

Skandale

Eine ökonomische Betrachtung

von
Manuela Merki

1. Auflage

Skandale – Merki

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Politische Soziologie

Tectum 2010

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 8288 2461 4

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	v
Dank	ix
Inhaltsverzeichnis	xi

Teil I: Grundlagen

1 Wieso eine ökonomische Analyse von Skandalen? Eine Einführung in die Thematik	3
1.1 Einleitung und Motivation.....	3
1.2 Zielsetzung und Aufbau.....	5
1.3 Was ist ein Skandal? Definierende Charakteristiken.....	9
1.4 Kurze Übersicht der bestehenden Literatur und theoretischen Anknüpfungspunkte.....	12
2 Zwei Betrachtungsweisen von Skandalen und ihrer Wirkung in der Gesellschaft	19
2.1 Sanktionierungs- und Durchsetzungsfunktion.....	20
A Der Skandal vor einem sozialvertraglichen Hintergrund.....	20
B Der Skandal als Sanktionierungs- und Durchsetzungsmechanismus.....	22
C Skandale als Teil der gesellschaftlichen Weiterentwicklung.....	25
2.2 Verzerrung der öffentlichen Wahrnehmung.....	27
A Vertrauensverlust und Verunsicherung.....	27
B Verzerrte Wahrnehmung durch kognitive Beschränkungen und Emotionen	30
C Eigendynamiken und soziale Effekte.....	33
D Das Problem unvollständiger Information.....	34
3 Facetten eines Skandals. Das Beispiel der Managerlohndebatte	37
3.1 Die Fakten und Hintergründe aus der wissenschaftlichen Diskussion.....	38
3.2 Die öffentliche Debatte.....	45
3.3 Zusammenfassung und Kommentar.....	60

Teil II: Skandale als Produkt von Anreizen

4 Skandale als Produkt von Anreizen	65
4.1 Rationalität und Skandale.....	66

Inhaltsverzeichnis

A	Der Rational-Choice-Ansatz.....	66
B	Ökonomische Theorie der Kriminalität.....	70
4.2	Anreize für Skandalverhalten.....	73
A	Kalkül des Skandaltäters.....	73
B	Hypothesen zu verschiedenen Anreizsituationen.....	76
4.3	Anreize für Skandalaufdeckung.....	83
A	Kalkül des Skandalaufdeckers.....	83
B	Hypothesen zu verschiedenen Anreizsituationen.....	88
5	Ein Marktmodell für Skandale.....	95
5.1	Grundkonzeption des Modells.....	95
5.2	Modell mit beschränkter Aufmerksamkeit.....	98
5.3	Modellerweiterungen.....	103
A	Externalitäten	104
B	Unterschiedliche Qualität der Skandale.....	106
C	Bestrafung durch Aufmerksamkeit	107
D	Weitere mögliche Modellvarianten.....	109

Teil III: Skandale und Institutionen

6	Skandale und institutionelle Rahmenbedingungen.....	113
6.1	Komparative Statik.....	114
A	Veränderung der Anreize des Täters.....	114
B	Veränderung der Anreize des Aufdeckers.....	115
C	Veränderung mit Auswirkungen auf beide Marktseiten.....	118
6.2	Skandale in Abhängigkeit institutioneller Eigenschaften. Ein graphisches Modell.....	120
A	Regierungsform/Ausmass an institutionalisierten Mitsprachemöglichkeiten.....	122
B	Medienfreiheit.....	125
7	Empirie.....	129
7.1	Datenerhebung, Datenprobleme.....	130
A	Messbarkeit von Skandalen.....	130
B	Datenerhebung: Resonanzanalyse für „scandal“.....	133
7.2	Datenbeschreibung und Korrektur des Indikators für das Auftreten von Skandalen.....	135
7.3	Empirische Überprüfung der Hypothesen.....	141
A	Test 1: Veränderung der Anreize zu Skandalverhalten.....	143

B	Test 2: Veränderung der Anreize zu Skandalermittlungen.....	151
C	Test 3: Veränderung mit Auswirkungen auf beide Marktseiten.....	154
D	Kombinationen und Robustheitstest der institutionellen Einflüsse. Kontrolle für kulturelle Bestimmungsgründe.....	161
7.4	Zusammenfassung und Evaluierung der empirischen Untersuchungs- ergebnisse	165

Teil IV: Skandale als Teil des politischen Prozesses

8	Skandale als Instrument im politischen Wettbewerb.....	171
8.1	Wettbewerb um politische Aufmerksamkeit.....	172
8.2	Krisenmoment und die Undenkbartigkeit des Status Quo.....	180
A	Die Bedeutung des Status Quo.....	180
B	Veranschaulichung im Vetospielermodell.....	183
9	Institutionelle Schutzmechanismen.....	189
9.1	Ansatzpunkt 1: Anreize zu Skandalverhalten.....	190
A	Labeling- und Benchmarking-Bestrebungen.....	190
B	Mitsprachemöglichkeiten und Diskurs.....	192
9.2	Ansatzpunkt 2: Anreize zu Skandalaufdeckung.....	194
A	Qualität der Berichterstattung.....	194
B	Anforderungen an den Diskursprozess.....	197
9.3	Ansatzpunkt 3: Anreize zur politischen Weiterverarbeitung.....	199
A	Regulierungswettbewerb und kompetitiver Föderalismus.....	200
B	Temporäre Gesetzgebung.....	202
10	Schlussbemerkungen.....	205
	Abbildungsverzeichnis.....	210
	Tabellenverzeichnis.....	211
	Literatur.....	213
	Appendix.....	236
A	Datenerhebung: Managerlohndebatte.....	236
B	Potenzielle versus beobachtete Skandale.....	240
C	Konvergenz und Divergenz im Markt für Skandale.....	241
D	Datenerhebung: Skandale.....	244
E	Auftreten von Skandalen in den verschiedenen Ländern.....	246
F	Beschreibung der Indikatoren.....	247
G	Summary Statistics der verwendeten Variablen.....	250