

Seminar zu strategischen Entscheidungen / Angewandte Fragen strategischer Entscheidungen (SoSe 2013): „(Tatsächliches) Verhalten in Auktionen“ (Prof. Ludwig)

Auktionen werden in vielen Bereichen eingesetzt, so zum Beispiel bei Versteigerungen von Kunstobjekten, Antiquitäten, Blumen und Tieren, Frequenzauktionen (UMTS-Auktion), Beschaffungsauktionen (Vergabe öffentlicher Aufträge), Versteigerungen von Immobilien (Zwangsversteigerungen), Internetwerbung (bei Nutzung von Google bestimmt eine Auktion die Anzahl und Reihenfolge der gezeigten Werbe-Links). Insbesondere Internet-Auktionen haben seit ihrer Entstehung im Jahre 1995 ein enormes Wachstum gezeigt und den Einzelhandel gewissermaßen revolutioniert.

Im Seminar beschäftigen wir uns mit den Auswirkungen der Auktionsgestaltung auf das Bieterverhalten. Insbesondere beschäftigen wir uns mit Internetauktionen, strategischen Anreizen im (elektronischen) Bietverhalten, Reputationseffekten, sniping (d.h. Bieten in letzter Sekunde) und Sofortkauf-Preisen. Dabei betrachten wir sowohl spieltheoretische Vorhersagen als auch tatsächliches Verhalten in Internetauktionen und Experimenten.

Die Aufnahme ins Seminar findet am **Mittwoch, den 06. Februar 2013 um 18:00 Uhr** im Institut für Wirtschaftswissenschaften (Büro 1.25) statt. Um ins Seminar aufgenommen zu werden, müssen Sie dort anwesend sein. Die Vergabe findet ausschließlich um 18:00 Uhr statt, eine vorherige Anwesenheit ist nicht notwendig.

Wir vergeben Themen an **bis zu 12** Bachelorstudierende und **bis zu 12** Master- und Diplomstudierende. Falls mehr Studierende teilnehmen wollen, wählen wir Studierende per Losentscheid aus.

Das Seminar wird als Blockveranstaltung voraussichtlich Mitte **Juni 2013** stattfinden. Zu Beginn des Sommersemesters 2013 findet eine Vorbesprechung statt, in der die konkrete Literatur vergeben wird. Der genaue Termin der Vorbesprechung wird zeitnah per Email bekanntgegeben. Die Frist für die Abgabe der Seminararbeiten wird voraussichtlich Anfang Juni sein.

Zielgruppe:

Bachelorstudierende (Angewandte Fragen strategischer Entscheidungen, Themen mit **B**), Master- und Diplomstudierende (Seminar zu strategischen Entscheidungen, Themen mit **M**).

Themen:

1. Der Fluch des Winners und Preisfaktoren (B)

Ist es immer gut, der Gewinner einer Auktion zu sein? Wovon hängen die resultierenden Preise in Auktionen ab?

2. Feedback und Reputation (B)

Warum gibt es Feedback-/Bewertungssysteme, in denen Käufer und Verkäufer den Ablauf der Transaktion bewerten? Wie hängen Verkaufswahrscheinlichkeit und erzielte Preise von der Reputation des Verkäufers ab?

3. Offene und geheime Mindestgebote, Sofortkaufpreise (Buy-it-now) (M)

Führen offene oder geheime Mindestgebote zu höheren Erlösen? Welche Rolle spielen sogenannte Sofortkaufpreise in Internetauktionen (Preise, zu denen man direkt den Zuschlag für das Gut erhält)?

4. Emotionen, Risikoaversion und begrenzte Rationalität (M)

Wie beeinflussen Emotionen wie Missgunst und Bedauern das Bieterverhalten? Welchen Einfluss hat Risikoaversion?

5. Kollusion, Bietkriege und Sniping (d.h. Bieten in letzter Sekunde) (B)

Wie kann man tatsächlich beobachtetes Bieterverhalten (insbesondere Bieten in letzter Sekunde auf eBay) erklären?

6. Betrug (B)

In Auktionen (insbesondere im Internet) gibt es viele Möglichkeiten des Betrugs (z.B. schlechtere Qualität des Produktes als angegeben). Wie häufig wird betrogen? Wie beeinflussen Betrugsmöglichkeiten Auktionsergebnisse?

7. Online Werbung (M)

Wie funktioniert Werbung im Internet? Wie wird entschieden, welche Werbe-Links wo platziert sind? Wie bestimmt sich der Preis für die Werbung?

8. Konkurrierende Auktionen (M)

Im Internet finden häufig gleichzeitig mehrere Auktionen statt, in denen das gleiche Produkt angeboten wird. Ändert sich das Bieterverhalten, wenn es solche miteinander konkurrierenden Auktionen gibt?