

# Seminar „Kommunikation und Kooperation“

Prof. Dr. Lisa Bruttel

Dieses Seminar befasst sich mit der Frage, welchen Effekt Kommunikation auf Kooperation in unterschiedlichen ökonomischen Kontexten hat. Die Themengebiete umfassen dabei Fragestellungen aus der Verhaltensökonomik, der Industrieökonomik und der experimentellen Wirtschaftsforschung.

Die Teilnehmendenzahl ist auf 12 beschränkt. **Die Vorbesprechung und Themenvergabe findet am 16. Oktober 2024 um 12:15 Uhr statt. Die Seminarvorträge finden ab dem 30. Oktober 2024 statt, immer mittwochs um 12:15 Uhr.** Hier halten die Teilnehmenden Vorträge über die wissenschaftliche Literatur zu ihrem gewählten Thema. Die Dauer eines Vortrags beträgt 20 Minuten. Sie können Ihren Vortrag in deutscher oder englischer Sprache halten.

Zusätzlich zu Ihrem eigenen Vortrag werden Sie einem anderen Vortrag als Diskutant\*in zugeteilt. In dieser Rolle ist es Ihre Aufgabe, mit zwei oder drei eigenen Folien in maximal 5 Minuten eine eigene Sichtweise auf das Thema des Vortrags zu zeigen. Sie sollen als Diskutant\*in unbedingt unmittelbar auf den vorangegangenen Vortrag eingehen und dürfen auch explizite, konstruktive Kritik daran äußern. Bitte laden Sie deshalb die Präsentationsfolien zu Ihrem Vortrag unbedingt spätestens am Sonntagabend vor Ihrem Vortrag auf die Moodle-Seite des Kurses, damit der oder die Diskutant\*in noch etwas Zeit hat, sich auf diese Aufgabe vorzubereiten!

Abgabetermin für die Hausarbeit im Umfang von ca. 10-12 Seiten ist der 31. März 2025. Bitte laden Sie Ihre Hausarbeit bis zu diesem Termin auf die Moodle-Seite des Kurses hoch.

Hier finden Sie eine Liste mit Themenvorschlägen. Die Reihenfolge, in der die Themen hier aufgelistet werden, hat dabei nichts mit der Reihenfolge der Seminarvorträge zu tun. Diese werden wir bei der Vorbesprechung im Zufallsverfahren auslosen. Sie dürfen nach Rücksprache auch gern andere Fragestellungen, die zum Thema des Seminars passen, bearbeiten.

## **Verhaltensökonomische Fragestellungen:**

1. Das Gefangenendilemma ist wahrscheinlich das berühmteste Spiel der Spieltheorie. Ein wesentlicher Grund für das Dilemma ist, dass die beiden Spielenden nicht miteinander kommunizieren können. Aber wie gut klappt Kooperation tatsächlich, wenn Kommunikation erlaubt wird? Dazu gibt es ökonomische Laborexperimente, und zwar gar nicht so wenige. Sie dürfen sich bei der Bearbeitung dieses Themas daher entweder auf Experimente mit wiederholten Interaktionen oder mit einmaligen Entscheidungen beschränken.

2. Dem Public Goods Game liegt ein ähnliches Dilemma zugrunde wie dem Gefangenendilemma, erweitert auf Gruppen von mehr als zwei Spielenden. Auch hier gibt es experimentelle ökonomische Studien, die das Verhalten mit und ohne Kommunikation verglei-

chen. Welche Effekte kann man dabei beobachten? Welche Rolle spielt dabei die größere Komplexität einer Situation mit einer größeren Anzahl an Akteuren?

3. Das Ultimatumspiel und das Diktatorspiel beschreiben Situationen, in denen eine Person etwas hat, von der sie einer anderen Person etwas abgeben kann, im Ultimatumspiel erweitert durch eine „Komplettzerstörungsoption“ der zweiten Person. Diese Spiele eignen sich besonders gut, um einseitige mit zweiseitiger Kommunikation zu vergleichen. Welchen Effekt haben ein einseitiger und ein zweiseitiger Kommunikationskanal auf kooperatives Verhalten in diesen Spielen?

#### **Kommunikation im Wettbewerbskontext:**

4. In der experimentellen Wirtschaftsforschung werden Laborexperimente durchgeführt, in denen die Forschenden vergleichen, welche Preise und Mengen von Versuchspersonen in der Rolle von Unternehmen gesetzt werden, wenn diese miteinander kommunizieren können (und ein Kartell bilden), im Vergleich zu einer Situation, in der keine Kommunikation möglich ist (aber evtl. Tacit Collusion stattfindet). Wie groß ist der Effekt von Kommunikation auf die Preise und Mengen? Inwiefern hängt die Antwort auf diese Frage davon ab, wie viele Unternehmen in dem Markt aktiv sind?

5. In unseren eigenen Arbeiten am Lehrstuhl haben wir uns viel mit der Frage beschäftigt, welche *Kommunikationsinhalte* am ehesten dazu führen, dass ein Kartell sich erfolgreich koordiniert. Wenn Sie sich trauen, einen Seminarvortrag zu halten, in dem sie die Arbeiten ihrer Dozentin rauf und runter zitieren müssen, ist das hier Ihr Thema :)

6. Kommunikation in Auktionen. Auktionen sind ähnlich wie Preissetzungsspiele, nur dass der Wettbewerb auf der Nachfrageseite eines Marktes stattfindet, nicht auf der Angebotsseite. Außerdem gewinnt in der Regel nur einer die Auktion, alle anderen haben einen Gewinn von Null. Wie können Absprachen in diesem Kontext aussehen? Welchen Effekt hat Kommunikation auf die Gebote im Vergleich zu einer Situation ohne Kommunikation?

#### **Analyse von Wirkmechanismen („Warum wirkt Kommunikation?“):**

7. Wenn ich mit meinem Gegenüber sprechen oder schreiben kann, hilft das dabei, einzuschätzen, ob diese Person kooperationsbereit ist. Diese Einschätzung nennt man „Belief“. Wie verändern sich Beliefs durch Kommunikation?

8. Es liegt nahe, dass Kommunikation zwischen Wirtschaftssubjekten das Vertrauen verbessert, das sie sich gegenseitig schenken. Wie wird Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit in ökonomischen Experimenten gemessen? Und welchen Effekt hat Kommunikation darauf?

9. In wiederholten Spielen könnten die Versuchspersonen oft auch *nach* einer Interaktion erneut miteinander kommunizieren. Je nachdem, wie das Gegenüber sich zuvor verhalten hat, kann man dann manchmal verbale Bestrafungen in Form von mehr oder weniger wüsten Beschimpfungen beobachten. Welchen Effekt haben solche verbalen Bestrafungen auf die danach folgenden Entscheidungen? Führt schon die Sorge, im Fall unkooperativen Verhaltens anschließend verbal gestraft zu werden, von Anfang an zu mehr Koope-

ration? Und wie gut wirkt die Möglichkeit verbaler Bestrafungen im Vergleich zu anderen Strafen, wie zum Beispiel einem Abzug bei der Auszahlung im ökonomischen Experiment?

### **Methodische Themen:**

10. Kommunikation kann über verschiedene Medien erfolgen, schriftlich per Chat, mündlich, face-to-face... Hängt der Effekt von Kommunikation auf die Kooperation der Personen – egal in welcher Entscheidungssituation – davon ab, welches Medium sie nutzen?

11. Um experimentelle Studien zu standardisieren, wird die Kommunikation oft stark strukturiert, indem die Forschenden den Versuchspersonen nur eine begrenzte Auswahl vorgefertigter Nachrichten zur Verfügung stellen. Hat auch diese vorstrukturierte Kommunikation einen Effekt auf die Kooperation der Versuchspersonen? Wie groß ist dieser Effekt im Vergleich zu „richtiger“, unbeschränkter Kommunikation?

12. Kommunikation muss nicht immer Kommunikation direkt zwischen den miteinander interagierenden Personen sein. Manchmal erfolgt Kommunikation auch in der Form, dass eine außenstehende Person den Interagierenden eine Botschaft sendet, die eine Verhaltenempfehlung enthält. Welche Botschaft sollte die außenstehende Person am besten senden, um damit die Kooperation zu verbessern? Was passiert, wenn die monetären Anreize der außenstehenden Person nicht mit den Anreizen der interagierenden Personen übereinstimmen?