

Seminar zur Verhaltensökonomik: (SoSe 2017) „Marktdesign“ (Prof. Fellner-Röhling)

Neben dem Test und der Modifikation bestehender ökonomischer Theorie, ist es ein weiteres Ziel der Verhaltensökonomik, die Gestaltung von Märkten zu unterstützen. Institutionen sollen so ausgestaltet werden, dass die Verhaltensanreize für individuelle Marktteilnehmer mit den übergeordneten Zielen des Marktarchitekten im Einklang stehen. Die Wichtigkeit dieses Forschungsfeldes unterstreicht der Wirtschaftsnobelpreis 2012, der an Alvin Roth für seine Arbeiten im Bereich Marktdesign ging.

Beispielhafte Fragen, mit denen sich Marktdesigner beschäftigen, sind: Welche Marktregeln führen zu effizientem Handel? Wie müssen anonyme Online- oder Finanzmärkte ausgestaltet sein, damit Vertrauen und Handel ermöglicht wird? Welche betrieblichen Anreizsysteme können die Mitarbeiter bestmöglich motivieren? Können Anreize geschaffen werden, damit Informationen im Internet bereitgestellt werden? Nach welchen Zuordnungsregeln sollten Schüler auf Schulen, Ärzte auf Krankenhäuser und Organspender auf Organempfänger verteilt werden? Durch welche Auktionsregeln werden bei Finanzmarktauktionen, Privatisierungen oder im betrieblichen Einkauf Erlöse beziehungsweise Effizienz maximiert? Können Märkte Information aggregieren, sodass beispielsweise der Ausgang von Wahlen oder der Fußballweltmeisterschaft damit vorhergesagt werden können?

Jedes der folgenden Seminarthemen wird sowohl anhand theoretischer als auch empirisch/experimenteller Literatur aufgearbeitet. Die Literatur wird in der Vorbesprechung am Beginn des Sommersemesters bekannt gegeben. Vorab finden Sie neben einer kurzen Beschreibung jedes Themas einen Internetlink, der ihnen einen punktuellen Einblick bietet.

Hintergrundliteratur (für alle Themen):

Ockenfels, A. 2009. Marktdesign und Experimentelle Wirtschaftsforschung. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 10 (Special Issue), 31–53.

Alvin Roth's Blog zu Marktdesign: <http://marketdesigner.blogspot.de/>

Themen:

Thema 1: Einführung in Marktdesign und Economic Engineering

Dieses Thema gibt einen allgemeinen Einblick in die vielfältigen Anwendungsbereiche des Marktdesigns sowie die bisherigen Erkenntnisse, Herausforderungen und Probleme.

<http://marketdesigner.blogspot.de/search/label/market%20design>

Thema 2: Design von Informationsmärkten

Informationsmärkte dienen dem Austausch von Wissen und Information. Typische Plattformen sind Yahoo!Answers oder Ask.com. Welche Faktoren tragen dazu bei, dass solche Märkte (nicht) funktionieren?

<http://web.freepint.com/go/newsletter/221#feature>

Thema 3: Design von Internet-Handelsplattformen

Damit anonym Handel im Internet überhaupt zustande kommt, muss eine Partei (zumeist der Käufer) der anderen (dem Verkäufer) einen Vertrauensvorschuss entgegenbringen. Wie müssen Plattformen ausgestaltet sein, damit sich dieses Vertrauen aufbauen kann und sich positive und negative Reputation glaubwürdig aufbaut?

<http://marketdesigner.blogspot.de/search/label/auctions>

Thema 4: Märkte für Erfahrungsgüter

Erfahrungsgüter sind Güter und Dienstleistungen, deren Qualität vom Käufer erst nach getätigtem Kauf bzw. Konsum verifizierbar ist, d.h. Märkte für Erfahrungsgüter sind von Informationsasymmetrie zwischen Käufer und Verkäufer gekennzeichnet (z.B. Restaurants, Wein, Filme,..). Wie müssen institutionelle Rahmenbedingungen aussehen, damit diese Märkte effizient funktionieren?

<http://traviswhitecommunications.com/2013/09/02/branding-search-experience-and-credence/>

Thema 5: Matching Märkte

Nach welchen Zuordnungsregeln sollten Schüler auf Schulen, Ärzte auf Krankenhäuser und Organspender auf Organempfänger verteilt werden, wenn es gegenseitige Präferenzen gibt? Wie schafft man ein stabiles Matching, mit dem beide Seiten zufrieden gestellt sind und es keine Anreize abzuweichen? Lässt sich durch solche Matching-Mechanismen die Effizienz dieser Märkte steigern?

<http://marketdesigner.blogspot.de/search/label/kidney%20exchange>

Thema 6: Ökonomik der Partnersuche

Das Prinzip, ein stabiles Matching zu verfolgen, findet sich auch auf Online Partnerbörsen, die in den letzten Jahren einen Boom erlebten. Wie lassen sich solche Märkte ökonomisch analysieren? Welche Dynamiken spielen eine Rolle und lassen sich solche Märkte effizient(er) gestalten?

<http://blogs.wsj.com/economics/2014/01/06/how-nobel-winning-economic-theories-can-help-your-online-dating/?mod=marketbeat>

Zielgruppe

Bachelorstudierende

Teilnahmevoraussetzungen

Grundlagen der VWL (oder Einführung in die VWL) sowie Wirtschaftsstatistik. Wünschenswert sind Mikroökonomik und Schwerpunktvorlesungen im Bereich Economics oder Finance.

Anmeldung und Ablauf

Seminarplätze werden über die neue, web-basierte, zentrale Seminarplatzvergabe des WiWi Fachbereichs vergeben. Melden Sie sich hierfür mit Ihrer Uni Ulm Emailadresse auf folgender Webseite an:

http://www.econulm.de:3838/semapps/stud_de/

Unter diesem Link können Sie dann **vom 21.1.2017 bis 29.1.2017 Ihre Präferenzen über alle angebotenen Seminare für das Sommersemester 2017** eintragen. Sie erfahren danach auf jener

Webseite, in welchem Seminar Sie einen Platz erhalten haben. Eine Anmeldung zu einem bestimmten Thema des Seminars ist nicht möglich.

Teilnehmer müssen eine Seminararbeit verfassen und einen Vortrag halten. Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** voraussichtlich **Ende Juni/Anfang Juli 2017** statt. In der ersten Semesterwoche des Sommersemesters 2017 findet eine Vorbesprechung statt, wo die konkrete Literatur für jedes Thema bekannt gegeben wird und sie Hinweise zur Erstellung der Seminararbeiten und Präsentationen erhalten. Der Termin für die Vorbesprechung wird zeitnah per e-mail bekannt gegeben. Die Frist für die **Abgabe der Seminararbeiten** wird voraussichtlich **Ende Mai** sein.