

Superstars und Celebrities: Faszination von The-Winner-take-it-all - Märkten

Zeit: Dienstag 10.15 - 12.00

Beginn: 18.02.2014

Turnus: wöchentlich

Seminarbeschreibung:

«Das Supertalent», «Germanys next Top Model», «Die bestverdiensten Top Manager», «Die teuersten Fussballer der Welt», «Sexiest Women Alive» ... Faszination und Anziehungskraft vieler Kulturgüter- und Arbeitsmärkte liegen in der extremen Erfolgsungleichheit begründet: die Nachfrage konzentriert sich auf wenige Stars, während die breite Masse erfolglos bleibt. So betragen die Gagen respektive der Ruhm der erfolgreichsten Maler, Sänger, Filmschauspieler, Autoren, Wissenschaftler, Manager, Models ein Vielfaches ihrer Konkurrenten. Gleichzeitig hat die Mehrheit mit prekären Karrierebedingungen zu kämpfen. Im Gegensatz zu Normalsterblichen verfügen Superstars über Talentvorteile, welche sich überproportional auf ihr Einkommen und ihren Marktwert auswirken. Celebrities hingegen sind Berühmtheiten, die sich nicht durch besondere Leistungen auszeichnen, sich aber immer wieder in die Medien einbringen können. Im empirischen Forschungsseminar sollen ausgewählte Aspekte von „Winner-takes-it-all“-Märkten näher beleuchtet werden.

Das Ziel unseres Forschungsseminars ist, den Studierenden zunächst eine allgemeine Einführung in wesentliche Fragestellungen und Faktoren der Entstehung von „Winner-takes-it-all“-Märkten zu geben. Anschliessend erstellen die Teilnehmer/innen Kurzreferate zu ausgewählten Themenschwerpunkten (siehe unten) sowie einen Forschungsplan (Hypothesen, hypothetische empirische Vorgehensweise) zu einer selbst gewählten Fragestellung.

Anforderungen:

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie verschiedene Fragestellungen, von denen eines zur Bearbeitung zu wählen ist.

Die vorgegebenen Literaturquellen dienen als Orientierung und Ausgangspunkt für Referat, Forschungsplan sowie die Seminararbeit. Verwenden Sie in Ihrer Arbeit neben der angegebenen Literatur zusätzliche Quellen. Bei der weiteren Literaturrecherche orientieren Sie sich bitte auch an Publikationen aus hochwertigen wissenschaftlichen Zeitschriften (z.B. Recherche über Online-Datenbanken wie Web of Science oder Google Scholar), Büchern (Bibliothekskatalog der Universität Zürich) und Arbeitspapieren (z.B. SSRN online).

Die Themenschwerpunkte sind (Literaturhinweise siehe nachfolgende Seiten):

Themengebiet 1: Erklärungsansätze zur Entstehung von Winner-Take-it-all Märkten

- S1 Technologischer Wandel und Netzwerkeffekte
- S2 Globalisierung und der Global War for Talent
- S3 Superstartheorien und Herdenverhalten

Themengebiet 2: Gesellschaftliche Auswirkungen von Winner-Take-it-all Märkten

- S4 Ressourcenfehlallokationen, Lock-In Effekte und Pfadabhängigkeiten

- S5 Motivationale Effekte, Rollenmodelle und Fehlanreize
- S6 Einkommensungleichheit und Matthäuseffekte

Themengebiet 3: Empirische Beispiele von Winner-Take-it-all Märkten

- S7 Winner-Take-it-all in der Wissenschaft
- S8 Winner-Take-it-all im Management
- S9 Winner-Take-it-all im Sport
- S10 Winner-Take-it-all in der Haute Cuisine
- S11 Winner-Take-it-all in der Musikbranche
- S12 Winner-Take-it-all in der Filmbranche

Deadlines:

- Bis spätestens zum 15.02.14 E-Mail an Gitta Grätzer (graetzer@soziologie.uzh.ch) und Katja Rost (katja.rost@uzh.ch) mit der Mitteilung Ihrer Wunschthemen mit der Priorität 1,2,3. Es gilt das Prinzip: First come, first serve.
- Bis zum **xx.xx.** reichen Sie bitte Ihre Seminararbeit zum Thema ein (ca. 10 - 15 Seiten Umfang, 1,5 zeilig, Name und Matrikelnummer nicht vergessen). Die Seminararbeit senden Sie bitte per Mail im PDF und Word Format an Prof. Katja Rost und Gitta Grätzer. Parallel dazu geben Sie bitte einen Ausdruck im Sekretariat des Lehrstuhls ab. Den Ausdruck können Sie auch noch nach dem **xx.xx.** nachreichen (nicht aber die elektronische Version).

Themenschwerpunkte

Themengebiet 1: Erklärungsansätze zur Entstehung von Winner-Take-it-all Märkten

Die meisten Ansätze zur Erklärung der Entstehung von Winner-takes-it-all – Märkten stammen bislang aus den Wirtschaftswissenschaften – soziologische Ansätze sind eher rar. Wir betrachten im Seminar prominente Theorien, die Ursachen des Erfolgs und von Erfolgskonzentration bzw. Mechanismen der Entstehung von Ungleichheit thematisieren. Während technologischer Wandel, steigende Skalenerträge und Netzwerkeffekte angebotsseitige Erklärungsansätze darstellen, bieten der Global War for Talent sowie Startheorien eine Erklärung aus der Nachfrageperspektive.

S1 Technologischer Wandel und Netzwerkeffekte

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Arthur (1996); Lee et al. (2006); Fjell et al. (2010); Sun and Tse (2007); (Brynjolfsson et al., 2010)
<http://www.forbes.com/sites/erincarlyle/2012/03/13/how-americas-wealthiest-get-rich/>

S2 Globalisierung/ Global War for Talent

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Beechler and Woodward (2009); Brown and Tannock (2009); Chambers et al. (1998); Torgler and Piatti (2013)

S3 Superstartheorien und Herdenverhalten

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Rosen (1981); Adler (1985); Frey et al. (2006); Keuschnigg (2012); (Franck, 2001)

Themengebiet 2: Gesellschaftliche Auswirkungen von Winner-Take-it-all Märkten

Wie ist die zunehmende Bedeutung von Winner-takes-it-all – Märkten aus gesellschaftlicher Perspektive zu bewerten? In diesem Themenblock beschäftigen wir uns mit möglichen Fehlanreizen sowie Erfolgskaskaden, Pfadabhängigkeiten und Matthäus-Effekten. Auch sollen Auswirkungen auf die Verteilung von Einkommen und Vermögen diskutiert werden.

S4 Ressourcenfehlallokationen, Lock-In Effekte und Pfadabhängigkeiten

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Fischbacher and Thöni (2008); Frank and Cook (2012); (Camerer and Lovallo, 1999); Murphy et al. (1991); (Cowan, 1990); (Pierson, 2000); (David, 1985); (Liebowitz and Margolis, 2000); (Bonus and Ronte, 1997)

S5 Motivationale Effekte, Rollenmodelle und Fehlanreize

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Brown (2011); Miklós-Thal and Ullrich (2011); Fang and Casadevall (2013); (Lockwood and Kunda, 1997); Torgler et al. (2006); (Cialdini et al., 1976)

<http://ideas.time.com/2013/07/24/superstar-sports-players-more-likely-to-cheat/>

S6 Einkommensungleichheit und Matthäuseffekte

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Ravid and Currid-Halkett (2013); Merton (1968); Lutter (2012a); Lutter (2012b); Alderson et al. (2005); Gordon and Dew-Becker (2007)

<http://www.forbes.com/celebrities/>

http://www.nytimes.com/2014/01/20/opinion/krugman-the-undeserving-rich.html?_r=0

http://www.nytimes.com/2014/01/27/opinion/krugman-paranoia-of-the-plutocrats.html?partner=rssnyt&emc=rss&_r=1

Themengebiet 3: Empirische Beispiele von Winner-Take-it-all Märkten

Winner-takes-it-all – Phänomene lassen sich in unterschiedlicher Ausprägung in verschiedenen Branchen beobachten: im Management, in der Wissenschaft, im Sport oder in den Kultur-, Medien- und Kreativindustrien. Ihnen gemein ist, dass relativ wenige Marktakteure die meisten Erfolgsanteile auf sich vereinen. Zudem herrscht ein permanentes Überangebot an Akteuren, die in diese Märkte hineindrängen, wobei die Mehrheit der Akteure mit prekärer Beschäftigung, Unterbeschäftigung und Arbeitslosigkeit konfrontiert ist.

Warum sind einige Akteure erfolgreich und andere nicht? Wie hängen Erfolg und Leistung zusammen? Wie äussern sich – sofern vorhanden - extreme Erfolgsungleichheiten? Dazu betrachten wir Winner-takes-it-all – Phänomene in folgenden Bereichen:

S7 Winner-Take-it-all in der Wissenschaft

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Allchin (1994); Dasgupta and Maskin (1987); Merton (1968); Osterloh and Frey (2008)

S8 Winner-Take-it-all im Management

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Rosen (1982); Malmendier and Tate (2009); Lee (2006); Elson and Ferrere (2012); (Gersbach and Schmutzler, 2007); (Groysberg et al., 2004); Grigoriou and Rothaermel (2014)

http://www.forbes.com/lists/2012/12/ceo-compensation-12_land.html

S9 Winner-Take-it-all im Sport

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Garcia-del-Barrio and Pujol (2007); Franck and NÜEsch (2012); Simmons (2007); Borghesi (2008)

<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/04/the-geography-of-superstar-sports-millionaires/237741/>

S10 Winner-Take-it-all in der Haute cuisine

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Ehrmann et al. (2009); Ottenbacher and Harrington (2008); Henderson (2011); Edelheim et al. (2011); (Surlémont et al., 2005)

<http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=aGqcWRXMqYRg>

<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4522975>

http://www.forbes.com/2008/08/08/celebrity-chef-earners-forbeslife-cx_cv_0808food.html

<http://www.theguardian.com/media/2009/aug/05/jamie-oliver-2008-profits>

S11 Winner-Take-it-all in der Musikbranche

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Hamlen (1991); Alan B. Krueger (2005); Salganik et al. (2006); Franck and Nüesch (2007); Meiseberg (2012); (Tsay, 2013)

S12 Winner-Take-it-all in der Filmbranche

Vorläufige Literaturvorschläge zum Einlesen in das Thema:

Albert (1998); Elberse (2007); Rossman et al. (2010); Fernandez-Blanco et al. (2012); Meiseberg et al. (2008); (Ravid, 1999)

Literaturverzeichnis

- Adler, M., 1985. Stardom and talent. *The American Economic Review* 75, 208-212.
- Alan B. Krueger, 2005. The Economics of Real Superstars: The Market for Rock Concerts in the Material World. *Journal of Labor Economics* 23, 1-30.
- Albert, S., 1998. Movie Stars and the Distribution of Financially Successful Films in the Motion Picture Industry. *Journal of Cultural Economics* 22, 249-270.
- Alderson, A.S., Beckfield, J., Nielsen, F., 2005. Exactly How Has Income Inequality Changed?: Patterns of Distributional Change in Core Societies. *International Journal of Comparative Sociology* 46, 405-423.
- Allchin, D., 1994. The Super Bowl and the Ox-Phos Controversy: "Winner-Take-All" Competition in Philosophy of Science. *PSA: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association* 1994, 22-33.
- Arthur, W.B., 1996. Increasing Returns and the new world of business. *Harvard Business Review* 74, 100-109.
- Beechler, S., Woodward, I.C., 2009. The global "war for talent". *Journal of International Management* 15, 273-285.
- Bonus, H., Ronte, D., 1997. Credibility and Economic Value in the Visual Arts. *Journal of Cultural Economics* 21, 103-118.
- Borghesi, R., 2008. Allocation of scarce resources: Insight from the NFL salary cap. *Journal of Economics and Business* 60, 536-550.
- Brown, J., 2011. Quitters Never Win: The (Adverse) Incentive Effects of Competing with Superstars. *Journal of Political Economy* 119, 982-1013.
- Brown, P., Tannock, S., 2009. Education, meritocracy and the global war for talent. *Journal of Education Policy* 24, 377-392.
- Brynjolfsson, E., Hu, Y., Smith, M.D., 2010. Research Commentary— Long Tails vs. Superstars: The Effect of Information Technology on Product Variety and Sales Concentration Patterns. *Information Systems Research* 21, 736-747.
- Camerer, C., Lovallo, D., 1999. Overconfidence and excess entry: An experimental approach. *AMERICAN ECONOMIC REVIEW* 89, 306-318.
- Chambers, E.G., Foulon, M., Handfield-Jones, H., Hankin, S.M., Michaels, E.G., 1998. The war for talent. *McKinsey Quarterly*, 44-57.
- Cialdini, R.B., Borden, R.J., Thorne, A., Walker, M.R., Freeman, S., Sloan, L.R., 1976. Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology* 34, 366.
- Cowan, R., 1990. Nuclear Power Reactors: A Study in Technological Lock-in. *The Journal of Economic History* 50, 541-567.
- Dasgupta, P., Maskin, E., 1987. The simple economics of research portfolios. *The Economic Journal* 97, 581-595.
- David, P.A., 1985. Clio and the Economics of QWERTY. *The American Economic Review* 75, 332-337.
- Edelheim, J.R., Lee, Y.L., Lee, S.H., Caldicott, J., 2011. Developing a Taxonomy of 'Award-Winning' Restaurants—What are They Actually? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 12, 140-156.
- Ehrmann, T., Meiseberg, B., Ritz, C., 2009. Superstar Effects in Deluxe Gastronomy – An Empirical Analysis of Value Creation in German Quality Restaurants. *Kyklos* 62, 526-541.
- Elberse, A., 2007. The Power of Stars: Do Star Actors Drive the Success of Movies? *Journal of Marketing* 71, 102-120.
- Elson, C.M., Ferrere, C.K., 2012. Executive Superstars, Peer Groups and Over-Compensation—Cause, Effect and Solution. Available at SSRN 2125979.
- Fang, F.C., Casadevall, A., 2013. Why We Cheat. *Scientific American Mind* 24, 30-37.
- Fernandez-Blanco, V., Ginsburgh, V., Prieto-Rodríguez, J., Weyers, S., 2012. As Good as It Gets ?Blockbusters and the Inequality of Box Office Results Since 1950. Working Papers ECARES, <http://ideas.repec.org/p/eca/wpaper/2013-113533.html>.
- Fischbacher, U., Thöni, C., 2008. Excess entry in an experimental winner-take-all market. *Journal of Economic Behavior & Organization* 67, 150-163.

Fjell, K., Foros, Ø., Steen, F., 2010. The economics of social networks: The winner takes it all? SNF working papers.

Franck, E., 2001. Warum gibt es Stars? Drei Erklärungsansätze. *Wirtschaftsdienst* 81, 59-64.

Franck, E., Nüesch, S., 2007. Avoiding 'Star Wars'—Celebrity Creation as Media Strategy. *Kyklos* 60, 211-230.

Franck, E., Nüesch, S., 2012. TALENT AND/OR POPULARITY: WHAT DOES IT TAKE TO BE A SUPERSTAR? *Economic Inquiry* 50, 202-216.

Frank, R.H., Cook, P.J., 2012. Winner-take-all markets. *Journal of Microeconomics* 1, 151-184.

Frey, B., Rohner, D., Winstein, A., 2006. Ich Bin Auch ein Lemming: Herding and Consumption Capital in Arts and Culture. Available at SSRN 880354.

Garcia-del-Barrio, P., Pujol, F., 2007. Hidden monopsony rents in winner-take-all markets—sport and economic contribution of Spanish soccer players. *Managerial and Decision Economics* 28, 57-70.

Gersbach, H., Schmutzler, A., 2007. Does Globalization Create Superstars? Vol.

Gordon, R.J., Dew-Becker, I., 2007. Selected Issues in the Rise of Income Inequality. *Brookings Papers on Economic Activity* 2007, 169-190.

Grigoriou, K., Rothaermel, F.T., 2014. Structural Microfoundations of Innovation: The Role of Relational Stars. *Journal of Management* 40, 586-615.

Groysberg, B., Nanda, A., Nohria, N., 2004. The risky business of hiring stars. *Harvard Business Review* 82, 92-100.

Hamlen, W.A., Jr., 1991. Superstardom in Popular Music: Empirical Evidence. *The Review of Economics and Statistics* 73, 729-733.

Henderson, J.C., 2011. Celebrity chefs: expanding empires. *British Food Journal* 113, 613-624.

Keuschnigg, M., 2012. Stars und ihre Entstehung, in: Braun, N., Keuschnigg, M., Wolbring, T. (Eds.), *Wirtschaftssoziologie II: Anwendungen*. Oldenbourg, München, pp. 173-192.

Lee, E., Lee, J., Lee, J., 2006. Reconsideration of the Winner-Take-All Hypothesis: Complex Networks and Local Bias. *Management Science* 52, 1838-1848.

Lee, S., 2006. CEO reputation: who benefits—the firm or the CEO? Working paper, University of Southern California.

Liebowitz, S.J., Margolis, S.E., 2000. Path dependence. *Encyclopedia of law and economics* 1, 981-998.

Lockwood, P., Kunda, Z., 1997. Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology* 73, 91-103.

Lutter, M., 2012a. Anstieg oder Ausgleich? Die multiplikative Wirkung sozialer Ungleichheiten auf dem Arbeitsmarkt für Filmschauspieler. *Zeitschrift Fur Soziologie* 41, 435-457.

Lutter, M., 2012b. Soziale Strukturen des Erfolgs: Winner-take-all-Prozesse in der Kreativwirtschaft, MPiFG Discussion Paper 12/7, Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln.

Malmendier, U., Tate, G., 2009. Superstar CEOs. *The Quarterly Journal of Economics* 124, 1593-1638.

Meiseberg, B., 2012. Trust the artist versus trust the tale: performance implications of talent and self-marketing in folk music. *Journal of Cultural Economics*, 1-34.

Meiseberg, B., Ehrmann, T., Dormann, J., 2008. We Don't Need Another Hero—Implications from Network Structure and Resource Commitment for Movie Performance. *Schmalenbach Business Review* 60, 74-98.

Merton, R.K., 1968. The Matthew effect in science. *SCIENCE* 159, 56-63.

Miklós-Thal, J., Ullrich, H., 2011. Career Prospects and Effort Incentives: Evidence from Professional Soccer. Mimeo.

Murphy, K.M., Shleifer, A., Vishny, R.W., 1991. The Allocation of Talent: Implications for Growth. *The Quarterly Journal of Economics* 106, 503-530.

Osterloh, M., Frey, B.S., 2008. Anreize im Wissenschaftssystem. Arbeitspapier, Zürich.

Ottenbacher, M., Harrington, R.J., 2008. The culinary innovation process: A study of Michelin-starred chefs. *Journal of Culinary Science & Technology* 5, 9-35.

Pierson, P., 2000. Increasing Returns, Path Dependence, and the Study of Politics. *The American Political Science Review* 94, 251-267.

Ravid, G., Currid-Halkett, E., 2013. The social structure of celebrity: an empirical network analysis of an elite population. *Celebrity Studies* 4, 182-201.

Ravid, S.A., 1999. Information, Blockbusters, and Stars: A Study of the Film Industry. *The Journal of Business* 72, 463-492.

Rosen, S., 1981. The economics of superstars. *The American Economic Review* 71, 845-858.

Rosen, S., 1982. Authority, Control, and the Distribution of Earnings. *The Bell Journal of Economics* 13, 311-323.

Rossman, G., Esparza, N., Bonacich, P., 2010. I'd Like to Thank the Academy, Team Spillovers, and Network Centrality. *American Sociological Review* 75, 31-51.

Salganik, M.J., Dodds, P.S., Watts, D.J., 2006. Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market. *SCIENCE* 311, 854-856.

Simmons, R., 2007. OVERPAID ATHLETES? COMPARING AMERICAN AND EUROPEAN FOOTBALL. *WorkingUSA* 10, 457-471.

Sun, M., Tse, E., 2007. When does the winner take all in two-sided markets? *Review of Network Economics* 6.

Surlemont, B., Chantrain, D., Nlemvo, F., Johnson, C., 2005. Revenue models in haute cuisine: an exploratory analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 17, 286-301.

Torgler, B., Piatti, M., 2013. EXTRAORDINARY WEALTH, GLOBALIZATION, AND CORRUPTION. *Review of Income and Wealth* 59, 341-359.

Tsay, C.-J., 2013. Sight over sound in the judgment of music performance. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 110, 14580-14585.