

SÜDWESTRUNDFUNK
SWR2 AULA – Manuskriptdienst
(Abschrift eines frei gehaltenen Vortrags)

Weniger ist mehr
Wie geht man mit dem Informations-Crash um?

Autor und Sprecher: Professor Max Otte *
Redaktion: Ralf Caspary
Sendung: Sonntag, 18. April 2010, 8.30 Uhr, SWR 2

Bitte beachten Sie:

*Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt.
Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen
Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.*

*Mitschnitte auf CD von allen Sendungen der Redaktion SWR2 Wissen/Aula
(Montag bis Sonntag 8.30 bis 9.00 Uhr) sind beim SWR Mitschnittdienst in
Baden-Baden für 12,50 € erhältlich.*

Bestellmöglichkeiten: 07221/929-6030

Kennen Sie schon das neue Serviceangebot des Kulturradios SWR2?

*Mit der kostenlosen SWR2 Kulturkarte können Sie zu ermäßigten Eintrittspreisen
Veranstaltungen des SWR2 und seiner vielen Kulturpartner im Sendegebiet besuchen.
Mit dem kostenlosen Infoheft SWR2 Kulturservice sind Sie stets über SWR2 und die
zahlreichen Veranstaltungen im SWR2-Kulturpartner-Netz informiert.
Jetzt anmelden unter 07221/300 200 oder swr2.de*

*SWR 2 Wissen können Sie ab sofort auch als Live-Stream hören im SWR 2
Webradio unter www.swr2.de oder als Podcast nachhören:
<http://www1.swr.de/podcast/xml/swr2/wissen.xml>*

Ansage:

Heute mit dem Thema: „Weniger ist mehr - Wie geht man mit der Informationsflut um?“

Wir leben ja angeblich in einer Wissensgesellschaft und generieren jeden Tag neues Wissen. Und wir wollen auch immer mehr wissen, manche Menschen scheinen das Ideal zu haben, als lebendiges Lexikon durch die Welt zu laufen – warum sonst sollten Wissensshows im Fernsehen so viele Zuschauer haben.

Doch da gibt es ein Problem: Es gibt nämlich zuviel irreführendes und auch nutzloses Wissen, das nicht aufklärt, sondern Aufklärung unmöglich macht. Fast überall gibt es solches Wissen, im Bereich der Bildung, der Medizin, der Politik, und auch und vor allem im Bereich der Ökonomie. Denn die Finanzkrise hat ihre Ursache auch in falscher Informationspolitik, die bestimmte Fakten uminterpretiert hat.

Das meint Professor Max Otte, er ist Finanz- und Betriebswissenschaftler und er warnt vor einer Gesellschaft, die nicht mehr unterscheiden kann zwischen guten und schlechten Informationen, siehe die Finanzkrise.

Max Otte:

Die Finanzkrise ist letztlich Ausfluss eines viel größeren Übels, des Übels der flächendeckenden Desinformation. Welcher Privatanleger weiß denn heute noch, welche Finanzprodukte sicher sind, ob Finanzprodukte das leisten, was sie versprechen, ob Banken überhaupt solide sind. Es fehlen hier verlässliche Staaten und vor allem verlässliche Informationsstandards.

Aber der Finanzsektor ist nicht der einzige, in dem sich das Virus der Desinformation eingenistet hat. Nehmen wir den Bereich Gesundheit: Alle paar Jahre entsteht eine neue Epidemie und damit auch eine neue Hysterie, zum Beispiel vor einigen Jahren SARS, dann die Schweinegrippe, die Geflügelpest. Meistens wissen wir nicht, wie wir diese Gefahren genau einzuschätzen haben. Medien springen auf den Hysteriezug, Politiker springen auf. Gegen die Schweinegrippe hat sich letztlich trotz der Hysterie nur fünf Prozent der deutschen Bevölkerung impfen lassen – es scheint also ein gesundes Misstrauen gegenüber derartigen Informationswellen vorhanden zu sein.

Im Bereich der Erziehung ist es ähnlich. Wo früher noch einfache und verlässliche Standards galten, gibt es heute undurchsichtige Rankinglisten, die angeblich etwas über die Qualität einer Schule oder Uni aussagen. Im Bereich der Nahrungsmittel ist es ähnlich. Welche Bioprodukte sind gut, welche nicht? Der Verbraucher weiß es nicht. Der Weltklimarat hat Beratungsaufträge von Firmen angenommen, die er nachher bewertet hat. Auch hier gibt es also Desinformation, Verwischung von Informationsstandards. Es sieht so aus, als ob Verwirrung die Klarheit und Misstrauen das Vertrauen verdrängen. Nehmen Sie die Bereiche, mit denen wir im täglichen Leben zu tun haben: Stromtarife, Telefentarife. Ständig werden Tarife gewechselt, man muss sie zum Teil im Internet suchen, dort können sie in sehr kurzen Geschwindigkeiten geändert werden. Ständig sind wir als Verbraucher auf der Suche, wir befinden uns in einer Art informatorischem Überlebenskampf. Was früher

die Jagd war nach der nächsten Beute, ist heute der Versuch, sich überhaupt noch in einem modernen unübersichtlichen System zurecht zu finden.

Es ginge auch anders. In gewisser Weise schaffen wir uns eine neue Feudalgesellschaft. Wir laufen Gefahr, die Basis der bürgerlichen und demokratischen Gesellschaft zu verlieren. Die Kaste der Manager hat sich weitgehend isoliert von den Anforderungen des täglichen Lebens. Sie wird durch bestimmte Herolde unterstützt: das sind die Wirtschaftsforschungsinstitute, sie hat ihre Erfüllungsgehilfen: die Rechtsanwaltskanzleien. Haftungsregeln für die Managerkaste sind fast außer Kraft gesetzt, die Mehrheit der Manager, die verantwortungslos gehandelt hat, kommt ungeschoren davon, während die Haftungsregeln für Private, für kleine Gewerbetreibende immer schärfer werden.

Dieser informatorische Überlebenskampf zeigt sich zum Beispiel auch bei der Preisgestaltung. Welchen Sinn kann es haben, dass ein einfaches Produkt an der Tankstelle zwei, drei oder vielleicht sogar vier Euro kostet und in einem anderen Umfeld nur ein Euro oder 99 Cent? Dies ist die sogenannte nutzenorientierte Preisfestsetzung. Wir wissen nicht mehr, was für einen Preis wir wirklich für ein Gut bezahlen. Das ist auch Ziel der Konzerne. Sie wollen hier Verwirrung schaffen, denn je weniger wir den Überblick haben, desto leichter lassen sich Gewinne machen. Gestern noch habe ich im Supermarkt-Regal einen Becher Joghurt herausgenommen, da stand der Preis von 7,20 Euro. Das bezog sich natürlich auf ein Kilo. Wem nutzt so etwas?

Einhergehend mit der Desinformation des Verbrauchers durch immer undurchsichtigere Tarif- und Preisstrukturen, durch schnelle Wechsel in den Preisgestaltungen, haben sich die Konzerne selber sozusagen Nachtsichtgeräte geschaffen, nämlich „customer relationship“-Programme und „Pricing“-Programme, mit denen sie sehr gut Preise steuern können, zum Teil minutengenau, zum Beispiel im Internet oder auch bei Fluglinien, um damit ihre Gewinne maximieren. Auf der Strecke bleiben Transparenz und Informationsstrukturen, die es dem Einzelnen überhaupt noch möglich machen, sich zurecht zu finden und Preise richtig einzuschätzen.

Was sind die Ursachen der Informationskrise, der Desinformationsgesellschaft? Ich sehe im wesentlichen drei Punkte, nämlich erstens die Interessen der Wirtschaftsakteure selber, zweitens die Schwäche des Journalismus und drittens auch die Schwäche des Staates. Natürlich haben Wirtschaftsakteure Interesse daran, ihre Gewinne zu maximieren, auch Produkte und Märkte intransparent zu gestalten, denn umso schwerer wird es für den Einzelnen da durchzublicken. In der Betriebswirtschaftslehre, in der Marketinglehre ist ganz klar: Komplexität bei der Preisgestaltung sowie Intransparenz helfen, die Wechselwilligkeit bei den Konsumenten zu verringern und damit Gewinne zu steigern. Dieser Glaube an den Markt hat dazu geführt, dass wir den Wirtschaftsakteuren nahezu freie Hand gewährt haben.

Das haben die Begründer der freien Marktwirtschaft wie Alexander Rüstow, Walter Eucken, Wilhelm Röpke und einige andere komplett anders gesehen. Sie sprachen schon vor 60 Jahren davon, dass der Spätkapitalismus entartet sei und dass strengste Auflagen im Wettbewerbsrecht, im Werberecht und im Rabattgesetz usw.

notwendig seien, um den Wettbewerb in einen vernünftigen Rahmen zu setzen und auch so zu lenken, dass er letztlich dem Einzelnen nützt. Bert Rürup spricht hier von einem Automatismus, an den die neoliberalen Ökonomen glauben, und heutzutage ist das die Mehrheit der Ökonomen. Die sagen: Der Markt wird es schon richten, der Markt führt automatisch zu einem optimalen Ergebnis. Im Moment scheint es so, als ob der Automatismus und der Glaube an die automatische Kraft des Marktes überwiegen und wir uns daher jeglicher sinnvollen Regulierung (Preisgestaltung, Rabattgesetz etc.) verschließen.

Der zweite Trend, der die Desinformationsgesellschaft begünstigt, ist eine zunehmende Schwächung des Journalismus. Gerade Print-Redaktionen insbesondere unter den privaten Anbietern unterliegen einem massiven Kostendruck. Stellen werden gestrichen, mittlerweile werden vorproduzierte Beiträge „von draußen“ eingekauft, ohne weitere kritische Überprüfung, weil die Ressourcen dazu fehlen. Kritischer Journalismus, der auch etwas kostet, hat es daher und angesichts der vielen kostenlosen vermeintlichen Informationen im Netz immer schwerer. Damit einher geht der Druck, immer neue Sensationen produzieren zu müssen. Der ehemalige Bundespräsident Walter Scheel sprach einmal davon, dass Sensation letztlich Desinformation ist, weil sie die Dinge aus dem Zusammenhang reißt. Und tatsächlich ist das heute eine große Gefahr, denn Sensationsmache und die Boulevardisierung von Nachrichten hat massiv zugenommen. Auch sogenannte „Bürgerreporter“ können keine Abhilfe schaffen. Natürlich kann ein Bürgerreporter ein Foto eines abstürzenden Flugzeuges schießen, natürlich kann er Bilder vermitteln, aber die kritische Einordnung, die nur mit Hilfe von geschultem Sachverstand geschehen kann, fehlt dabei. In Island zum Beispiel gab es während der großen Finanzpleiten kaum ausgebildete Wirtschaftsreporter, die das Geschehen hätten interpretieren können. So entstand ein elektronisches Rauschen bei Twitter und in Chat-Foren, jeder glaubte, etwas gehört zu haben. Doch letztendlich lief alles durcheinander und niemand konnte sich wirklich ein Bild machen.

Der dritte Punkt, der maßgeblich zur Desinformation beiträgt, ist eine zunehmende Schwächung des Staates. Der Staat bestimmt heute keine Spielregeln mehr, sondern er ist zunehmend zum Spielball starker Interessen und Akteure geworden. Ministerien sind unterbesetzt und fungieren oftmals nur noch als osmotische Systeme, die die verschiedenen Anliegen, die an sie herangetragen werden, vermitteln, aber nicht mehr aktiv tätig werden. Sehr deutlich zeigte sich das im Zusammenhang mit der Rettung der Hypo Real Estate: Die Banken haben sich letztlich ihren eigenen Plan geschrieben, von staatlicher Seite wurde er nur noch mehr oder weniger abgenickt. Eine Partei kam vor kurzem ins Gerede, weil Sponsorenbriefe verschickt wurden. Es ist gut, dass so etwas noch thematisiert wird. In den USA ist es im Rahmen von Präsidentschaftswahlkämpfen leider gang und gäbe, den Zugang zum Kandidaten gegen Geld zu verkaufen.

Was sind die philosophischen Hintergründe der Relativierung von Information, der Instrumentalisierung von Information, des Verlusts allgemeingültiger Standards? Ich glaube, dass es in der Tat gesellschaftstheoretisch und staatstheoretisch einen Unterschied zwischen der angelsächsischen, ich nenne sie mal „liberalen“, Staatstheorie und der kontinental-europäischen gibt. In der kontinental-europäischen Staatstheorie ist der Staat mehr als die Summe der Einzelinteressen. Der Staat ist eben auch Wächter des Gemeinwohls. Und das Gemeinwohl kann sich nicht darin

erschöpfen, die Summen der Einzelinteressen zu addieren. Das hat verschiedene Ausdrucksformen gefunden in der kontinental-europäischen Philosophie, zum Beispiel bei Jean-Jacques Rousseaus „Volonté Générale“ – dem allgemeinen Willen, der durch einen Staat verkörpert wird, oder bei Kants „kategorischem Imperativ“.

Natürlich haben auch diese kontinental-europäischen Ideen im 20. Jahrhundert zu Verwerfungen geführt, aber es ist doch an der Zeit, dass wir uns auf sie rückbesinnen. Nehmen wir das Beispiel Privateigentum und verdeutlichen wir daran die Unterschiede angelsächsischer und kontinental-europäischer, meinetwegen auch deutscher Auffassungen: In Großbritannien gab es die „tragedy of the commons“, die Tragödie der allgemein zugänglichen Plätze. Das hieß, die allgemeinen Wiesen und Wälder wurden Stück für Stück abgezäunt, die Bürger der Dörfer durften nicht mehr rein, der Adel hatte den Grund sozusagen für sich reserviert. Bis heute wird Privateigentum in Großbritannien, aber auch in USA extrem verteidigt. Wenn Sie zum Beispiel einen Privatbesitz betreten, kann es Ihnen passieren, dass Sie mit vorgehaltener Flinte wieder verscheucht werden, denn es gehört sich nicht, seinen Fuß auf fremdes Eigentum zu setzen. In Kontinentaleuropa, in Deutschland haben wir dafür doch eine intelligentere Lösung gefunden: Die Wälder befinden sich zu 80 Prozent in Privatbesitz, aber bei uns gelten verschiedene Nutzungsrechte. Natürlich darf der Besitzer sein Land nutzen und Jäger im Rahmen der Auflagen und Gesetze jagen. Gleichzeitig aber steht der Wald allen offen, zum Beispiel zum Wandern und zur Erholung, solange sich die Menschen an bestimmte Regeln halten. Und das ist eben in der angelsächsischen Philosophie des Privateigentums völlig anders: privat ist privat und öffentlich ist öffentlich.

Und genau diesen Weg droht das Internet einzuschlagen, denn es scheint so, dass gute Information immer mehr privatisiert und nur noch denen zur Verfügung gestellt wird, die es sich leisten können. Nehmen wir das Beispiel Telefonbücher. Als es das Internet noch nicht gab, waren die Telefonbücher die gültigen Verzeichnisse. Heute existieren viele miteinander konkurrierende Verzeichnisse, und wenn ich einen bestimmten Namen über eine Suchmaschine suche, ist es nicht sicher, dass ich den oder die Gesuchte auch finde. Also fange ich u. U. an, kostenpflichtige Dienste und konkurrierende Standards zu nutzen und die Verwirrung beginnt.

Web-Kataloge, mit denen die ersten Internet-Verzeichnisse begonnen haben, sind eigentlich intelligente Möglichkeiten, sich schnell einen Überblick zu verschaffen, auf interessante Webseiten zu kommen, um dort weiter zu forschen. Warum verschwinden die Web-Kataloge aus dem Netz? Sie müssen gepflegt werden, das kostet natürlich Aufwand. Mittlerweile liefern wir uns alle der ominösen Mechanik von Suchmaschinen aus, von denen wir nicht wissen, wie sie suchen und was sie eigentlich suchen. Es kann also auch über den Umweg Suchmaschine so weit kommen, dass gute und wichtige Information nicht mehr öffentlich zugänglich ist – wie der Wald, sondern privat und nur noch für diejenigen, die dafür bezahlen. Noch gibt es „Wikipedia“, eine sicherlich gute und unterstützenswerte Idee. Aber es ist auch kein Brockhaus, es ist keine Organisation, in der gut ausgebildete und bezahlte Mitarbeiter nur zum Zweck der Wissenssammlung und –sortierung arbeiten. Sondern die Zusammenarbeit beruht auf freiwilliger Basis. Ich spreche den Menschen, die an dem Projekt mitwirken, hohe Anerkennung aus, aber Wikipedia verringert nicht das Chaos im Informationsdschungel.

In einem konsequent neoliberalen System werden sich immer die größten Akteure das größte Stück vom Kuchen abschneiden. Das hat man nach der Finanzkrise gesehen, als zuerst die Bankbranche gerettet wurde, gefolgt von der Autoindustrie – danach passierte nicht mehr viel. Mancur Olson hat schon vor mehr als 30 Jahren in seinem Buch vom „Aufstieg und Fall der Nationen“ gesagt: Wenn es keine ordnende Macht gibt, wird irgendwann ein solches neoliberales System, in dem der Staat Spielball der Interessengruppen ist, verknöchern und versteinern, und Information wird zunehmend privatisiert, wie vieles anderes auch. Es geht also um mehr, als nur um die Auffassung, ob der Staat nun ein Halb- oder ein Vollautomatismus ist. Es geht darum, ob wir den Markt als höchste Instanz akzeptieren oder die Politik bzw. den demokratisch verfassten Staat als die Form, die wir der Politik und damit dem Gemeinwesen gegeben haben.

Im Internet geht es mit der Desinformationsgesellschaft munter weiter. Wenn ich zum Beispiel eine Online-Bestellung mache und erst beim letzten Klick, nachdem ich mir bereits zehn Seiten angeschaut habe, noch die Nebenkosten sehe, werde ich den Vorgang sehr viel weniger gerne abbrechen, als wenn ich gleich am Anfang transparent die gesamten Kosten einer Bestellung erfahren würde. So etwas könnte ein Rabattgesetz bzw. ein Transparenz-Gesetz regeln. Doch die Politik tut zu wenig. Ja, es sieht so aus, als ob wie in Schuberts Lied von der „Forelle“ der Bach von vielen Anglern getrübt wird und wir letztlich an einer Angel hängen bleiben.

Neulich hörte ich von einem angesehenen Ökonomen das Argument, Google würde doch auch Mehrwert produzieren. Dem muss ich widersprechen. Ich glaube, Google ist auf lange Sicht ein massiver Wertvernichter, denn durch diese automatischen Algorithmen werden sehr viele Menschen, die sich professionell und engagiert mit dem Vermitteln von Informationen beschäftigen, das auf Dauer nicht mehr tun können. Google funktioniert automatisiert über einen Prozess der Schlagwortsuche. Google gibt diesen Prozess nicht preis, aber es gibt natürlich genügend Optimierer, die versuchen herauszufinden, nach welchen Kriterien Google rankt, und die dementsprechend ihre Webseiten gestalten. Mittlerweile passiert sogar Folgendes: Wenn Firmen herausfinden, auf welche Schlagworte im Moment besonders gerne geklickt wird, lassen sie von Tausenden freien Mitarbeitern zu Hungerlöhnen Artikel zu eben diesen Schlagworten schreiben. In diesen Artikeln steht fast nichts mehr drin, aber sie erfüllen ihr Ziel: Wenn diese Artikel angeklickt werden, kann man dort gut Werbung platzieren. Das Ganze hat sich mittlerweile zu einem ganz neuen Wirtschaftszweig entwickelt.

Nachdem wir also als Autofahrer das Kartenlesen verlernt haben und uns von Navigationssystemen unwissend durch die Welt leiten lassen, droht eine ähnliche Entwicklung in der Welt der Information. Mit Google und Co schaffen wir Leitsysteme durch die Welt der Information, die eben weit mehr als bloße Werkzeuge sind. Sie sind Programme, die uns steuern und lenken. Schritt für Schritt geben wir damit die Fähigkeit zur eigenen Bewertung von Informationen auf.

Was können wir angesichts des drohenden Informationscrashes politisch tun? Zunächst einmal müssen wir tatsächlich eine Renaissance des Staates fordern. Wenn der Staat keine Standards schafft, wer soll es dann tun? Rating-Agenturen, die sich letztlich von ihren Kunden bezahlen lassen? Wir haben in der Finanzkrise gesehen, dass das in die Hose geht, und auch nach der Finanzkrise hat sich am

grundsätzlichen Geschäftsmodell der Rating-Agenturen nichts geändert. Sollen wir den Bereich Bildung durch private Rating-Agenturen ranken lassen, was ja auch Mode geworden ist? Ich glaube, dass ein Staat zuverlässigere und verlässlichere Standards schaffen kann. Wir brauchen ganz einfache Standards wie z. B. eine Wiedereinführung der Verpackungsverordnung. Wem nutzt es, dass Milch nicht nur in Halbliter-, Viertelliter- oder Literpackungen zu haben ist, sondern auch in 400- oder 600 ml-Packungen? Dadurch wird es dem Verbraucher sehr viel schwerer gemacht, Preise zu vergleichen. Im Gesundheitswesen, in der Bildung, in den Medien – überall dort wäre ein Staat, der wenigstens die Spielregeln wieder setzt und Standards festlegt, zu wünschen. Das hat nichts damit zu tun, dass in irgendeiner Form in den Wettbewerb eingegriffen wird, sondern es hat damit zu tun, dass die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs vom Gemeinwesen definiert werden und nicht von Wirtschaftsakteuren

Wenn wir eine Renaissance des Staates fordern, heißt es, den Staat ernst nehmen, es heißt auch, das Berufsbeamtentum zu stärken, vielleicht nach dem Modell in Frankreich, wo doch sehr interessante Karriereaspekte und Karrierepfade für Staatsdiener geschaffen werden. In Deutschland ist es leider so, dass gerade im wirtschaftspolitischen Bereich viele talentierte Menschen lieber in Rechtsanwaltskanzleien und Investmentbanken gehen. Es heißt auch, Großkonzernen Grenzen aufzuzeigen. Was ist es für ein Signal, wenn Herr Ackermann zum Geburtstag zum Essen ins Kanzleramt eingeladen wird, wenn aber die Chefs der Sparkassen, der Volks- und Raiffeisenbanken, die sicherlich in der Krise einen sehr viel besseren Job gemacht haben, eher stiefmütterlich behandelt werden?

Wie können Sie sich schützen vor der zunehmenden Desinformation und Instrumentalisierung der Information? Natürlich ist ein Weg, die richtigen Medien zu nutzen, also die öffentlich-rechtlichen. Das zweite ist sicherlich, sich auf Medienreduktionskosten zu setzen. Braucht man einen Fernseher? Ich habe keinen und lebe ganz gut damit. Muss man jeden Tag Nachrichten sehen oder hören? Nicht unbedingt. Das, was wichtig ist, bekommen Sie auf jeden Fall mit. Ich lebe seit Jahren sehr gut ohne Fernseher, Radio höre ich nur im Auto. Und wenn etwas Gesprächsthema des Tages ist, werden Sie das automatisch mitbekommen, das garantiere ich Ihnen. Lassen Sie den Ereignissen zwei, drei, vier Tage Zeit, bevor Sie sie an sich ranlassen. Bis dahin hat sich vieles Wichtige als Unwichtiges herausgestellt.

Bücher halte ich für äußerst wichtig. Sie sind vielleicht heutzutage noch das einzige Medium, wo Autoren die Möglichkeit haben, lange Gedankengänge zu entwickeln und unkonventionelle Ideen zu erörtern. Außerdem sind Bücher relativ schwer manipulierbar. Wenn mal eines gedruckt ist und es im Regal steht, kann man es sich auch in zwei Jahren wieder holen. Das ist bei Informationen im Internet nicht so. Diese werden ständig verändert, ohne dass Sie selber das so richtig merken.

Ich komme zum Schluss. Information ist hierarchisch strukturiert. Das ist das Wesen der Information. Es gibt gute, es gibt schlechte Information. Es gibt auch Desinformation. Dies sind Themen und Probleme, die der wissenschaftlichen, der politischen und auch der öffentlichen Debatte bedürfen. Wenn wir sie ignorieren,

dann besteht die Gefahr, dass wir mit Hochgeschwindigkeit ins Informationsnichts rasen.

Zum Autor:

Max Otte, geb. 1964, promovierte an der Princeton University und war von 1998 bis 2000 Assistant Professor für internationale Wirtschaft und internationales Management an der Boston University. 1999 gründete er das Instituts für Vermögensentwicklung IFVE in Köln, dessen Präsident er auch ist. Er lehrt außerdem allgemeine und internationale Betriebswirtschaftslehre an der FH Worms. Bekannt wurde Max Otte vor allem durch seinen Bestseller „Der Crash kommt“, in dem er schon 2006 vor der Finanzkrise gewarnt hat.

Bücher (Auswahl):

- Der Crash kommt. Econ-Verlag. 2006.
- Investieren statt sparen – Wie man mit Aktien ein Vermögen aufbaut. Ullstein-Verlag. 2008.
- Der Informationscrash – Wie wir systematisch für dumm verkauft werden. Econ-Verlag. 2009.