

Ludger Heidbrink und Ulrich Schmidt

Soziales Crowdfunding als Weg aus der Corona-Krise

Ein Exempel moralischer Ökonomie

1. Einleitung

Die Corona-Krise und die Folgen des damit verbundenen Shutdowns werden zu erheblichen Kosten für Deutschland führen. Laut Ifo-Institut könnte der Einbruch der Wirtschaftsleistung bis zu 20,6 Prozent betragen, andere Prognosen gehen von einer Rezession von 6 bis 10 Prozent in 2020 aus. Um die volkswirtschaftlichen Kosten möglichst gering zu halten, hat der Staat im März 2020 umfangreiche Hilfspakete beschlossen, die haushaltswirksame Maßnahmen von insgesamt 363,3 Milliarden Euro, Garantien im Umfang von 819,7 Milliarden Euro und neue Kredite in Höhe von rund 156 Milliarden Euro umfassen. Ein zusätzliches Maßnahmenpaket zur Ankurbelung der Wirtschaft in Höhe von 130 Milliarden Euro wurde im Juni 2020 beschlossen. Für den Zeitraum nach dem Shutdown wird es mit hoher Wahrscheinlichkeit zu weiteren Konjunktur- und Subventionsprogrammen kommen, die ebenfalls mit erheblichen Kosten verbunden sein werden. Es ist unklar, ob die bislang geplanten staatlichen Investitionen ausreichen oder in Zukunft erneute Ausgaben anfallen werden.

Aufgrund dieser Zahlen und Entwicklungen stellt sich die Frage, wie die gesamten Hilfsmaßnahmen finanziert werden können, ohne dass die Neuverschuldung ausufert. So hat der bayerische Ministerpräsident Markus Söder für eine Obergrenze der Neuverschuldung argumentiert, damit Deutschland nicht selbst zu einem Sanierungsfall wird. Neben einer Begrenzung der Ausgaben erscheint es auch geboten, über Maßnahmen zur Erhöhung der Einnahmen des Staates nachzudenken. Von der SPD und der Linken wurde in diesem Zusammenhang eine einmalige Vermögensabgabe gefordert. Auch das DIW hat eine Vermögensabgabe in Kombination mit einem ›Corona-Soli‹ in Form eines Zuschlages zur Einkommensteuer für Besserverdienende vorgeschlagen (vgl. Bach 2020).

Neben der nationalen Ebene sind die Staatsfinanzen auch in einem europäischen Kontext zu betrachten. So sind europäische Corona-Bonds seit Längerem in der Diskussion, um die aus der Krise entstandenen Lasten solidarisch unter den EU-Mitgliedstaaten zu verteilen. Aber auch europäische Rettungspakete zur Ankurbelung der Konjunktur sind geplant, die ebenfalls einer Finanzierung bedürfen. So haben Angela Merkel und Emmanuel Macron einen Wiederaufbauplan in Höhe von 500 Milliarden Euro vorgeschlagen. Auch die Europäische Kommission hat Ende Mai 2020 einen Wiederaufbauplan vorgelegt, der 750 Milliarden Euro umfasst, von denen zwei Drittel als nicht zurückzahlbare Zuschüsse, ein Drittel als Kredit zur Verfügung gestellt werden sollen.

2. Finanzierung durch soziales Crowdfunding

Wir möchten im vorliegenden Beitrag einen alternativen Lösungsweg vorschlagen, um die Neuverschuldung der öffentlichen Haushalte in Deutschland zu begrenzen. Beim Crowdfunding (auf Deutsch: Schwarmfinanzierung) beteiligen sich viele Einzelpersonen an der Finanzierung eines Projektes. Ein frühes Beispiel findet sich bereits im 19. Jahrhundert, als die Errichtung des Sockels der Freiheitsstatue durch 160.000 Einzelspenden ermöglicht worden ist (vgl. Bell/Abrams 1984). In jüngerer Zeit ist Crowdfunding insbesondere zur Finanzierung von Filmen, Musikalben und Start-ups unterschiedlichster Branchen verwendet worden, doch auch die Umsetzung sozialer Projekte durch Crowdfunding erfreut sich zunehmender Beliebtheit.

Generell lassen sich vier verschiedene Modelle des Crowdfundings unterscheiden, die sowohl Formen des Spendens als auch des Investments umfassen (vgl. Moritz/Block 2014):

1. Das Spenden-Modell: Hier gleicht Crowdfunding einer klassischen Spenden-Sammlung, die jedoch über eine spezielle Internet-Plattform durchgeführt wird.
2. Das Belohnungs-Modell: Hier erhält der Geldgeber im Gegensatz zum Spendenmodell eine Belohnung, die entweder allein auf der Namensnennung der Spender beruht oder auch materielle Gegenstände umfassen kann. Ein typisches Beispiel für eine materielle Belohnung ist die Lieferung einer Musik- oder Filmaufnahme, die durch das Crowdfunding vorfinanziert wurde.
3. Das Darlehens-Modell: Hier erhalten die Geldgeber ihre Einlage zuzüglich einer eventuellen Verzinsung nach einem gewissen Zeitraum zurück.
4. Das Eigenkapital-Modell: Hier erhalten die Geldgeber einen Anteil des zu gründenden Unternehmens.

Anlässlich der Corona-Krise könnten alle vier Modelle eingesetzt werden, wobei das Eigenkapital-Modell in diesem Fall relativ komplex erscheint und daher im Folgenden nicht weiter betrachtet werden soll. Im Fall des Spenden-Modells, auf das wir weiter unten genauer eingehen werden, würde der deutsche Staat einen Crowdfunding-Pool einrichten, in den alle, die es sich leisten können und wollen, einen frei wählbaren Betrag einzahlen. Das eingesammelte Geld wird dann für die Finanzierung der Corona-Maßnahmen verwendet, die bislang aus dem Staatshaushalt bezahlt worden sind. Als Belohnung wäre es denkbar, dass größere Spender namentlich genannt werden. Im Fall des Darlehen-Modells, das wir als Ergänzung vorschlagen werden, würde das eingesammelte Geld als Darlehen an in Not geratene Unternehmen vergeben werden. Bei Rückzahlung des Darlehens durch die Unternehmen erhalten die Geldgeber ihre Einlage zurück. Diese Version des Crowdfundings könnte die umfangreichen Kreditpakete der öffentlichen Hand sinnvoll ergänzen.

Es gibt eine Reihe von Gründen, warum das Spenden- und das Belohnungs-Modell zur teilweisen Finanzierung der Kosten der Corona-Krise beitragen könnten. Verhaltensökonomische Forschungen haben gezeigt, dass Menschen bereit sind, mehr Geld auszugeben als einzunehmen, wenn sie damit soziale Zwecke verbinden. Die Bereitschaft, aus Gründen der Solidarität oder Fairness den Eigennutzen zurückzustellen oder Nachteile in Kauf zu nehmen, ist empirisch gut belegt (vgl. Falk 2003; Fehr/Schmidt 1999; Andreoni/Payne 2013). Das klassische Beispiel aus der verhaltensökonomischen Forschung hierfür ist das sogenannte Diktator-Spiel. In diesem Spiel werden die TeilnehmerInnen in Paare eingeteilt, und in jedem Paar erhält ein Teilnehmer (der Diktator) einen bestimmten Geldbetrag, während die andere Teilnehmerin (der Empfänger) leer ausgeht. Der Diktator kann dann ohne jegliche Restriktionen entscheiden, ob er dem Empfänger einen beliebigen Anteil des erhaltenen Geldes abgibt. Während die Eigennutz-Hypothese impliziert, dass der Diktator nichts abgibt, beobachtet man in Experimenten, dass die meisten Diktatoren signifikante Beträge abgeben, im Durchschnitt ca. 20 Prozent des erhaltenen Geldes (vgl. Camerer 2003). Dies gilt auch unter vollständiger Anonymität, bei der der Diktator nicht einmal eine Belohnung in Form von gestiegenem sozialem Image erhält.

Nicht nur Experimente im Labor, sondern auch reale Verhaltensweisen wie Spendenbereitschaft oder zivilgesellschaftliches Engagement zeigen, dass soziale Präferenzen unter bestimmten Bedingungen wichtiger sind als die persönliche Nutzenmaximierung (vgl. Khadjavi 2017). Gerade auch sehr reiche Personen sind häufig bereit, sich für soziale Belange zu engagieren. Prominente Beispiele sind die Initiative ›The Giving Pledge‹, die von Bill Gates und Warren Buffet ins Leben gerufen wurde, oder die Skala-Initiative von Susanne Klatten. Wie stark altruistische Impulse gerade in Krisenzeiten ausgeprägt sind, hat sich bereits während der Corona-Krise im Frühjahr 2020 auf eindrückliche Weise gezeigt – von ehemaligen PflegerInnen, die in die Krankenhäuser zurückkehren, pensionierten ÄrztInnen, die beim Aufbau von Notkliniken helfen, über Unternehmen, die Material und Maschinen zur Verfügung stellen, bis zu Gutscheinaktionen im Internet, mit denen geschlossene Geschäfte, Restaurants und Friseursalons unterstützt werden.

3. Effektiver Altruismus

Die verhaltensökonomische Forschung und das Handeln zahlreicher Akteure in der Corona-Krise zeigen, dass soziale Einstellungen vorhanden sind, die ein gesellschaftliches Fundament bilden, auf dem sich das Crowdfunding-Modell aufbauen lässt. Um deutlich zu machen, wie sich die Spenden- und Zahlungsbereitschaft wirksam umsetzen und organisieren lässt, greifen wir auf den Ansatz des ›effective altruism‹ von Peter Singer und William MacAskill zurück. Der effektive Altruismus beruht auf einer nutzenorientierten Ethik, die das Ziel verfolgt, so viel Gutes wie möglich zu tun (vgl. Singer 2016: 17–19). Aus moraltheoretischer Perspektive

ist der Ansatz des effektiven Altruismus umstritten, da er von einer strikten Maximierung des ethischen Nutzens ausgeht und die verfolgten Ziele über die eingesetzten Mittel stellt (vgl. Skelton 2016). Aus Sicht des ethischen Altruismus ist es nicht nur zulässig, sondern geboten, das Ergreifen von Maßnahmen daran zu bemessen, ob mit den investierten Ressourcen die größtmöglichen Hilfeleistungen erreicht werden. Dies erfordert eine numerische Berechnung der erreichten Leistungen, etwa durch die Verlängerung von qualitätsbereinigten Lebensjahren (QUALYS) oder den quantitativen Größenvergleich unterstützter Personen und Zielgruppen. Vor diesem utilitaristischen Hintergrund schlägt der effektive Altruismus fünf Handlungskriterien vor, an denen sich Hilfsmaßnahmen orientieren sollen (MacAskill 2016: 23):

- »1. Wie viele Menschen profitieren davon – und in welchem Maß?
- 2. Ist dies das Wirksamste, das Sie tun können?
- 3. Ist dies ein vernachlässigter Bereich?
- 4. Was wäre andernfalls geschehen?
- 5. Wie gut sind die Erfolgsaussichten, und wie viel wäre ein Erfolg wert?«

Der effektive Altruismus verlangt zudem eine empirische Evaluation von Organisationen, die danach bewertet werden, ob der Aufwand an Geld und Zeit zu einer Maximierung des Erwartungswertes führt. Organisationen sollen danach ausgewählt werden, ob die Verwendung von Spenden oder Investitionen folgende Prüfkriterien erfüllt (vgl. MacAskill 2016: 132):

- 1. Was tut die Hilfsorganisation? Wie viele verschiedene Programme betreibt sie mit welchen Ergebnissen?
- 2. Wie kostenwirksam sind die einzelnen Programmberiche? Konzentriert sich die Organisation auf die wichtigsten Anliegen?
- 3. Wie verlässlich sind die Angaben zur Funktionsweise der Programme? Gibt es evidenzbasierte Studien zur Effektivität der Programme?
- 4. Wie gut werden die Programme umgesetzt? Arbeitet die Organisation transparent, selbstkritisch und erfolgsorientiert?
- 5. Benötigt die Organisation weitere Finanzmittel? Warum sind zusätzliche Spenden und Investitionen notwendig?

Der Vorteil des effektiven Altruismus besteht darin, ein Regelsystem für prosoziale Maßnahmen zur Verfügung zu stellen, das sich relativ einfach anwenden lässt. Neben seiner Praktikabilität ist der effektive Altruismus dadurch gekennzeichnet, dass er moralische Alltagsintuitionen anspricht und eine hohe Motivationskraft besitzt. Daher lässt sich trotz theoretischer Schwächen und normativer Einseitigkeiten, die vor allem im Primat des Utilitarismus bestehen (zur Kritik vgl. Williams 1979), dafür argumentieren, in Krisenlagen auf Kriterien des effektiven Altruismus zurückzugreifen, um Hilfeleistungen möglichst schnell und wirksam zu organisieren.

Wir schließen uns damit der Argumentation für einen ethischen ›Hybridansatz‹ (Dufner/Schöne-Seifert 2019: 17) an, der einen Mittelweg zwischen einem starken

kollektivistischen Welfarismus und einer anti-aggregationistischen individualistischen Moraltheorie verfolgt. Während der starke Welfarismus auf der Annahme beruht, dass es grundsätzlich besser ist, so vielen Menschen wie möglich zu helfen, ohne dabei die Ansprüche einzelner Personen zu berücksichtigen, geht die anti-aggregationistische Moraltheorie davon aus, dass bei Hilfeleistungen der Wert des Individuums im Vordergrund zu stehen hat, der sich nicht mit der kollektiven Summe der Hilfeleistungen verrechnen lässt. Wie Annette Dufner und Bettina Schöne-Seifert gezeigt haben, lassen sich beide Positionen im Ansatz eines »schwachen Welfarismus« verbinden, »der die Mehrung menschlichen Wohlergehens als moralischen *Pro-tanto*-Grund – zum Beispiel für Hilfeleistungen – versteht« (ebd., Herv. im Original), ohne dabei die moralischen Ansprüche der einzelnen Person abzuwerten. Gemeint ist damit, dass Hilfeleistungen nicht nur (*pro tanto*) dadurch gerechtfertigt sind, dass sie möglichst viele AdressatInnen erreichen, sondern dass der Wert jeder einzelnen Person unabhängig von der Summe des Wohlergehens bestehen bleibt. Der schwache Welfarismus unternimmt »eine Doppelwertung menschlichen Wohlergehens«, die eine »personenneutrale Werteschätzung geretteter Menschenleben« davon abhängig macht, dass es »um Wesen geht, für welche ihre Rettung einen existentiellen Wert bedeutet« (ebd.: 25). Der Ansatz des schwachen Welfarismus entspricht unserer moralischen Alltagspraxis, dass bei Krisen wie Hungersnöten, Überflutungen oder Seuchen in der Regel Hilfsmaßnahmen auf den Weg gebracht werden, die möglichst vielen Betroffenen helfen sollen, *weil* diese Hilfe für jeden Einzelnen von Wert ist.

4. Umsetzung des sozialen Crowdfundings

Der schwache Welfarismus stellt aus unserer Sicht eine hinreichend plausible ethische Grundlage dar, um soziales Crowdfunding normativ rechtfertigen zu können, während der effektive Altruismus operative Kriterien an die Hand gibt, mit denen sich notwendige monetäre Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise wirksam organisieren lassen.

Das Crowdfunding-Modell könnte so aussehen: BürgerInnen, Organisationen und Unternehmen zahlen in einen gemeinsamen Pool ein. Dabei gibt es, wie oben beschrieben, mehrere Varianten, die miteinander kombinierbar sind. Die Einzahlungen werden in Form einer Zustiftung getätigter (Spenden-Modell), lassen sich also von der Steuer absetzen, oder sie werden als Kredit an die bedürftigen Unternehmen wieder ausgegeben (Darlehens-Modell), sodass die späteren Tilgungen dann an die ursprünglichen SpenderInnen zurückverteilt werden können. Kombiniert man die Varianten, handelt es sich um eine Mischform aus Social Giving (Spenden) und Social Investing (Investitionen). Die hybride Gestaltung des Pools verspricht eine größere Effektivität: Spenden sprechen den Altruismus an, Investitionen das wirtschaftliche Kalkül.

Man könnte diese beiden Elemente noch mit einer dritten Säule verknüpfen, die auf dem Belohnungs-Modell basiert. Dazu können die Spenden an regionale Unternehmen vergeben werden, und als Belohnung erhält der Spender einen Gutschein in Höhe eines Anteils seiner Spende. Derartige Gutschein-Aktionen waren in einigen Städten schon recht erfolgreich, sollten jedoch wesentlich effektiver sein, wenn sie zentral und prominent durch den Staat organisiert werden. Es ist davon auszugehen, dass sowohl der regionale Bezug als auch die Aussicht auf eine Belohnung die Spendenbereitschaft und damit die Erfolgsaussichten des sozialen Crowdfundings weiter erhöhen werden (vgl. Castells 2011).

5. Vor- und Nachteile des sozialen Crowdfundings

Die Vorteile des sozialen Crowdfundings liegen auf der Hand. Vor allem lässt sich durch die eingesammelten Mittel der Shutdown bei Bedarf verlängern oder wieder aufnehmen. Es wird Zeit gewonnen, um sinnvolle Strategien zu überprüfen. Wenn der Shutdown aufgehoben wird, stehen Reservemittel zur Verfügung, mit denen sich Versorgungs- und Vorsorgemaßnahmen verbessern oder weitere Konjunkturpakete (teil)finanzieren lassen. Somit könnte auch eine stärkere Rezession abgemildert werden. Wenn genügend Mittel zur Verfügung stehen, um die medizinische Versorgung auszubauen, ließen sich zudem Konflikte zwischen ökonomischen und gesundheitlichen Zielen, wie sie etwa bei Triage-Fällen in Krankenhäusern bestehen, in Zukunft besser entschärfen.

Worin aber liegen die Anreize und Motive, in den Pool einzuzahlen? Die Anreize liegen darin, dass im Prinzip alle, die jetzt und in Zukunft Anspruch auf staatliche Kredite oder Unterstützungen haben, davon profitieren werden. Auch wenn man nicht direkt von den Einzahlungen profitiert, tragen diese, wie beschrieben, zu einer Stabilisierung der gesamtgesellschaftlichen Situation bei, von der ebenfalls alle etwas haben. Dadurch lässt sich auch vermeiden, dass die bereits oben erwähnten Vermögensabgaben oder Solidarbeiträge zwangsweise erhoben werden. Es ist also nicht alleine purer Altruismus, wie beispielsweise im Diktator-Spiel, der zur Beteiligung am sozialen Crowdfunding führen kann, sondern ein effektives Hilfsverhalten, das auf gesteigerte Wohlfahrtswirkungen setzt.

Soziales Crowdfunding hat zudem einige klare Vorteile gegenüber einer Vermögensabgabe oder einer Anhebung der Einkommensteuer für Reiche. Neben der Vermeidung der bekannten Nachteile, die in den hohen Kosten der Vermögensermittlung, der Schwächung von Unternehmen bei der Besteuerung von Betriebsvermögen, der Gefahr der Abwanderung besonders vermögender Personen ins Ausland und weiteren negativen Anreizwirkungen bestehen, ist hier als Vorteil insbesondere der gesellschaftliche Zusammenhalt zu nennen. Während soziales Crowdfunding eine eindeutig kooperative und solidarische Lösung darstellt, können Vermögensabgaben oder eine erhöhte Einkommensteuer für Reiche eine neue Neidebatte auslösen und insbesondere Unternehmen belasten, die sich gerade vehe-

ment für einen Erhalt der Arbeitsplätze einsetzen. Das soziale Crowdfunding könnte zudem auf europäischer Ebene implementiert werden und somit eine Alternative zu den umstrittenen Corona-Bonds darstellen, die zwar als ein Zeichen europäischer Solidarität anzusehen wären, aber keinen Ausweg aus einer drohenden Verschuldungskrise liefern.

Während die Vorteile des sozialen Crowdfundings auf der Einnahmeseite somit auf der Hand liegen, bestehen die Nachteile darin, dass auf der Ausgabenseite die gleichen Probleme wie bei den bisherigen Rettungspaketen bestehen bleiben. Insbesondere durch das Gießkannenprinzip und zu einfache Antragsverfahren werden falsche Anreize gesetzt, sodass es zu Fehlallokationen und Trittbrettfahrerverhalten wie Inanspruchnahme der staatlichen Leistungen ohne tatsächliche Bedürftigkeit kommen kann. Hier bedarf es in Zukunft genauerer Planungen, wie die Zielgenauigkeit der Mittel durch professionelles Management verbessert werden kann, ohne bürokratische Hürden auszubauen und eine schnelle Hilfe zu gefährden. Denkbar wäre etwa die Übertragung der Mittelverwaltung an eine Stiftung oder treuhänderische Organisation, die auch den Vorteil hätten, zweckgebundene Einnahmen erzielen zu können, was für den Staat in der Regel nicht auf direktem Weg möglich ist. Pläne zur effizienten und fairen Verteilung der Mittel sind allerdings auch bei einer staatlichen Finanzierung eines zweiten Hilfspaketes angezeigt. Die Kriterien, die der effektive Altruismus zur Evaluation von Hilfsorganisationen entwickelt hat, könnten deshalb genutzt werden, um den Crowdfunding-Pool besser zu organisieren. Dabei ist zu vermuten, dass die Neigung zum Trittbrettfahrerverhalten bei sozialem Crowdfunding geringer ist als bei staatlichen Mitteln, da eine höhere Hemmschwelle für betrügerisches Verhalten besteht, wenn man andere Mitbürger und nicht anonyme staatliche Institutionen hintergeht (vgl. Kirchler 2011).

6. Morale Ökonomie

Auch wenn sich Risiken von Fehlallokationen und ›Freeriding‹ vermindern lassen, bleibt die Frage bestehen, in welchem Umfang am Ende in den Crowdfunding-Pool eingezahlt wird. Reichen die genannten Anreize und Motive aus, um den Staatshaushalt in erforderlicher Weise zu entlasten? Der amerikanische Ökonom Samuel Bowles hat in seinem Buch ›Moral Economy‹ (2016) gezeigt, dass die Erzeugung von Wohlfahrtseffekten auf der passenden Kombination von Inzentiven und moralischen Einstellungen beruht. Nach Bowles müssen vor allem zwei Regeln berücksichtigt werden. Zum einen sollten Anreize so gestaltet werden, dass sie nicht zu einem *crowding out* moralischer Einstellungen führen, was dann der Fall ist, wenn beispielsweise die Nutzung öffentliche Güter primär über Preise gesteuert wird. In solchen Fällen lässt die Bereitschaft nach, bei der Nutzung öffentlicher Güter moralische Kriterien zu berücksichtigen, sodass soziale Präferenzen marginalisiert werden und eigeninteressierte Motive überwiegen. In analog-

ger Weise könnte auch eine Verwendung des Belohnungs-Modells beim Crowdfunding dazu führen, dass die damit eingeführten Anreize zu einem *crowding out* der moralischen Motivation führen. Zum anderen sollten Inzitative als Informationen eingesetzt werden, die den AdressatInnen signalisieren, für welche Zwecke sie erforderlich sind. Wenn NutzerInnen öffentlicher Güter wissen und verstehen, wofür sie Zahlungen zu leisten oder Sanktionen zu erwarten haben, steigt die Bereitschaft, sich an den Kosten zu beteiligen.

Bowles weist darauf hin, dass die Voraussetzung dafür, dass die beiden Regeln funktionieren, eine ›liberal civic culture‹ (Bowles 2016: 113–150) ist, in der die Gesellschaftsmitglieder aus moralischen Überzeugungen und nicht nur aus einem Nutzenkalkül heraus ihren Beitrag zur Förderung öffentlicher Güter leisten. Erst im Zusammenspiel von ›good citizens‹ und ›good incentives‹ entstehen nachhaltige Wohlfahrtseffekte: »good policies and constitutions are those that support socially valued ends not only by harnessing self-interest but also evoking, cultivating, and empowering public-spirited motives« (Bowles 2016: 222).

Das Modell des sozialen Crowdfundings beruht auf der Komplementarität von Anreizen und ethischen Motiven, so wie sie Bowles in seinem Bauplan für eine moralische Ökonomie mit Blick auf öffentliche Güter entwickelt hat. In den von uns vorgeschlagenen Pool sollen diejenigen Spenden einzahlen, die aus Altruismus anderen Hilfsmittel zur Verfügung stellen wollen, aber genauso diejenigen, denen es um Kreditlinien geht, die über spätere Tilgungen zurückgezahlt werden. Die Gutschein-Variante ergänzt die beiden Säulen um eine Mischform, die auf der Belohnung für Investitionen beruht. Der Effekt des Modells könnte darin liegen, dass diejenigen, die aus Gründen der Investition einzahlen, von denen, die aus Altruismus spenden, motiviert werden, mehr zu investieren, als aus Eigeninteresse und wirtschaftlichem Kalkül notwendig wäre. Ob damit die gesamten Einzahlungen ein Volumen erreichen werden, das den Staatshaushalt signifikant entlastet, wird sich zeigen müssen. Der Crowdfunding-Pool könnte auf jeden Fall ein *crowding in* sozialer Präferenzen bewirken und wäre damit die Probe auf das Exempel einer moralischen Ökonomie.

7. Geben ist besser als nehmen

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es gute Gründe gibt, warum soziales Crowdfunding bei der Corona-Krise funktionieren könnte. Wir sind von der Grundannahme ausgegangen, dass soziale Präferenzen und altruistische Einstellungen eine wichtige Rolle bei gesellschaftlichen Interaktionen spielen. Ob diese Grundannahme sich in der Corona-Krise bestätigen wird, lässt sich am Ende nur empirisch überprüfen. Es käme aber auf den Versuch an, das Crowdfunding-Modell als moralökonomisches Experiment zu starten und dem Test der Realität zu unterwerfen. Eine solidarische Lösung würde voraussichtlich bewirken, dass die Bevölkerung in der Krise näher zusammenrückt. Die Notlage könnte beste-

hende soziale Präferenzen ausprägen und damit die Mittelverfügbarkeit erhöhen. Bei der Ausgestaltung mit regionalem Bezug und der Belohnung in Form von Gutscheinen würde zudem der Zusammenhalt zwischen KonsumentInnen und regionalen Unternehmen gestärkt werden. Insgesamt kann zivile Handlungsbereitschaft eine Vorbildfunktion besitzen und positive Nachahmeeffekte bewirken: Geben ist besser als nehmen.

Im Gegensatz dazu ist es wahrscheinlich, dass andere Maßnahmen wie Vermögensabgaben oder erhöhte Einkommensteuern für Reiche, die zur Finanzierung der Corona-Kosten vorgeschlagen worden sind, solidarisches Verhalten unterminieren und damit den gesellschaftlichen Zusammenhalt schwächen werden. Dies ist insbesondere problematisch, da aufgrund des durch die Corona-Krise ausgelösten wirtschaftlichen Abschwungs in Zukunft mit höherer Arbeitslosigkeit und Armut zu rechnen ist, wodurch zusätzliche gesellschaftliche Spannungen entstehen können.

Literaturverzeichnis

- Andreoni, J./Payne, A. A. (2013): Charitable Giving, in: Auerbach, A./Chetty, R./Feldstein, M./Saez, E. (Eds.): Handbook of Public Economics, Dordrecht: Elsevier, 1–50.*
- Bach, S. (2020): Steuerpolitik in Zeiten von Corona. Unternehmen und Konsum kurzfristig entlasten, Hochverdienende mittelfristig moderat belasten. Link: https://www.diw.de/de/di_w_01.c.785751.de/publikationen/diw_aktuell/2020_0037/steuerpolitik_in_zeiten_von_corona_unternehmen_und_konsum_k_lig_entlasten_hochverdienende_mittelfristig_moderat_belasten.html (zuletzt abgerufen am 20.07.2020).*
- Bell, J. B./Abrams, R. I. (1984): In Search of Liberty. The Story of the Statue of Liberty and Ellis Island, New York: Doubleday Books.*
- Bowles, S. (2016): Moral Economy. Why Good Incentives are no Substitute for Good Citizens, New Haven/London: Yale University Press.*
- Camerer, C. F. (2003): Behavioral Game Theory. Experiments in Strategic Interaction, Princeton: Princeton Univ. Press.*
- Castells, M. (2011): The Power of Identity, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.*
- Dorn, F./Fuest, C./Göttert, M./Krolage, C./Lautenbacher, S./Link, S./Möhrle, S./Peichl, A./Reif, M./Sauer, S./Stöckli, M./Wohlrabe, K./Wollmershäuser, T. (2020): Die volkswirtschaftlichen Kosten des Corona-Shutdown für Deutschland: Eine Szenarienrechnung, ifo Schnelldienst, Jg. 73/H. 4, 29–35.*
- Dufner, A./Schöne-Seifert, B. (2019): Die Rettung der größeren Anzahl. Eine Debatte um Grundbausteine ethischer Normenbegründung, in: Zeitschrift für Praktische Philosophie, Jg. 6/H. 2, 15–42.*
- Falk, A. (2003): Homo Oeconomicus versus Homo Reciprocans. Ansätze für ein neues Wirtschaftspolitisches Leitbild?, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, Vol. 4/No. 1, 141–172.*
- Fehr, E./Schmidt, K. M. (1999): A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation, in: The Quarterly Journal of Economics, Vol. 114/No. 3, 817–868.*
- Khadavi, M. (2017): Indirect Reciprocity and Charitable Giving. Evidence from a Field Experiment, in: Management Science, Vol. 63/No. 11, 3708–3717.*
- Kirchler, E. (2011): Wirtschaftspsychologie. Individuen, Gruppen, Märkte, Staat, Düsseldorf: Hogrefe Verlag.*

- MacAskill, W.* (2016): Gutes Besser tun. Wie wir mit effektivem Altruismus die Welt verändern können, Berlin: Ullstein.
- Moritz, A./Block, J. H.* (2014): Crowdfunding und Crowdinvesting. State-of-the-Art der wissenschaftlichen Literatur (Crowdfunding and Crowdinvesting: A Review of the Literature), in: Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, Jg. 62/H. 1, 57–89.
- Singer, P.* (2016): Effektiver Altruismus. Eine Anleitung zum ethischen Leben, Berlin: Suhrkamp.
- Skelton, A.* (2016): The Ethical Principles of Effective Altruism, in: Journal of Global Ethics, Vol. 12/No. 2, 137–146.
- Williams, B.* (1979): Kritik des Utilitarismus, Frankfurt/Main: Klostermann.