

SPIELTHEORIE

Eins für dich, der Rest für mich

Millionen Menschen überweisen Geld an anonyme Online-Händler und hoffen, dass diese ihnen die gewünschte Ware schicken. Klingt verrückt? Der Ökonom Axel Ockenfels erforscht, warum Internet-Auktionen trotzdem funktionieren.

VON CHRISTOPH UHLHAAS

Ein Gebrauchtwagen im Internet ersteigern – ohne Garantie und ohne das Fahrzeug je gesehen, geschweige denn Probe gefahren zu haben? Naiv? Vielleicht. Aber kein Einzelfall. Beim Online-Auktionshaus E-Bay wechselt allein in Deutschland alle zwei Minuten ein Fahrzeug den Besitzer. Mehr als 20 Millionen Deutsche haben sich auf der Internet-Plattform angemeldet und überweisen wildfremden Menschen Geld, ohne sicher sein zu können, dass die Ware auch tatsächlich und im gewünschten Zustand bei ihnen ankommt.

In der Regel werden ihre Erwartungen nicht enttäuscht. Für Wirtschaftsforscher grenzt das an ein Wunder, widerspricht es doch ihrem alten Menschenbild vom rationalen, nach maximalem Gewinn strebenden Homo oeconomicus. Auf dem elektronischen Marktplatz E-Bay scheint dieser wenig zu sagen zu haben: Vertrauen seitens des Käufers und Fairness seitens des Verkäufers lauten die

Prinzipien, dank derer die Plattform floriert.

Der experimentierfreudige Wirtschaftsprofessor Axel Ockenfels von der Universität zu Köln hat sich das Online-Auktionshaus E-Bay zum Forschungsfeld erkoren (siehe Kasten auf S. 49). Schon lange erforschen Ökonomen im Labor, wie Menschen wirtschaftliche Entscheidungen treffen. Die Spieltheorie, ein Zweig der Mathematik, liefert ihnen dafür die passenden Modelle und Instrumente, darunter das Ultimatum-Spiel. Dessen Grundprinzip ist einfach: Spieler A erhält einen Betrag X – sagen wir 20 Euro – unter der Bedingung, dass er einen beliebigen Teil des Geldes seinem Mitspieler B anbietet. Nimmt dieser das Angebot an, wird das Geld wie vereinbart aufgeteilt und tatsächlich ausgezahlt. Lehnt er ab, gehen beide leer aus. Absprachen sind nicht erlaubt.

Ockenfels hat dieses Paradigma in einem noch laufenden Feldexperiment an bislang rund 400 E-Bay-Verkäufern getestet. Die Online-Händler tickten dabei ganz ähnlich wie studentische

Versuchspersonen: Im Durchschnitt gibt Spieler A rund 40 Prozent ab; das häufigste Angebot liegt bei fifty-fifty. Bietet A hingegen weniger als ein Drittel des Gesamtbetrags, lässt Spieler B den Deal im Normalfall platzen. Nur warum? Ein paar Euro wären schließlich immer noch besser als nichts. Und würde A damit rechnen, dass B nach dieser Maxime handelt, bräuchte er nicht mehr als einen Euro anbieten. Doch das wagen nur die wenigsten – wohl wissend, dass sich der Mitspieler meist nicht mit einem unverschämte niedrigen Anteil zufrieden gibt.

Das Spannende an Ockenfels' Ergebnissen: Das Verhalten im Experiment sagte in der Tendenz auch etwas über das Verhalten als E-Bay-Handelspartner aus. Wer im Experiment gierig war, hatte in ▶

HABEN ODER NICHT HABEN

Die meisten Menschen fühlen sich übervorteilt, wenn jemand sie mit weniger abspesen will, als ihnen vermeintlich zusteht.



The screenshot shows the eBay profile of a user named 'aockenfels'. At the top, there is the eBay logo and navigation links for 'Startseite' and 'Artikel bezahlen'. Below this are buttons for 'Kaufen', 'Verkaufen', and 'Mein eBay'. A greeting says 'Hallo! Einloggen oder anmelden'. There are also links for 'zurück zu Mein eBay' and 'Startseite > Gemeinschaft'. The main section is titled 'Bewertungsprofil: aockenfels (302 ☆)'. It displays a table of statistics: 'Bewertungsprofil: 302', 'Positive Bewertungen: 100%', 'Mitglieder, die mich positiv bewertet haben: 302', 'Mitglieder, die mich negativ bewertet haben: 0', and 'Alle positiven Bewertungen: 312'. A link for 'Weitere Informationen' is provided. Below the statistics are tabs for 'Bewertung erhalten', 'Von Käufern', and 'Von Verkäufern', with a sub-header '312 Bewertungen für aockenfels (0 Bewertungen einverne)'. The 'Bewertungskommentar' section lists eight positive reviews, each starting with a green plus sign in a circle. The reviews are: 'alles ok', 'super Auktion! Gerne wieder!', 'Es hat wirklich Spaß gemacht! Danke!', 'Spieltheorie rocks!', 'super gelaufen! selten so viel spass gehabt;-)', 'Geld wie besprochen erhalten - gerne wieder!!!', 'Alles super geklappt! Danke Herr Professor! =)', and 'Schnelle Lieferung. Gerne wieder!'. At the bottom left, the word 'Fertig' is visible.

▷ der E-Bay-Gemeinschaft tendenziell einen schlechteren Ruf, zum Beispiel wegen mangelhafter Ware. Das rächt sich, denn potenzielle Käufer sind gewarnt und bieten lieber auf Auktionen anderer Verkäufer. Und ein Käufer, der eine schlechte Erfahrung gemacht hat, geht kein zweites Mal einen Handel mit demselben Verkäufer ein. Sollte sich das nicht vermeiden lassen, etwa weil sich die Verhältnisse umkehren und der Käufer zum Händler wird, handelt er wahrscheinlich nach dem Motto: »Wie du mir, so ich dir.« In der Sprache der Ökonomen heißt dieses Prinzip »Reziprozität«. Wer dagegen zufrieden war, verhält sich beim nächsten Mal wahrscheinlich selbst fair, und es entsteht gegenseitiges Vertrauen. »Faires Verhalten lohnt sich«, resümiert Ockenfels.

FAIRNESS UND HABGIER UNTER EINEM HUT

Fairness und Vertrauen – das sind Fremdwörter für den Homo oeconomicus, der allein auf seinen persönlichen finanziellen Vorteil bedacht ist. Ockenfels arbeitet erfolgreich daran, diesen habgierigen Typ aus den Lehrbüchern zu verdrängen: Sein Modell, das er zusammen mit Gary Bolton von der Pennsylvania State University im Jahr 2000 veröffentlichte, bringt die ganze Bandbreite vom fair teilenden bis zum egoistischen Zeitgenossen unter einen Hut und kann Befunde wie die aus dem Ultimatum-Spiel vorhersagen.

Die Theorie von Bolton und Ockenfels erklärt, unter welchen Rahmenbedingungen in der Wirtschaft welches der drei Motive Fairness, Reziprozität oder Eigennutz dominiert. Der ERC-Theorie zufolge – benannt nach den englischen Begriffen Equity, Reciprocity und Competition – strebt der Mensch nicht einfach nach maximalem Gewinn, sondern achtet darauf, dass sein Anteil ähnlich groß ist wie der der anderen. Anders ge-

»SPIELTHEORIE ROCKS!«

So kommentierte E-Bay-Kunde »masta u« einen abgeschlossenen Deal zum Wohl der Wissenschaft – und bewertete den Auktionsforscher Axel Ockenfels positiv.



AXEL OCKENFELS

- ▶ geboren 1969
- ▶ 1994 Diplom in Ökonomie an der Universität Bonn
- ▶ 1998 erhält er den Preis der Universität Magdeburg für die beste Promotion
- ▶ 1999 bis 2000 Assistenzprofessor an der Harvard University
- ▶ 2000 veröffentlichte er gemeinsam mit Gary Bolton von der Pennsylvania State University die ERC-Theorie
- ▶ 2002 Gruppenleiter am Max-Planck-Institut zur Erforschung von Wirtschaftssystemen in Jena
- ▶ seit 2003 Direktor des Laboratoriums für Experimentelle Wirtschaftsforschung an der Universität zu Köln
- ▶ 2005 Leibniz-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft
- ▶ 2006 Großer Preis der deutschsprachigen Wirtschaftswissenschaftler
- ▶ 2007 Philipp-Morris-Forschungspreis für die Widerlegung des Modells vom Homo oeconomicus

AXEL OCKENFELS VERSTEHT SICH ALS MARKTDESIGNER. Er testet Regeln und Strategien für wirtschaftliche Entscheidungen, um »intelligente Märkte« für das Internet, aber auch im Energie- und Telekommunikationssektor zu entwickeln. Im Computerlabor simuliert er Situationen, in denen die Teilnehmer durch wirtschaftliches Handeln höchstmöglichen Gewinn anstreben. An der Universität zu Köln steht ihm dafür ein eigenes Labor zur Verfügung, mit 32 Rechnerplätzen eines der größten und modernsten in Deutschland. Wer sich geschickt anstellt, kann hier ordentlich Geld verdienen, denn um die Bedingungen im Versuch den realen anzugleichen, wird das erwirtschaftete Kapital tatsächlich ausgezahlt.

Eine wissenschaftliche Laufbahn auf diesem Gebiet hatte Ockenfels bis kurz vor seinem Studienabschluss eigentlich nicht geplant. Als der Bonner Wirtschaftsprofessor Reinhard Selten ihm 1994 eine Diplomarbeit über ein als kostenloses Gewinnspiel getarntes Experiment anbot, erschien ihm das wenig seriös. Schließlich entschied er sich doch dafür, und noch während er die Arbeit schrieb, erhielt Selten für seine spiel-

theoretische Forschung den Nobelpreis. Heute ist der Selten-Schüler Ockenfels selbst einer der international führenden Spieltheoretiker und experimentellen Wirtschaftsforscher. Für seine Untersuchungen erhielt Ockenfels mit dem Leibniz-Preis 1,55 Millionen Euro, den ihm die Deutsche Forschungsgemeinschaft 2005 für seine Arbeit zu Internet- und Auktionsmärkten verlieh.

EIN STECKENPFERD VON OCKENFELS IST E-BAY. Seit 2003 arbeitet er mit dem Online-Auktionshaus zusammen. Neben dem verbesserten Bewertungssystem brachte er auch so genannte Multi-auktionen mit auf den Weg, bei denen mehrere Artikel zugleich angeboten werden. Privat ersteigere er nur ab und zu etwas für seine beiden Kinder, berichtet der Forscher. Aber wenn er bei E-Bay etwas verkauft, dann nicht um des Geschäfts, sondern um der Wissenschaft willen: Wer eingeladen wird, auf Auktionen eines Verkäufers unter dem E-Bay-Pseudonym »aockenfels« zu bieten, kann an einem ökonomischen Experiment teilnehmen und sich etwas dazuverdienen.

sagt: Er freut sich über ein Stück Kuchen nur, solange die anderen nicht zwei bekommen. Jeder zieht hier allerdings seine eigenen Grenzen. Manch einer reagiert sehr empfindlich, wenn er sich übervorteilt fühlt, ein anderer gibt sich auch mit weniger zufrieden.

Wer zu kurz kommt, ärgert sich außerdem mehr, wenn eine reale Person ihn unfair behandelt hat. Entscheidet ein Zufallsgenerator in einer simulierten Online-Auktion, ob die Ware geliefert wird oder nicht, verhalten sich die Spieler risikofreudiger. Was sie ablehnen, ist

offenbar weniger die Aufteilung an sich als ein bewusst unfaires Verhalten.

Eine Variante des Ultimatum-Spiels bestätigt das. Wenn Spieler A die Wahl hatte, einen Betrag im Verhältnis 50 zu 50 oder 80 zu 20 aufzuteilen, und er entschied sich für 80 zu 20 zu seinen eigenen Gunsten, dann lehnten dies 41 Prozent der Mitspieler ab. Aber nur sechs Prozent ließen das Geschäft platzen, wenn ein Zufallsgenerator dieselbe Aufteilung auswählte. Die Forscher interpretierten diesen Befund so: Unfaire Ergebnisse sind dann akzeptabel, wenn der Prozess, durch

den sie zu Stande kommen, allen Beteiligten eine faire Chance gibt.

Die Entscheidung, ein Angebot anzunehmen oder abzulehnen, konnte eine Forschergruppe um Alan G. Sanfey und Jonathan Cohen von der Princeton University 2003 sogar verschiedenen Hirnregionen zuordnen. Mittels bildgebender Verfahren beobachteten sie die Aktivität im Gehirn von 19 Probanden, die an einem Ultimatum-Spiel teilnahmen, während sie in einem Kernspintomografen lagen. Nahm ein Spieler ein Angebot an, zeigten die Aufzeichnungen ▶

E-BAY FÜR ANFÄNGER: WIE SIE BEI ONLINE-AUKTIONEN DIE NASE VORN HABEN

1. NUR BEI FAIREN VERKÄUFERN BIETEN

Natürlich können Sie sich nie wirklich sicher sein – aber Sie können das Risiko eines Betrugs verringern. Prüfen Sie im Vorfeld, wie der Verkäufer von anderen Käufern bewertet wurde. Schon wenige negative Urteile sollten Sie misstrauisch machen. Vorsicht ist auch geboten, wenn der Verkäufer bislang nur für wenige oder für günstige Waren bewertet wurde und der von Ihnen anvisierte Artikel deutlich teurer ist.

2. VORSICHT BEI SUPERLATIVEN

Das Betrugsrisiko ist laut einer Studie über E-Bay-Auktionen aus dem Jahr 2006 höher, wenn jemand seine Ware als Rarität oder als außerordentlich gut erhalten anpreist.

3. NICHT ZU VIEL BIETEN

Überlegen Sie sich genau, wie viel Sie maximal für den Artikel zahlen wollen. Was die Ware in etwa wert ist, können Sie zum Beispiel anhand der Festpreise in Online-Shops überprüfen.

4. DIE VERSANDKOSTEN MITBERECHNEN

Verkäufer verlangen manchmal überhöhte Gebühren für den Versand, um ihren Gewinn zu steigern – diese versteckten Kosten sollten Sie nicht übersehen.

5. KRUMME BETRÄGE BIETEN

Wenn Sie nun wissen, wie viel Sie zahlen wollen, rechnen Sie den kleinstmöglichen Betrag hinzu – machen also aus 10 Euro dann etwa 10,50 Euro. Ihre Konkurrenz berechnet vorher ein Höchstgebot und kommt vielleicht zu einem ähnlichen Ergebnis, aber ohne Aufschlag. Sie liegen am Ende vorn.

6. NUR EINMAL BIETEN

Erhöhen Sie Ihr Gebot nicht im Lauf der Auktion. Sie gehen sonst in der Hitze des Gefechts möglicherweise zu hoch, nur um nicht zu verlieren.

7. SPÄT BIETEN (»SNIPEN«)

Bieten Sie wenn möglich erst in den letzten Minuten der Auktion. Konkurrenten haben so in der Regel keine Chance mehr, Sie noch kurz vor Schluss zu überbieten. Außerdem treiben frühe Gebote den Preis unnötig in die Höhe.

8. BIETEN LASSEN

Wenn Sie kurz vor dem Auktionsende keine Zeit haben, können Sie einen elektronischen Bietagenten beauftragen, für Sie ein Gebot abzugeben. Solche Hilfsmittel finden Sie über bekannte Suchmaschinen.

9. FRUSTGEBOTE VERMEIDEN

Wenn Sie trotzdem verloren haben, ärgern Sie sich nicht. Und verschieben Sie weitere Gebote auf den nächsten Tag, damit Sie nicht aus Frust zu viel zahlen.

PS: NA, GEWONNEN?

Dann haben Sie wahrscheinlich zu viel geboten, denn das ist der »Winner's Curse«, der Fluch des Gewinnens. Laut einer Studie von Hanh Lee und Ulrike Malmendier von den Universitäten Stanford und Berkeley aus dem Jahr 2006 zahlen drei Viertel aller Auktionsgewinner zu viel. Bei 43 Prozent der Auktionen liege der Preis am Ende über dem eines Sofortkaufs, inklusive Versand sollen es gar 72 Prozent sein.

▷ verstärkte Aktivität im dorsolateralen präfrontalen Cortex, einem Bereich des Stirnhirns, der von Experten auch mit zielgerichtetem, kontrolliertem Denken in Verbindung gebracht wird. Wurde das Angebot für unfair befunden und abgelehnt, war die vordere Inselrinde aktiver, eine mit dem limbischen System verbundene, entwicklungsgeschichtlich alte Struktur der Großhirnrinde, die mit Abscheu und anderen negativen Emotionen in Zusammenhang steht. Und je ungerechter das Angebot, desto stärker die Aktivität in dieser Struktur im Vergleich zu anderen Regionen. Cohen, Direktor des Princeton Center for the Study of Brain, Mind and Behavior, glaubt, dass diese beiden Bereiche bei der Entscheidung im Ultimatum-Spiel miteinander konkurrieren.

Wie sich Menschen in Sachen Wirtschaft verhalten, hängt dem Kölner Ökonomen Ockenfels zufolge nicht nur von einer mehr oder weniger egoistischen Veranlagung ab, sondern auch von den Spielregeln. »Regeln können Teilnehmer in einem Laborexperiment mal in Richtung Egoismus, mal in Richtung Kooperation beeinflussen«, hat er beobachtet. Wenn beispielsweise über mehrere Runden dieselben beiden Spieler miteinander Handel treiben, steigen faires Verhalten und Vertrauen auf ein hohes Niveau. Wenn jedoch klar ist, dass das Spiel nach der nächsten Runde endet, fällt der Kooperationswille steil ab: Habgier kann sich nun nicht mehr rächen. Ockenfels interessiert insbesondere, welche Spielregeln in großen, anonymen Gruppen wie Internet-Gemeinschaften Fairness

und Glaubwürdigkeit herstellen. Bestes Beispiel ist das Online-Auktionshaus E-Bay, dem dies gelingt, indem sich Käufer und Verkäufer gegenseitig bewerten, nachdem Geld und Ware ihr Ziel erreicht haben.

Bei E-Bay kann sich jeder informieren, ob vorangehende Handelspartner einen Verkäufer positiv, neutral oder negativ beurteilt haben. Wenn ein Händler die Ware trotz eingegangener Zahlung nicht schickt, muss er Vergeltung fürchten: Der Käufer wird ihn wahrscheinlich schlecht bewerten und damit andere Interessenten vor ihm warnen. In Kommentaren können diese dann nachlesen, was bei dem Handel konkret schief gelaufen ist. »Dieses Reputationssystem funktioniert wie eine organisierte Gerüchteküche und ersetzt den Klatsch und

Tratsch in der Offline-Welt«, erklärt Ockenfels. Schwarze Schafe haben da auf Dauer keine Chance.

Mit 144 Versuchspersonen simulierten Ockenfels und seine Kollegen im Labor Online-Auktionen, denen die elektronische Gerücheküche fehlte. Das Prinzip: Zwei Spieler – ein Käufer und ein Verkäufer – erhielten ein identisches Guthaben. Lieferte der Verkäufer ordnungsgemäß die (fiktive) Ware, bekamen beide einen kräftigen Bonus. Doch der Verkäufer sahnte noch mehr ab, wenn er trotz Bezahlung nicht lieferte. Der Käufer verlor dann sein Guthaben. Wollte er dieses Risiko vermeiden, verzichtete er auf den Handel.

Die Forscher konnten beobachten, dass schon nach zehn Runden allenfalls noch ein Drittel aller möglichen Transaktionen abgeschlossen wurde, also der Kauf zu Stande kam und der Verkäufer lieferte. Nach 20 Runden sank die Quote auf zehn Prozent und weniger. Denn sobald die Händler realisierten, dass sie keinen Ruf zu verlieren hatten, betrogen sie immer skrupelloser, worauf die Mit-

spieler mit Kaufboykott reagierten. Das System siechte schließlich dahin.

Funktioniert E-Bay also allein der Bewertung wegen? Der Verkäufer liefert, weil er ein negatives Urteil fürchtet, und der Käufer vertraut eben darauf. Genügt dann nicht doch wieder der gute alte Homo oeconomicus, um das wirtschaftliche Miteinander zu erklären?

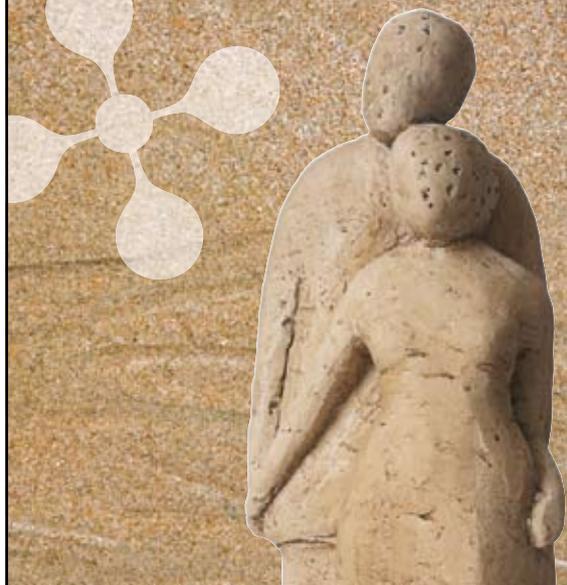
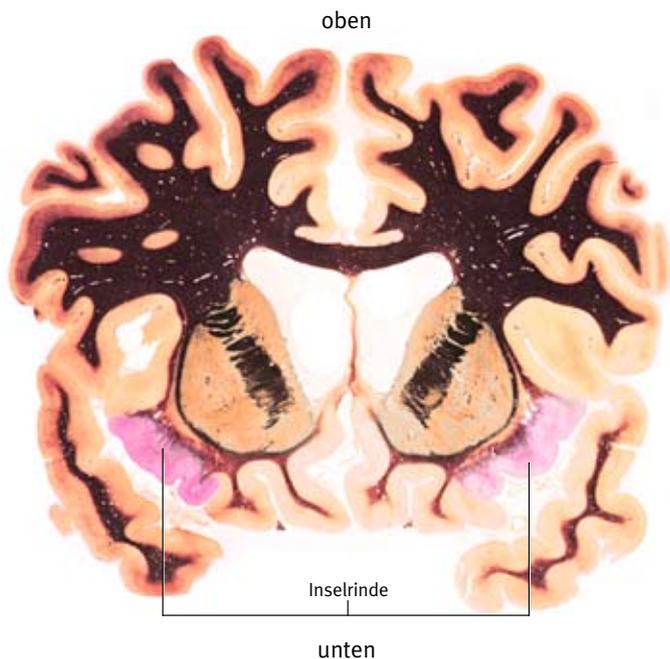
Nicht ganz. Selbst ohne Bewertungssystem gibt es immer einige, die lieber den beiderseits profitablen Ausgang herbeiführen und die Ware liefern – dank einer »intrinsisch motivierten Vertrauenswürdigkeit«, wie Ockenfels es nennt, einer Fairness um der Fairness willen.

ES GEHT UMS PRINZIP!

Und noch etwas spricht gegen den Sieg des lupenreinen Egoisten. Wer mit einer negativen Bewertung vor einem Verkäufer warnt, hilft damit nur anderen potenziellen Käufern – er selbst muss dagegen eine Retourkutsche fürchten, denn der Händler kann den Käufer seinerseits zum Beispiel als säumigen Zahler an den Pranger stellen. Dennoch gehen viele dieses Risiko ein. Wie Ultimatum-Spieler B empört ein unverschämtes mickriges Angebot ablehnt, wurmt es auch einen E-Bay-Käufer so sehr, betrogen zu werden, dass er seinem Ärger Luft machen will – sogar auf die Gefahr hin, dass er im Gegenzug negativ beurteilt wird. Es geht eben ums Prinzip. ▶

WÄCHTER DER FAIRNESS

Wenn wir uns unfair behandelt fühlen, wird tief im Gehirn (hier im Querschnitt) die vordere Inselrinde aktiv, die unter anderem negative Emotionen verarbeitet.



Familiensegen

✦ chrismonshop.de



Zum Anfassen schön: ein Bild von einer Familie, eine Skulptur, mit der Sie leben wollen

Erfreuen Sie mit diesem Werk andere oder beschenken Sie sich selbst: Die Figuren zeigen verschiedene Lebenssituationen, vom Paar bis zur Familie. Sie strahlen Harmonie, Vertrauen und Zuversicht aus, ihr zeitloses Design kommt in jeder Umgebung wunderbar zur Geltung. Die Figuren sind aus beigefarbenem Kunststein gefertigt. Es gibt sie in zwei Größen: 19,5 oder 32 Zentimeter hoch.

Name | Vorname

Straße | Hausnummer

PLZ | Ort

Telefon | Fax

Datum | Unterschrift

Anzahl	Artikel	Bestellnr.	Preis (inkl.Versand)
	Paar ohne Kind (gr)	5526	38,-
	Paar ohne Kind (kl)	5527	25,-
	Paar mit 1 Kind (gr)	5528	38,-
	Paar mit 1 Kind (kl)	5529	25,-
	Paar mit 2 Kindern (gr)	5530	38,-
	Paar mit 2 Kindern (kl)	5531	25,-
	Paar mit 3 Kindern (gr)	5532	38,-
	Paar mit 3 Kindern (kl)	5533	25,-

Coupon bitte ausschneiden und senden an: Hansisches Druck- und Verlagshaus GmbH, edition chrismon, Postfach 50 05 50, 60394 Frankfurt. Die Bezahlung erfolgt gegen Rechnung. Bei Auslandsbestellungen wird unabhängig vom Bestellwert das Auslandsporto gesondert berechnet, die Bezahlung erfolgt gegen Rechnung, der Warenversand erfolgt nach Zahlungseingang. Dieses Angebot gilt, solange der Vorrat reicht.

▷ Ein System wie E-Bay funktioniert daher, wenn die Teilnehmer Fehlverhalten bestrafen und dabei kurzfristig einen eigenen Nachteil in Kauf nehmen. Vielleicht kooperiert der Homo oeconomicus, weil er selbst etwas davon hat, wenn der Marktplatz floriert. Er hat gelernt, langfristig rational zu handeln.

ICH BIN O.K., DU BIST O.K.

Tatsächlich sind nach Angaben von Ockenfels etwa 98 Prozent der Bewertungen positiv. Doch der Teufel steckt im Detail: Der Ökonom vermutet, einige enttäuschte E-Bayer könnten ein negatives Urteil zurückhalten, auch wenn etwa die Ware Mängel hat und sie selbst ordnungsgemäß gezahlt haben. Weil sie im Gegenzug selbst ein negatives Urteil fürchten, trauen sie sich nicht, den Verkäufer negativ zu beurteilen, nach dem Motto: Ich tu dir nichts, dafür tust du mir auch nichts.

Die E-Bay-Macher überarbeiten derzeit gemeinsam mit Ockenfels das Bewertungssystem – mehr wird noch nicht verraten. Mitte 2007 soll es ins Netz gestellt werden. Im Vorfeld diskutierten Ökonomen verschiedene Ideen, beispielsweise, nur die Verkäufer zu bewerten. Damit gerieten die Händler allerdings ins Hintertreffen: Sie hätten keine Möglichkeit mehr, sich über eine ausbleibende oder verspätete Zahlung zu beschweren.

Ein weiterer Vorschlag, unter anderem von Ockenfels, ist, eine »Blindperiode«, vorzugeben, in der beide Partner einander bewerten können, ohne das Urteil

des anderen zu kennen. Der Kölner Forscher wendet jedoch selbst ein, auch hieraus entstünde ein neues Problem. Denn bei E-Bay können Bewertungen zurückgezogen werden, wenn beide Verkaufspartner einverstanden sind. Dies schaffe einen Anreiz, in der Blindperiode immer negativ zu bewerten, um notfalls ein Druckmittel in der Hand zu haben.

Was auch das ausgefeilteste Bewertungssystem nicht verhindern kann, ist ein einmaliger Betrug. Gerade bei größeren Summen könnte sich das lohnen. Obwohl man dem Homo oeconomicus bei E-Bay bislang anscheinend nur in zwei von hundert Fällen begegnet: Ohne Probefahrt ein Fahrzeug zu ersteigern, ist gewiss nicht zu empfehlen.

Etwas sicherer könnte der Autokäufer sein, wüsste er, wie sich der Verkäufer in einem Ultimatum-Spiel verhalten hat. Zwar zeigten Menschen aus verschiedenen sozialen Schichten, Ländern und Kulturen gleichermaßen die Einsicht, dass sie mit einer fairen Strategie am weitesten kommen, berichtet Ockenfels. Doch eine Gruppe fiel aus der Reihe und gab im Durchschnitt einen kleineren Anteil ab. »Diese Personen waren offenbar in dem Glauben, dass Menschen lieber wenig Geld bekommen als gar keins«, erläutert Ockenfels. Um welche Gruppe es sich handelte? Studenten der Wirtschaftswissenschaften, die Nachfolger des Homo oeconomicus. ◀

CHRISTOPH UHLHAAS ist Philosoph und vertraut als langjähriges E-Bay-Mitglied auf die Fairness seiner Mitmenschen.



Literaturtipps

Bolton, G., Ockenfels, A.: ERC. A Theory of Equity, Reciprocity and Competition. In: American Economic Review 90(1), 2000, S. 166–193.

Bolton, G., Katok, E., Ockenfels, A.: How Effective are Electronic Reputation Mechanisms? An Experimental Investigation. In: Management Science 50(11), 2004, S. 1587–1602.

Carter, J.R., Irons, M.D.: Are Economists Different, and If So, Why? In: Journal of Economic Perspectives 5, 1991, S. 171–177.

Ockenfels, A., Reiley, D., Sadrieh, A.: Online Auctions. In: Handbook on Economics and Information Systems. Elsevier 2007, S. 571–628.

Sanfey, A.G., Rilling, J.K., Aronson, J.A., Nystrom, L.E., Cohen, J.D.: The Neural Basis of Economic Decision Making in the Ultimatum Game. In: Science 300, 2003, S. 1755–1757.

Weblinks

Zum Thema Spieltheorie:
<http://wikiludia.mathematik.uni-muenchen.de>

Website mit Diskussionsforum des Mathematischen Instituts an der Ludwig-Maximilians-Universität München

Zum Thema Wirtschaftsforschung:
<http://ockenfels.uni-koeln.de>

Internet-Auftritt von Axel Ockenfels an der Universität zu Köln mit Links zu seinen Publikationen

www.gesy.uni-mannheim.de/dipa/114.pdf

Studie von 2006 über den Einfluss der Reputation auf Online-Auktionen

www.csmbm.princeton.edu/ncc/publications/2003/1755.pdf

Studie zur Lokalisierung neuraler Korrelate von ökonomischen Entscheidungen im Gehirn (2003)

www.econ.berkeley.edu/~ulrike/Papers/ebay15.pdf

Studie zum Fluch des Gewinns (»The Bidder's Curse«) aus dem Jahr 2006