



WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIER NR. 2011-1

Sebastian Maucher

Schattenseiten der Transparenz

Herausgegeben vom



Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

Haftungsausschluss

Diese Diskussionspapiere schaffen eine Plattform, um Diskurse und Lernen zu fördern. Die Herausgeber teilen daher nicht notwendigerweise die in diesen Diskussionspapieren geäußerten Ideen und Ansichten. Die Autoren selbst sind und bleiben verantwortlich für ihre Aussagen.

ISSN 1862-6289

ISBN 978-3-86829-253-4

Korrespondenzanschrift

Dr. Sebastian Maucher

Email: s.maucher@web.de

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

Collegienstraße 62

D-06886 Lutherstadt Wittenberg

Tel.: +49 (0) 3491-466-257

Fax: +49 (0) 3491-466-258

Email: info@wcge.org

Internet www.wcge.org

Sebastian Maucher

Schattenseiten der Transparenz¹

1. Transparenz als Gebot der Stunde?

Die Forderung nach größerer Offenheit von ökonomischen Zusammenhängen ist ein aktueller Trend. Im öffentlichen Diskurs manifestiert sich das Thema Transparenz beispielsweise in der kontroversen Diskussion um die Veröffentlichung der Gehaltshöhe von Managern. Auch die Forderung unterschiedlicher Stakeholdergruppen nach einer transparenteren Unternehmensberichterstattung durch umfangreichere oder detailliertere Kennzahlensysteme und eine größere Transparenz der Finanz- und Kapitalmärkte ist an dieser Stelle zu nennen.

Aufsehen erregende Skandale und Vorfälle – darunter im Zusammenhang mit den Unternehmen Enron, WorldCom, Arthur Andersen LLP und Tyco International Ltd. – sowie die Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008 und 2009 können als mögliche Ursprünge dieser stetig wachsenden Forderung nach mehr Transparenz erachtet werden. Hierbei nehmen Nichtregierungsorganisationen (sogenannte NGOs), verschiedene Aktivistengruppen sowie die Medien eine treibende Rolle ein: Durch verstärkte Offenlegung soll das Vertrauen in die Wirtschaft, deren Akteure (insbesondere Unternehmen) und in die Aktienmärkte wieder hergestellt werden. Transparenz erscheint dabei als das Gebot der Stunde, als Maßnahme, die Vertrauen in die wirtschaftlichen Akteure herstellt und dadurch einen Beitrag zu deren gesellschaftlichen Legitimierung und zur Rechtfertigung ihrer Handlungen leistet. Dies wird durch zweierlei Trends gefördert: Zum einen ermöglichen weiterentwickelte Informations- und Kommunikationstechnologien einen breiteren und tieferen Grad an Information. Der Öffentlichkeit wird dadurch eine größere potenzielle Transparenz suggeriert. Zum anderen werden die verfügbaren Informationen in der öffentlichen Wahrnehmung und durch die Stakeholder kritischer analysiert. Für Unternehmen ergibt sich aus dieser öffentlichen Forderung nach Transparenz ein nicht zu unterschätzender Handlungsbedarf. Sie sitzen durch diese Entwicklung sozusagen „im Glashaus“, stehen also unter permanenter Beobachtung durch ihre Stakeholder.

¹ Dr. Sebastian Maucher ist bei dem Unternehmen PricewaterhouseCoopers AG im Bereich Forensic Services tätig. Der vorliegende Text gibt grundlegende Überlegungen seiner Dissertation wieder, die in Kürze unter dem Titel „Die Ökonomik der Transparenz. Der Einfluss von Transparenz auf Vertrauen“ im Verlag Dr. Kováč erscheinen wird.

Fraglich ist, ob ein undifferenziertes Mehr an Transparenz stets positiv auf Interaktionen und das Vertrauen der Akteure wirkt. Denn bei näherer Betrachtung entpuppt sich das Konzept Transparenz in der Bewertung seiner Wirkungsweise als uneinheitlich. Während intuitiv größere Transparenz möglicherweise wünschenswert ist (beispielsweise beruhen Interaktion auf Märkten häufig auf gegenseitigem Vertrauen, welches ein Ergebnis von Nachvollziehbarkeit und damit Transparenz sein kann), sind auch Konstellationen beobachtbar, die eine negative Wirkungsweise von Transparenz auf Vertrauen nahelegen. So existieren Interaktionssituationen, in welchen Informationsasymmetrien (entgegen der grundsätzlichen Annahme) positiv auf Vertrauen, die Anreizsituation und die Zusammenarbeit der Akteure zu wirken scheinen. Weiterhin ist es denkbar, dass durch Transparenz Vertrauen geschaffen wird, das aber anschließend enttäuscht wird muss oder eine Ausbeutung einzelner Akteure ermöglicht. Es kann bereits intuitiv vermutet werden, dass die negative beziehungsweise positive Wirkung von Transparenz offenbar von weiteren Einflussgrößen, die zu einer Beurteilung von Transparenz herangezogen werden sollten, abhängt. Um einer Systematisierung näher zu kommen, sollen die folgenden drei Leitfragen herangezogen werden:

- (i) Wie kann das Wirkungsgefüge zwischen Transparenz und Vertrauen allgemein beschrieben werden?
- (ii) Welchen positiven / negativen Einfluss hat Transparenz bei Vertrauensbildung und -erhaltung?
- (iii) Welche Größen beeinflussen die Wirkung von Transparenz auf Vertrauen?

2. Transparenz als Interaktionskategorie

Transparenz soll im Folgenden als *Zustand, in dem die objektive und subjektive Nachvollziehbarkeit von vergangenen und gegenwärtigen Handlungen und Situationen gewährleistet ist*², verstanden werden. Dadurch können Akteure hinreichend zuverlässige Erwartungen in Bezug auf die zukünftigen Verhaltensweisen der Mit-Akteure bilden. Hierbei soll grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass Transparenz ein Phänomen ist, an dem ein Transparenzgeber (der Akteur, der durch die Preisgabe von Information Transparenz schaffen möchte), ein Transparenznehmer (der Akteur, für den Transparenz geschaffen werden soll) sowie gegebenenfalls Dritte beteiligt sind.³ Um die erste der zuvor genannten Fragen zu beantworten, sollte Transparenz in ihrer Funktion als Interaktionskategorie betrachtet werden.

Bei verschiedenen Interaktionen können stets gemeinsame, aber zugleich auch konfligierende Interessen der beteiligten Akteure vorliegen: So ist beispielsweise das gemeinsame Interesse von Akteuren im Falle eines Tauschs, dass dieser zustande kommt. Konfligierend ist es bezüglich der Tauschbedingungen, also beispielsweise der Leistung an sich, deren Qualität und des Gegenstands der Gegenleistung. Scheitert die Interaktion aufgrund konfligieren-

² *Nachvollziehbarkeit* hängt davon ab, ob Argumente, Hintergründe, Fakten, etc. (generell Informationen) „[...] in der Sprache sowie unter Berücksichtigung des Hintergrundwissens und der intellektuellen Fähigkeiten des Adressaten vorgetragen werden.“ (Schmitt, 2005, S. 104). Nachvollziehbarkeit setzt also eine eindeutige und präzise Formulierung sowie ein mögliches Verständnis ohne die Notwendigkeit von Expertenwissen voraus.

³ Akteure, die nicht die originäre Zielgruppe der Transparenz waren beziehungsweise für die die jeweilige Information eigentlich nicht bestimmt war, können Transparenznehmer werden, sobald sie Kenntnis über Informationen von einem Transparenzgeber erlangen.

der Interessen, die von den Interaktionspartnern nicht überwunden werden können, liegen Interaktionsprobleme vor, die sich in zwei Gruppen einteilen lassen:

- Unter *Anreizproblemen* sind Interaktionsprobleme zu verstehen, die aufgrund konkurrierender Interessen und daraus resultierenden Anreizen – oder verhaltensbestimmenden Vorteilserwartungen – entstehen können. So ist denkbar, dass Akteure durch ein opportunistisches Verhalten gegenüber ihren Interaktionspartnern Vorteile für sich generieren können. Im Kern kann angenommen werden, dass Akteure unter einer Vielzahl von möglichen Handlungsalternativen diejenige auswählen werden, die ihnen in der jeweiligen Situation die größten zu erwartenden Vorteile einbringt.
- Unter *Informationsproblemen* wird zum einen die statistische Unsicherheit subsumiert. Diese bezieht sich auf die Unsicherheit über „[...] objektive, vorgegebene, durch das Verhalten der Akteure nicht änderbare Parameter [...].“ (Homann & Suchanek, 2005, S. 8). Zum anderen umfasst sie die Verhaltensunsicherheit der Akteure im Rahmen der Interaktion.

Ein spezifisches Informationsproblem stellen Informationsasymmetrien dar: Damit „[...] werden solche Situationen bezeichnet, in denen die Interaktionspartner unterschiedliche Informationen haben über Bedingungen, die für beide wichtig sein können [...].“ (Homann & Suchanek, 2005, S. 92). Problematisch sind Informationsasymmetrien dann, wenn ein Akteur über für seine Interaktionspartner wichtige Informationen verfügt, jedoch keine Anreize hat, diese zu offenbaren. Es können dabei zwei verschiedene Situationen angeführt werden:

- Versteckte Merkmale: „Der uninformierte Akteur kann nicht einschätzen, welche Ausprägungen die relevanten Merkmale des von ihm gewünschten Gutes oder der Leistung tatsächlich haben; das weiß nur sein Interaktionspartner.“ (Homann & Suchanek, 2005, S. 93). Für den uninformierten Akteur besteht somit das Problem, dass er meist nicht abschätzen kann, ob die vom informierten Akteur abgegebenen Signale glaubhaft sind. Interaktionen können dann unter Umständen nicht stattfinden.
- Versteckte Handlungen: Nach Vertragsschluss (in einem Prinzipal-Agent-Verhältnis) hat ein Agent oftmals geringere Anreize, die vorgesehene Leistung tatsächlich zu erbringen. Der Prinzipal wiederum wird nicht immer zweifelsfrei feststellen können, ob dies der Fall ist. Der Informationsvorsprung erzeugt für den Agenten den Anreiz, weniger in die Zusammenarbeit mit dem Prinzipal zu investieren. Interaktionen kommen in dieser Situation nicht zustande, da der Prinzipal diese aus der Befürchtung heraus, ausgebeutet zu werden, nicht eingeht.

Informations- und Anreizprobleme können gemeinsam auftreten, da die Möglichkeit für jeden Akteur, primär den eigenen Anreizen zu folgen, häufig von Informationsdefiziten des (potenziellen) Interaktionspartners abhängt. Somit bildet die Verhaltensunsicherheit den Übergang zwischen beiden Arten von Interaktionsproblemen.

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen kann Transparenz als Interaktionskategorie betrachtet werden, denn sie hat stets den Zweck, dass ein oder mehrere Akteure anderen die eigenen Eigenschaften, Pläne, Handlungen, etc. offenlegen. Diese Qualität erfüllt sie zunächst in einem direkten Sinn, indem angenommen wird, dass sie unter gewissen Bedingungen durch den Abbau von Informationsdefiziten der Unsicherheit zwischen Akteuren entgegenwirken kann. So wird möglicherweise Verhaltensunsicherheit gemindert, wenn bisheriges Verhalten für Interaktionspartner transparent und damit nachvollziehbar ist. Als indirekte Interaktionskategorie kann sie sich auf die Erhöhung oder Verminderung des Vertrauens in die weiteren beteiligten Akteure, die Interaktion selbst sowie die ihr zugrunde liegenden Rahmenbedingungen auswirken. Ein so geschaffenes Vertrauen kann Akteuren helfen, Unsicherheiten im Zusammenhang mit Interaktionen zu überwinden.

Das letzte Argument baut auf der Annahme auf, dass mit Hilfe der durch Transparenz geschaffenen Nachvollziehbarkeit Akteure mögliche Gewinne und Verluste aufgrund von Handlungsoptionen sowie deren Eintrittswahrscheinlichkeiten abschätzen können. Dadurch können sie soziale Austauschbeziehungen eingehen, bei denen zunächst von jedem Akteur – im Hinblick auf einen möglichen Verlust seiner eigenen Vorleistungen – wenig riskiert wird: “Transparency is, however, emphatically not an objective in itself: it is a means to an end, to be adopted in a pragmatic way. It can perhaps be seen as a device for helping to overcome the lack of trust [...]” (Allen, 2001). Wird der erwartete Vorteil realisiert, wird die Akzeptanz für das inhärente Risiko in weiteren derartigen Austauschbeziehungen solange gesteigert, bis im Ergebnis ein Vertrauensverhältnis etabliert ist. Innerhalb derartiger wechselseitiger Beziehungen, die zum gegenseitigen Vorteil der involvierten Akteure beitragen, bildet Vertrauen eine Art „Schmierstoff“, der zur Reduktion von Unsicherheit beiträgt.

Der Aufbau von Vertrauen – verstanden als bewusste Entscheidung des Vertrauensgebers (also des Akteurs, der vertraut) – muss somit generell auf Informationen beruhen, auf deren Basis mögliche Gewinne und Verluste von Handlungsoptionen sowie deren jeweilige Eintrittswahrscheinlichkeit gegeneinander abgewogen werden: „Man kann nicht ohne jeden Anhaltspunkt und ohne alle Vorerfahrung Vertrauen schenken.“ (Luhmann, 2000, S. 23). Üblicherweise ist allerdings nie so viel Information gegeben, wie der einzelne Akteur brauchen würde, um erfolgssicher handeln zu können. Der Handelnde setzt sich vielmehr über diese fehlende Information hinweg. Jeder Einzelne sucht als Vertrauensgeber in seinem subjektiven Weltentwurf nach objektiven Anhaltspunkten, ob Vertrauen in der jeweiligen Situation gerechtfertigt ist oder nicht. So können nützliche, nutzbare und glaubhafte Informationen sowie bessere Kontrollen als Investition in Vertrauen betrachtet werden. Im Verhältnis zwischen Unternehmern und Kapitalgebern wird beispielsweise argumentiert, dass Offenheit und Transparenz zur Vertrauensbildung zwischen beiden Parteien beitragen können. Größere Offenheit und Transparenz erhöhen dabei den Informationsaustausch sowie die Qualität der Kommunikation – auch hinsichtlich beidseitiger Erwartungen für die nach-vertragliche Phase. Bezogen auf das Beispiel von Kapitalgeber und Unternehmer führt ein hohes Maß an Offenheit und Transparenz in den vor-vertraglichen Interaktionen zu größerem Vertrauen in der späteren Zusammenarbeit, womit die Entstehung einer soliden Vertrauensbasis begünstigt wird.

Auch umgekehrt wird das zwischen zwei Akteuren herrschende Maß an Vertrauen darüber bestimmen, welche Qualität die zwischen ihnen übermittelten Informationen haben. So werden Akteure bei der Annahme geringen Vertrauens zögern, Informationen an ihr Gegenüber weiterzugeben. Hingegen werden unter der Voraussetzung eines ausgeprägten Vertrauensverhältnisses relevante, detaillierte und aktuelle Informationen weitergegeben: „One who does not trust others will conceal or distort relevant information, and avoid stating or will disguise facts, ideas, conclusions and feelings that he believes will increase his exposure to others, so that the information he provides will be low in accuracy, comprehensiveness, and timeliness; and therefore have low congruence with reality.“ (Zand, 1972, S. 230).

Die Schilderungen verdeutlichen, dass zwischen Vertrauen und Transparenz eine wesentliche Verbindung besteht. An dieser Stelle wird davon ausgegangen, dass beide Größen komplementär zueinander sind: So können sie sich zwar gegenseitig substituieren, ein gemeinsames Vorhandensein ist allerdings aus Effizienzgründen zu bevorzugen.⁴ Unter der

⁴ Es ist unbestritten, dass bei völligem Fehlen von Vertrauen die Kooperation zwischen Akteuren durch institutionalisierte Rechenschaftspflichten sichergestellt werden kann – diese beinhalten auch die Pflicht zur Transparenz und eine entsprechende Kontrolle. Sie verursachen dabei allerdings erhebliche Transaktionskosten und erzeugen teilweise kontraproduktive Anreize für die einzelnen Akteure.

(nicht realistischen) Annahme vollständiger, symmetrischer Information sowie vollkommener Voraussicht (unter Ausschluss von Risiko) hätte Vertrauen keinen systematischen Ort. Andererseits macht Vertrauen Kontrolle (und damit auch Transparenz) nicht überflüssig. Kontrolle ist vielmehr ein notwendiger Bestandteil beim Aufbau von Vertrauen. Letzteres basiert paradoxerweise sowohl auf einem Fehlen als auch einem Vorhandensein von Transparenz. Weiterhin ist vollkommene Transparenz ein in der Praxis nicht umsetzbarer Zustand. So kann auch vollkommenes, also umgangssprachlich „blindes“ Vertrauen ohne jegliche informationelle Basis als nicht praktikabel erachtet werden.⁵ Zusammenfassend kann die **erste der drei Leitfragen** wie folgt beantwortet werden: *Transparenz hat einen maßgeblichen Einfluss auf Vertrauen. Beide Größen können als komplementär zueinander betrachtet werden. In diesem Verhältnis zu Vertrauen kommt Transparenz eine Qualität als Interaktionskategorie zu.* Inwiefern ihre Wirkungsweise in diesem Kontext ambivalent ist, soll im Folgenden dargestellt werden.

3. Transparenz und Vertrauen

Im Folgenden wird erörtert, inwiefern Transparenz als Determinante im Hinblick auf Vertrauen fungieren kann. In diesem Kontext wird gemäß der zweiten Leitfrage gezeigt, inwiefern sie einen positiven / negativen Einfluss auf die Vertrauensbildung und -erhaltung hat. Wie bereits dargestellt, ist es das Ziel von Transparenz, dass Akteure hinreichend zuverlässige Erwartungen in Bezug auf die zukünftigen Verhaltensweisen der Mit-Akteure bilden können. Sie ist in diesem Zusammenhang stets durch das Verhältnis zwischen Transparenzgeber und -nehmer geprägt. Entsprechend können mögliche kritische Wirkungsweisen von Transparenz auf Vertrauen ihren Ursprung auf Seiten des Transparenzgebers (1) oder -nehmers (2) haben.

1. Problematische Zusammenhänge beim Transparenzgeber

(a) **Die Transparenz beruht auf einer gezielten Fehlinformation durch den Transparenzgeber oder auf einer selektiven Darbietung, Betonung oder Überspitzung von Information beruht.**

Akteure, die die Nachvollziehbarkeit der Handlungen potenzieller Interaktionspartner oder ihrer wahrgenommenen Umwelt als Grundlage für ihre eigenen Entscheidungen heranziehen, könnten auf deren Basis unerwünschte Risiken eingehen. Neben expliziten Sicherheitsversprechen kann eine illusorische Sicherheit, die Risiken verdeckt, durch selektive Informationsdarbietung erzielt werden, wenn trotz inhärenter Unsicherheit eine vermeintlich sichere Interpretation der Gegebenheiten erfolgt.

Ein Beispiel für eine derartige Konstellation ist der Zusammenbruch der Investmentbank Lehman Brothers: Nachträgliche Ermittlungen ergaben, dass die Investmentbanker mit geschickten Buchungen Risiken aus den Büchern verschwinden ließen. Die sichtbaren Schulden des Unternehmens schrumpften damit um 50 Milliarden USD, letztlich brach es jedoch unter einem Schuldenberg von mehr als 600 Milliarden USD zusammen. Nach der Zerschlagung blieben zehntausende Geschädigte zurück, darunter viele Kleinanleger, die auf die Bonität von Lehman vertraut hatten.

Vertrauen, das von Akteuren entgegengebracht wird, kann in derartigen Fällen enttäuscht werden, da die Transparenznehmer über die subjektiv relevanten oder objektiv richtigen Ri-

⁵ Die Aussage basiert erneut auf der Betrachtung ökonomischer Interaktionssituationen. Blindes Vertrauen ist in zwischenmenschlichen Beziehungen, die dem privaten Bereich der Individuen zugeordnet werden können, denkbar. Als Beispiel sei die Beziehung zwischen einer Mutter und ihrem Kind genannt.

siken getäuscht wurden. Sie müssen sich daher innerhalb der dargestellten Konstellation darauf verlassen (können), dass Transparenz einerseits nützliche Informationen enthält und andererseits eine verlässliche Wissensbasis für ihre weiteren Handlungen bildet.

(b) Durch bewusstes Impression Management könnten Transparenznehmer dazu gebracht werden, einem Unternehmen eine bestimmte Reputation zuzuschreiben, die in der wahrgenommenen Form nicht der Realität entspricht.

Es werden dabei bewusst Informationen veröffentlicht, die eine avisierte Reputation unterstützen. In einem engen Kontext kann unter Impression Management der Versuch der Transparenzgeber verstanden werden, die Interpretation von Berichten über Finanz- und Vermögenslage eines Unternehmens in eine bestimmte Richtung zu steuern. Dies kann dann angenommen werden, wenn nur ausgewählte Informationen publiziert und anschließend in einer Form präsentiert werden, die auf eine Verfälschung der objektiven Daten abzielt.

Die Situationen, in denen Transparenzgeber Anreize haben, in dieser Weise zu handeln, sind mannigfaltig. Bei Unternehmen mit einem hohen Diversifikationsgrad beispielsweise kann Transparenz über die Zusammenhänge des Unternehmensverbundes zu einer Übertragung der Reputation einzelner Marken oder Teilkonzerne auf den Gesamtverbund führen. So verzichtete Unilever in den 1980er Jahren – bis dato ein Unternehmen mit einem hohen Diversifikationsgrad und 500 relativ autonomen Einzelgesellschaften – auf die Transparenz der Verflechtungen innerhalb des Konzerns und betonte stattdessen die Reputation einzelner starker Marken. Damit sollte eine mögliche Übertragung negativer Reputations von umweltsensiblen Geschäftsfeldern auf den Gesamtkonzern verhindert werden. Auf diese Art kann bei anderen Akteuren Vertrauen generiert werden, das unter Kenntnis der realen Gegebenheiten nicht gewährt würde. Dieses Vertrauen kann enttäuscht oder durch die Transparenzgeber sowie Dritte opportunistisch ausgenutzt werden.

(c) Transparenzgeber könnten durch eine beliebige Erhöhung der Menge der publizierten Information die Transparenznehmer gezielt verwirren und verunsichern.

Dieser Umstand liegt in der Tatsache begründet, dass eine Zunahme an Informiertheit nicht automatisch mit einer größeren Sicherheit und Berechenbarkeit einhergeht. In einer von Information geprägten Gesellschaft nimmt jedes Individuum täglich enorme Mengen derselben auf. Daraus resultiert, dass Information von Seiten ihres Empfängers eher chaotisch wahrgenommen wird, statt zur Erhöhung einer faktenbasierten Informiertheit beizutragen. Zu berücksichtigen ist, dass hierbei Kapazitätsbeschränkungen bestehen, die beispielsweise auf der Menge an Information, deren Bestimmtheit sowie dem Zusammenhang zwischen den Informationen beruhen. Falls Akteure mehr Informationen erhalten, als sie verarbeiten können, entsteht eine Informationsüberlastung.

Verdeutlicht wird dieser Zusammenhang dadurch, dass die effektivste Strategie zur Verschleierung von Sachverhalten unter Umständen in deren vollständiger Offenlegung besteht, was sich beispielsweise große Anwaltskanzleien in den USA zunutze machen. Wenn diese im Rahmen von Zivilprozessen mit Anfragen der anderen Prozessparteien konfrontiert werden, verlassen sie sich nicht mehr auf eine Strategie der Zurückhaltung von Informationen. Stattdessen wird die Gegenseite im Sinne einer Übererfüllung mit Informationen (von denen viele nicht oder nur teilweise relevant sind) sprichwörtlich überflutet. Den Empfängern fehlen in der Regel die Zeit und die Möglichkeit, die relevanten Informationen herauszufiltern. Dies verdeutlicht, dass zwischen den verschiedenen Beschränkungen als Ursache für Informationsüberlastung und Komplexität eine Verknüpfung besteht: So kann ein Engpass einerseits aufgrund eines unzureichenden Verständnisses von Zusammenhängen zwischen Informationen entstehen (durch Art und Menge der Informationen). Andererseits kann es sich um eine lediglich mengenmäßige Beschränkung der Verarbeitungskapazität handeln (Menge der Informationen kann nicht oder nicht zeitgerecht verarbeitet werden).

Intuitiv wurde bisher angenommen, dass ein gewisser Grad an Informiertheit eine Voraussetzung für die Entwicklung von Vertrauen ist. Eine abnehmende Informiertheit würde unter den Akteuren als hemmend für die Vertrauensbildung wahrgenommen. Wenn relevante nicht mehr von irrelevanter Information unterschieden werden kann, ist eine Abnahme des Vertrauens in die Zuverlässigkeit der verfügbaren Informationen allerdings vorbestimmt. Am gravierendsten erscheint in diesem Kontext die Möglichkeit zur opportunistischen Ausnutzung der Transparenznehmer. Es wurde verdeutlicht, wie die Transparenzgeber gezielt Sachverhalte verschleiern und trotzdem ihren Pflichten zur Offenlegung und Information nachkommen können. Die Transparenznehmer vertrauen somit auf die Transparenzgeber und verlassen sich auf eine umfassende Verfügbarkeit der Information. Dieses Vertrauen wird jedoch in der Folge enttäuscht, da die Transparenznehmer feststellen, dass die Information aufgrund ihrer quantitativ bedingten Undurchdringlichkeit wertlos für sie ist.

(d) Transparenzgeber könnten die komplexe Realität (zu) reduktionistisch darstellen, wodurch Aspekte des Kontexts von Situationen, die gegebenenfalls für eine Vertrauensbildung relevant wären, nicht mit abgebildet werden.

Komplexität kann allgemein im Sinn von komplexer Beschaffenheit beziehungsweise vielfältiger Gesamtheit verstanden werden. Sie bezeichnet die Fülle von Systemelementen (beispielsweise ist ein Markt als System mit den Marktteilnehmern als Elementen zu verstehen) beziehungsweise von Beziehungen zwischen den Elementen. So beinhaltet jegliche Interaktion eine gewisse Komplexität. Das beobachtbare Problem ist, dass aus einer entfernten Perspektive keine Details sichtbar sind, ein „Heranzoomen“ allerdings zum Verlust des Gesamtbilds führt. Es wird deutlich, dass der Kontext einer Information eine tragende Rolle bei der Herstellung von Transparenz spielt. Insbesondere bei der Verwendung von Messgrößen, die unter Umständen einen kumulativen Charakter haben, kann jedoch eine ausreichende Darstellung und Vermittlung von Kontexten bezweifelt werden.

Als Beispiel wird das Problem der Transparenz, die durch spezielle Metriken geschaffen werden soll, herangezogen. Dieses kann anhand der Praxis der Prüfung und Beurteilung höherer Bildungseinrichtungen verdeutlicht werden: Hier haben sich beispielsweise die Qualität der Publikationen, die Anzahl der graduierten Studenten oder der Erfolg bei der Mittelakquisition als Indikatoren für den Forschungserfolg einer betrachteten Einheit etabliert. Diese Betrachtungsweise führt zu einer Anhäufung von Information, bei der beispielsweise Tätigkeiten, die soziale Struktur sowie kulturelle Werte des Betrachtungsobjekts oder der Organisation ignoriert werden. So können Mitarbeiter an übergeordneten Projekten beteiligt sein, ohne selbst (und individuell zurechenbar) zu publizieren. Speziell in der Forschung kann es gegebenenfalls nötig sein, über mehrere Forscher-Generationen in Kreativität und Rahmenbedingungen zu investieren. Dieser Umstand wird in derart reduktionistischen Transparenzbestrebungen nicht im vollen Umfang widerspiegelt.

Auch in diesem Zusammenhang zeigt sich, dass das Vertrauen, das durch die Transparenznehmer zugeschrieben wird, sich im weiteren Verlauf als ungerechtfertigt erweisen kann und in Folge enttäuscht würde. Der Grund ist, dass den Transparenznehmern durch eine gegebenenfalls reduktionistische Darstellung eine Illusion der Sicherheit vermittelt wird. Die eigentliche Komplexität der Realität wird somit im Zuge der Darstellung von Information reduziert. Akteure können unter diesen Umständen im Nachhinein Diskrepanzen zwischen ihrer Wahrnehmung, die ihr Vertrauen begründet hat, und der Realität feststellen. Weiterhin kann diese Situation den Transparenzgebern oder Dritten die Möglichkeit eröffnen, die Transparenznehmer opportunistisch auszunutzen.

2. Problematische Zusammenhänge beim Transparenznehmer

(e) Individuen sind nur begrenzt in der Lage, rational und nutzen-maximierend zu handeln: Es kann davon ausgegangen werden, dass die Fähigkeiten der einzelnen

Akteure nicht ausreichend sind, um komplexe Probleme unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte zu lösen.

Zu komplexe Informationen können von ihren Empfängern nicht in den richtigen Kontext gesetzt und somit nicht in ihrem kompletten Umfang verstanden werden. Die häufig von Stakeholdern geforderte Transparenz über Einzelsachverhalte kann in diesem Fall nicht realisiert werden. So kann unter Annahme vielschichtiger Umweltbedingungen eine bloße Offenlegung zwischen Interaktionspartnern unter Umständen nicht mehr ausreichen, um Informationsasymmetrien zu überwinden und Nachvollziehbarkeit zu erzeugen. Folglich sind Transparenznehmer gegebenenfalls nicht in der Lage, adäquate Entscheidungen zu treffen beziehungsweise ihre Handlungen entsprechend der Situation anzupassen.

Verdeutlicht wird dieser problematische Zusammenhang beispielsweise durch die Diskussion um die sogenannten Mortgage Backed Securities (MBS). Diese gelten als zentraler Auslöser und Symbol der Finanzkrise des Jahres 2008: Durch ständige Neubündelung der zugrunde liegenden besicherten Anleihen entstanden komplexe Netzwerke, die die Nachvollziehbarkeit, Analyse oder realistische Bewertung der Risiken für Einzelne oder Aufsichtsbehörden unmöglich machten. Die Beziehungen zwischen den einzelnen Finanzprodukten wurden dadurch intransparent. Dabei konnte die Informationslage der beteiligten Akteure nicht generell als schlecht bezeichnet werden, da die in einem MBS enthaltenen Positionen von den ausgebenden Institutionen anhand eines sogenannten *free writing prospectus* detailliert aufgeführt wurden. Auch die Feststellungen im Zusammenhang mit der Insolvenz des Unternehmens Enron können als Beispiel für diesen Zusammenhang gesehen werden: „[...] the better explanation is that Enron's structured transactions were so complex that disclosure either would have had to oversimplify the transactions or else provide detail and sophistication beyond the level of both ordinary and otherwise savvy institutional investors in Enron securities.“ (Schwarcz, 2004, S. 6).

Der Zusammenhang mit Vertrauen ist hier durch zwei Problemfelder gekennzeichnet: Erstens ist es denkbar, dass Akteure bei Wahrnehmung der Komplexität den entsprechenden Umständen oder Systemen weniger Vertrauen entgegenbringen oder dass der Prozess der Vertrauensbildung gestört wird. Zweitens kann angenommen werden, dass Akteure zwar Vertrauen entwickeln, dieses aber zwangsläufig enttäuscht wird, da sie aufgrund der Komplexität nicht in der Lage sind, alle Fakten in ihre Vertrauensentscheidung einzubeziehen. Auch an dieser Stelle ist es möglich, dass die Situation durch Transparenzgeber oder Dritte opportunistisch zu Lasten der Transparenznehmer ausgenutzt wird.

(f) Eine bestehende Informationsasymmetrie kann unter Umständen nicht durch Informationsübermittlung beseitigt werden: Eine größere Menge an öffentlich verfügbarer Information führt zu konfligierenden Interpretationen.

Als Reaktion auf eine komplexer werdende Umwelt entwickeln sich Expertensysteme, die als signifikantes Merkmal der modernen Gesellschaft gesehen werden. Diese Systeme sind durch die Akkumulation von spezialisiertem, kodifiziertem und abstraktem Wissen charakterisiert, das seine Gültigkeit und Validität unabhängig von seinen Anwendern oder Nutznießern erlangt. Expertensysteme durchdringen mittlerweile alle Bereiche der modernen Gesellschaft. Typische Beispiele für Berufsgruppen, die aus ihnen entstehen, sind Mediziner, Ingenieure oder Anwälte. Damit Expertensysteme funktionieren können, ist ein nahezu blindes Vertrauen der Nutznießer in diese Systeme nötig.

Verdeutlicht werden kann dieser Zusammenhang anhand einer britischen Initiative, Operationssäle mit Videoüberwachungsanlagen auszustatten. So sollten Operationen sicherer gemacht und die Beweisführung in Streitfällen erleichtert werden. Dieser Vorschlag lässt allerdings außer Acht, dass die Perspektiven des Chirurgen und des Patienten grundverschieden sind. So verlässt sich der Patient während einer Operation auf den Chirurgen als Experten – was ein erhebliches Maß an Vertrauen in diesen voraussetzt. Der Chirurg könnte während der Operation in einer Weise handeln, die für den Patienten als Beobachter und gleichzeitig

Nutznieser des Expertensystems nicht erschließbar ist, die aber aus Sicht des Experten in der jeweiligen Situation absolut angebracht ist. Der Patient neigt üblicherweise bei seiner Betrachtung dazu, den Kontext der Routine des Experten auszublenden. So könnte beispielsweise die Angewohnheit mancher Chirurgen, im Operationssaal Musik zu hören oder private Gespräche zu führen, vom Patienten als Nachlässigkeit interpretiert werden. Aus der Sicht des Chirurgen könnte dies aber im Gegenteil zur entspannten und konzentrierten Arbeit beitragen.

Der Zusammenhang mit Vertrauen ist unmittelbar zugänglich: So zerstört Transparenz das Vertrauen (im Sinne eines Systemvertrauens) in Expertensysteme und in die jeweiligen Akteure durch die zuvor geschilderten Wirkungsweisen.

(g) Dritte können die Aufmerksamkeit der Akteure gezielt auf ein (vermeintliches) Fehlverhalten lenken, das als zu drastisch wahrgenommen wird. Zudem bestehen Wahrnehmungsdifferenzen zwischen Erfolg und Misserfolg, und Transparenznehmer neigen dazu, Reputationen zu übertragen.

Generell handelt es sich hierbei um eine Missinterpretation der entsprechenden Signale von Seiten der Transparenznehmer. Möglich ist zudem, dass diese Haltung durch weitere Parteien verstärkt beziehungsweise gesteuert wird: Ein drastisches Fehlverhalten kann ein hohes Vertrauensniveau schnell und nachhaltig zerstören. Dies ist insbesondere dann einschlägig, wenn richtiges oder legitimes Verhalten eines Akteurs als falsch wahrgenommen wird. Hierbei ist wichtig, dass andere Akteure, also beispielsweise die Stakeholder eines Unternehmens, nicht nur eigene Beobachtungen, Informationen und Interpretationen auswerten, sondern sich untereinander austauschen beziehungsweise auf die Urteile professioneller Beobachter vertrauen. So kann angenommen werden, dass ein in einem spezifischen Bereich relativ mächtiger Außenstehender (beispielsweise eine NGO) durch Weitergabe seiner Beobachtung und Interpretation (die gegebenenfalls auf einen bestimmten Teilbereich des betrachteten Akteurs beschränkt ist) andere Akteure in ihrer Wahrnehmung beeinflussen kann.

Verdeutlichen soll dies das Beispiel der geplanten Versenkung der Ölplattform Brent Spar vor der Westküste Schottlands. Die Genehmigung dazu hatten Shell und Esso als Betreiber und Beteiligte von der britischen Regierung im Einklang mit bestehenden Gesetzen und Konventionen erhalten. Ausgehend von der Umweltschutzorganisation Greenpeace wurden daraufhin öffentlicher Protest und ein Boykott von Shell in Deutschland organisiert, in deren Folge von der Versenkung der Ölplattform Abstand genommen wurde. Dabei war ausschlaggebend, dass die geplante Versenkung von der Bevölkerung als verantwortungslos wahrgenommen wurde. Auch die Tatsache, dass das Handeln auf einer gültigen gesetzlichen Grundlage beruhte, änderte hieran nichts. Trotz fehlender wissenschaftlicher Evidenz bezüglich der optimalen Entsorgung sowie – im Nachhinein bestätigter – falscher Angaben von Greenpeace über die Ölrückstände in der Plattform konnte die Kampagne durch volle Nutzung der Medienwirksamkeit eine verheerende Wirkung für Shell entfalten. So sorgte die durch eine NGO erzwungene Transparenz auf Basis teilweise falscher Informationen für einen erheblichen Reputationsverlust.

Durch ein relativ geringfügiges Fehlverhalten kann ein bestehendes Vertrauensniveau schnell und nachhaltig zerstört werden – unter Umständen in einem Maß, das rational nicht begründbar scheint. So kann die Aufmerksamkeit der Akteure gezielt auf bestimmte Sachverhalte gelenkt werden, in diesem Fall zu Lasten des Transparenzgebers.

(h) Transparenz kann als Orientierungspunkt dienen: Öffentliche Information kann individuelle Handlungen stark beeinflussen, was unter den Akteuren zu nicht gewünschten Überreaktionen, einer Imitation von Vergleichsgruppen oder Self-Fulfilling Prophecies führen kann.

Transparenz kann als Koordinationsmechanismus, der die Annahmen der Akteure beeinflusst, fungieren. Aufgrund dieser Tatsache kann sie auch wohlfahrtsmindernd wirken, da

Akteure unter Umständen zu viel Gewicht auf die vermittelten Informationen und Zusammenhänge legen und dabei gegebenenfalls entgegen dem eigenen und eventuell besseren Wissen handeln. Dies gilt insbesondere, wenn die vermittelten Informationen ungenau und trotzdem geeignet sind, einen starken Einfluss auf Märkte auszuüben. Ein ähnlicher Effekt tritt auch unter der Annahme auf, dass Akteure dazu tendieren, Entscheidungen von Vergleichsgruppen zu imitieren, um Such- und Experimentierkosten zu reduzieren. Information auf Märkten erhält hier zusätzlich zu ihrer Aufgabe, Transparenz zu erzeugen, eine Koordinationsfunktion. Sie ist beispielsweise in der Lage, Aktienkurse von einem am Fundamentaltwert orientierten zu einem durch öffentliche Information und Erwartungshaltungen beeinflussten Kurs zu verschieben. Die Rolle der Transparenz erscheint in diesem Kontext zumindest ambivalent: Die Frage, ob Transparenz unter den beschriebenen Umständen wohlfahrtserhöhend oder mindernd wirkt, ist nicht zuletzt von der Qualität der öffentlich verfügbaren Information abhängig. Daran anknüpfend ist der Problembereich, dass Vorhersagen, die durch Prozentwerte quantifiziert werden, je nach Form ihrer Kommunikation vollkommen unterschiedlich interpretiert werden. So ist denkbar, dass Akteure quantifizierte Prognosen falsch verstehen, aber gleichzeitig als Orientierungspunkte nutzen. Insbesondere im ökonomischen Kontext scheint dieses Problem immanent zu sein: „Der Durchschnittsbürger bewertet dabei wirtschaftspolitische Maßnahmen nicht einfach aufgrund von fehlenden Informationen und Unwissenheit bezüglich ökonomischer Zusammenhänge anders, sondern verwendet systematisch ein anderes Bewertungsschema. Ökonomen hingegen urteilen in der Mehrzahl im Einklang mit ökonomischen Theorien, welche sie auch bei anderen Menschen unterstellen.“ (Enste, Haferkamp & Fetchenhauer, 2009, S. 61).

Dieser Zusammenhang kann anhand eines historischen Beispiels verdeutlicht werden: Als das antike Rom in seiner städtischen Entwicklung fortschritt, war es zunehmend auf Getreideimporte aus Nordafrika und Sizilien angewiesen. Da allerdings Seeräuber das Mittelmeer mehr und mehr beherrschten und sogar wichtige Häfen eingenommen hatten, wurden die Importwege per Schiff zunehmend gefährdet. Um diese kritische Situation zu entschärfen, übertrug Rom das Kommando zur Befreiung des Mittelmeers von den Piraten an Gnaeus Pompejus, der in der Folge binnen vierzig Tagen die Lage unter Kontrolle hatte. Ein Jahr später setzte sich Cicero in einer politischen Rede für Pompejus mit Verweis auf dessen militärische Erfolge gegen die Piraten ein. In diesem Zusammenhang erwähnte er, dass der Getreidepreis an dem Tag, als Pompejus zum Oberbefehlshaber gegen die Piraten bestimmt worden war, auf einen sehr niedrigen Stand gefallen war. Er erklärt dies damit, dass der Name von Pompejus und die an ihn geknüpften Erwartungen hierfür verantwortlich gewesen seien. Trotz der sicherlich rhetorisch geprägten Ausführungen bleibt festzuhalten, dass sich der Getreidepreis offenbar lediglich auf Basis einer neuen Information am Markt drastisch geändert hatte.

Zudem kann Transparenz als Orientierungspunkt in einer Situation dienen, in der sowohl Transparenzgebern als auch -nehmern eine Möglichkeit zur opportunistischen Ausnutzung Dritter erwächst: So kann eine größere Transparenz über Marktpreise zu einer bewussten Parallelität des Verhaltens und einer wettbewerbswidrigen Zusammenarbeit verschiedener Anbieter beitragen. Die wechselseitige Offenbarung von Preisen sowie Hintergrundinformationen zur Preisbildung (wie beispielsweise Rabatte) zwischen Wettbewerbern können zu Absprachen führen, die potenziell negative Auswirkungen für die Abnehmer haben. Dabei beginnt der Prozess der Anpassung damit, dass ein Anbieter seine Preise erhöht und wartet, ob weitere Anbieter nachziehen. Das Risiko des Preisführers ist geringer, wenn die weiteren Anbieter schnell und detailliert über Veränderungen der Angebotspreise informiert sind. Im besonderen Maße trifft dies zu, wenn die Qualität der Information, die Abnehmern zur Verfügung steht, geringer ist. Aus der Perspektive der Abnehmer ist eine erhöhte Preistransparenz tendenziell schädlicher, wenn sie eher zu einer Informiertheit und Erhöhung der Möglichkeiten der Anbieter als der Abnehmer beiträgt.

Diese Situation kann durch das elektronisch gestützte Privatkundengeschäft illustriert werden: Generell wird angenommen, dass elektronische Marktplätze Suchkosten verringern und die Preistransparenz für Abnehmer erhöhen. Software, die die Beobachtung einer großen Zahl von Anbietern ermöglicht, kann sowohl von Abnehmern als auch konkurrierenden Anbietern verwendet werden. Unter der Annahme, dass Anbieter die Möglichkeit haben, systematischer und mit einer größeren Intensität derartige Marktbeobachtungen zu betreiben, können sie leichter, schneller und mit geringeren Kosten auf Veränderungen von Preisen reagieren als die Abnehmer. Im Extremfall führt die geschilderte Konstellation zur Kartellbildung: Die gegenseitige Offenbarung von Betriebsgeheimnissen, Absatz- und Produktionszahlen oder Daten zu langfristigen Lieferbeziehungen sowie Rohstoff- und Entwicklungskosten zwischen marktmächtigen Konkurrenten kann zu einer negativen Beeinflussung der Preisgestaltung nach oben und der Qualitätsgestaltung nach unten führen – zu Lasten aller anderen Akteure. Für den Wettbewerb, bei dem die Marktbedingungen durch gegenseitige Reaktionsverbundenheit der Marktteilnehmer und nicht durch Absprachen bestimmt werden sollen, ist es somit ausschlaggebend, dass wettbewerbsrelevante Informationen zwischen den Konkurrenten nicht offengelegt werden.

Systemvertrauen verschafft einer Institution wie etwa einer Zentralbank Glaubwürdigkeit. Wenn Akteure von derartigen Institutionen veröffentlichte Informationen als Orientierungspunkte ansehen, können zwei Probleme im Zusammenhang mit Vertrauen auftreten. Erstens kann das in die Institution gesetzte Vertrauen enttäuscht werden: Im Nachhinein wahrgenommene Diskrepanzen zwischen dem Informationsgehalt und der Realität führen dazu, dass Interaktionspartner die Vertrauenswürdigkeit der Institution anzweifeln. Zweitens können Akteure durch zunehmend volatile und somit auch unsicherere Umweltzustände, die durch eine erhöhte Transparenz (mit-)induziert werden, ihr Vertrauen in das System an sich verlieren. Auch ein Parallelverhalten von Anbietern kann das Systemvertrauen schädigen: Sobald für die beteiligten Akteure eine Verzerrung offenbar wird, werden diese an der Funktionsfähigkeit des Gesamtmarktes zweifeln.

(i) Erweiterte Transparenz zu Lasten von Vertraulichkeit und somit größere Öffentlichkeit kann zu einer Überflutung mit teilweise nutzlosen oder nicht relevanten Informationen führen. Transparenzgeber können durch die Durchbrechung des vertraulichen Rahmens die Sachlichkeit in Entscheidungsprozessen gefährden. Transparenz kann zudem opportunistisches Verhalten der Transparenznehmer ermöglichen.

Information wird im großen Stil demokratisiert und kritischer werdenden Verbrauchern zugänglich gemacht. Auch jenseits der unternehmerischen Verantwortung und aus wesentlich pragmatischeren Gesichtspunkten wächst das Verlangen nach größerer Transparenz zu Lasten der Geheimhaltung und Vertraulichkeit. Für die Verbraucher ist es beispielsweise wichtig, dass möglichst viele Produkte standardisiert und miteinander kompatibel sind. Wettbewerber benötigen zur Herstellung dieser Produkte Zugang zu den erforderlichen Informationen. Als Beispiel kann das Unternehmen Microsoft angeführt werden, das in Abwägung dieser unterschiedlichen Interessenlage zur Auflösung des Geheimwettbewerbs verpflichtet wurde. Deutlich wird, dass die zunehmende Forderung nach Transparenz die Grenzen dessen, was gemeinhin als vertraulich gilt, verschoben hat. In Fällen, in denen das Vertrauen durch die gestiegene Offenheit erhöht wird, kann dieser Transparenz ein positiver Gesamteffekt zugeschrieben werden.

Allerdings kann an dieser Stelle eine verstärkte Transparenz zu einer Überflutung mit teilweise nutzlosen oder nicht relevanten Informationen über verschiedene Akteure des öffentlichen Interesses führen. Zudem kann Transparenz die (durch die Akteure) wahrgenommene Legitimität stören. So wird die Veröffentlichung von Managergehältern sich eher negativ als positiv auswirken, wenn dadurch große Ungleichheiten zwischen den Gehältern der Angestellten und der Führungsriege offenbar werden. Die Wahrnehmung von Gerechtigkeit etabliert und fördert Vertrauen innerhalb der Organisation in besonderem Maße. Wenn keine wahrnehmbare oder transparente Verbindung zwischen Gehaltsbausteinen und Leistungsindikatoren

beispielsweise bei Vorständen wahrgenommen wird, ist die generelle Gerechtigkeitserwartung der übrigen Angestellten gefährdet, und das Vertrauen nimmt ab.

Auch im Interesse der Geheimhaltung bestimmter Umstände kann eine Grenze der Transparenz gesehen werden. Als Beispiel können Unternehmen genannt werden, deren Wertschöpfung hauptsächlich auf einem einzigen, selbst entwickelten Produkt beruht. Es kann unter diesen Umständen nicht erwartet werden, dass sämtliche Informationen zu diesem Produkt der Öffentlichkeit und somit auch Wettbewerbern transparent gemacht werden (so wurde beispielsweise die Coca-Cola Company nicht vom US-amerikanischen Gesetzgeber gezwungen, ihre weltberühmte, aber geheime Formel offenzulegen). In derartigen Situationen besteht demnach ein potenzieller Konflikt zwischen dem Wunsch der Stakeholder nach Transparenz und einem berechtigten Interesse der Geheimhaltung. Eine komplette Transparenz würde Wettbewerbern eine relativ leichte Nachahmung ermöglichen; mit anderen Worten könnten Transparenznehmer in dieser Situation die Preisgabe von Informationen durch den Transparenzgeber opportunistisch ausnutzen. Diese Überlegung lässt sich auf alle Situationen übertragen, in denen Transparenz nicht erwünscht ist, da Transparenznehmer Anreize haben, Informationen zu ihrem eigenen Vorteil und zu Lasten des Transparenzgebers auszunutzen. Es erschiene beispielsweise nicht sinnvoll, wenn Behörden vor Durchführung einer Alkohol- oder Geschwindigkeitskontrolle im Straßenverkehr den genauen Zeitpunkt und Ort der Maßnahme preisgeben würden. Der intendierte Effekt würde unter diesen Umständen zunichte gemacht. Eine Forderung nach Offenlegung der Arbeit von Geheimdiensten demokratischer Staaten geht ebenfalls in die genannte Richtung. Generell sind Kontrollsysteme, die ein gewisses Maß an Transparenz fördern und sicherstellen, gewünscht. Dies ist essentiell, um das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Rechtmäßigkeit und Effizienz des Vorgehens zu erhalten. Trotzdem wäre eine komplette Transparenz über nachrichtendienstliche Operationen und Informationsquellen kontraproduktiv, da sie die Arbeit eines Geheimdienstes komplett ad absurdum führen würde.

Die gravierendste Auswirkung eines zu großen Maßes an Transparenz kann in den genannten Zusammenhängen die Ermöglichung einer opportunistischen Ausbeutung der Transparenzgeber durch die Transparenznehmer darstellen. Unter diesen Umständen ist anzunehmen, dass die Transparenzgeber ihr Vertrauen in die Funktionsweise gesamtgesellschaftlicher Institutionen verlieren und im Ergebnis ihr Engagement für die gesellschaftliche Zusammenarbeit reduzieren.

4. Transparenz im Licht ihrer ambivalenten Auswirkungen

Die Ausführungen verdeutlichen, dass das Zusammenspiel von Transparenz und Vertrauen vielerlei Gestalt annehmen kann. In Anlehnung an die **zweite Leitfrage** wurde deutlich, wann Transparenz einen negativen Einfluss hat auf Vertrauensbildung und -erhaltung hat. Die drei grundsätzlichen Zusammenhänge, in denen Transparenz eine kritische Wirkung in Verbindung mit Vertrauen entfaltet, sind die folgenden:

- (i) Transparenz trägt positiv zur Vertrauensbildung bei. Dieses Vertrauen wird in der Folge enttäuscht (Vertrauensenttäuschung).**
- (ii) Transparenz trägt positiv zur Vertrauensbildung bei. Dieses Vertrauen wird in der Folge durch den Transparenzgeber oder einen Transparenznehmer opportunistisch ausgebeutet (Vertrauensausbeutung).**
- (iii) Transparenz führt direkt zu abnehmendem Vertrauen oder stört die Vertrauensbildung (Vertrauenszerstörung).**

(Ad i) Transparenz kann zwar positiv zur Vertrauensbildung beitragen – wenn allerdings die zugrunde liegenden Prämissen auf einer Fehlinformation beziehungsweise -interpretation beruhen, kann dieses Vertrauen enttäuscht werden. Das von den Transparenznehmern ent-

gegenbrachte Vertrauen wird beispielsweise enttäuscht, wenn sie aufgrund von Komplexität nicht in der Lage sind, alle relevanten Fakten in das Kalkül ihrer Vertrauensentscheidung einzubeziehen. Wenn die Information, die die Basis für Transparenz bilden soll, nicht verlässlich ist und eine falsche oder unzureichende Darstellung der Realität wiedergibt, kann das Vertrauen der Transparenznehmer in der Folge enttäuscht werden. Auch wenn Transparenzgeber gezielt Sachverhalte verschleiern, würden die Transparenznehmer zunächst Vertrauen aufbauen, das aber bei Erkenntnis, dass die Information aufgrund ihrer quantitativ bedingten Undurchdringlichkeit wertlos ist, enttäuscht würde. Ein Systemvertrauen, das Akteure dazu bringt, von bestimmten Institutionen veröffentlichte Informationen als Orientierungspunkte zu erachten, kann sich ebenfalls als Enttäuschung erweisen. Indem im Nachhinein von Seiten der Akteure Diskrepanzen zwischen dem wahrgenommenen Informationsgehalt und der Realität auftreten, können diese die Vertrauenswürdigkeit der Institution anzweifeln.

Anhand dieser Zusammenhänge wird klar, dass Transparenz sowie die ihr zugrunde liegende Information nützlich und verlässlich für die Transparenznehmer sein muss, damit ein auf deren Basis gebildetes Vertrauen nicht zwangsläufig enttäuscht wird. Zudem hat die Komplexität des Transparenzobjekts potenziell maßgeblichen Einfluss darauf, wie transparent der Vorgang erscheint. Auch die qualitative und quantitative Form der Darstellung wirkt offenbar stark auf die Rezeption der Information und damit auf die beim Transparenznehmer erzeugte Transparenz.

(Ad ii) Zweitens ist als Erweiterung denkbar, dass es nach einer positiven Beeinflussung des bestehenden Vertrauens oder der Vertrauensbildung zu einer opportunistischen Ausnutzung entweder

- des Vertrauens durch die Transparenzgeber oder
- der Transparenz selbst durch die Transparenznehmer kommt.

Zunächst sei auf die Fälle verwiesen, in welchen bei den Transparenznehmern nur eine Scheintransparenz erzeugt wird und dies von den Transparenzgebern entweder intendiert oder wird billigend in Kauf genommen wird. Unter dieser Annahme eröffnet sich für die Transparenzgeber die Möglichkeit, die Vertrauensvorleistung der Transparenznehmer opportunistisch auszunutzen, das heißt letztlich, einen Vorteil aus einer (vermeintlich abgebauten) Informationsasymmetrie für eigene Ziele zu ziehen.

Weiterhin sei auf die Situationen verwiesen, in welchen der Transparenznehmer unter Umständen die Transparenzgeber opportunistisch ausbeuten kann. Selbst ohne eine aktive Vorteilnahme durch die Transparenznehmer existieren Fälle, in denen Transparenzgeber durch eine Preisgabe von Informationen ihre eigenen Handlungen erschweren oder unmöglich machen. Dies liegt dann vor, wenn die Ziele der Transparenzgeber nur dann erreicht werden können, wenn Transparenznehmer nicht vorab über Handlungen informiert wurden. Beide Konstellationen haben gemein, dass eine explizite Informationsasymmetrie zum Funktionieren von Interaktionen erforderlich ist.

In beiden Fällen wird eine (vermeintliche) Transparenz aufgebaut, die Ausbeutungspotenziale eröffnet. Die Schilderungen verdeutlichen, dass Transparenz sowie die ihr zugrunde liegende Information sowohl für Transparenzgeber als auch -nehmer nützlich und verlässlich sein müssen, damit das auf dieser Basis gebildete Vertrauen nicht zwangsläufig enttäuscht wird. Hier wird deutlich, dass die Komplexität des Transparenzobjekts eine wichtige Rolle spielt: Erst dadurch erwächst einem Transparenzgeber die Möglichkeit zur Täuschung.

(Ad iii) Drittens kann Transparenz direkt zu abnehmendem Vertrauen oder Störungen in der Vertrauensbildung führen. So kann beispielsweise die Information über komplexe Praktiken potenziell allen Akteuren zur Verfügung gestellt werden. Hierdurch wird allerdings das Vertrauen, das diesen komplizierten Systemen notwendigerweise zugrunde liegt, erodiert. Auf diese Weise zerstört Transparenz das Vertrauen in Expertensysteme durch die zuvor ge-

schilderten Wirkungsweisen. Auch eine Informationsüberlastung, die zumindest eine Erhöhung der empfundenen Unsicherheit nach sich zieht, wird dazu führen, dass Akteure sich tendenziell verunsichert fühlen. Dies und die damit einhergehende abnehmende Informiertheit werden unter den Akteuren als hemmend für eine Vertrauensbildung wahrgenommen. Akteure können ihr Vertrauen in die vorhandene Informationsbasis selbst verlieren, wenn relevante und irrelevante Information nicht mehr unterscheidbar sind. Zudem bringen sie angesichts der Komplexität den entsprechenden Umständen oder Systemen möglicherweise weniger Vertrauen entgegen. Im Kontext der Außenwahrnehmung wird deutlich, dass durch ein relativ geringfügiges Fehlverhalten ein bestehendes Vertrauensniveau schnell und nachhaltig zerstört werden kann. Zunehmend volatile und somit unsichere Umweltzustände, die durch eine erhöhte Transparenz (mit-)induziert werden, können zudem Vertrauen in Systeme und deren Institutionen stören. Darüber hinaus kann Transparenz zu Lasten von Vertraulichkeit Vertrauen durch eine Übertretung der persönlichen Sphäre beeinträchtigen.

Erneut verdeutlicht sich, dass Transparenz sowie die ihr zugrunde liegende Information nützlich und verlässlich sein müssen. Komplexität und die Erfordernis, Information in Zusammenhängen zu sehen, erscheinen zudem selbst als Variablen, die maßgeblich auf das Transparenzerleben der Transparenznehmer wirken können. Auch die Form der Darstellung hat Einfluss auf die realisierte Transparenz.

Damit kann die **dritte Leitfrage** wie folgt beantwortet werden: *Zu den relevanten Moderatorvariablen zählen Nützlichkeit (mit der Unterkategorie Verlässlichkeit), Komplexität (mit der Unterkategorie Kontext) sowie Form (mit der Unterkategorie Darstellung).* Die nachstehende Tabelle soll einen Überblick über die problematischen Wirkungszusammenhänge bei Transparenzgeber und -nehmer, den jeweils zugehörigen, vertrauensbezogenen Problemkreis sowie die Moderatorvariablen, die den Zusammenhängen zuzuordnen sind, geben.

Problem beim Transparenzgeber			Problem beim Transparenznehmer		
Problem	Zusammenhang mit Vertrauen	Moderator	Problem	Zusammenhang mit Vertrauen	Moderator
Risikoreduktion	Enttäuschung, Ausbeutung	Nützlichkeit	Entscheidungsverhalten	Ausbeutung, Zerstörung	Komplexität Nützlichkeit Form
Außenwahrnehmung	Enttäuschung, Ausbeutung	Nützlichkeit Form	Außenwahrnehmung	Zerstörung	Nützlichkeit Form
Unsicherheit	Enttäuschung, Ausbeutung	Komplexität Nützlichkeit	Vertraulichkeit	Ausbeutung, Zerstörung	Nützlichkeit
Komplexität	Enttäuschung, Ausbeutung	Komplexität Nützlichkeit Form	Komplexität	Enttäuschung, Zerstörung	Komplexität
			Expertensysteme	Zerstörung	Komplexität

5. Transparenz im Kontext ihrer Moderatorvariablen

1. Nützlichkeit / Verlässlichkeit

Die bisherigen Darstellungen zeigen, dass eine Beurteilung von Transparenz zu großen Teilen von ihrer Nützlichkeit beziehungsweise Verlässlichkeit für Transparenzgeber und -nehmer abhängt. So wird in einigen Zusammenhängen deutlich, dass die Nützlichkeit von Transparenz nur zum einseitigen Vorteil oder zum Schaden für beide Parteien auftritt:

- (i) Nur der Transparenzgeber zieht einen Nutzen aus der Situation. In den beobachteten Fällen entsteht für den Transparenzgeber durch die gegebenenfalls vermeintliche Transparenz ein Ausnutzungspotenzial zu Lasten des Transparenznehmers.
- (ii) Nur der Transparenznehmer zieht einen Nutzen aus der Situation. In den beobachteten Fällen entsteht für den Transparenznehmer ein Ausnutzungspotenzial zu Lasten des Transparenzgebers.
- (iii) Weder für Transparenzgeber noch -nehmer ist Transparenz nützlich. Das Vertrauen im Verhältnis zwischen Transparenzgeber und -nehmer wird direkt geschädigt.

(Ad i) Erstens kann festgestellt werden, dass die Transparenznehmer in Bezug auf die subjektiv relevanten oder objektiv richtigen Risiken getäuscht werden können. Eventuelle Informationsasymmetrien werden nur scheinbar abgebaut, die Transparenznehmer vertrauen auf Basis vermeintlicher Transparenz. Für die Transparenzgeber entsteht die Möglichkeit, dieses Vertrauen opportunistisch auszunutzen. Darüber hinaus zeigt sich, dass die Menge an verarbeiteter Information mit deren Erhalt bis zu einem Maximalwert steigt, anschließend allerdings abfällt und Zeichen von Überlastung auftreten. Ein Mehr an Information hätte folglich in dieser Situation für die Empfänger keinen Nutzen. Wenn durch die zusätzliche Information beispielsweise relevante in einer Flut von irrelevanter Information verloren geht und somit nicht genutzt werden kann, verursacht diese im Gegenteil eher einen Schaden. Die verstärkte Transparenz und somit größere Öffentlichkeit führen zu einer Überflutung mit teilweise nutzlosen oder nicht relevanten Informationen über verschiedene Akteure des öffentlichen Interesses und damit im Ergebnis zu einer Verdrängung der tatsächlich nützlichen Informationen. Weiterhin kann die Überdeckung relevanter Information zur gezielten Verschleierung von Sachverhalten zu Gunsten der Transparenzgeber ausgenutzt werden.

Auch eine zu reduktionistische Darstellung kann gegenüber den Transparenznehmern eine Illusion der Sicherheit vermitteln. Die eigentliche Komplexität der Realität wird dabei vermeintlich reduziert, Informationsasymmetrien werden scheinbar aufgelöst. Offenbar muss sichergestellt sein, dass die zugrunde liegenden Informationen und damit die Transparenz selbst für die Transparenznehmer verlässlich sind. Das Ziel von Transparenz sollte daher eher die Verlässlichkeit als die Durchschaubarkeit sein. Wenn Nachvollziehbarkeit auf Fehlinformationen beruht oder reale Tatsachen wie im Falle von Informationskosmetik betont, unterbewertet oder überspitzt werden, ist diese Verlässlichkeit nicht mehr gegeben. Gleiches gilt, wenn die Qualität der Information bei gleichzeitiger Zunahme der Quantität abnimmt.

Weiterhin kann das Vorhandensein beziehungsweise Fehlen von kommunikativen Diskrepanzen als Treiber für Vertrauensgewinn, -stabilisierung und -verluste betrachtet werden. „Vertrauen entsteht dadurch, daß [sic!] vergangene Erwartungen an Systeme und vergangene, konkret gemachte Erfahrungen mit Systemen miteinander verglichen werden. Bestehen in diesem Verhältnis Diskrepanzen [Hervorhebung im Original], so kann Vertrauen in der Gegenwart nicht aufgebracht werden.“ (Bentele & Seeling, 1996, S. 159). Analog gilt Gegenteiliges für vorherrschende Konsistenz oder Kongruenz. Es kann also angenommen werden, dass Diskrepanzen zwischen dem Handeln eines Akteurs und den Informationen, die er publiziert, von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Verstärkt wird dies durch den Um-

stand, dass derartige Abweichungen häufig zusätzlich durch die Medien thematisiert werden. Diskrepanzen wirken sich daher vertrauensmindernd auf die Beziehungen zwischen den Akteuren aus. Ähnliches gilt, wenn zwei oder mehr Akteure Unterschiedliches zum selben Sachverhalt der Öffentlichkeit vermitteln. Wahrgenommene Kongruenzen hingegen können sich vertrauensbildend oder vertrauensstabilisierend auswirken. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass „[...] transparency can only produce its supposed benefits if the material disclosed or disseminated is intelligible, relevant, accurate and honest.“ (O'Neill, 2006, S. 85).⁶

(Ad ii) Umgekehrt gibt es Fälle, in denen für die Transparenznehmer die Möglichkeit zur Ausbeutung der Transparenzgeber entsteht. Dabei hat Transparenz keinen Nutzen für die Transparenzgeber, sondern verursacht im Gegenteil einen Schaden. Im Kontext von Transparenz und Vertraulichkeit wurde herausgearbeitet, wie Transparenz über wettbewerbsrelevante Unternehmensgeheimnisse hergestellt wird. Zur Vermeidung eines Schadens haben Transparenzgeber, die in dieser Situation den Nutzen für die Transparenznehmer außer Acht lassen, ein berechtigtes Interesse der Geheimhaltung. Dieser einseitige Nutzen lässt sich in zahlreichen Situationen feststellen, in denen die Überwindung von Informationsasymmetrien nicht erwünscht ist und für Interaktionen zwischen den Akteuren eine negative Auswirkung hätte. Dies trifft ebenso dann zu, wenn der Transparenznehmer nicht der ursprünglich vom Transparenzgeber angesprochene Akteur ist: In vielen Situationen ist es nicht möglich, Informationen einem bestimmten Akteur preiszugeben und gleichzeitig zu verhindern, dass Dritte zu Transparenznehmern werden und anschließend die Information zu Lasten des Transparenzgebers ausnutzen.

(Ad iii) Generell sollte Transparenz für ihre Adressaten eine Urteilsgrundlage und gegebenenfalls entscheidungsnützlich sein. Sie kann nur dann als positives Phänomen erachtet werden, wenn die offengelegten Informationen für die Empfänger auch relevant sind.⁷ Als Nebeneffekt kann die im Zusammenhang mit Expertensystemen getroffene Beobachtung genannt werden: Hier scheint eine Transparenz der Handlungsbedingungen und der einzelnen Handlungen des Experten gegenüber den anderen Akteuren keinen Nutzen zu entfalten, sondern kann im Gegenteil durch eine Zerstörung des Vertrauens eher Schaden verursachen.

In ihrer Rolle als Koordinationsmechanismus, der die Annahmen der Akteure beeinflusst, kann Transparenz wohlfahrtsmindernd wirken. Wenn Akteure zu viel Gewicht auf die vermittelten Informationen und Zusammenhänge legen und dabei gegebenenfalls wider des eigenen und eventuell besseren Wissens handeln, kann ihr allerdings kein Nutzen mehr attestiert werden. Dies gilt insbesondere, wenn die vermittelte Information zwar ungenau, aber trotzdem geeignet ist, um einen starken Einfluss auf Märkte auszuüben. Überspitzt wird diese Kritik, wenn Erwartungen selbst zu Schwankungen der zukünftigen Entwicklung und im Ergebnis zum Eintritt des erwarteten Resultats führen.

⁶ Vor diesem Hintergrund kann Verlässlichkeit als eine Minimierung von Diskrepanzen definiert werden. Sie entstehen entweder absichtlich oder unabsichtlich im Rahmen der Kommunikation oder der Handlungen eines oder mehrerer Akteure.

⁷ An dieser Stelle sei auf die Schwierigkeit hingewiesen, falls an verschiedene Empfängergruppen Information in unterschiedlicher Form oder Dichte übermittelt werden müssten. Im Falle von Transparenz, die mit öffentlich verfügbaren Informationen einhergeht, sähen sich die Empfänger mit unterschiedlichen Informationen konfrontiert. Wenn der Sender diese verschiedenen Informationen – zum Zweck der maximalen Entscheidungsnützlichkeits – kanalisieren würde, so entstünden Informationsasymmetrien zwischen den Empfängergruppen.

2. Form / Darstellung

Die bisherigen Ausführungen zeigen, dass die Darbietung, also die Form der Informationen, ein wesentlicher Faktor für den wahrgenommenen Gehalt und damit ihre Relevanz ist. Zunächst ist dies durch die Form der Information selbst begründbar: Indem eine bestimmte Darstellung (also Formulierung, Präsentationsform, Wortwahl, etc.) gewählt wird, kann eine Betonung besonderer Aspekte erfolgen. So wurde gezeigt, dass eine vergleichende Abbildung der Realität in Ranglisten und -folgen den Fokus auf bestimmte Werte und deren Optimierung setzen kann. Eine häufigere Darstellung kurzfristiger Daten wird außerdem stärker in das Entscheidungskalkül der Akteure einbezogen als langfristige Entwicklungstrends.

Weiterhin kann durch gezielte Ausgestaltung der für die Transparenz zuträglichen Parameter eine Betonung bestimmter Aspekte erreicht werden – beispielsweise durch ein bewusstes Impression Management hinsichtlich der Unternehmensreputation oder eine Überbetonung des potenziellen Fehlverhaltens durch andere Akteure. Letzteres Verhalten nutzen beispielsweise NGOs, um die Öffentlichkeit in ihrer Wahrnehmung zu beeinflussen.

Insbesondere bei komplexen Situationen kommt der Form der Transparenz eine Schlüsselrolle zu: Da Individuen nur begrenzt in der Lage sind, komplexe Probleme unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte, die die Komplexität der Realität widerspiegeln, zu lösen, kann durch eine willkürliche Form der Darstellung sowie bewusst gewählte Inhalte eine Nachvollziehbarkeit hergestellt werden, die der Realität nur unzureichend gerecht wird. Im Extremfall mündet dabei Informationskosmetik, die die Information betont oder überspitzt, in der Suggestion einer falschen Nachvollziehbarkeit. Zudem muss vorausgesetzt werden, dass Transparenz klar in der Form ihrer Darstellung ist, das heißt, dass Informationen verständlich und nachvollziehbar präsentiert werden.

Die Ausgestaltung und Darstellung von Informationen können demnach als weiterer Einflussfaktor für das Zusammenspiel zwischen Transparenz und Vertrauen identifiziert werden. Transparenz sollte jedoch zusätzlich im Licht der weiteren Variablen betrachtet werden, um ihre potenzielle Wirkung auf die Vertrauensbildung und vorhandenes Vertrauen abschätzen zu können.

3. Komplexität / Kontext

„Immer wieder wurde und wird von verschiedenen Autoren vorgebracht, daß [sic!] die Komplexität der von den Sozialwissenschaften untersuchten Phänomene – Organisationen, Märkte, Unternehmen, usw. – ihre theoretische bzw. methodische Analyse erheblich erschwere.“ (Suchanek, 1994, S. 33). Um Komplexität zu spezifizieren, erscheinen zwei Präzisierungen des Begriffs plausibel: Zum einen kann sich Komplexität auf die Unterschiedlichkeit der zu analysierenden Objekte beziehen. In den Sozialwissenschaften sind dies Akteure. Zum anderen kann Komplexität in den Beziehungen dieser Objekte vermutet werden. Dieser Ansatz scheint weit gefasst und kann durch eine weitere Unterscheidung zwischen unstrukturierter und struktureller Komplexität präzisiert werden. Unstrukturierte Komplexität zeichnet sich durch eine sehr große Anzahl von Variablen aus, von denen sich jede einzelne in völlig unvorhersehbarer Weise verhält. Trotzdem besitzt das System als Ganzes bestimmte regelmäßige und analysierbare Eigenschaften. Zur Verdeutlichung seien als Beispiel die völlig ungeordneten Bewegungen von Gasmolekülen in einem Behälter herangezogen, während das Gas als Ganzes durchaus einen wohl definierten Zustand in Bezug auf Druck, Temperatur und Volumen einnimmt.

Im Falle der strukturellen Komplexität ist kennzeichnend, dass die Veränderlichen systematisch miteinander verknüpft sind und ihre Beziehungen im Sinne von Bewegungen und Veränderungen voneinander abhängen. Strukturelle Komplexität kann beispielsweise durch Zellen eines Organismus, das Wetter oder die Konjunktur illustriert werden. Das Problem der strukturellen Komplexität liegt darin, dass zu einer Beurteilung gleichzeitig eine Vielzahl von

Faktoren in Betracht gezogen werden müssen, die wiederum miteinander verbunden sind. Häufig resultiert Unsicherheit in diesem Zusammenhang aus dem Unterschied zwischen der Komplexität der Realität und der beschränkten Informationsaufnahmefähigkeit des Menschen.

Im Zusammenhang mit Transparenz hat sich gerade der letztgenannte Aspekt als wesentliche Größe erwiesen: Objektiv gesehen sollte Transparenz positiv auf die wahrgenommene Komplexität einwirken, das heißt sie verringern. Subjektiv kann sie allerdings für eine größere wahrgenommene Komplexität sorgen. So kann ein Mehr an Information von Seiten ihres Empfängers eher chaotisch wahrgenommen werden und so wenig zur Erhöhung einer faktenbasierten Informiertheit beitragen. Dadurch steigt für die Transparenznehmer die wahrgenommene Komplexität.

Weiterhin kann unter der Annahme komplexer Umweltbedingungen eine Offenlegung zwischen Interaktionspartnern nicht mehr ausreichen, um Informationsasymmetrien zu überwinden und Transparenz zu erzeugen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Akteure unter Umständen aufgrund von Komplexität nicht in der Lage sind, durch Informationen vermittelte Sachverhalte umfassend und in der nötigen Tiefe zu verstehen. Der Grund hierfür liegt darin, dass Komplexität die Mehrdeutigkeit von Information erhöht. Dies verdeutlicht, dass Kontext – als Teilphänomen von Komplexität – ebenfalls mit Transparenz verknüpft zu sein scheint. Je komplexer eine Situation und damit die dazugehörige Informationslage, desto eher benötigen Akteure zusätzliche Informationen, um die übermittelten Botschaften in den richtigen Kontext zu setzen, damit Transparenz entstehen kann. Werden beispielsweise die möglichen Folgen unternehmerischen Handelns abgeschätzt, wird der nicht sachkundige Adressat häufig von Einzelinformationen, die vom Gesamtkontext isoliert sind, zu Fehlschlüssen verleitet. Deutlich wird dies an der vergleichenden Abbildung der Realität in Ranglisten und -folgen. Derartige Größen können nicht ausreichend in den zur Interpretation nötigen Kontext gesetzt werden. Die wahrgenommene Komplexität wird in diesem Fall noch weiter erhöht.

Dass Individuen nur begrenzt in der Lage sind, komplexe Situationen unter Berücksichtigung aller relevanten Aspekte, die die Komplexität der Realität widerspiegeln, zu erfassen, hat sich auch am Beispiel der Expertensysteme gezeigt, die nicht allen Akteuren offengelegt werden können. Die in dieser Situation herrschende Informationsasymmetrie kann nicht durch die Übermittlung von weiteren Informationen beseitigt werden, da die zugrunde liegenden Kenntnisse und Zusammenhänge zu komplex für außerhalb des Systems stehende Akteure sind.

Komplexität kann demnach auf zweierlei Arten Intransparenz erzeugen: Einerseits können möglicherweise zu viele Variablen für einen Systemzustand relevant sein, so dass eine gleichzeitige Erfassung aller Variablen nicht mehr möglich ist. Diese Situation kann auch durch einen Informationsüberfluss, also eine Informationsmenge, die zu groß ist, um sie zu verarbeiten, zustande kommen. Transparenz wird in diesem Fall aufgrund von Unübersichtlichkeit verhindert. Zweitens ist es denkbar, dass zahlreiche Verknüpfungen und Eigenschaften eines Systems nicht oder unzureichend ersichtlich sind, weshalb Transparenz aufgrund von Unvollständigkeit nicht erzeugt werden kann. Daher muss Transparenz unter komplexen Umweltbedingungen besondere Kriterien erfüllen. Um Komplexität zu reduzieren, ist eine Kontextualisierung und Offenlegung aller relevanten Informationen nötig. Nichtsdestotrotz wird in bestimmten Konstellationen die Herstellung von Transparenz nicht möglich sein.

6. Zusammenfassung

Als eine Kernaufgabe von Transparenz wurde an dieser Stelle die Schaffung der Nachvollziehbarkeit von Handlungen gegenüber anderen Akteuren genannt. Im Zuge der bisherigen Argumentation wurde bereits deutlich, dass offenbar ein Unterschied zwischen tatsächlicher und nomineller Transparenz besteht: So existiert in vielen Fällen lediglich eine vermeintliche, nur als solche wahrgenommene Transparenz. Hierbei ist wiederum zu klären, ob in Fällen irrtümlich angenommener Transparenz diese Eigenschaft beim Transparenzgeber oder -nehmer begründet liegt (beispielsweise Unvermögen des Adressaten oder vorsätzliche Falschdarstellung). Wenn allerdings Transparenz gewährleistet ist, können Akteure mögliche Gewinne und Verluste aufgrund von Handlungsoptionen sowie die jeweiligen Wahrscheinlichkeiten für deren Eintritt abschätzen. Soziale Austauschbeziehungen, die darauf basierend eingegangen werden und die sich zunächst durch ein geringes inhärentes Risiko auszeichnen, bilden die Grundlage für die Etablierung eines Vertrauensverhältnisses. In der Realität treten Vertrauen und Transparenz stets in einem Zusammenspiel auf, wobei sich beide Größen gegenseitig bedingen. Transparenz wird dadurch zu einem wichtigen Faktor der Vertrauensbildung.

Anhand von Problemfällen konnte gezeigt werden, wann Transparenz Vertrauen zerstört, die Vertrauensbildung hemmt und wann aufgrund von Transparenz entgegengebrachtes oder geschaffenes Vertrauen enttäuscht oder opportunistisch ausgenutzt werden kann. So können Akteure unter der Annahme, dass die zu vermittelnde Information von komplexer Natur ist, Vertrauen entwickeln, welches dann allerdings nahezu zwangsläufig enttäuscht wird, da lediglich eine Scheintransparenz bestand. Eine solche vermeintliche Transparenz kann vorsätzlich erzeugt werden, indem beispielsweise durch gezieltes Impression Management oder eine absichtliche Informationsüberlastung Vertrauen unter Akteuren gebildet und erhalten wird, das jedoch gegebenenfalls im weiteren Verlauf keinen Bestand hat. Entsprechend kann die von Akteuren als Orientierungspunkt wahrgenommene Transparenz zu Vertrauen führen, das sich anschließend als nicht gerechtfertigt herausstellt. Verstärkt wird der negative Effekt, wenn im Nachhinein von Seiten der Akteure Diskrepanzen zwischen dem wahrgenommenen Informationsgehalt und der Realität auftreten.

Das erzeugte Vertrauen kann dabei anschließend opportunistisch ausgebeutet werden. In diesen Fällen ist unter der Annahme, dass der Vertrauensnehmer die Ausbeutung vorsätzlich plant, der Wirkungszusammenhang zwischen Transparenz und Vertrauen als positiv zu erachten. Das gewährte Vertrauen ist dann jedoch hinsichtlich seines Effekts kritisch zu bewerten. Schließlich wurde sichtbar, dass Transparenz direkt zu abnehmendem Vertrauen oder Störungen in der Vertrauensbildung führen kann. Am deutlichsten wurde dies bei der Zerstörung des Vertrauens in Expertensysteme durch eine zu umfangreiche oder falsch fokussierte Transparenz. Denkbar ist auch, dass Akteure ihr Vertrauen in die vorhandene Informationsbasis selbst verlieren, wenn sie nicht in der Lage sein sollten, relevante und irrelevante Information zu unterscheiden. Dies kann sowohl im Kontext der Informationsüberlastung als auch bei einer zu großen wahrgenommenen Komplexität des Sachverhalts der Fall sein.

Aus den Wirkungszusammenhängen wurden Größen extrahiert, die offenbar einen Einfluss auf die Wirkungsweise von Transparenz auf Vertrauen haben: Nützlichkeit, Form und Komplexität. Sie ermöglichen es, Transparenz zu bewerten und zu analysieren sowie Hinweise für ihre Ausgestaltung zu geben. Die Information und Transparenz sollten für ihre Adressaten entscheidungsnützlich zu sein. Sofern sie Akteuren die opportunistische Ausbeutung anderer Akteure erlaubt oder falsch verstandene Orientierungspunkte setzt, nimmt sie allerdings gewissermaßen einen negativen Nutzen an. Darüber hinaus muss sichergestellt sein, dass die der Transparenz zugrunde liegenden Informationen für die Adressaten verlässlich sind. Weiterhin konnte festgestellt werden, dass die Darbietung der Information und damit die Form wesentlich für deren Wahrnehmung sind. Generell muss zur Erzeugung von Transparenz

vorausgesetzt werden, dass Informationen verständlich und nachvollziehbar präsentiert werden. Schließlich konnte die Komplexität des Transparenzobjekts als relevanter Moderator identifiziert werden.

Transparenz wurde an dieser Stelle als Interaktionskategorie betrachtet, die darauf abzielt, dass Akteure ihre Eigenschaften, Pläne, Handlungen, etc. anderen offenlegen. Unter gewissen Bedingungen kann sie zur Lösung von Interaktionsproblemen beitragen. Diese Aufgabe erfüllt sie zum einen, indem sie dem Abbau von Informationsdefiziten dient. Zum anderen wurde dargestellt, dass Transparenz direkten Einfluss auf die Erhöhung oder Verminderung des Vertrauens der Akteure in Interaktionssituationen haben kann. Dies kann einen ersten Ansatz zum bisher wenig systematisierten Verhältnis von Vertrauen und Transparenz sowie der kritischen Diskussion der möglichen Wirkungen von Transparenz leisten. Bislang ist dieser Themenkomplex aus ökonomischer Betrachtung lediglich durch einzelne Modelle und Ergebnisse quantitativer Forschung abgedeckt. Der gemeinhin undifferenzierte Wunsch nach mehr Transparenz in der Erwartung einer uneingeschränkt positiven Wirkung muss dementsprechend kritisch betrachtet werden. Es wurde gezeigt, dass Transparenz auch zu Fehlschlüssen führen kann; sie kann sich sogar negativ auf das Vertrauen der Akteure auswirken und Akteuren die Möglichkeit zur missbräuchlichen Ausnutzung anderer eröffnen. Insofern besteht die Gefahr kontraintuitiver Wirkungen. Uneingeschränkte und undifferenzierte Transparenz kann folglich nicht erstrebenswert sein, gewisse Informationsasymmetrien sind daher zu erhalten oder nur eingeschränkt abzubauen.

7. Literaturverzeichnis

- Allen, W. A. (2001). Speech by William A. Allen, Deputy Director, at the 6th Arab Investment Capital Markets Conference, 18 May 2001.
- Bentele, G., & Seeling, S. (1996). Öffentliches Vertrauen als Faktor politischer Öffentlichkeit und politischer Public Relations. Zur Bedeutung von Diskrepanzen als Ursache von Vertrauensverlust. In O. Jarren, H. Schatz, & H. Weßler, *Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel* (S. 155-167). Opladen.
- Enste, D., Haferkamp, A., & Fetchenhauer, D. (Nr. 1 2009). Unterschiede im Denken zwischen Ökonomen und Laien – Erklärungsansätze zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Beratung. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, S. 60-78.
- Homann, K., & Suchanek, A. (2005). *Ökonomik. Eine Einführung*. Tübingen.
- Luhmann, N. (2000). *Vertrauen - ein Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität*. Stuttgart.
- O'Neill, O. (2006). Transparency and the Ethics of Communication. In C. Hood, & D. Heald, *Transparency. The Key to Better Governance?* (S. 75-90). Oxford et al.
- Schmitt, A. (2005). *Bedingungen gerechten Handelns. Motivations- und handlungstheoretische Grundlagen liberaler Theorien*. Wiesbaden.
- Schwarcz, S. L. (Paper 1538 2004). Rethinking the Disclosure Paradigm in a World of Complexity. *Duke Law Faculty Scholarship*.
- Suchanek, A. (1994). *Ökonomischer Ansatz und theoretische Integration*. Tübingen.
- Zand, D. E. (Nr. 2 1972). Trust and Managerial Problem Solving. *Administrative Science Quarterly*, S. 229-239.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2010-3 **Andreas Suchanek, Nick Lin-Hi**
Gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung als Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil
- Nr. 2010-2 **Andreas Suchanek**
Wir brauchen eine alltagstaugliche Ethik
- Nr. 2010-1 **Michael Geronimo Festl**
Der Zerfall der Sein-Sollen-Schranke als Herausforderung für die praktische Philosophie
- Nr. 2009-3 **Martin von Broock, Andreas Suchanek**
Investitionen in den Faktor Vertrauen
- Nr. 2009-2 **Nick Lin-Hi, Andreas Suchanek**
Eine wirtschaftsethische Kommentierung der Finanzkrise
- Nr. 2009-1 **Markus Wolf, Andreas Suchanek**
Vertrauen und Entrepreneurship
- Nr. 2008-6 **Nick Lin-Hi**
Corporate Social Responsibility
- Nr. 2008-5 **Andreas Suchanek**
Ethik der Sozialen Marktwirtschaft
- Nr. 2008-4 **Karl Homann**
Was bringt die Wirtschaftsethik für die Ethik?
- Nr. 2008-3 **Andreas Suchanek**
Business Ethics and the Golden Rule
- Nr. 2008-2 **Rüdiger W. Waldkirch**
The Shareholder vs. Stakeholder Debate reconsidered
- Nr. 2008-1 **Andreas Suchanek**
Verantwortung, Selbstbindung und die Funktion von Leitbildern

Weitere Diskussionspapiere finden Sie unter Veröffentlichungen auf www.wcge.org