

PORTRÄT-SERIE: 101 KÖPFE, AUF DIE SIE ACHTEN SOLLTEN / HEUTE: AXEL OCKENFELS

Der Experimentelle

66/101

101 Köpfe, auf die Sie achten sollten

Mit nur 34 Jahren zählt Axel Ockenfels bereits zu den international bekanntesten Ökonomen. Seine Aufsätze machen Furore, weil sie in der mit Verve geführten Diskussion über das Bild vom rationalen und egoistischen Homo oeconomicus neue Maßstäbe setzen. Ockenfels verrückt das Fundament der Wirtschaftswissenschaft.

Von Arne Storn, Köln

Axel Ockenfels macht sich kleiner, als er ist. Leicht vornübergebeugt geht der 1,94 Meter große Blondschoopf durch Kölns Straßen, so als ob ihm seine Größe unangenehm wäre. Noch läuft er etwas orientierungslos durch die Stadt, die erst seit Juli seine Heimat ist: Am Staatswissenschaftlichen Seminar der Universität übernimmt der 34-Jährige den renommierten Lehrstuhl von Carl Christian von Weizsäcker und damit auch die Leitung des angesehenen Energiewirtschaftlichen Instituts (EWI).

„Das sind sehr große Schuhe, die ich mir da anziehe“, sagt Ockenfels, nur um mit einem Augenzwinkern zu ergänzen: „Aber ich habe auch große Füße.“ Bei aller Zurückhaltung, bei aller Bescheidenheit: Er weiß um sein Können und seinen Ruf.

„Es gibt wohl keinen europäischen Wirtschaftswissenschaftler in seinem Alter, der vergleichbare Erfolge vorzuweisen hat oder der eine ähnliche internationale Präsenz und Reputation besitzt“, urteilt Werner Güth, unter dessen Leitung Ockenfels am Jenaer Max-Planck-Institut zur Erforschung von Wirtschaftssystemen arbeitete. „Seine Studien gehören zu den derzeit am häufigsten zitierten wirtschaftswissenschaftlichen Arbeiten überhaupt.“ Alvin Roth von der Harvard Business School bestätigt: „Axel ist einer der aufstrebenden jungen Stars unserer Zunft.“

Ockenfels hat nicht nur in Harvard, Jena und Magdeburg geforscht, er hat für seine Diplomarbeit und seine Dissertation Auszeichnungen erhalten und von Paris über Oxford bis zum MIT in den USA Vorträge gehalten. Berühmt wurde er durch seine Arbeiten in der experimentellen Ökonomie.

Deren Reiz liegt darin, dass sie dem klassischen Menschenbild der Ökonomie, dem rationalen, den Nutzen maximierenden Homo oeconomicus, den Spiegel der realen Welt vorhält. In ihren Versuchen zeigt die experimentelle Wirtschaftsforschung, dass Men-

schen unter bestimmten Bedingungen „ungerechte“ oder „unfaire“ Verteilungen nicht akzeptieren – obwohl sie selbst streng ökonomisch betrachtet besser dastehen als zuvor. Ein Phänomen, das systematisch auftritt und nicht mehr als Ausnahme abqualifiziert werden kann.

Also sind Wirtschaftswissenschaften, frohlocken einige Fundamentalisten, Blödsinn. Etwas voreilig: Unter anderen Bedingungen, in Wettbewerbssituationen zumal, nimmt der Mensch eine unfaire Verteilung sehr viel eher hin. Dann steigt auch die Prognosekraft der Standardmodelle wieder. Offenkundig verhält sich der Mensch nicht immer nur rational, aber auch nicht immer nur fair.

Vor drei Jahren publizierte Ockenfels mit Gary Bolton von der Penn State Universität in den USA eine kurz „ERC“ genannte Theorie, mit deren Hilfe sich Fairness zum ersten Mal konzipieren und in durchaus realistischer Weise formulieren ließ. ERC zufolge orientieren sich Menschen an ihrem Nutzen, aber auch an ihrer relativen Position in der Gesellschaft.

Vom institutionellen Rahmen, von den Anreizen also, hängt es nun ab, ob Menschen fair, wechselseitig kooperativ oder wettbewerbsorientiert auftreten. Demnach ist der Mensch nicht per se rational oder fair.

Mit einem relativ einfachen Prinzip erklärte ERC viele unterschiedliche Fälle menschlichen Verhaltens und versöhnte auf diese Weise den Homo oeconomicus und seine Kritiker.

ERC wurde nicht nur – ein ungewöhnlicher Vorgang – ohne jede Überarbeitung im „American Economic Review“, dem Gral der Ökonomen, veröffentlicht. ERC machte Furore, berührt es doch das Fundament ökonomischen Denkens. Schnell erwarb es sich den Titel eines „Hot Paper“.

2002 sorgte Ockenfels dann erneut für Aufruhr, als er mit Alvin Roth aus Harvard eine Arbeit über Auktionsmechanismen bei Ebay und Amazon veröffentlichte. Auch hier geht es im Kern um das Marktdesign. „Das ist alles andere als trivial“, so Ockenfels. Schließlich werden auch Sendefrequenzen oder Flughafenslots in Auktionen versteigert.

Ökonomen wie Bolton und Roth betrachten Ockenfels als einen der wenigen Ökonomen, die die Theorie mit Experimenten im Labor und Feldstudien aus der realen Welt verknüpfen können und in allen drei Bereichen tätig sind. „Es bleiben Finger übrig, wenn ich die aufzähle, die mir einfallen“, sagt Roth. Ockenfels, so Bolton, verfüge über eine

„nahezu enzyklopädische Kenntnis“ der relevanten Literatur. 1996 habe er ihn am ersten Tag in Penn State nach seinen aktuellen Papieren gefragt. Am nächsten Morgen fand Bolton eine ausgefeilte Kritik vor, in der Ockenfels ihm völlig neue Wege eröffnete. „Er hat klare Meinungen und scheut vor einer lebendigen Debatte nicht zurück“, sagt auch Roth. Energiegeladen sei Ockenfels, und wer mit ihm arbeite, werde in einen Strudel hineingezogen.

Zu wirbeln begann dieser Strudel, als Ockenfels in Sachen Diplomarbeit einen Bonner Professor um Rat bat. Er solle eine experimentelle Arbeit anfertigen, bekam er zu hören. Nur widerwillig, mit dem Gefühl, das sei doch nichts Seriöses, machte Ockenfels sich an die Arbeit. Als er im Januar 1995 fertig war, fragte ihn der Professor, ob sie die Diplomarbeit nicht gemeinsam als Aufsatz veröffentlichen wollten. Der Professor hieß Reinhard Selten und war just mit dem Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften ausgezeichnet worden.

„Dieses erste Papier mit Selten hat mir sehr viele Türen geöffnet und mir sehr viel Selbstbewusstsein gegeben“, sagt Ockenfels.

Bis heute arbeitet er mit Selten zusammen. Sie gehen wandern, und weil Selten sich noch radikaler als Ockenfels vom Postulat rationalen Verhaltens verabschiedet hat, diskutieren sie immer wieder stundenlang: „Gibt es eine größere Anerkennung? Gibt es etwas Besseres?“, sagt Ockenfels respektvoll und mit dem Wissen, trotz aller Erfolge selbst noch am Anfang zu stehen. Umgekehrt bezeichnet Selten Ockenfels als fleißig, effizient und originell: „Einige sind gut, einige sehr gut. Ockenfels ist brillant.“

Und begehrt. Zuletzt konnte Ockenfels unter mehreren Professuren auswählen, sogar in den USA. Entschieden hat er sich für die Kölner Stelle, um die sich rund 40 Ökonomen beworben hatten. „In der Berufungskommission war es aber völlig unstrittig, dass Ockenfels auf Platz eins stehen sollte“, sagt Horst Schellhaas, Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät.

Ihn zu überzeugen, ließ sich die Universität einiges kosten: Ockenfels wird eines der in Deutschland größten Labors für die experimentelle Wirtschaftsforschung aufbauen, mit eigenen Räumen, Personal, Geld für Experimente und Computern für rund 90 000 €.

„Es fiel uns schwer“, sagt Schellhaas. Die Fakultät wolle sich aber neuen und vielversprechenden Entwicklungen wie der experimentellen Wirtschaftsforschung öffnen: „Das ist eine strategische Entscheidung, und wir sind bereit, dafür alle Reserven zusammenzukratzen.“ Vorgänger von Weizsäcker persönlich setzte sich früh für Ockenfels ein, der über die Professur, das EWI und das Labor sagt: „Das ganze Paket ist letztlich unschlagbar.“

Glaubt man Reinhard Selten, kann Köln sich froh schätzen. „Von Ockenfels ist noch viel mehr zu erwarten“, sagt der Nobelpreisträger.

„Da kommen noch spannende, wichtige Dinge.“

Morgen: Albrecht Stewen, deutscher Investmentbanker im Hause Rothschild

ALLE FOLGEN UNTER WWW.FTD.DE/101KOEFFE



Ausgleich Zumindest die Wochenenden gehören Ockenfels' Familie. Mit seiner Frau erwartet er schon bald das zweite Kind. Zum Klavier- oder Gitarrespielen kommt er eher selten, aber „manchmal juckt es in den Fingern“.



Lieber gut geklaut als schlecht selbst gemacht

Wie Wirtschaftsspionage die deutschen Unternehmen schädigt – und warum niemand darüber reden mag

Von Matthias Deiß

Nur ein Einbruch? Am 21. August werden zwei Laptops gestohlen aus der Ahrensburger Zentrale der Basler AG, die innovative digitale Optiksensoren und optische Inspektionssysteme herstellt. Bald sickert durch: Der Täter war Insider, entwendete die Computer gezielt. Zumindest eines der Geräte enthält nach Angaben des bestohlenen Abteilungsleiters sensible Firmendaten wie Planungsdaten und Präsentationen: Und noch mehr? Darüber gibt es keinen Kommentar bei Basler.

Unternehmenssprecher Christian Höck spricht von reiner Beschaffungskriminalität. Doch welcher Verbrecher riskiert den Einbruch in ein gesichertes Gebäude, nur um gezielt zwei technisch veraltete Laptops zu stehlen? Für Hartmut Pohl, Professor für Informationssicherheit an der Universität Bonn-Rhein-Sieg, sind das zu viele Zufälle. Er ist sicher: „Alle Indizien sprechen für den klassischen Fall der Wirtschaftsspionage.“

Es wäre kein Einzelfall. 10 Mrd. € Schaden, schätzen Experten, entsteht der deutschen Wirtschaft pro Jahr durch Spionage – mit steigender Tendenz. In Zeiten wirtschaftlicher Stagnation wächst die Bereitschaft der Manager, sich Entwicklungsdaten bei der Konkurrenz zu besorgen, anstatt selbst in teure Forschungsprojekte zu investieren.

Das verdrängte Problem: Spione in Unternehmen



Unternehmen wie die Basler AG sind in diesem Zusammenhang besonders gefährdet: Sie operieren in Bereichen, in denen der wirtschaftliche Wettbewerb besonders groß ist, der technologische Entwicklungsvorsprung gegenüber der Konkurrenz über die Existenz eines Unternehmens entscheiden kann. Dies gilt besonders für die Pharma-, Computer-, Bio- und Automobilbranche.

Während Konzerne längst erkannt haben, welche Bedrohung durch Wirtschaftsspionage besteht, und Geld in aufwändige Systeme investieren, ist das Sicherheitsbewusstsein in kleineren und mittelständischen Unternehmen oft nur unzureichend ausgeprägt. „Gerade diese Firmen sind häufig völlig ungeschützt“, sagt Hartmut Pohl. „Oft fehlt die Sensibilität für die technischen Spionagemöglichkeiten der Mitbewerber.“

Wie bei der Basler AG: Zwar ist die Firma mit Überwachungskameras und Sicherheitspersonal gesichert. Die Laptops verschwanden aber aus ungeschlossenen Büros. Eine Nachlässigkeit, die sich am Ende bitter rächen könnte. Der Vorfall zeigt: Der Schutz des Firmengebäudes gegen Angriffe von außen reicht als Abwehr

gegen Wirtschaftsspionage nicht aus. Auch einzelne Büros und die gesamte Datenkommunikation müssen geschützt werden.

Oft startet der Spionageangriff aus dem Inneren des Unternehmens. „Im Allgemeinen werden Mitarbeiter des Unternehmens mit eingebunden. Ohne Innentäter kann es nicht funktionieren“, sagt Pohl.

„Im klassischen Fall wird ein Putzmann in das Unternehmen eingeschleust.“ Auch bei Basler könnte es so gewesen sein. Dafür spricht zumindest, dass der Täter das Gebäude verließ, ohne vom Sicherheitsdienst aufgehalten zu werden – und das gegen 19.30 Uhr. War er dem Sicherheitspersonal also bekannt oder als Reinigungspersonal getarnt?

Der Aufwand, der betrieben wird, um zu spionieren, ist in vielen Fällen groß, genau wie der Schaden, der für das ausspionierte Unternehmen entstehen kann: Von Informations- und Innovationsabfluss kann er zum Vertrauensverlust der Kunden und zu Umsatzeinbußen bis hin zur Insolvenz einer Firma reichen.

Wie schwer Wirtschaftsspionage deutsche Unternehmen schädigen kann, zeigt der Fall Enercon: 1994 spionierte ein US-amerikanischer Mitbe-

werber die neueste Entwicklung des ostfriesischen Windanlagenherstellers aus und meldet kurze Zeit später ein entsprechendes Patent in den USA an. Obwohl Enercon die Spionage nachweisen kann, erhält das Unternehmen per Gerichtsbeschluss für ihr Produkt ein Importverbot in die USA. Bis heute entgingen der Firma Umsätze im Wert von 50 Mio. €.

Noch härter trifft es Airbus: 1994 fängt der Konkurrent Boeing ein Kaufangebot an eine saudische Fluglinie ab, unterbietet in letzter Minute und bekommt den Zuschlag. Der Schaden für Airbus: 3 Mrd. €.

Nur wenige Fälle solcher Spionage werden bekannt, die Dunkelziffer ist hoch. Zuweilen wird die Spionage gar nicht als solche bemerkt. Wie Basler verschweigen viele Unternehmen entsprechende Vorfälle, verdrängen oder verharmlosen sie als einfachen Diebstahl. „Die Unternehmen befürchten einen Vertrauensschaden. Es könnte der Eindruck entstehen, ihre Informationstechnik wäre unsicher und damit auch die Daten ihrer Kunden“, deutet Pohl das Schweigen im Unternehmerwald. Wirksamen Schutz bedeutet dieses aber nicht. Um sich wirksam vor Spionageangriffen zu schützen, hilft nur ein umfassendes Sicherheitskonzept. Und das, so weiß man seit dem 21. August auch bei Basler, fängt bei Selbstverständlichkeiten wie dem Verschließen des Büros an.

Gemeinsamer Erfolg durch gleiche Werte

Wissenschaftler entwickelt „Value Balanced Card“

Von Ina Ulrich

Die Value Balanced Card ersetzt das Gefühl. Bernhard Hirsch von der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU) in Vallendar gibt damit Managern ein wissenschaftlich fundiertes Mittel an die Hand, um zu entscheiden, ob ein potenzieller Geschäftspartner vertrauenswürdig ist oder nicht. „Das Konzept basiert auf der Annahme, dass zwei Unternehmen umso besser zusammenarbeiten, je ähnlicher ihre Wertvorstellungen sind“, sagt Hirsch, Geschäftsführer des Center for Controlling & Management. Denn bei ähnlichen Prioritäten bestehe für die Partner die Chance, sich besser in das Gegenüber hereinzuversetzen und dadurch die treffenden Schlüsse über dessen Verhalten zu ziehen.

Um mit der Value Balance Card zu arbeiten, definiert das Unternehmen zunächst die eigenen Positionen und gewichtet sie in einer Skala von eins bis sechs. Dann recherchiert es anhand von Gesprächen, Broschüren oder Werbeauftritten die Überzeugungen des Partners. Mit Hilfe der Ziffern wird der Koeffizient der Übereinstimmung berechnet. Bernhard Hirsch empfiehlt die Methode insbesondere, um langfristige Kooperationen zu planen.