

Angst vor der Rache

Der Ökonom Axel Ockenfels hat herausgefunden, dass Gefühle bei Entscheidungen eine größere Rolle spielen als bisher geglaubt

Von Silke Bigalke

Egoistische Menschen mag Axel Ockenfels nicht. Er ist Wirtschaftswissenschaftler geworden, um die Welt besser zu machen. In der Theorie konnte er dem klassischen Bild vom stets eigennützig handelnden Menschen, dem „Homo oeconomicus“, ein Ende setzen.

VOR aus DENKER

Alternativen für die Wirtschaft

Jetzt will der mehrfach preisgekrönte Ökonom sein Wissen über das wahre menschliche Verhalten nutzen, um die Regeln in der Wirtschaft zu verbessern. „Market Design“ nennt er das, Märkte neu gestalten.

Gleich zu Beginn seiner Karriere, vor gut 15 Jahren an der Uni Bonn, bekam er prominente Unterstützung. Der damals noch unbekannt Professor Reinhard Selten nahm sich viel Zeit, um den Studenten Ockenfels zu einem ersten Experiment zu überreden. Für seine Diplomarbeit verteilte dieser schließlich als Gewinnspiel getarnte Fragebögen an seine Kommilitonen und testete, wie viel ihres möglichen Gewinns sie bereit wären, an die Verlierer abzugeben. In dieser Zeit bekam sein Professor als erster deutscher Ökonom den Nobelpreis verliehen, und der über Nacht berühmt gewordene Selten veröffentlichte die Ergebnisse der Diplomarbeit seines Studenten. Ockenfels standen nun viele Türen offen.

„Ich habe mir immer die Themen gesucht, die anders waren“, beschreibt der heute 40-Jährige seinen Weg. Der führte ihn weg vom berühmten Mentor nach Magdeburg, „weg von den Mainstream-Standorten“, wie er sie nennt. Nur so konnte sich Ockenfels der noch jungen Verhaltensökonomie widmen, also der Frage, was die Menschen bei ihren Entscheidungen wirklich bewegt. Mit seinen Experimenten stieß er auf große Ablehnung bei den Kollegen aus der traditionellen Theorie. Ockenfels wurde beschimpft, sogar angeschrien, und der junge Mann überlegte ernsthaft, Schluss zu machen mit der Wissenschaft. „Für Experimentatoren hat man damals keine Zukunft gesehen“, erinnert sich Selten.

Inzwischen ist experimentelle Wirtschaftsforschung auch dank Ockenfels eine anerkannte Methode. An der Uni Köln leitet er heute eines der größten Labore. Hier testet er, welche Wirkung etwa Vertrauen, der Sinn für Gerechtigkeit oder

die Angst vor Rache auf das Verhalten seiner Studenten hat. „Zu unwissenschaftlich“, „zu wenig Mathematik“, „zu empirisch“, schimpfen einige Kollegen aus der Ökonomie immer noch.

Dabei ist Ockenfels eigentlich Theoretiker. Es war ein mathematisches Modell, das ihn bekannt machte. Ein großes Problem der Zukunft war damals, dass sie das komplexe menschliche Verhalten nur schwer in einem Modell fassen konnte. Ockenfels gelang dies 2000 zusammen mit dem Amerikaner Gary Bolton in einem Papier, das er ERC (Equity, Reciprocity and Competition) nannte, also Gleichheit, Gegenseitigkeit und Wettbewerb. Daraufhin bekam er 2003 im Alter von 34 Jahren eine Professur in Köln angeboten. Zwei Jahre später gewann er den Leibniz-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft.

Sein alter Freund Selten, mit dem Ockenfels ab und zu wandern geht, hätte ihn gerne ganz für die Verhaltensforschung gewonnen. Doch sein einstiger Schüler wollte nicht länger nur erforschen, wie die Dinge sind. Er will vielmehr herausfinden, wie sie sein sollten. „Wir wissen jetzt, wo die Standardtheorie versagt hat“, sagt Ockenfels. „Aber wir wissen noch nicht, wie wir das nutzen können, um die Welt besser zu machen.“ Er will die Märkte so gestalten, dass sich die Menschen dort verhalten, wie es optimal wäre. In Modellen testet er mögliche Designs.

Ein Beispiel für sein „Market Design“ ist die Internet-Auktionsplattform Ebay. Hier galt es, mehr Vertrauen zwischen Käufer und Verkäufer zu schaffen, was im anonymen Internet sehr schwierig ist. Jeder Nutzer kann sich bei Ebay eine Re-

putation aufbauen und so zeigen, dass er vertrauenswürdig ist. Dafür müssen sich Käufer und Verkäufer nach jedem Deal gegenseitig bewerten. Das Problem war hierbei, dass sich die wenigsten trauten, den anderen negativ zu bewerten, wenn er es verdient hatte. Die Angst, aus Rache ebenfalls eine schlechte Bewertung zu kassieren, war groß. Ebay änderte auf Ockenfels Rat hin die Regeln. Jetzt können Verkäufer Käufer nur noch positiv oder gar nicht bewerten. Tatsächlich geben die Käufer dadurch häufigere und ehrlichere Wertungen ab.

„Das Schöne an Ebay ist, dass die Probleme, die hier auftreten eigentlich überall auftreten in großen, anonymen Gesellschaften“, sagt Ockenfels und nennt als Beispiel die Finanzwelt. Auch hier sollte durch die Bewertung der Ratingagenturen Vertrauen in die Banken geschaffen werden. Auch hier hat das Prinzip „wie du mir, so ich dir“ zu falschen Bewertungen geführt. „Wenn die Ratingagenturen richtig funktioniert hätten, gäbe es heute keine Wirtschaftskrise“, sagt Ockenfels.

Sein Ziel ist es, solche fatalen Fehler durch gut durchdachte Regeln zu verhindern. Dafür versucht Ockenfels, Theorie und Wirklichkeit miteinander zu verbinden, also die wirklichkeitsfernen Modelle mit den empirischen Ergebnissen seiner Verhaltensforschung abzugleichen. So erhält er Modelle, mit denen er im Labor testen kann, wie sich Regeländerungen auf einem realen Markt auswirken würden. Ein Modell, das auf unrealistischen Annahmen wie der des „Homo oeconomicus“ basiert, könnte hingegen keine verlässlichen Aussagen über die Wirklichkeit liefern.

Mit robusten Modellen ließe sich die Welt retten, sagt Ockenfels, dem vor allem Umweltfragen am Herzen liegen. Der Emissionshandel sei gegen die Wand gefahren worden, weil das Marketdesign nicht stimmte, sagt er. „Da wurden viele Milliarden Euro verschwendet, die man so gut für den Klimaschutz verwenden könnte.“ Trotz seines Engagements gab Ockenfels die Leitung des Energiepolitischen Instituts in Köln nach vier Jahren wieder ab. Es störte ihn, in eine politische Ecke geschoben zu werden. „In der Politik ist es schwierig, als Ökonom Gehör zu finden“, sagt er. „Weil man für bestimmte Meinungen instrumentalisiert und vorselektiert wird.“ Die Mathematik findet Ockenfels da gerechter.



„Ich habe mir immer die Themen gesucht, die anders waren“, beschreibt Axel Ockenfels seinen Weg. Der führte ihn zur Verhaltensökonomie, also zur Frage, warum die Menschen wie entscheiden. Mit seinen Experimenten stieß er zunächst auf Ablehnung bei den Kollegen aus der traditionellen Theorie. Doch Ockenfels ließ sich nicht beirren und machte weiter. Inzwischen findet seine Arbeit große Anerkennung.

Foto: laif