ist, sollten die Geldbenutzer ihren Agenten, das Zentralbankmanagement, nicht an strenge Regeln binden. [...] Es bleibt nichts anderes übrig, als dem Management der Zentralbank einen gewissen Ermessensspielraum zu lassen – dies in der Verbindung mit dem gesetzlichen Auftrag, den Geldwert zu sichern. [...]

Im Unterschied zum Angebot von Warengeld läßt sich das Angebot von Papiergeld, so die herrschende Lehre, nicht über den Preismechanismus steuern. [...] Im Falle des Papiergeldes ist nicht nur privates, sondern auch staatliches (oder zumindestens staatlich reguliertes) Gemeinschaftshandeln erforderlich. Vertrauen in die mit Papiergeldverwaltung beauftragte Zentralstelle spielt dabei eine wichtige Rolle und wird, wie dargestellt, mittels des sozialen Konzepts der „Stabilitätskultur“ kontrolliert. Vertrauen ist im sozialen Leben allenthalben von größter Bedeutung. Es ist, wie sich ARROW (1974, S. 23) ausdrückt „ein wichtiges Gleitmittel sozialer Systeme. Es ist extrem effizient. Es spart eine Menge von Unannehmlichkeiten, wenn man sich auf die Zuverlässigkeit der Aussagen anderer Leute verlassen kann.“ Das Problem ist, daß man Vertrauen nicht einfach wie andere Güter am Markte kaufen kann – jedenfalls nicht als Abstraktum. Bestimmte konkrete Formen des Vertrauens sind jedoch käuflich zu erwerben, z.B. der Firmenwert – aber nur zusammen mit der diesen Wert verkörpernden Unternehmung. Man kann auch Vertrauen (brand name capital) mieten, aber nur, wenn man sich der Aufsicht des Eigentümers des Vertrauens unterwirft. Franchising ist dafür ein Beispiel.