

PROF. DR. AXEL OCKENFELS

Die Vermessung der Menschlichkeit

Früher verehrte die Volkswirtschaft die Idee des Homo oeconomicus, den eine Mischung aus Vernunft, Selbstsucht und Kalkül antreibt. Axel Ockenfels hat dieses Modell der Wirklichkeit angepasst. Aktueller Stand der Verhaltensforschung: Fairness, Kooperation und Wettbewerb sind messbar. Und steuerbar.



Axel Ockenfels spielt gerne Skat. Die Mischung aus Strategie und Zufall findet er „ungeheuer interessant“. In der Dreierunde muss sich jeder überlegen: Wie hole ich den größten Nutzen aus meinem Blatt? Welches Risiko gehe ich ein beim Reizen? Spiele ich ein Solo oder lieber mit einem Partner?

Konkurrieren und verhandeln, kooperieren und gewinnen oder verlieren – beim Skat geht es zu wie in der Wirtschaft. Doch es gibt Unterschiede: „Das Kartenspiel wird von vielen Glückskomponenten bestimmt“, sagt Ockenfels. „Ökonomisches Verhalten ist oft durchschaubar.“ Axel Ockenfels muss es wissen. Der 38-jährige Professor für Wirtschaftliche Staatswissenschaften an der Universität zu Köln beschäftigt sich seit Jahren im Rahmen der Spieltheorie mit strategischem Verhalten und cleveren Entscheidungen. Er selbst hat wegweisende neue Modelle entwickelt, mit denen sich systematisch vorhergesagen lässt, wie Menschen in Verhandlungs- und Marktsituationen agieren.

ERC – Equity, Reciprocity, Competition heißt das bekannteste dieser Modelle, das er mit einem Kollegen aus den USA, Prof. Gary Bolton von der Penn State University, entworfen hat. ERC bedeutet soviel wie Fairness, Gegenseitigkeit, Wettbewerb. Seine Veröffentlichung im Jahr 2000 sorgte in der weltweiten Ökonomeingemeinde für Aufruhr. Erstens, weil ERC entgegen der klassischen Wirt-

„Wirtschaft spielt sich in einem sozialen Umfeld ab.“

AXEL OCKENFELS

Der Professor für Wirtschaftliche Staatswissenschaften hat Begriffe wie Reziprozität, Gegenseitigkeit und Fairness für die Wirtschaftswissenschaft messbar gemacht.





schaftslehre behauptet, Menschen würden keineswegs stets mit Dollarzeichen in den Augen den größtmöglichen Gewinn scheffeln – vielmehr verhielten sie sich häufig fair und kooperativ. Zweitens, und in dieser Aussage liegt der eigentliche Zündstoff: Ihr Verhalten lässt sich steuern.

Wie wir uns auf dem Markt bewegen ist eine Frage des Rahmens und der Regeln – und die lassen sich verändern. In einer Verhandlung mit nur einem Gegenüber, so Ockenfels, benehmen sich die meisten Menschen fair – sogar notorische Egoisten. Auf einem Markt oder bei einer Auktion jedoch, wo wir gegen eine Vielzahl von Menschen um ein Objekt buhlen, „werden wir gewissermaßen gezwungen, eigennützig zu handeln, selbst wenn wir grundsätzlich sozial eingestellt sind.“

Eine Vielzahl von Reglern und Rädchen macht es möglich, das alltägliche Spiel um Konflikt und Kooperation in die richtigen Bahnen zu lenken. Reputationssysteme sind ein wirksames Instrument, um auch in großen Märkten das notwendige Minimum an Vertrauen zu kreieren. Ockenfels hat kürzlich der Auktionsplattform Ebay geholfen, ihr System zu verbessern. Käufer und Verkäufer können sich nach Abschlüssen gegenseitig beurteilen; daraus entstehen mit farbigen Sternchen gekennzeichnete Bewertungsprofile, sichtbar für alle Auktionäre. Weil keiner als Betrüger gelten will, verhalten sich die meisten Teilnehmer korrekt. Zumal sich erwiesen hat, dass Verkäufer mit besonders gutem Leumund höhere Preise erzielen.

Was aber ist an dieser Erkenntnis neu? Seit Menschen Handel treiben, tragen sie Sorge für ihren guten Ruf. Im

Mittelalter wiesen sich Kaufleute durch Empfehlungsschreiben aus, die Aufnahme in städtische Gilden und Zünfte war an strikte Regeln geknüpft, auf den Marktplätzen konnte jeder Kunde Gewichtsangaben auf öffentlichen Waagen überprüfen. Die besten Geschäfte – zumindest langfristig – machten schon immer jene mit dem höchsten Ansehen; und wer dem anderen nicht vertraute, konnte ihn kontrollieren.

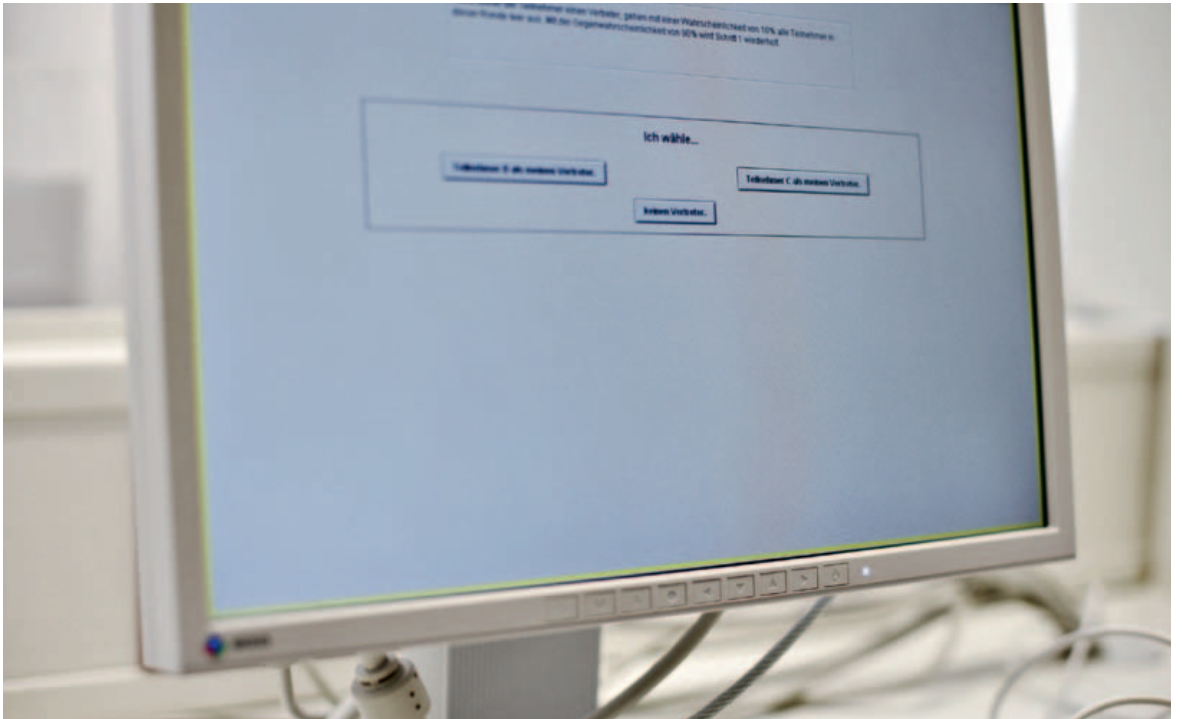
Das Prinzip der Reputation sei uralte, sagt Ockenfels, aber die Geschäftsbeziehungen hätten sich verändert: „Sie sind anonymer geworden.“ In Städten kenne man häufig nicht mal mehr seinen Nachbarn, erst recht werde auf globalen Märkten gefremdelt. Zudem würden langfristige Geschäftsbeziehungen selten, immer öfter komme es zu einmaligen Interaktionen. „Das verschärft das Kooperationsproblem.“

Durch die elektronischen Medien hat sich der Einfluss von Märkten irrwitzig vergrößert und beschleunigt. Nie war es leichter als heute, mit einem Menschen am anderen Ende der Welt ein Geschäft abzuwickeln. Und nie war es leichter, ihn dabei übers Ohr zu hauen. Das Internet hilft Menschen mit unlauteren Absichten sich hinter virtuellen Masken zu verstecken. Zugleich aber, sagt Ockenfels, „geben uns elektronische Kommunikationsmöglichkeiten Mechanismen an die Hand, neue innovative Märkte

MARKTDESIGN Eine Spezialität von Ockenfels ist das Entwerfen innovativer Regeln für moderne, elektronische Märkte. Im Labor werden mit Probanden Regeln und Prozeduren „im Windkanal“ getestet.

AXEL OCKENFELS, geboren 1969, studierte bis 1994 Volkswirtschaftslehre an der Universität Bonn. Promotion und Habilitation nach Forschungsaufenthalten an der Penn State und Harvard University in Magdeburg. 2002/03 arbeitete er am Max-Planck-Institut zur Erforschung von Wirtschaftssystemen in Jena, seit 2003 ist er als Professor am Staatswissenschaftlichen Seminar der Universität zu Köln beschäftigt, wo er auch das Laboratorium für Wirtschaftsforschung aufbaute und bis 2007 das Energiewirtschaftliche Institut leitete. Ockenfels ist Mitglied der Nordrhein-westfälischen und der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften und hat zahlreiche Preise erhalten, zuletzt den Leibniz-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft (2005) und den Gossen-Preis des Vereins für Socialpolitik (2006).





zu schaffen ohne auf Vertrauen und Kooperation verzichten zu müssen.“ Er nennt es „Marktdesign“.

Ebay ist ein Paradebeispiel: Weltweit treffen sich 212 Millionen Menschen in 33 internationalen Märkten auf vier Kontinenten. Auf diesen Plattformen tummeln sich auf der einen Seite Profis, „die den ganzen Tag nichts anderes zu tun haben, als zu überlegen, wie können sie das System und die anderen Bieter für ihre Zwecke ausnutzen“. Auf der anderen Seite bieten dort Kinder und ältere Leute mit naiver Leidenschaft: „Die müssen wir schützen.“



STIMME DER JURY
PROF. DR. JUERGEN B. DONGES

„In der ökonomischen Theorie wird üblicherweise angenommen, dass die Marktteilnehmer streng egoistisch sind und vollkommen rational agieren (Homo oeconomicus). Die grundlegenden Arbeiten von Axel Ockenfels zeigen, dass dies so nicht stimmt. Vielmehr gibt es auch andere Faktoren, die das Verhalten der Menschen im Wirtschaftsleben maßgeblich bestimmen: Fairness, Solidarität, Vertrauen, soziale Kompetenz. Wie diese Faktoren in komplexen realen Entscheidungssituationen zum Tragen kommen, das wird in kontrollierten Experimenten präzisiert. Anspruchsvolle mathematische Modellierungen und praktische Anwendungen verbinden sich bei unserem Preisträger auf eine wohlthuende Weise. Dank Ockenfels verstehen wir jetzt besser, wie durch eine geschickte Ausgestaltung der institutionellen Rahmenbedingungen auf einzelnen Märkten das Spiel von Angebot und Nachfrage optimiert werden kann und sich bei widerstreitenden Interessen Konflikte überwinden und kooperatives Verhalten herbeiführen lassen. Vielleicht weist diese Forschung einmal den Weg, um Effizienzziele und Verteilungsziele miteinander zu versöhnen und gleichzeitig eine hohe wirtschaftliche Dynamik zu erreichen.“

Auktionen wie die von Ebay nähmen in allen Wirtschaftsbereichen dramatisch zu, sagt Ockenfels. Der Staat privatisiert auf diese Weise Funkfrequenzen, die Automobilindustrie ermittelt den günstigsten Zulieferer, und Makler ersteigern an digitalen Börsen Strom. Der Professor berät alle Beteiligten; Politiker und Unternehmer, Anbieter und Nachfrager. Sein Wissen ist umfassend und sein Ratschlag problemorientiert, weil Ockenfels aus drei Quellen schöpfen kann: Aus Feldstudien, deren Ergebnisse in mathematische Berechnungen fließen, die wiederum in Simulationen mit Probanden im Labor überprüft werden. Die Verknüpfung von forschungsnaher Empirie und Theorie einerseits mit der Anwendung der Theorie in der Praxis steht in Deutschland am Anfang. Diese Verknüpfung zeichnet die Philip Morris Stiftung mit dem diesjährigen Forschungspreis aus.

Auch wenn Ockenfels, wie er sagt, privat ungern Risiken eingeht: Beruflich hat er stets, mehr oder weniger unbewusst, eingefahrene Wege verlassen und dabei oft alles auf eine Karte gesetzt. Auf Magdeburg zum Beispiel.

Nach dem Studium hätte er seine Laufbahn im Bonner Graduiertenkolleg starten können, eine der aussichtsreichsten Nachwuchsschmieden Europas. Ockenfels entschied sich für die Universität Magdeburg, weil sich dort sein späterer Doktorvater Prof. Weimann der Umweltökonomik zuwandte. Da war Ockenfels 25, die ostdeutsche Hochschule fünf Jahre nach dem Grenzfall im Umbruch und Umweltökonomik für „seriöse“ Wirtschaftswissenschaftler ein eher seltsames Biotop.

Er sei seinem Gefühl gefolgt, erzählt Ockenfels, „der Intuition, dass ich in Magdeburg genügend Freiheiten und Möglichkeiten haben würde, meinen eher ausgefallenen Interessen zu folgen.“ Tatsächlich sind Fragen, wie man durch ökonomische Anreize das Klimaproblem in den Griff bekommen kann, inzwischen alles andere als ungewöhnlich. Momentan beschäftigt sich Ockenfels auch mit der Frage, wie man die Marktmechanismen zur Reduktion von Emissionen verbessern kann. Seine Expertise in Marktdesign und Kooperationsverhalten und seine Sorge um die Umwelt sind dafür ideale Voraussetzungen.

Ockenfels hat bereits mehrere hochdotierte Preise gewonnen, doch offenbar plant er selten seine Karriere, sondern „gleitet auf den Wogen der Forschung“, wie er sich

ausdrückt. Und die haben ihn schon früh in die Wirklichkeit getragen. Als Diplomand ermutigte ihn sein Professor, der heutige Nobelpreisträger Reinhard Selten, zu einem Experiment in der Unimensa. Aus der majestätischen Theorie in die schmatzende Welt des Volks – damals ein Affront, über den Ockenfels heute glücklich ist.

Bei dem Solidaritätsexperiment ging es darum, wieviel Geld Menschen bereit sind abzugeben von einer Summe (zehn Mark), die sie zufällig erwürfeln, an Menschen, die durch weniger Glück gar nichts bekommen haben. Nach der klassischen Theorie hätte keiner abgegeben. In der Praxis aber spendete die große Mehrheit einen Teil ihres Einkommens – allerdings nicht weil ihnen das Wohl der Pechvögel am Herzen lag, sondern weil sie vor sich selbst nicht als Geizkragen dastehen wollten.

„Diese Arbeit hat mir die Augen geöffnet“, sagt Ockenfels.

„Ich wollte wissen: Was bewegt Leute, die sich im Wirtschaftsleben nicht eigennützig verhalten? Altruismus? Nein, Sie fürchten vielmehr um ihre soziale Position. Sie folgen einer selbstzentrierten Fairness-Norm.“ Gleichwohl gebe es natürlich auch echte Selbstlosigkeit. Beim Nachwuchs etwa: „Meinen Kinder gegenüber“, sagt Ockenfels, „bin ich rein altruistisch.“ Bei der Tochter, fünf, und dem Sohn, drei Jahre jung, gehe es allein um deren Wohl.

Kürzlich hat Ockenfels einen Vortrag bei den Philosophen gehalten. Die interessieren sich auch für Geben und Nehmen und Gerechtigkeit, allerdings aus moraltheoretischer Sicht. „Philosophen fragen, wie sollte sich ein ethischer Manager verhalten? Wir fragen: Wie verhält er sich wirklich? Und wie können wir dieses Wissen in der Praxis nutzen?“ Dahinter steht die Überzeugung: „Marktkräfte sind was Tolles. Aber wir müssen sie lenken.“

Dabei können schon unscheinbare Fehler zu Desastern führen: von Verhandlungsprozeduren, die zum Scheitern verurteilt sind, über Milliardenverluste in Infrastrukturindustrien durch Anreizfehler bis zur verfehlten Klimapolitik mit möglicherweise drastischen Folgen für die Erderwärmung. Marktdesign ist auch Feinmechanik. Eine der großen Erkenntnisse seiner Forschung lautet: „Details matter – auf die Kleinigkeiten kommt es an.“

Ockenfels ist Perfektionist. Als er zum Direktor des Energiewirtschaftlichen Instituts berufen wurde, erzählt

„Zwischenfazit: Auf die Kleinigkeiten kommt es an.“

er, habe er buchstäblich nicht schlafen können, bis er die Strombörse in allen Einzelheiten verstand. Halbe Sachen liegen ihm nicht; Studien und Reden, die manche Kollegen an Doktoranden delegieren würden, schreibt er selbst. Das weist ihn aus und ist zugleich sein Problem. „Ich versuche meine Projekte mit voller Kraft und ganzem Herzen zu verfolgen. Dafür musste ich hier in Köln lernen: Ich kann nicht alle glücklich machen.“

Die Pole seiner vieldimensionalen Welt sind in seinem Büro ausgestellt. In einer Ecke steht eine Tafel mit handgeschriebenen Formeln des fast 80-jährigen Nobelpreisträgers John F. Nash; das legendäre Mathematikgenie war über 30 Jahre an Schizophrenie krank, jetzt arbeitet er mit Ockenfels an einer Studie über Verhandlungen. An der gegenüberliegenden Wand hängen bunte Gemälde, die von seinen Kindern stammen. Dazwischen sitzt der Spieltheoretiker Prof. Ockenfels, der augenscheinlich sehr viel mehr Ideen und Interessen hat, als sich realisieren lassen.

„Neulich beim Frühstück“, erzählt er, und die Erinnerung daran steht ihm ins jugenhafte Gesicht geschrieben, habe sich sein Sohn beklagt: „Papa, du warst gestern nicht da, um mir ‚Gute Nacht‘ zu sagen.“ Einmal mehr bewies die Theorie ihre Gültigkeit: Details matter – auf die Kleinigkeiten kommt es an.

Ockenfels hält eine Menge Trümpfe in der Hand, doch er möchte sein Blatt nicht überreizen. Der Familienvater und Forscher von Eigennutz und Fairness: „Ich will mich auf das Wesentliche konzentrieren und noch einige Herausforderungen in der Forschung meistern.“ Die Leitung des renommierten Energiewirtschaftlichen Institutes hat er kürzlich abgegeben. ●

Reden, lesen, ausprobieren...

PHILIP MORRIS STIFTUNG: Sie und Axel Ockenfels kennen sich seit über zehn Jahren. Was hat Sie bewegt zusammenzuarbeiten?

GARY BOLTON: Im Sommer 1996 war ich für einen Monat in Bonn, da hat sich Axel vorgestellt. Er verfasste eine Studie über das unterschiedliche Kooperationsverständnis von Westdeutschen und Ostdeutschen, was mich gar nicht so sehr interessierte. Aber Axel sagte, Prof. Reinhard Selten, der Nobelpreisträger, sagt, es könnte gut sein, wenn wir zusammen arbeiten. Ich sagte, nun, wenn Prof. Selten das sagt, dann sollten wir es versuchen.

PMS: Wie ging es weiter?

BOLTON: Kurz darauf kam er an die Penn State University. Er besuchte mich in meinem Büro und fragte nach neuen Aufsätzen von mir. Wir sind Akademiker, wir haben einen Haufen Papiere auf dem Tisch liegen – Studien, die demnächst veröffentlicht werden, oder von denen wir hoffen, dass sie demnächst veröffentlicht werden. Ich gab Axel einen ganzen Schwung mit. Er arbeitete ihn am selben Tag durch. Am nächsten Morgen fand ich unter meiner Tür einen Notiz von ihm. Es war das Design für ein Experiment, das wir später in der Zeitschrift „Experimental Economics“ veröf-

fentlichten. Damit begannen unsere Diskussionen, die schließlich zur ERC-Theorie führten.

PMS: Wie würden Sie Prof. Ockenfels charakterisieren?

BOLTON: Axel ist sehr schnell, außerordentlich gescheit. Ein umsichtiger und gründlicher Denker. Sehr jung und auf Unabhängigkeit bedacht.

PMS: Führt Letzteres zu Konflikten?

BOLTON: ERC ist umstritten. Ökonomen denken seit Adam Smith vor 200 Jahren, Menschen seien vor allem nur an sich selbst interessiert. Unsere Theorie belegt, dass Menschen auch von anderen Dingen getrieben werden, insbesondere von Gerechtigkeit, und erklärt, ob und wie sich das Gerechtigkeitsempfin-

den bei ökonomischen Entscheidungen auswirkt.

PMS: Ist es schwierig, im Team eine Studie zu verfassen?

BOLTON: Normalerweise gibt es eine klare Aufgabentrennung – der eine analysiert, der andere schreibt. Bei Axel und mir ist es anders: Wir gehen ein Problem mit unterschiedlichen Sichtweisen an, aber hinterher kann ich kaum sagen, welchen Satz er und welchen ich geschrieben habe. Wir ergänzen uns sehr gut. Wir haben einen ähnlichen Humor und eine gemeinsame Lust: puzzeln – enträtseln und verstehen, was Menschen bewegt. Das gibt uns den Kick.

PROF. DR. GARY BOLTON

Der Professor für Business Economics an der Penn State University ist Ockenfels' langjähriger Weggefährte. Die ERC-Theorie haben sie gemeinsam entwickelt.



ABSTRACT

For decades, classic economic theory favoured the ideal of the coolly calculating homo oeconomicus. Human beings, it was thought, would act on a rational basis and with an exclusive eye to their own profit. Professor Axel Ockenfels has developed new models of economic behaviour which take into account the cognitive limitations and social motives of real people making real decisions. Working in collaboration with Professor Gary Bolton of Pennsylvania State University, USA, he has succeeded in reducing apparently contradictory patterns of decision – such as reciprocity on the labour markets, competitive pricing in oligopolistic markets and fairness in negotiation – to a simple and fundamental behavioural motif. For these achievements Professor Axel Ockenfels is awarded the Science Award of the Philip Morris Foundation. Professor Ockenfels has investigated his theses in many field studies and experiments, as well as in mathematical models ranging as far as studies based on evolutionary theory. His findings show that whether we try to elbow our way through the crowd or behave with consideration for others, our behaviour is, nonetheless, systematic and can be predicted. This is because people respond to incentives. These incentives – in the form of regulations, institutions, procedures, algorithms, rules and so on – can be changed. On this basis our behaviour too is subject to control.

The findings of behavioural science have led to the development of a new field of research – market design. Ockenfels combines games theory and experimental techniques, so as to simulate consumer behaviour and markets

in a “wind tunnel”. The question as to under which conditions human behaviour ends in conflict or cooperation has been scientifically deciphered and so demystified.

Professor Ockenfels has helped the auction platform eBay, for instance, to generate greater trust and cooperation between its anonymous dealers worldwide, on the basis of an improved reputation system. In the energy and telecommunications industries he has helped develop optimised algorithms for trading platforms. Ockenfels does not rest content with research into fundamentals; he would like his findings to be useful on the level of economic, social and political practice as well.

DER AUTOR

CARSTEN JASNER ist Autor im Berliner Journalistenbüro Schön & Gut für Zeitschriften wie „Geo Wissen“, „brand eins“, „Die Zeit“ und „Greenpeace Magazin“. Prof. Ockenfels' Theorie, die Spannung zwischen Fairness, Eigennutz und Altruismus, lebt er täglich.