

„Fairness zahlt sich aus im Leben“

Star-Ökonom Axel Ockenfels erklärt, warum Egoisten häufig den kürzeren ziehen und wie sich bei Ebay gute Geschäfte machen lassen

Herr Ockenfels, ist der Ehrliche immer der Dumme?

Nein.

Dann zahlt sich also Fairness aus?
Ja, in der Regel ist es klug, sich fair zu verhalten.

Wieso sagen die Ökonomen, mit Egoismus komme man weiter?

Die Modellwelt der Wirtschaftswissenschaft wird vom *homo oeconomicus* bevölkert, einem hundertprozentig rationalen und eigennützigem Entscheider. Der hat jedoch nie außerhalb der Modelle existiert.

Aber die Wirtschaftswissenschaften haben ihm ziemlich lange die Reverenz erwiesen.

Aus meiner Sicht ist der *homo oeconomicus* manchmal eine hilfreiche Fiktion, denn Menschen reagieren wie der *homo oeconomicus* auch auf Anreize. Allerdings tun sie das nicht immer rational.

Ist der Mensch dann doch kein Egoist, wie die Ökonomen immer mutmaßen?

Eine Grundverhaltensannahme in den Wirtschaftswissenschaften lautet: Mehr Geld ist besser als weniger. Das stimmt nicht immer. Bei vielen Menschen spielt zum Beispiel die relative Position eine große Rolle. Sie sind lieber reich in einem armen Land, selbst wenn sie dabei absolut weniger haben als ein Armer in einem reichen Land.

Ein Rationalist hätte lieber absolut mehr Geld.

Ja. Und daß viele anders denken, zeigt sich etwa im Ultimatum-Spiel.

Klingt gefährlich.
Bei dem Spiel bekommt einer, nennen wir ihn den „proposer“, 100

„Es gibt gute Gründe, sich nett zu verhalten, obwohl man vielleicht gar nicht wirklich nett ist.“

Euro zur Verfügung gestellt. Von diesem Geld muß er jemand anderem einen Teil anbieten. Nimmt der andere, der „responder“, das Angebot an, darf der proposer das übrige Geld behalten. Lehnt der „responder“ ab, bekommt der „proposer“ gar nichts.

Wer spielt denn solche Spiele?
Zum Beispiel wir hier mit Versuchspersonen an der Kölner Universität. Das Spiel läuft in unserem neuen Laboratorium für Wirtschaftsforschung unter anonymen Bedingungen ab. Unsere Versuchspersonen sitzen jeweils isoliert in einer Computerbox und kennen sich nicht.

Und wie sind die Ergebnisse?
Wäre mehr Geld besser als weniger, würde der „proposer“ seinem Gegenpart einen Euro anbieten. Der nähme an, der „responder“ erhielte 99 Euro. Beide hätten am Ende mehr als vorher und wären zufrieden.

Aber so läuft es nicht.
Genau. Meistens läuft es darauf hinaus, daß der eine 50 Euro anbietet und der andere diesem Betrag zustimmt.

Ihre Probanden sind also fair.
Jedenfalls verhalten sie sich so. Allerdings: Wer die Hälfte abgibt, kann dies auch aus egoistischen Gründen tun.

Warum sollte er?
Ein Egoist sollte zu Recht Angst haben, daß ein kleines Gebot abgelehnt wird. Bei Verhandlungen gibt es oft gute Gründe, sich nett zu verhalten, obwohl man in Wirklichkeit vielleicht gar nicht nett ist.

Jeder Moralphilosoph würde Ihnen da zustimmen.
Der Unterschied zu den Philosophen ist: Wir untersuchen reale Entscheidungen von realen Personen. Und da ist es eben nicht rational, egoistisch zu sein. In der Realität lohnt sich faires Verhalten.

Was heißt das im praktischen Wirtschaftsleben, bei Verhandlungen, in Märkten?

Gut läßt sich das auf Marktplattformen im Internet beobachten, zum Beispiel bei Ebay. Hier handelt es sich ja um einen sehr großen Markt mit anonymen Teilnehmern. Also besteht grundsätzlich die Gefahr, an böswillige, nicht ver-



Lernst du noch oder lehrst du schon? Professor Axel Ockenfels posiert als Student.

Foto Edgar Schoepel

trauenswürdige Verhandlungspartner zu geraten.

Zu Ebay-Betrüger gab es in der Vergangenheit immer wieder genügend Schlagzeilen.

Ja, aber es ist doch erstaunlich, wie gut der Markt im großen und ganzen funktioniert. Dies liegt daran, daß bereits ein kleiner Prozentsatz von Teilnehmern ausreicht, die sich aus Überzeugung fair verhalten, um auch für die anderen den Anreiz zu schaffen, nett zu sein. Weil dann die Egoisten so tun, als gehörten sie zu den Netten, erzeugen sie Kooperation, durch die sich am Ende alle besserstellen können.

Wie im Ultimatum-Spiel, wo jeder der Verhandlungspartner mit 50 Euro nach Hause geht.

Genau. In der Vergangenheit hörte man oft die Meinung, daß ein bißchen Fairness in einem großen Markt nichts bewirke, keine Rolle spiele. Ein Irrtum, wie unsere Studien klar zeigen. Ob sich allerdings Fairness durchsetzt, hängt von der Organisation der Märkte ab. Bei Internet-Plattformen wie Amazon und Ebay reichen die Bewertungen der Geschäftspartner untereinander prinzipiell aus, um das bißchen echte Nettigkeit zu multiplizieren und damit den großen Markt zu stabilisieren – selbst wenn die Marktteilnehmer in der Regel von egoistischen Motiven getrieben werden.

Viele Ökonomen glauben, Märkte seien an sich etwas Positives und Egoismus sogar eine der Voraussetzungen, daß sie funktionieren.

Der Markt ist nicht per se gut. Ohne Zweifel sind Märkte ein wunderbares Werkzeug, um Wohlfahrt zu schaffen. Allerdings wissen wir heute auch, daß die Details des Marktdesigns wesentlich für das Funktionieren oder Scheitern von Märkten sein können.

Der Senkrechtstarter

Axel Ockenfels ist einer der **Shootingstars** der deutschen Ökonomenzene. Bereits mit **34** wurde er an der Kölner Universität **Professor** für Wirtschaftliche Staatswissenschaften sowie Direktor des Energiewirtschaftlichen Instituts. Anfang März erhielt er für seine Forschungen den mit 1,55 Millionen Euro dotierten **Leibniz-Preis**, den Fachleute gerne als „deutschen Nobelpreis“ bezeichnen. Zu Ockenfels' Mentoren an der Hochschule gehörte der Nobelpreisträger **Reinhard Selten**. In seinen Forschungen beschäftigt sich Ockenfels mit dem Verhalten von Menschen bei **ökonomischen Entscheidungen**. Der Volkswirt setzt dabei auf **menschliche Experimente**: Im April wird ein computergestütztes Laboratorium für Wirtschaftsforschung eingerichtet. Daneben arbeitet der Wissenschaftler als **Berater für Ebay**. Ockenfels ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Was meinen Sie mit Design?

Die Regeln, nach denen die Märkte ablaufen. Zwei Beispiele: In Kalifornien kam es nach der Liberalisierung des Strommarktes zu einer Krise. Dies war keine Energiekrise, sondern eine Designkrise, ausgelöst durch Fehler in den Marktregeln. Und in vielen Ländern sind die Versteigerungen der UMTS-Mobilfunk-Lizenzen schiefgelaufen, weil die Auktionsregeln strategisches Bieten herausforderten. So wurden Marktstrukturen geschaffen, die für Jahre gelten und die Preise beeinflussen.

Sind das nicht Einzelfälle?

Die Regeln entscheiden, ob Märkte und Verhandlungen zum Erfolg führen. Ob das jetzt Energiemärkte oder Tarifverhandlungen sind oder die Föderalismusreform.

„Bei Auktionen haben viele Gewinner zuviel geboten. Weil sie den Wert der Ware überschätzen.“

Warum ist die gescheitert?

Meines Erachtens war ein Problem, daß der Knackpunkt an das Ende der Verhandlung gesetzt wurde. Alles, was bis dahin erreicht wurde, hat man von einer Einigung bei der Bildungsfrage abhängig gemacht. Das ist ein typischer Designfehler.

Was wäre Ihr Vorschlag gewesen?

Dinge, auf die man sich vorher geeinigt hat, sollten bindend sein. So werden Teilerfolge erreicht. Wir sind gerade dabei, Verhandlungsinstitutionen weiter zu erforschen und zu optimieren. Sehr viel weiter sind wir beim Auktionsdesign, wo die Anwendungsmöglichkeiten in der Wirtschaft und beim Staat besonders zahlreich sind.

Zum Beispiel?

Denken Sie an den zunehmenden Einsatz von Auktionen in zentralen Bereichen des Energiehandels. Auf Flughäfen können knappe Start- und Landerechte versteigert werden. Ähnlich läßt sich der Zugang zum Gleissystem der Bahn marktlich gestalten. Mit intelligenten Marktregeln kann man dafür sorgen, daß selbst solche komplexen Infrastrukturindustrien zum Wohle aller funktionieren.

Bei Ebay sind Sie auch aktiv – Sie beraten das Auktionshaus, wie es seine Versteigerungen besser organisieren kann.

Ebay ist ein Beispiel für gelungenes Marktdesign. Derzeit sind wir dabei, die Power-Auktionen zu optimieren. Mehr kann ich jetzt dazu aber noch nicht sagen.

Ihr konkreter Tip für Ebay-Käufer und -Verkäufer? Worauf müssen sie achten?

Am besten spät steigern. Und genau überlegen, wieviel man bieten will.

Das hört sich jetzt eher trivial an.

Ist es aber nicht. Viele Gewinner bieten zuviel, weil sie den Wert der Ware systematisch überschätzen. Meinen Studenten demonstriere ich das mit einem Marmeladenglas.

Aba?

Einem Marmeladenglas voller Cent-Stücke. Das dürfen sie ersteigern. Das höchste Gebot gewinnt. In dem Augenblick aber, wenn ich einem Studenten sage, du hast gewonnen, weiß er, er hat ein Problem. Denn er hat mehr geboten als alle 400 anderen Kommilitonen im Hörsaal – die glau-

ben, daß das Glas weniger wert ist.

Und das ist es dann auch?

Ja, das Durchschnittsgebot kommt meist ziemlich gut an den Wert heran. Der Gewinner dagegen zahlt vier- bis fünfmal mehr. Gegen diesen Fluch des Gewinn-

nens sind übrigens Praktiker oder Harvard-Studenten kurz vor dem Abschluß genauso wenig gefeit wie Erstsemester an der Kölner Uni. Ein weiterer Grund, den *homo oeconomicus* zu Grabe zu tragen.

Das Gespräch führte Thiemo Heeg.

**Nie wieder Check-ins, Gepäckband oder lange Schlangen.
Es ist einfacher, als Sie denken.**

**Einführung der Private Jet Card.
25 Stunden - nur einmal bezahlen.**



PRIVATE JET CARD
MICHAEL MÜLLER
Member Since June 2002

- Fliegen Sie 25 Stunden problemlos mit der besten Flotte der Welt
- Nehmen Sie Familie und Freunde mit auf 6-12 Rundreisen in Europa
- Keine Positionierungskosten - Sie zahlen nur den Flug
- Zugriff auf die Europäische und US - Flotte von NetJets
- 13 verschiedene Flugzeugtypen, 500 Flugzeuge, immer 2 Kapitäne
- Fliegen Sie von tausenden unbeeengten, sicheren Flughäfen
- Fliegen Sie nach Ihrem eigenen Zeitplan, wann immer Sie wollen
- Garantierte Verfügbarkeit innerhalb von 10 Stunden
- Wählen Sie das Flugzeug, das Ihren Ansprüchen entspricht
- Ein 1-Jahres-Programm - ohne weitere Verpflichtungen

NetJets bietet Ihnen eine massgeschneiderte Lösung für Ihren individuellen Flugbedarf - egal, welche Destinationen und Flugzeugtypen Sie wählen - egal, ob Sie Teileigentum, Lease oder Blockcharter bevorzugen. Als einziges Unternehmen mit mehr als 45 Langstrecken-Jets bietet NetJets das einzige zuverlässige Transatlantik-Angebot. Kein Wunder also, dass mehr als 5.000 der weltweit führenden Unternehmen und Entscheidungsträger schon heute mit NetJets fliegen.

Um mehr über NetJets zu erfahren, rufen Sie uns bitte an unter 0800 182 0853 und +44 (0)20 7590 5185 oder schicken Sie eine e-Mail an fa@netjets.com

NETJETS
Exclusive Operator of Lufthansa Private Jet.

NetJets Europe is the marketing agent of NetJets Transportes Aereos S.A., an EU Carrier.