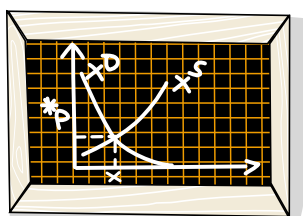


WISSENSWERT

## Rumänischer Bio-Telemea und andere Globalisierungsgewinne

OLAF STORBECK | DÜSSELDORF

Globalisierung schmeckt. 150 Käsesorten aus rund zwei Dutzend Ländern haben gute Feinkostgeschäfte heute im Angebot. Mit etwas Glück findet man sogar den nussig schmeckenden „Queso chihuahua“ aus Mexiko und rumänischen Bio-Telemea, einen Butterkäse aus Schafsmilch. Wer mag, trinkt dazu einen Merlot aus Südbulgarien oder einen Chardonnay aus China. Nur thailändischer Wurzelwein ist noch selten lieferbar.



darüber konnten Ökonomen bislang nur spekulieren. Denn dieser Effekt lässt sich nur mit immensen methodischen Aufwand isolieren.

Im „Quarterly Journal of Economics“ wagen zwei Ökonomen jetzt erstmals eine konkrete Schätzung. Am Beispiel der USA zeigen Christian Broda (Graduate School of Business der University of Chicago) und David Weinstein (Columbia University): Die Konsumenten haben in den letzten Jahrzehnten massiv vom Freihandel profitiert.

Ihre aufwendige Analyse basiert auf extrem detaillierten Im- und Exportdaten, die es ermöglichen, den Außenhandel auf der Ebene einzelner Produkte zu analysieren.

Mit Hilfe eines komplexen Modells schätzten die Forscher die Zahlungsbereitschaft der US-Bürger für die einzelnen Produkte – dafür haben sie 30 000 verschiedene Nachfrageelastizitäten berechnet.

Die Ergebnisse sind beeindruckend. Seit 1972 ist der US-Import nicht nur von fünf auf zwölf Prozent der Wirtschaftsleistung gestiegen. Damit einher ging eine massive Ausweitung der Produktvielfalt. Anfang der 70er-Jahre importierten die USA rund 70 000 Produktvarianten, heute sind es fast 260 000. Ein Grund dafür ist, dass die Amerikaner heute in mehr Ländern einkaufen als früher.

Diese Entwicklung hat den US-Konsumenten erhebliche Wohlstandsgewinne bescheren. „Wir schätzen, dass die im Zuge der Importe gestiegene Produktvielfalt für die Konsumenten zwischen 1972 und 2001 einen Wert in Höhe von 2,6 Prozent des Bruttoinlandsprodukts hatte“, schreiben die Forscher.

Zudem bestätigt sich Krugmans Hypothese, dass die Konsumenten für die größere Auswahl auch noch weniger bezahlen müssen. Broda und Weinstein kommen zu dem Ergebnis, dass die Importpreise deutlich langsamer stiegen als in den offiziellen Statistiken ausgewiesen. Denn die größere Vielfalt wird dort nicht richtig erfasst. Nach den Berechnungen der Forscher war das Plus bei den Einfuhrpreisen pro Jahr im Schnitt um 1,2 Prozent geringer als in den Statistiken angegeben.

Bleibt nur zu hoffen, dass die Verhandlungsführer der WTO-Mitgliedstaaten all das im Hinterkopf haben, wenn sie 2007 einen neuen Anlauf bei der festgefahrenen Doha-Runde versuchen.

Denn freier Welthandel ist für alle Beteiligten ein kostenloses Programm für Wachstum, Wohlstand und Beschäftigung. „Globalization and the Gains from Variety“ von C. Broda und D. Weinstein, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 121, Nr. 2, S. 541-585 (2006)

„Increasing returns, monopolistic competition and international trade“ von P. Krugman, in: Journal of International Economics, Vol. 9, Nr. 4, S. 469-479 (1979)

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



## Das eBay-Märchen

Online-Auktionshäuser gelten als Schnäppchengerube – oft zu Unrecht, zeigen Studien. Denn häufig bieten die Nutzer zu viel.

OLAF STORBECK | DÜSSELDORF

„Drei, zwei, eins – meins!“ wirbt das Internet-Auktionshaus eBay. In Werbefilmen der Firma fallen sich Menschen nach einer gewonnenen Auktion um den Hals oder springen vor Freude in die Luft.

In Wahrheit jedoch haben eBay-Nutzer, die den Zuschlag erhalten, nicht immer Grund zur Freude. Studien von Ökonomen zeigen: Im Eifer des Gefechts haben die Sieger mitunter zu viel Geld geboten und zahlen am Ende einen überhöhten Preis.

Auktionstheoretiker haben dafür einen feststehenden Ausdruck – sie sprechen vom „winner's curse“, dem Fluch des Gewinnens. Dahinter steht die Erkenntnis: Wer bei eBay und Co. für ein Objekt am meisten geboten hat, ist mit einiger Wahrscheinlichkeit einfach der, der sich beim Wert des Objekts am stärksten nach oben verschätzt hat. Der Fluch lastet auf bis zu drei Vierteln aller Auktionsgewinner, zeigt eine Studie eines Forscherteams der US-Eliteunis Stanford und Berkeley.

An sich sind Online-Auktionen eine der beeindruckendsten Erfolgsgeschichten des Internets. So hat sich eBay seit seiner Gründung im Jahr 1995 zu einem globalen Handelsriesen entwickelt. Allein in Deutschland summieren sich das Handelsvolumen 2005 auf 8,5 Mrd. Euro. Weltweit wechseln pro Sekunde Waren im Wert von über 1 600 Dollar den Besitzer. Jeder fünfte Deutsche will bei eBay in diesem Jahr einen Teil seiner Weihnachtseinkäufe erledigen.

Beliebt sind Online-Versteigerungen unter anderem, weil die Nutzer das Gefühl haben, dort besonders günstig einkaufen zu können. Das kann aber ein Trugschluss sein, waren Auktionsspezialisten. „Das Gewinnen einer Auktion bedeutet, dass allen anderen Bietern das versteigerte Objekt weniger wert war“, sagt der Kölner Ökonom Axel Ockenfels.

Seinen Studenten führt er das Dilemma mit einem Marmeladenglas vor Augen, das mit Cent-Stücken gefüllt ist und das er in seiner Vor-

sung versteigert. „Im Mittel liegen die Gebote nah am wahren Wert des Glases“, erzählt der Professor. „Das höchste Gebot, das gewinnt, ist aber in aller Regel deutlich überzogen.“

Wie stark der Fluch des Gewinnens auf realen eBay-Auktionen lastet, ist unter Wirtschaftswissenschaftlern allerdings umstritten. Ockenfels ist nach vielen Studien zu dem Schluss gekommen: „Im Allgemeinen – aber nicht immer – kann man bei eBay-Auktionen gute Deals machen.“ Besonders hoch ist die Wahrscheinlichkeit, wenn einem das Objekt – zum Beispiel ein Sammlerstück – selbst tatsächlich mehr wert ist als anderen Bietern. Oder aber, wenn man guten Grund hat zu der Annahme, dass es nur sehr wenige sachkundige Gegenbieter gibt, man selbst aber den wahren Wert des Produktes sicher einschätzen kann. Wie leicht man aber in die Falle des Zu-viel-Bietens tappen kann, zeigen die Forscher Hanh Lee (Stanford) und Ulrike Malmendier (Berkeley) anhand eines Produktes, über dessen Wert bei eBay-Nutzern eigentlich kein Zweifel herrschen dürfte: eines Gesellschaftsspiels namens „Cashflow 101“. Das Spiel, das beim Hersteller 195 Dollar kostet, haben zwei renommierte Händler im Untersuchungszeitraum bei eBay.com zum Festpreis von 129 Dollar angeboten.

Die Ökonomen haben ein halbes Jahr lang fast 700 eBay-Transaktionen rund um „Cashflow 101“ beobachtet. Sie stellten fest: Klammert man die Versandkosten aus, lag der Endpreis bei 43 Prozent aller Auktionen über dem Sofortkauf-Preis. Berücksichtigt man die Versandkosten, dann zahlten sogar 72 Prozent der Bieter zu viel. Jeder zweite Gewinner einer Versteigerung zahlte inklusive Versandkosten zehn Dollar zu viel, jeder vierte sogar 30 Dollar zu viel.

Die überzogenen Gebote stammen nur von einer kleinen Minderheit von eBay-Nutzern. Gerade einmal zwölf Prozent aller Bieter unterlaufen solche Fehler. Weil aber das höchste Gebot gewinnt, genügt eine kleine Gruppe, um das gesamte Preis-

niveau zu verzerren. „In Auktionen gewinnen systematisch die Bieter, die die stärkste Neigung zum Zu-viel-Bezahlen haben“, schreiben Lee und Malmendier. Die Ergebnisse der Fallstudie lassen sich ihrer Ansicht nach verallgemeinern: „Die Neigung von Konsumenten, bei einer Auktion zu viel zu bezahlen, ist vermutlich ein wichtiger Grund für das starke Wachstum des Marktes in den vergangenen Jahren.“

Der „Fluch des Gewinnens“ ist nicht das einzige eBay-Risiko. Vielen Käufern bereitet es offenbar auch Probleme, das Betrugsrisiko bei den Internet-Auktionen richtig einzuschätzen, wie die Ökonomen Ginger Zhe Jin und Andrew Kato anhand einer anderen Fallstudie zeigen.

„Bei eBay gewinnt der, der die stärkste Neigung zum Zu-viel-Bezahlen hat.“

Ulrike Malmendier, Uni Berkeley

Die beiden US-Forscher erstellten bei eBay.com Sammelkarten von Sportlern. Es gibt in den USA viele Sammler dieser „Sports cards“, die einen ähnlichen Status haben wie hier zu Lande Briefmarken. Seltene Exemplare sind schon mal 1 500 Dollar wert.

Die Ökonomen kauften bei eBay Baseball-Sammelkarten und ließen Echtheit und Qualität anschließend von unabhängigen Gutachtern beurteilen. Sie stellten fest: Bei Autogrammkarten, die der Verkäufer als besonders selten oder sehr gut erhalten anprangerte, war die Betrugswahrscheinlichkeit deutlich höher. Dennoch endeten solche Auktionen mit 33 bis 54 Prozent höheren Preisen als Versteigerungen, in denen die besondere Qualität der Karte nicht herausgestellt wurde. Das eBay-Bewertungssystem schützt Käufer laut Studie nur unzureichend.

Ein Problem, das eBay erkannt hat – bis Mitte 2007 will das Unternehmen ein neues, deutlich detaillierteres Bewertungsschema einführen.

Dabei hat sich das Auktionshaus von Axel Ockenfels beraten lassen.

Bietern empfiehlt der Kölner Ökonom, die Gebote erst am Ende der Auktion abzugeben. Dann kauft man in der Regel billiger ein. An sich widerspricht dies den Erkenntnissen der Auktionstheorie und den Empfehlungen von eBay. Denn bezahlen muss der Gewinner ohnehin nur den Betrag, der leicht über dem zweithöchsten Gebot liegt.

In der Realität, stellten Ockenfels und Alvin Roth aus Harvard fest, fahren „Heckenschützen“, die erst ganz am Schluss einsteigen, aber trotzdem besser. Hauptgrund dafür sind unerfahrene eBay-Nutzer, die ihre Gebote erhöhen, sobald sie überboten werden. Wer als Heckenschütze agiert, nimmt solchen „naiven“ Bietern die Chance, noch einmal nachzulegen. Allerdings läuft er Gefahr, dass sein Gebot nicht mehr zum Zuge kommt.

Verkäufer können die Preise für ihre Ware mit mehreren Tricks in die Höhe treiben. So lohnen sich längere Auktionslaufzeiten. Lee und Malmendier stellten fest: Mit jedem Tag, den ein „Cashflow 101“-Spiel länger online ist, steigt der Verkaufspreis im Schnitt um 1,20 Dollar – die zusätzlichen Gebühren, die für die längere Laufzeit anfallen, sind geringer. Noch wirksamer ist es, den höheren offiziellen Preis des Herstellers (195 Dollar) in der Artikelbeschreibung zu erwähnen. Eine prominente Platzierung der Auktion bei eBay führt ebenfalls zu höheren Endpreisen.

Lukrativ ist auch eine Strategie, die nach den Geschäftsbedingungen von eBay verboten ist – sich aber kaum nachweisen lässt: So können Anbieter unter anderem Namen bei ihren eigenen Auktionen mitsteigern – oder Freunde bitten, dies zu tun. Bei sechs Prozent aller Versteigerungen kommt es zu solchen Lockvogel-Geboten, schätzen die Ökonomen Robert Kauffman und Charles Wood.

Sie haben eine komplexe Methode zum Erkennen des Phänomens entwickelt und stellen fest: Lockvogel-Gebote führen zwar nicht zu höheren Endpreisen, lohnen sich für Verkäu-

**UNSERE THEMEN**

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

---

fer aber trotzdem – vor allem, weil sie eBay-Gebühren sparen können. Denn ein Teil der Verkaufsprovision ist an die Höhe des Startpreises gekoppelt. Anbieter, die diesen bewusst niedrig setzen und dann ihre Gebote heimlich in die Höhe treiben, kommen günstiger weg.

Als Geheimtipp unter Verkäufern gilt es, die Angebote abends enden zu lassen – dann tummeln sich im Internet die meisten Käufer. Doch das geht oft nach hinten los, zeigen Oliver Gürtler (Uni Bonn) und Christian Grund (Uni Aachen).

Einen Monat lang haben sie die eBay-Angebote von neuen FilmdVDs verfolgt und festgestellt: „Auktionen, die abends enden, haben signifikant niedrigere Verkaufspreise.“ Zwar sei die Nachfrage dann tatsächlich am größten, doch das gelte auch für das Angebot. „Diesen Effekt scheinen die Verkäufer nicht mit ins Kalkül zu ziehen“, so die Forscher – und taufen das Phänomen „eBay-Abend-Trugschluss“.

Trotz aller Probleme und Risiken, die mit Online-Auktionen verbunden sind – unter dem Strich stellt Ockenfels ihnen ein positives Zeugnis aus. „Die Wohlfahrtsgewinne sind gewaltig“, sagt der Ökonom. „Das Erstaunliche und Wunderbare ist, dass sich täglich viele Millionen Leute rund um den Erdball auf eBay treffen, um miteinander zu handeln, obwohl sie einander fremd sind.“

Links zu allen im Text genannten Studien finden Sie unter [www.handelsblatt.com/oekonomie](http://www.handelsblatt.com/oekonomie)

## Sozialingenieur und Querdenker

Der Mannheimer Wirtschaftspolitik-Professor Hans Peter Grüner hält wenig von ordnungspolitischen Floskeln – Harte Fakten über ökonomische Wirkungszusammenhänge sind ihm wichtiger

NORBERT HÄRING | MANNHEIM

Naturwissenschaften? Technik? Oder doch lieber Politik? Als Hans Peter Grüner sein Studienfach wählen musste, fiel es ihm schwer, sich für eines seiner vielen Interessengebiete zu entscheiden.

Am Ende machte Grüner einen Kompromiss und studierte mathematisch orientierte Volkswirtschaftslehre. Eine Entscheidung, die sich bewährt hat. Denn heute, knapp 20 Jahre später, ist der 39-Jährige einer der international erfolgreichsten deutschen Ökonomen seiner Generation.

Der Professor für Wirtschaftspolitik an der Universität Mannheim ist ein Ökonom des neuen Typs – einer, der die Politik nicht mit ordnungspolitischen Weisheiten versorgen will, sondern mit besseren Informationen über ökonomische Wirkungszusammenhänge, damit sie durch bessere Regeln und Institutionen mehr Wohlstand für alle schaffen kann. Der Harvard-Ökonom Gregory

Mankiw hat dafür den Begriff des „Sozialingenieurs“ geprägt – eine Bezeichnung, gegen die sich auch Grüner nicht wehren würde.

Der Volkswirt bezeichnet sich selbst als Neoklassiker, aber er wendet das Instrumentarium der Neobiete zu entscheiden.



„Politikberater müssen die Verteilungswirkung berücksichtigen, sonst ist ihr Rat nicht viel wert“, betont der Mannheimer Ökonom Hans Peter Grüner.

klassik oft in einer nicht traditionellen Weise an. Im Zentrum seiner Forschungsprojekte stehen häufig Verteilungsfragen. Diese hält der Ökonom, der in Heidelberg studierte und danach das Graduiertenprogramm der Uni Bonn durchlief, für einen

blinden Fleck in der deutschen Wirtschaftsforschung, insbesondere in der wissenschaftlichen Politikberatung. „Politikberater müssen die Verteilungswirkung berücksichtigen, sonst ist ihr Rat nicht viel wert“, mahnt er. Denn viele wünschenswerte Reformen scheiterten am politischen Widerstand der Verlierer. Damit dies nicht passiert, sollten Ökonomen seiner Ansicht nach den politischen Verantwortlichen Hinweise geben, wie sie diesen Widerstand reduzieren können, etwa durch zusätzliche, kompensierende Maßnahmen.

Mitunter sind seine Thesen durchaus unkonventionell: „Warum nicht mit Subventionsabbau dafür sorgen, dass der Staat das Geld hat, Geringqualifizierten zu helfen, deren Löhne auf ein marktkonformes Niveau sinken sollen?“ fragt der selbstbewusste junge Professor. Auch solle die Regierung bei marktwirtschaftlichen Reformen nicht immer nur an die üblichen Verdächtigen denken, sondern auch mit

wenn er auch nicht den Eindruck macht, dass es sein Lieblingsthema ist – eher etwas, das ihn aus seiner akademischen Vergangenheit hartnäckig verfolgt.

Leuchtende Augen bekommt Grüner, wenn er sein aktuelles Forschungsprojekt beschreibt. Dabei geht es darum, dass neue Informationen und neue Technologien sich nicht von heute auf morgen überall gleich schnell durchsetzen. Damit versucht er theoretisch und empirisch zu erklären, warum Computer und Internet die Arbeitsproduktivität in den USA viel früher und stärker erhöht haben als in Europa.

Seine Arbeitstheorie: In den Vereinigten Staaten sind die organisatorischen Strukturen in den Unternehmen und die Arbeitsmärkte deutlich flexibler als hier zu Lande. Dadurch können die Umorganisationen, die zur vollen Nutzung des technischen Fortschritts nötig sind, schneller stattfinden. Um diese These zu erhärten, prüft er derzeit, ob in amerikanischen Unternehmen Stellen von Se-

**SERIE**

WVL

**Jugend forscht**  
Junge, deutschsprachige Ökonomen machen internationalen Furore. Das Handelsblatt stellt sie vor.

Nachdruck gegen überhöhte Preise von Monopolisten und Quasi-Monopolisten vorgehen.

Bisher hat die allgemeine Wirtschaftspolitik Grüners Rat allerdings noch nicht gesucht. Anders ist dies bei den Zentralbanken – von EZB und Co. erhält er regelmäßig Beratungsaufträge. Denn Geldpolitik ist eines seiner Schwerpunktthemen,

krätärinnen, die im Zuge des Siegeszugs von Personalcomputern weniger gebraucht werden, früher und stärker abgebaut wurden als in Europa.

Man trifft nicht viele junge Ökonomen, die mit weniger als 40 Jahren schon so souverän und selbstsicher auftreten wie Grüner. Vielleicht wurde ihm der akademische Erfolg schon in die Wiege gelegt – sein Vater war Professor für Berufspädagogik, sein Bruder ist Professor für Kontrolling, seine Schwester Schuldirektorin.

Seit nunmehr sieben Jahren ist Grüner Professor in Mannheim, seine erste Stelle, seit er 1999 in Bonn habilitierte. Rufe der Universitäten Basel und Berlin lehnte er ab. Was er als Nächstes machen will, weiß er noch nicht so recht. „Es könnte aber auch etwas ganz anderes sein“, meint er, etwas außerhalb der Universität.

Nächste Folge: Clemens Fuest (Universität Köln)