

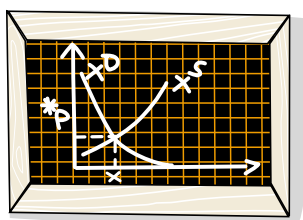
WISSENSWERT

Gute Arbeitsmarktpolitik wird auch im Kartellamt gemacht

OLAF STORBECK | DÜSSELDORF

Zerschlagt das Tarifkartell, lockert den Kündigungsschutz, kürzt die Leistungen für Arbeitslose – all das empfehlen liberale Ökonomen der deutschen Politik seit Jahren als Rezepte im Kampf gegen die Arbeitslosigkeit. Und sie haben durchaus gute Argumente auf ihrer Seite: Die positiven Beschäftigungswirkungen solcher Reformen lassen sich theoretisch und empirisch gut begründen.

Allerdings: Eine knallharte Deregulierung des Arbeitsmarktes ist extrem unpopulär. Ex-Kanzler Gerhard Schröder hat das hautnah erlebt: Die Hartz-Reformen, die, gemessen an den Maximalforderungen der Ökonomen, ziemlich moderat waren, kosteten ihn 2005 die Wiederwahl.



Das hätte nicht sein müssen – diesen Schluss zumindest legt eine jüngst veröffentlichte Studie von OECD- und Hochschulökonominnen nahe. Ein vierköpfiges Forscherteam um Fabio Schiantarelli, Ökonomie-Professor an amerikanischen Boston College, kommt zu dem Ergebnis: Zu schmerzlichen Arbeitsmarkt-Reformen gibt es eine Alternative – und diese lautet Deregulierung des Gütermarktes.

Die Forscher zeigen sowohl theoretisch wie auch empirisch: Mehr Wettbewerb zwischen Unternehmen führt zu höherer Beschäftigung. „Unsere Ergebnisse liefern starke Belege für die These, dass Regulierungen auf dem Gütermarkt, die die Konkurrenz zwischen Anbietern vermindern, negative Folgen für die Beschäftigung haben“, lautet das Fazit der Wissenschaftler.

Hauptgrund für dieses Phänomen ist: Je geringer die Wettbewerbsintensität auf dem Gütermarkt, desto größer ist die Marktstärke der Anbieter – und desto geringer ist die von ihnen produzierte Gütermenge. Besonders krass ist der Effekt im theoretischen Extremfall, wenn ein Anbieter allein auf dem Markt tätig ist. Es gehört zu den Grunderkenntnissen der Markt- und Preistheorie, dass im Monopol nicht nur die Preise deutlich höher sind als auf Wettbewerbsmärkten – zugleich ist die produzierte Gütermenge geringer. Und daraus folgt: Ein Monopolist braucht auch weniger Beschäftigte als Unternehmen, die im Wettbewerb stehen.

In vielen Fällen ist es der Staat, der den Wettbewerb auf Gütermärkten einschränkt – indem er Staatsunternehmen Privilegien einräumt

oder Kartelle und Preisabsprachen zulässt. Die Buchpreisbindung ist ein Beispiel dafür, der Meisterzwang im Handwerk sowie das Briefmonopol der Post.

Welche Folgen solche Regulierung für die Beschäftigung hat, untersucht das Forscherteam in einem theoretischen Arbeitsmarkt-Modell sowie empirisch für die OECD-Länder und die Jahre 1980 bis 2002.

In beiden Fällen lautet das Ergebnis: Eine Deregulierung des Gütermarktes schafft neue Jobs. „Unsere Ergebnisse bestätigen, dass frühere Reformen in den Industriestaaten zu beträchtlichen Beschäftigungsanstiegen geführt haben“, schreiben die Forscher.

Erstaunlich ist: Besonders groß sind die positiven Arbeitsmarkt-Effekte einer Produktmarkt-Liberalisierung in Staaten mit unflexiblen Arbeitsmarkt.

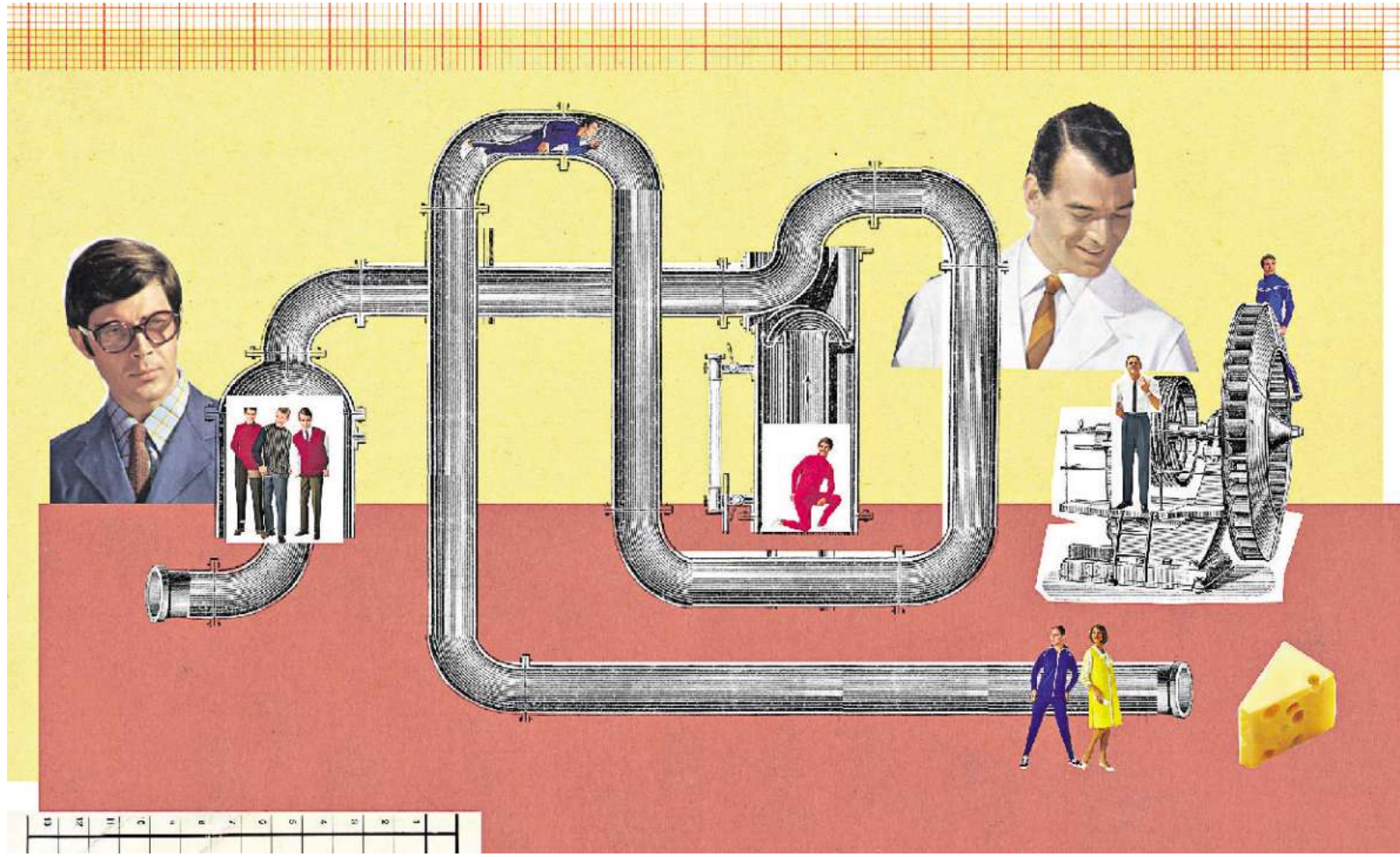
Die Autoren erklären das so: In Ländern, in denen Gewerkschaften wenig zu sagen haben und der Arbeitsmarkt flexibel ist, pendeln sich die Löhne so ein, dass wenig Arbeitslosigkeit entsteht. Und wenn ohnehin quasi Vollbeschäftigung herrscht, dann können durch eine Liberalisierung der Gütermärkte kaum neue Jobs entstehen. Anders ist es in Ländern, in denen dichte Arbeitsmarkt-Regulierung und hohe Gewerkschaftsmacht zu höheren Löhnen und Arbeitslosigkeit führen: Hier ist durch eine Deregulierung der Gütermärkte bei der Beschäftigung einiges zu holen.

„In diesem Sinne kann man Produkt- und Arbeitsmarkt-Deregulierung als Substitute klassifizieren“, schreiben die Forscher. Zugleich finden sie aber auch Anzeichen dafür, dass ein härterer Wettbewerb auf dem Gütermarkt im Laufe der Zeit die Verhandlungsposition der Beschäftigten schwächt und so indirekt zu mehr Flexibilisierung auf dem Arbeitsmarkt führt.

„Deregulierung der Produktmärkte führt daher mit Blick auf die langfristigen Beschäftigungseffekte zu einer doppelten Dividende“, betonen die Wissenschaftler.

„Employment Outcomes and the Interaction Between Product and Labor Market Deregulation: Are They Substitutes or Complements?“ von G. Fiori, G. Nicoletti, S. Scarpetta und F. Schiantarelli, IZA Discussion Paper Nr. 2770 (Mai 2007)

Kostenloser Download der Studie: [www.handelsblatt.com/wissenswert](http://www.handelsblatt.com/wissenswert)



BWL aus dem Labor

In der VWL sind Experimente längst Standard – jetzt entdecken auch Betriebswirte die Methode

JENS TÖNNESMANN | DÜSSELDORF

Mit Betriebswirtschaftslehre (BWL) hatte die Aufgabe, die der Kölner VWL-Professor Dirk Sliwka seinen Studenten vor kurzem stellte, auf den ersten Blick nicht viel zu tun. Sliwka setzte angehende Betriebswirte vor den Computer und präsentierte eine Stunde lang nach dem Zufallsprinzip generierte Zahlenkolonnen. Die Studenten sollten zählen, wie oft die Sieben in dem Datensatz auftauchte.

Eine hochgradig stupide Aufgabe – aber sie diente der Wissenschaft. Mit dem Experiment konnte Sliwka belegen: Die Leistungen einer Gruppe werden besser, wenn die einzelnen Mitglieder des Teams sich bei der Arbeit beobachten können.

Das Ergebnis steht im Gegensatz zur Theorie: „Ökonomen und Praktiker haben immer befürchtet, dass es in Gruppen zu Trittbrettfahereffekten kommt – dass also manche Mitglieder faulenzeln, wenn sie wissen, dass ihre Entlohnung auch vom Engagement der anderen abhängt“, sagt Sliwka. „Aber es ist genau umgekehrt, wenn sie sich nur gut genug beobachten können.“ Für die Personalführung in Unternehmen ist diese Erkenntnis interessant: Wer als Chef für Transparenz in einem Team sorgt, kann Arbeitsanreize setzen, ohne die einzelnen Beschäftigten auf Schritt und Tritt kontrollieren zu müssen.

Nicht nur inhaltlich betritt Sliwka mit seiner Forschung Neuland, auch seine Methode ist für Betriebswirte innovativ. Denn Laborexperimente – im Schwesterfach Volkswirtschaftslehre schon länger etabliert – sind in der betriebswirtschaftlichen Forschung bislang eher die Ausnahme als die Regel. „Die BWL hatte lange keine ausgeprägte empirische Forschungstradition. Experimente waren deutlich untergewichtet“, sagt der renommierte Mannheimer Betriebswirt Christian Homburg. „Aber in der letzten Zeit werden Versuche immer beliebter. Und sie werden weiter zunehmen.“

Inzwischen stehen Personalöko-

nomen, Bankenexperten und Logistiker vor den Laboren Schlange. Daher bauen die Wissenschaftler an der Uni Magdeburg ihr Labor für experimentelle Wirtschaftsforschung, das zu einem der bestausgestatteten in Europa gehört, gezielt zum Treffpunkt für Betriebswirte aus. Joachim Weimann, Dekan der ökonomischen Fakultät und Leiter des Labors, entwirft mit seinen BWL-Kollegen derzeit einen bisher einzigartigen Forschungsbereich: „Mathematische und experimentelle BWL“.

„Es war nicht schwierig, die Betriebswirte dafür zu begeistern“, sagt Weimann. „Die sehen, dass unser Labor seit zehn Jahren anerkannte Ergebnisse für die VWL liefert. Jetzt brennen sie darauf, es selber auszuprobieren.“ So will ein Logistik-Professor im Labor Lieferketten modellieren; eine Professorin für Internationales Management untersucht, wie sich Anreizsysteme in unterschiedlichen Kulturen auswirken.

Die Fragen, die Wirtschaftswissenschaftler in Experimenten untersuchen, werden damit immer detaillierter. In der Anfangszeit diente die neue Methode vor allem der wissenschaftlichen Grundlagenforschung. Volkswirte untersuchen im Labor die Entscheidungsfindung auf einfachen Märkten sowie das ökonomische Verhalten von Menschen.

Auch Logistiker forschen im Labor

Die ersten Experimente dieser Art machten die späteren Nobelpreisträger Vernon Smith und Reinhard Selten in den fünfziger Jahren. „Doch bis diese neue Methode in der Disziplin auf breiter Front akzeptiert wurde, sollten noch Jahrzehnte vergehen“, betont der Kölner Experimental-Ökonom Axel Ockenfels. „Das Vorurteil, Experimente seien in der Wirtschaftswissenschaft nicht möglich, saß tief in den Köpfen.“ Heute dagegen hat fast jede größere VWL-Fakultät ein Laboratorium. Nicht nur in Magdeburg forschen dort immer häufiger Betriebswirte bei ihren Experimenten mit den

Labor-erfahrenen Volkswirten zusammen. So bittet in Köln der Logistikprofessor Ulrich Thonemann gemeinsam mit Ockenfels gestandene Einkäufer zu Experimenten. Dabei haben sie festgestellt, dass sich die Einkäufer bei Bestellungen von Aktionsware oft verschätzen, weil sie in der Regel viel zu wenig auf die Gewinnmargen achten.

Auch die Kölner VWL-Professorin Jeannette Brosig experimentiert mit einem Management-Experten: Zusammen mit Gary Bolton von der US-amerikanischen Penn State University hat sie im Labor untersucht, wie sich Koalitionen unter Versuchsteilnehmern bilden, wenn diese so höhere Auszahlungen erreichen können. Dabei stellten sie fest, dass die Probanden sich oft blindlings zusammenschließen, ohne strategisch vorzugehen. „Die Teilnehmer handelten oft kurzfristig und verfehlten das optimale Ergebnis“, sagt Brosig. „Auch Unternehmen könnten diesem Fehler unterliegen. Besser wäre es manchmal, erst kleinere Firmen aufzukaufen, um einen großen Konkurrenten zu schwächen, bevor man den dann leichter übernehmen kann.“

Die Vorteile solcher Experimente haben die Betriebswirte klar erkannt. „Unsere Theorien haben zwar die Stärke, dass sie auf klarer Mathematik aufbauen“, sagt Sliwka. „Aber wenn sie die zu Grunde liegenden Annahmen rechtfertigen sollen, werden auch die besten Ökonomen schnell intuitiv.“

In Experimenten lassen sich die Annahmen dagegen testen – etwa die Frage, wie wichtig der Preis einer Ware für die Kaufentscheidung ist. Der Mannheimer Forscher Christian Homburg stellte im Labor fest, dass die herkömmliche BWL die Bedeutung der Preise womöglich überschätzt: „Wenn die Preiserhöhungen so kommuniziert werden, dass der Kunde sie als fair und nachvollziehbar empfindet, ist er eher bereit, mehr zu bezahlen, als wenn er glaubt, das Unternehmen bereichere sich an ihm.“

Besonders wichtig ist den Wissenschaftlern die „externe Validität“ der

Ergebnisse – also die Frage, ob die Erkenntnisse auf die Unternehmenswelt übertragbar sind. Hier sind sie sich einig, dass die Ergebnisse von Experimenten immer nur als „komplementäre Evidenz“ betrachtet werden sollten. Die Methode ist also nur ein weiteres Instrument im Werkzeugkasten der Betriebswirte – auch in Zukunft werden sie nicht auf Feld- und Fallstudien verzichten können.

Kontrollierbare Umgebung

Gegenüber empirischen Studien haben Experimente einen weiteren Vorteil: „Während in der Realität viele Faktoren zusammenspielen, können wir im Labor die Umgebung variieren und sauber kontrollieren, welche Effekte das hat“, sagt Sliwka. Deswegen blieb ihm auch gar nichts anderes übrig, als seinen Probanden eine zähe Arbeit wie das Zählen von Siebenen in Zahlenreihen zuzumuten. „Die Arbeit darf keinen Spaß machen und muss anstrengend sein“, so der Forscher. „Sonst können wir nicht sauber kontrollieren, ob die Leistungssteigerung wirklich nur daran liegt, dass wir die Transparenz unter den Probanden erhöhen.“

Versuche, bei denen die Teilnehmer echte Arbeitsleistung erbringen müssen, werden „Real effort“-Experimente genannt – und gerade sie haben derzeit Hochkonjunktur. Längst müssen Probanden nicht mehr nur Nummern und Buchstaben zählen. Die US-Forscher Uri Gneezy und John List ließen Studenten Bücher für eine Bibliothek erfassen – dass es sich um ein Experiment zur Wirkung von Anreizsystemen handelte, wussten die Probanden nicht. Und Bernd Irlenbusch, Management-Dozent an der London School of Economics, ließ für eine ähnliche Fragestellung Probanden einmal im Akkord richtig harte Nüsse knacken – echte Walnüsse nämlich.

Neu: Der kostenlose Ökonomie-Newsletter des Handelsblatts informiert jede Woche per E-Mail über Forschungstrends aus BWL und VWL. Registrieren Sie sich unter: [www.handelsblatt.com/newsletter](http://www.handelsblatt.com/newsletter)

UNSERE THEMEN

- MO ÖKONOMIE
- DI ESSAY
- MI GEISTESWISSENSCHAFTEN
- DO NATURWISSENSCHAFTEN
- FR LITERATUR

Downloads

Neuere, besonders häufig im Internet heruntergeladene Forschungsarbeiten aus den Fachbereichen Volkswirtschaft, Betriebswirtschaft und Finance.

■ **Volkswirtschaft**  
„What Causes Industry Agglomeration? Evidence from Coagglomeration Patterns“ von Glenn Ellison, Edward Glaeser und William Kerr – „Cluster-Bildung“ ist eines der Zauberwörter regionaler Wirtschaftspolitik. Die Studie untersucht anhand historischer Daten, welche Faktoren dazu führen, dass sich bestimmte Branchen an einem Ort konzentrieren.

„The Power of the Family“ von Alberto Alesina und Paola Giuliano – Das Familienbild einer Gesellschaft hat erhebliche Rückwirkungen auf die Wirtschaftsstruktur, zeigen die Harvard-Ökonomen in einer empirischen Untersuchung.

■ **Finance**  
„We Don't Quite Know What We Are Talking About When We Talk About Volatility“ von Daniel Goldstein und Nassim Taleb – Selbst Finanzmarkt-Profis bringen beim Thema Volatilität einiges durcheinander und neigen dazu, die Schwangungsanfälligkeit der Märkte deutlich zu unterschätzen, lautet die These dieser Studie.

„Where are the Shareholders' Mansions?“ von Crocker Liu und David Yermack – Größe und Wert der Villa eines Unternehmenslenkers sind hervorragende Indizien dafür, wie gut sich der Aktienkurs des Unternehmens in Zukunft entwickeln wird, zeigen die beiden Forscher. Je bescheidener die Behausung des Chefs, desto besser.

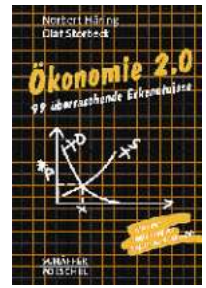
■ **Betriebswirtschaft**  
„The Incentives to Start New Companies: Evidence from Venture Capital“ von Robert E. Hall, Susan E. Woodward – Wie sollte man Venture-Capital-Verträge am besten gestalten? Und wie viel haben Unternehmensgründer sowie Geldgeber in der Vergangenheit verdient? Die Studie untersucht diese Fragen anhand empirischer Daten für die USA.

„The Effects of Service Quality and Word of Mouth on Customer Acquisition, Retention and Usage“ von S. Nam, P. Manchanda und P. Chintagunta – Die Bedeutung von Mund-zu-Mund-Propaganda ist groß. Das zeigen die Marketing-Experten der University of Chicago, die anhand von Kundendaten eines „Video-on-Demand“-Anbieters untersuchen, wie Kunden auf Qualitätsverbesserungen reagieren.

Quelle: SSRN.com. Download der Studien über: [www.handelsblatt.com/oekonomie](http://www.handelsblatt.com/oekonomie)

Das Buch zur „Wissenswert“-Rubrik

Ökonomie kann spannend sein – das zeigen die beiden Handelsblatt-Redakteure Norbert Häring und Olaf Storbeck in dem Buch „Ökonomie 2.0“. Mit neu arrangierten und editierten Beiträgen aus der „Wissenswert“-Ru-



brik und bisher unveröffentlichten Texten geben sie einen Überblick über aufregende Entwicklungen moderner Wirtschaftswissenschaft. Das Buch ist im Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, erschienen. Es hat 229 Seiten und kostet 14,95 Euro.

# Ukraine.

Diskutieren Sie mit diesen und weiteren Referenten über die aktuellen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen für deutsche Investoren in der Ukraine:

Dr. Thomas Heidemann, Partner und Leiter GUS Praxis, BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
 Dr. Eduardas Vaigauskas, Regional Sales Director, Wincor Nixdorf International GmbH  
 Heiner Duffing, Purchasing Director, Robert Bosch GmbH/Gasoline Systems

**Handelsblatt Konferenz**  
20. und 21. Juni 2007, Wiesbaden

Bitte faxen an: 0211.96 86-45 03

Ja, ich nehme/wir nehmen am 20. und 21. Juni 2007 teil zum Preis von € 1.999,- zzgl. MwSt. p. P. [P1200118M012]

Bitte senden Sie mir unverbindlich das detaillierte Programm zu.

Ich interessiere mich für Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.

Name \_\_\_\_\_  
 Firma \_\_\_\_\_  
 Anschrift \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Telefon \_\_\_\_\_  
 E-Mail \_\_\_\_\_  
 Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

oder einschicken an: EUROFORUM Deutschland GmbH  
 Thomas Brauner, Postfach 11 234, 40512 Düsseldorf, E-Mail: [thomas.brauner@euroforum.com](mailto:thomas.brauner@euroforum.com) HB3

Bitte rufen Sie uns an: 0211.96 86-35 03

Substanz entscheidet.