



Universität
Zürich^{UZH}

Soziologisches Institut – Prof. Dr. Katja Rost

PROSEMINAR SOZIOLOGISCHE FORSCHUNG

Vorlesung Wirtschaftssoziologie

VL 3: – Sind wir alle Egoisten? -
Exemplarische Anwendungen zum Kapitel
ältere Klassiker der Wirtschaftssoziologie

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. **Altruismus**
2. Fairness
3. Indirekte Reziprozität
4. Soziale Normen

Altruismus

- Im Gegensatz zu Tieren helfen sich Menschen untereinander - auch ohne Verwandtschaft.

- Warum sind wir anders?
 - Ein Großteil der Menschen ist stark reziprok, d.h. sie belohnen reziprokes Verhalten und sie bestrafen Normabweichung
 - Insbesondere die Bestrafung von Normabweichung ist ein altruistischer Akt, da Gewinne auf andere Personen auf Kosten des Individuums übertragen werden

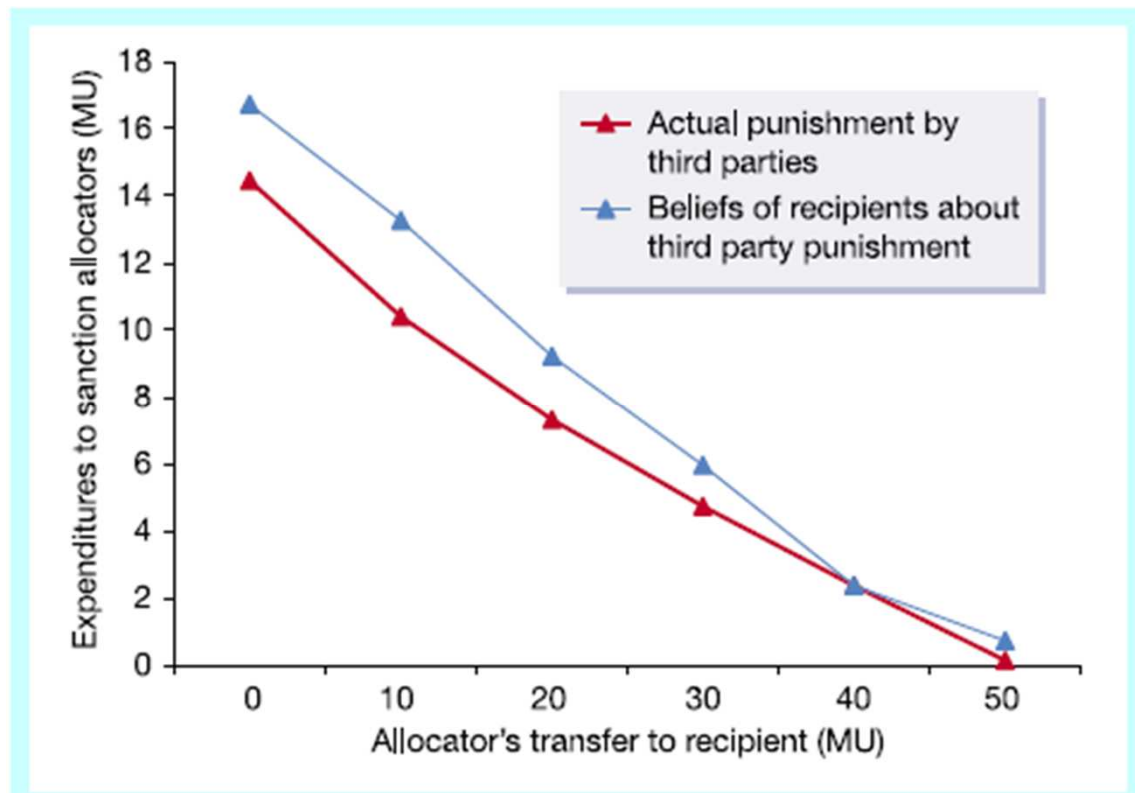
Altruistic punishment im Ultimatum Spiel

- Viele Individuen bestrafen Defekteure auf eigene Kosten = altruistische Handlung
- Ultimatum Spiel
 - Verteilung einer Geldsumme
 - A macht Angebot an B (A kann über die Höhe frei wählen)
 - B akzeptiert das Angebot oder lehnt ab (Bei Ablehnung gehen beide leer aus)
 - Angebote unter 25% werden im Regelfall abgelehnt (Warum? Ist doch geschenkt?) = altruistische Handlung
 - Anbieter, deren Angebot abgelehnt werden, reagieren mit 7% Steigerung der angebotenen Geldsumme in der nächsten Runde
- Diktator Spiel
 - B muss Betrag akzeptieren
 - Angebote von A sind bei weitem geringer als im Ultimatum Spiel

Fehr, E. and Fischbacher, U., 2003. The nature of human altruism. Nature, 425(6960), 785-791.

Sanktionierung durch Drittparteien

- Normen gehen oft mit Sanktionen durch neutrale Dritte einher
- $A=100$, $B=0$, A soll an B spenden, $C=50$, C darf B sanktionieren (Kosten=1, Effekt=3)
- 55% der Drittparteien (C) sanktionieren A, wenn $B < 50$ spendet



Fehr, E. and Fischbacher, U., 2003. The nature of human altruism. *Nature*, 425(6960), 785-791.

Altruistic rewarding in Vertrauensspielen

- Vertrauensspiel
 - Ausstattung: Vertrauensgeber=10, Vertrauender=10,
 - Vertrauensgeber -> Vertrauender
 - Vertrauender -> Vertrauensgeber
 - Transferbeträge der Teilnehmer werden verdoppelt
 - 50% der Vertrauenden transferieren Geld
 - Transfersumme steigt mit der Transfersumme des Vertrauensgebers

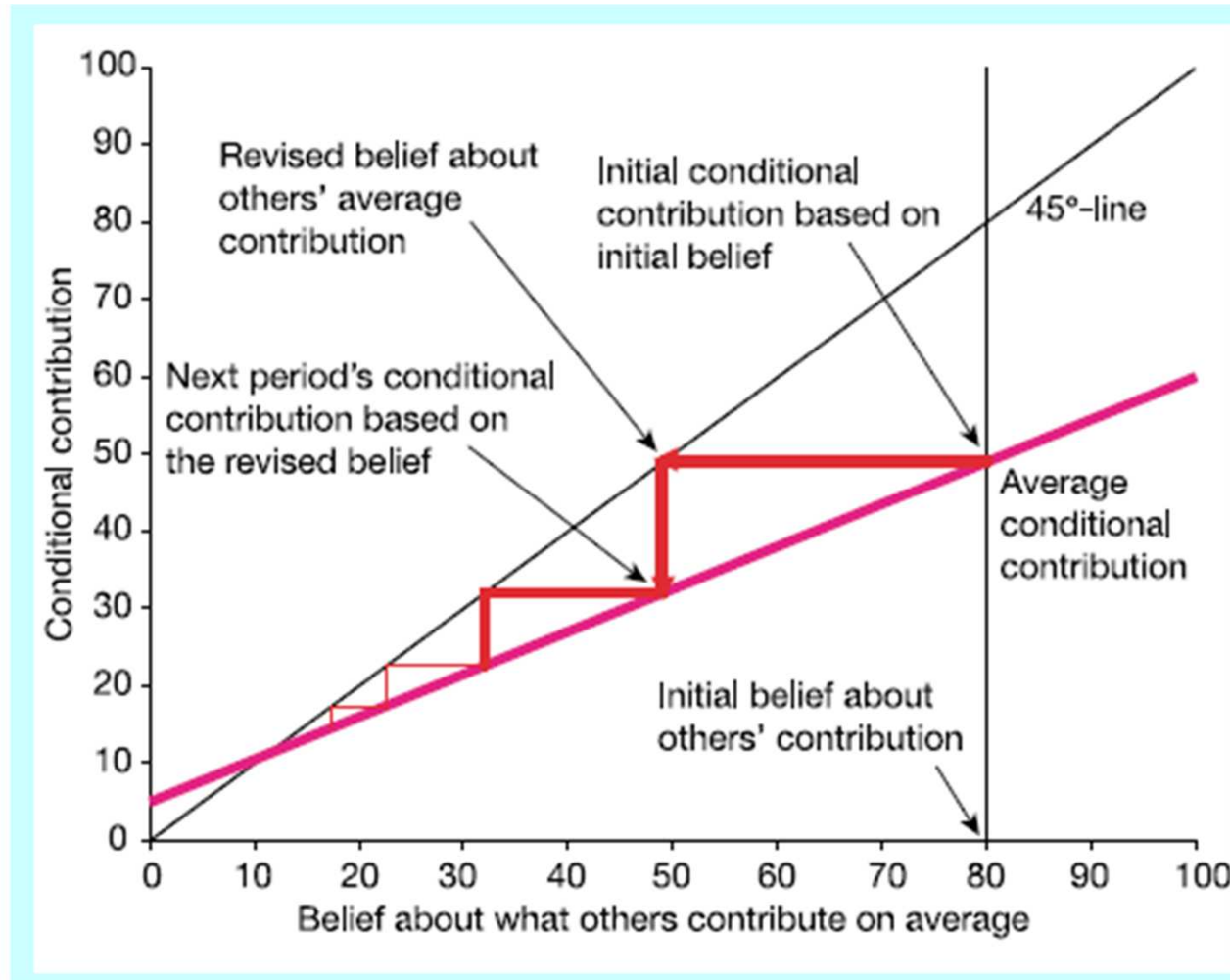
- Eigennützige Akteure würden kein Geld transferieren

Strong reciprocity und Öffentliche Güter

- Einmaliges Public Good Spiel
 - Alle Teilnehmer bekommen Betrag
 - Freiwillige Abgabe in den gemeinsamen Topf -> Verdoppelung -> gleichmäßige Auszahlung an alle
 - 40-60% aller Teilnehmer spenden an den Topf

- Mehrmaliges Public Good Spiel
 - Kooperation lässt nach
 - Warum? Einzelne Trittbrettfahrer (siehe nächste Folie)

Abnahme der Kooperation in Public Good Spielen

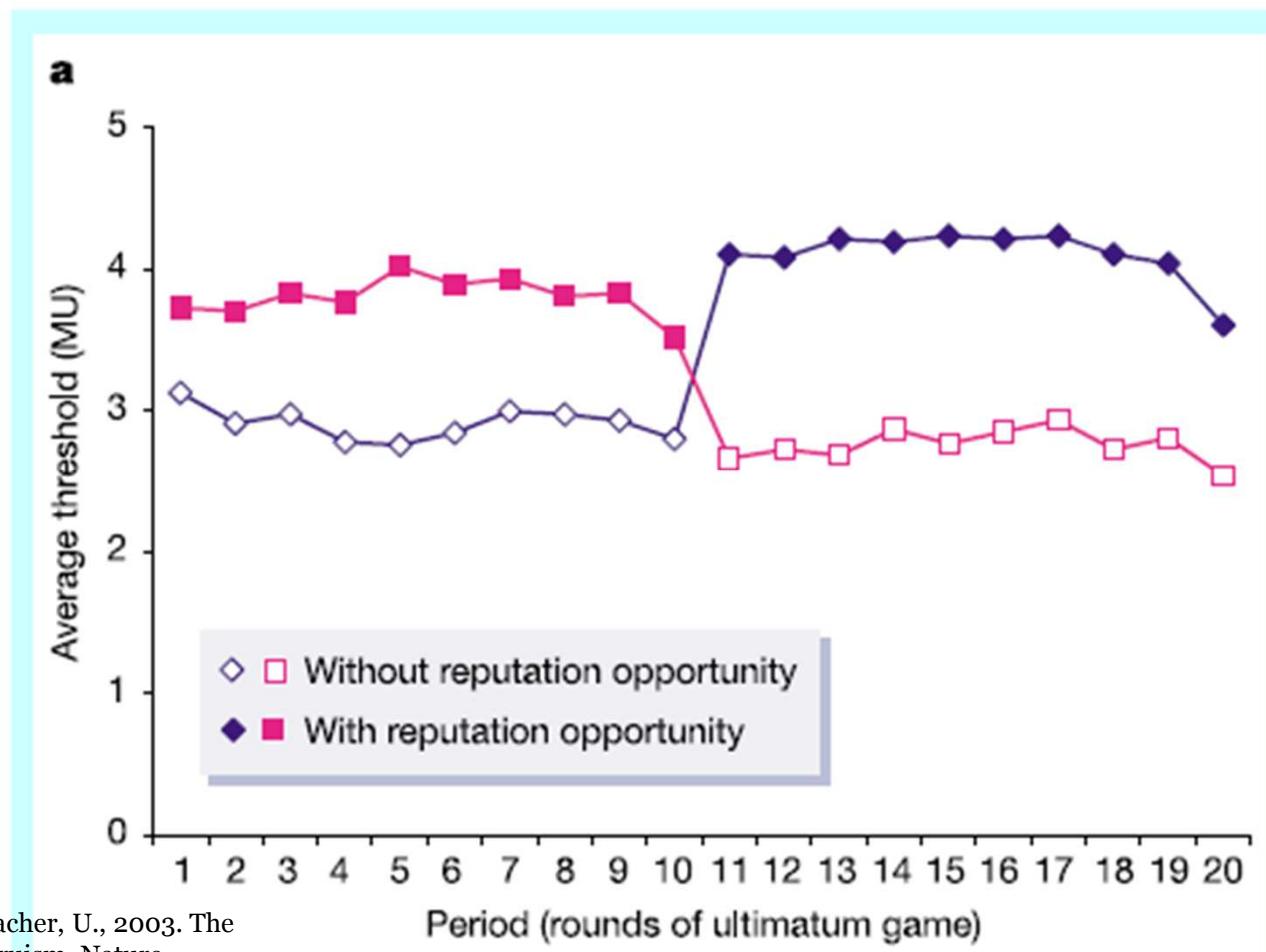


Fehr, E. and Fischbacher, U., 2003. The nature of human altruism. *Nature*, 425(6960), 785-791.

Wiederholte Interaktion und Reputation

- Public Good Spiel
 - Spieler können sich gegenseitig helfen, wobei Hilfe nicht kostenlos ist, aber günstiger als gutgeschriebener Betrag
- Reputationsaufbau möglich:
 - Beitrag zum Public Good
 - Geleistete Hilfe
- Reputation ist wichtig für Sanktionen und damit die Evolution der Kooperation
- Gründe für Hilfe
 - Reputationserwerb: 74%
 - Altruismus: 37%

Abgaben im Ultimatum-Spiel mit und ohne Reputation

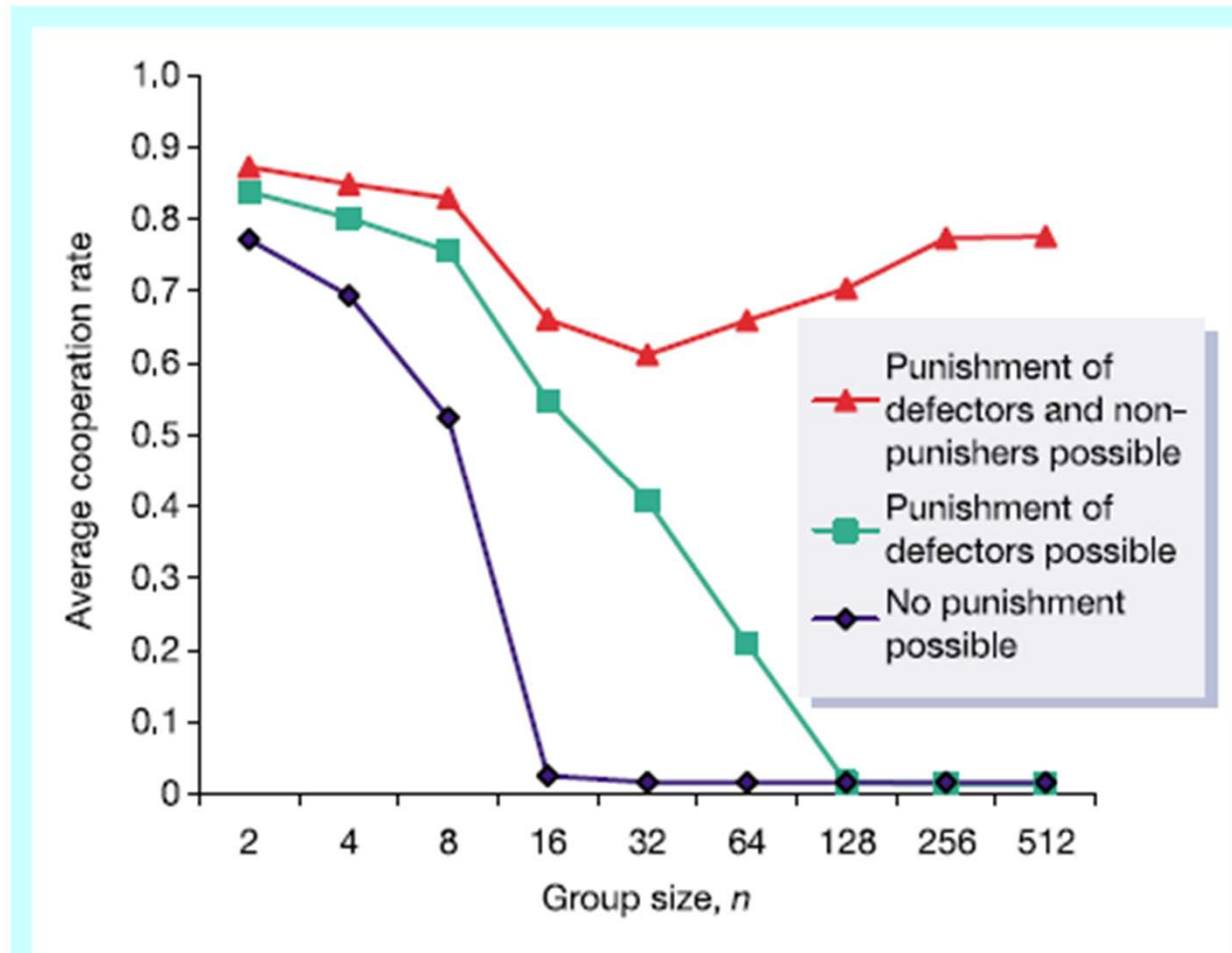


Fehr, E. and Fischbacher, U., 2003. The nature of human altruism. *Nature*, 425(6960), 785-791.

Altruismus vs. Eigeninteresse

- Menschen sind Altruisten und Egoisten
- Altruistischer Teil
 - Kooperation und Bestrafung in einmaligen Interaktionen
- Egoistischer Teil
 - Verringerung der Beiträge in mehrmaligen Interaktionen

Evolution der Kooperation



Fehr, E. and Fischbacher, U., 2003. The nature of human altruism. *Nature*, 425(6960), 785-791.

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Altruismus
- 2. Fairness**
3. Indirekte Reziprozität
4. Soziale Normen

Warum kooperieren Egoisten?

- Beobachtung:
 - Menschen handeln sozial, z.B. Firmen zahlen oft „faire“ Gehälter über dem kompetitiven Preis
 - Menschen kooperieren wenn Sanktionsmöglichkeiten vorhanden sind
 - Menschen verhalten sich aber auch wie Egoisten

- Warum? Wann?

Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. Quarterly Journal of Economics, 114, 817-868.

Annahmen

- Rationale Akteure bestehen aus Anteil an Egoisten & Anteil der über Fairness motiviert ist
- Fairness = Ungleichheitaversion, d.h. man ist bereit etwas vom Eigenbetrag abzugeben, um eine Gleichverteilung der Beiträge zu erwirken
- Ungleichheitsaversion kann eigennützig sein, wenn Fairness des eigenen Betrages (und nicht der Anderer) im Vordergrund steht
- Umgebung determiniert, welches Verhalten dominiert

Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. Quarterly Journal of Economics, 114, 817-868.

Woher kommt Ungleichheitsaversion?

- Menschen haben das Bedürfnis nach sozialen Vergleichen
- Wählen dafür eine Referenzgruppe an Peers
- Negative soziale Vergleiche (Verlustaversion!) werden als unangenehmer erlebt als positive soziale Vergleiche
- Personen variieren in diesen Präferenzen

Evidenz aus dem Ultimatum Spiel: Akteure antizipieren die Ungleichheitsaversion Anderer

Study (Payment method)	Number of observations	Stake size (country)	Percentage of offers with $s < 0.2$	Percentage of offers with $0.4 \leq s \leq 0.5$
Cameron [1995] (All Ss Paid)	35	Rp 40.000 (Indonesia)	0	66
Cameron [1995] (all Ss paid)	37	Rp 200.000 (Indonesia)	5	57
FHSS [1994] (all Ss paid)	67	\$5 and \$10 (USA)	0	82
Güth et al. [1982] (all Ss paid)	79	DM 4–10 (Germany)	8	61
Hoffman, McCabe, and Smith [1996] (All Ss paid)	24	\$10 (USA)	0	83
Hoffman, McCabe, and Smith [1996] (all Ss paid)	27	\$100 (USA)	4	74
Kahneman, Knetsch, and Thaler [1986] (20% of Ss paid)	115	\$10 (USA)	?	75 ^a
Roth et al. [1991] (random pay- ment method)	116 ^b	approx. \$10 (USA, Slovenia, Israel, Japan)	3	70
Slonim and Roth [1997] (random pay- ment method)	240 ^c	SK 60 (Slovakia)	0.4 ^d	75
Slonim and Roth [1997] (random pay- ment method)	250 ^c	SK 1500 (Slovakia)	8 ^d	69
Aggregate result of all studies ^e	875		3.8	71

Fehr, E. and Schmidt,
K., 1999. A Theory of
Fairness,
Competition, and
Cooperation.
Quarterly Journal of
Economics, 114, 817-
868.

Evidenz aus Marktspielen: Akteure akzeptieren auch geringe Beträge

- 1 Bieter
- Mehrere Nachfrager entscheiden über Akzeptanz des Angebotes
 - Bei Akzeptanz bekommt 1 Nachfrager Betrag ausgezahlt
 - Bei Ablehnung bekommt keiner Betrag ausgezahlt
- Nach einigen Spielrunden werden Beträge unter 5% akzeptiert
- Es reicht ein Nachfrager aus, der geringes Angebot akzeptiert!
- Gefangenendilemma: Woher weiß ich, was Andere akzeptieren?

Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. Quarterly Journal of Economics, 114, 817-868.

Wettbewerb und Fairness

1. Fairness wird durch Wettbewerb verdrängt
 - Standardökonomik kommt deswegen zu wahren Vorhersagen (auch ohne Berücksichtigung der Ungleichheitsaversion)

2. *Aber*: Fairness kann freiwillige Kooperation unterstützen
 - Standardökonomik sagt fälschlicherweise Defektion voraus

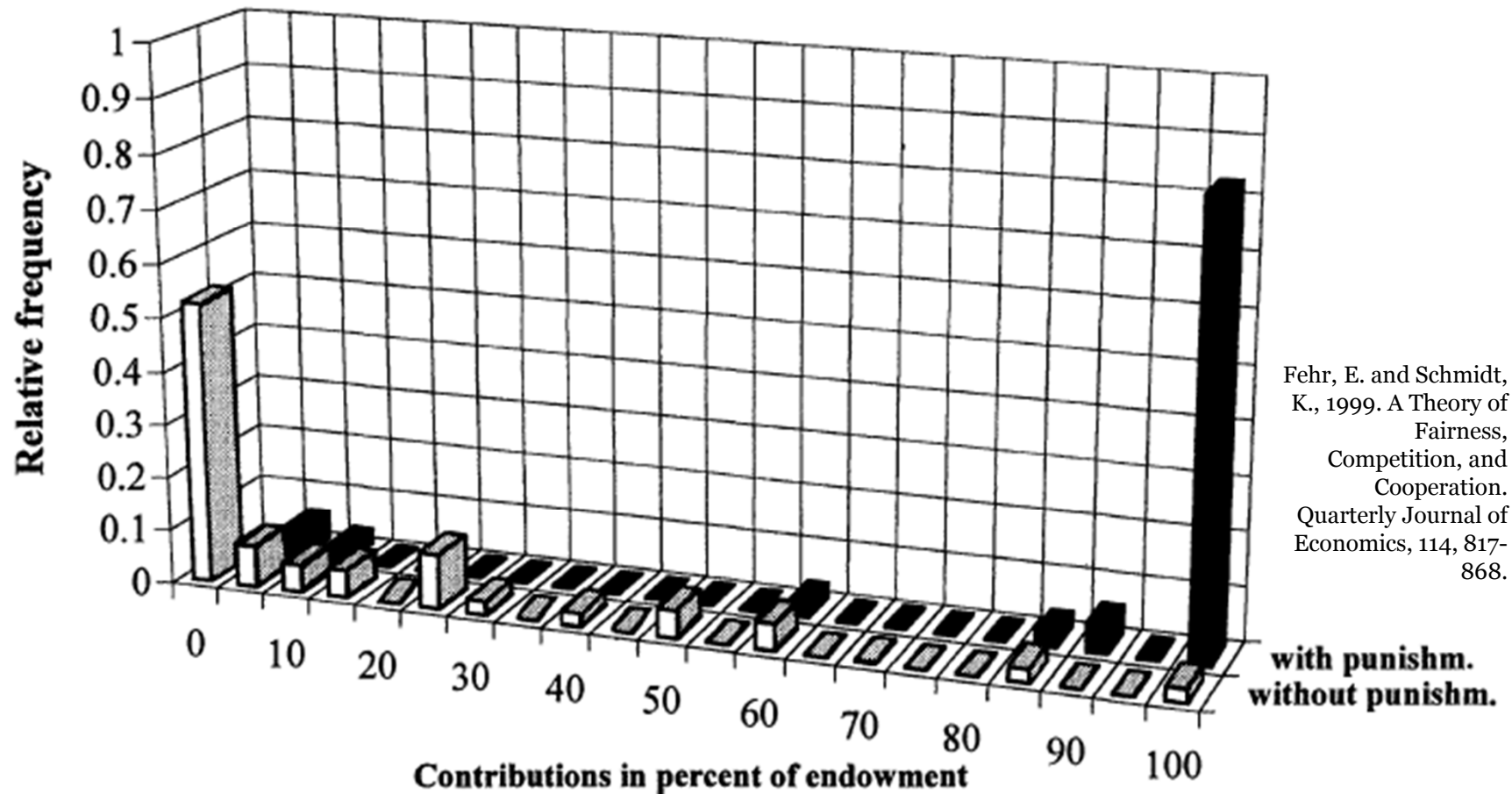
Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. Quarterly Journal of Economics, 114, 817-868.

Trittbrettfahrer im Public Good Spiel ohne Sanktionierungsmöglichkeit

Study	Country	Group size (n)	Marginal pecuniary return (a)	Total number of subjects	Percentage of free riders ($g_i = 0$)
Isaac and Walker [1988]	USA	4and10	0.3	42	83
Isaac and Walker [1988]	USA	4and10	0.75	42	57
Andreoni [1988]	USA	5	0.5	70	54
Andreoni [1995a]	USA	5	0.5	80	55
Andreoni [1995b]	USA	5	0.5	80	66
Croson [1995]	USA	4	0.5	48	71
Croson [1996]	USA	4	0.5	96	65
Keser and van Winden [1996]	Holland	4	0.5	160	84
Ockenfels and Weimann [1996]	Germany	5	0.33	200	89
Burlando and Hey [1997]	UK,Italy	6	0.33	120	66
Falkinger, Fehr, Gächter, and Winter-Ebmer [forthcoming]	Switzerland	8	0.2	72	75
Falkinger, Fehr, Gächter, and Winter-Ebmer [forthcoming]	Switzerland	16	0.1	32	84
Total number of subjects in all experiments and percentage of complete free riding				1042	73

Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. Quarterly Journal of Economics, 114, 817-868.

Trittbrettfahrer im Public Good Spiel mit und ohne Sanktionierungsmöglichkeit



Fehr, E. and Schmidt, K., 1999. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. *Quarterly Journal of Economics*, 114, 817-868.

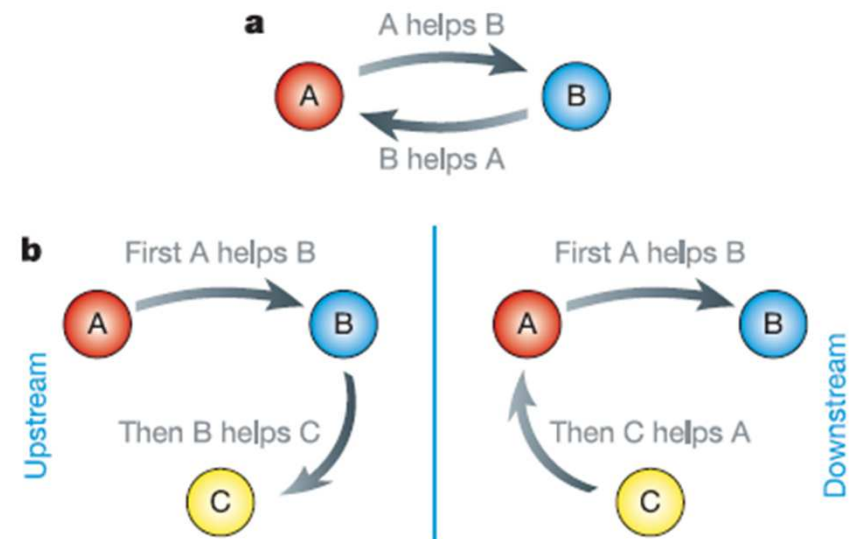
Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Altruismus
2. Fairness
- 3. Indirekte Reziprozität**
4. Soziale Normen

Wie entsteht Kooperation unter Fremden

- Reziprozität: Wie du mir so ich dir (=reziproker Altruismus – jeder gewinnt)
- Indirekte Reziprozität: Wenn du mir hilfst, helfe ich einem Anderen (= keine direkte Sanktionsmöglichkeit)
- Ursachen indirekter Reziprozität
 - Reputationsaufbau
 - Moral
 - Strategischer Reputationsaufbau

Nowak, M.A. and Sigm, K., 2005. Evolution of indirect reciprocity. Nature, 437(27), 1291-1298.

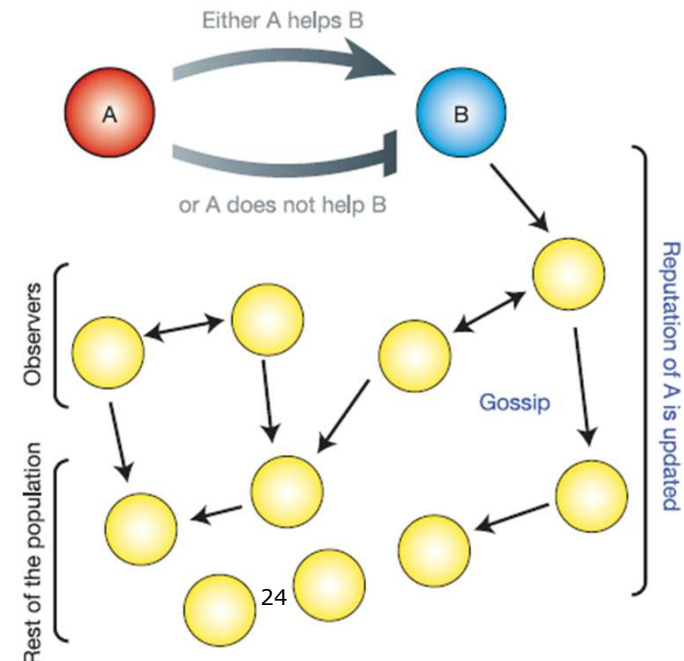
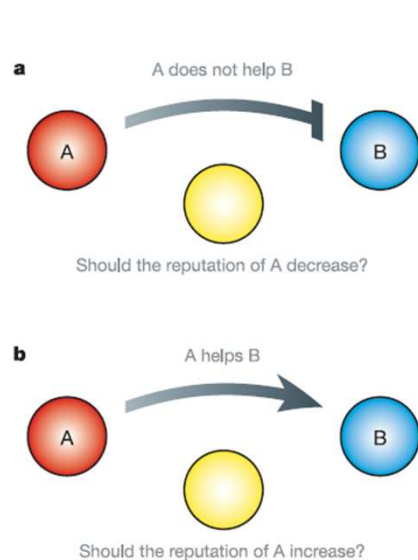


Reputationsaufbau

- Evolutionstheorie: Überleben der Population
- Reputationsaufbau: Schatten der Vergangenheit

Offene Fragen:

- Warum kümmert rationale Akteure die Population oder die Auszahlung Anderer?
- Kooperation ist nicht zwangsläufig stabil: kleine Anzahl an Defekturen reicht manchmal aus



Nowak, M.A. and Sigm, K., 2005. Evolution of indirect reciprocity. Nature, 437(27), 1291-1298.

Moral

- Bestrafung „schlechter“ Akteure auf eigene Kosten (altruistische Bestrafung)
- Problem: Unverzerrte Information über das Verhalten der Ko-Spieler meiner Ko-Spieler

Strategischer Reputationsaufbau

- Personen geben freiwillig an Fremde ab
 1. Beiträge steigen, wenn Informationen zum Spendenverhalten des Ko-Spielers vorliegen oder wenn Reputationsaufbau möglich ist
 2. Personen die freiwillig geben haben die größten Auszahlungen
 3. Personen die mehr bekommen, geben mehr weiter

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Altruismus
2. Fairness
3. Indirekte Reziprozität
4. **Soziale Normen**

Soziale Normen

- Kooperation wird insbesondere durch soziale Normen aufrechterhalten
- Soziale Normen sind das in Gruppen gemeinsam geteilte Verständnis wie man sich verhalten sollte
- Abweichungen von sozialen Normen werden sanktioniert, d.h. gehen mit Kosten einher
- Nachfrage nach Normen entsteht bei negativen oder positiven Externalitäten (z.B. Umweltverschmutzung, Teamlohn), d.h. bei Problemen öffentlicher Güter

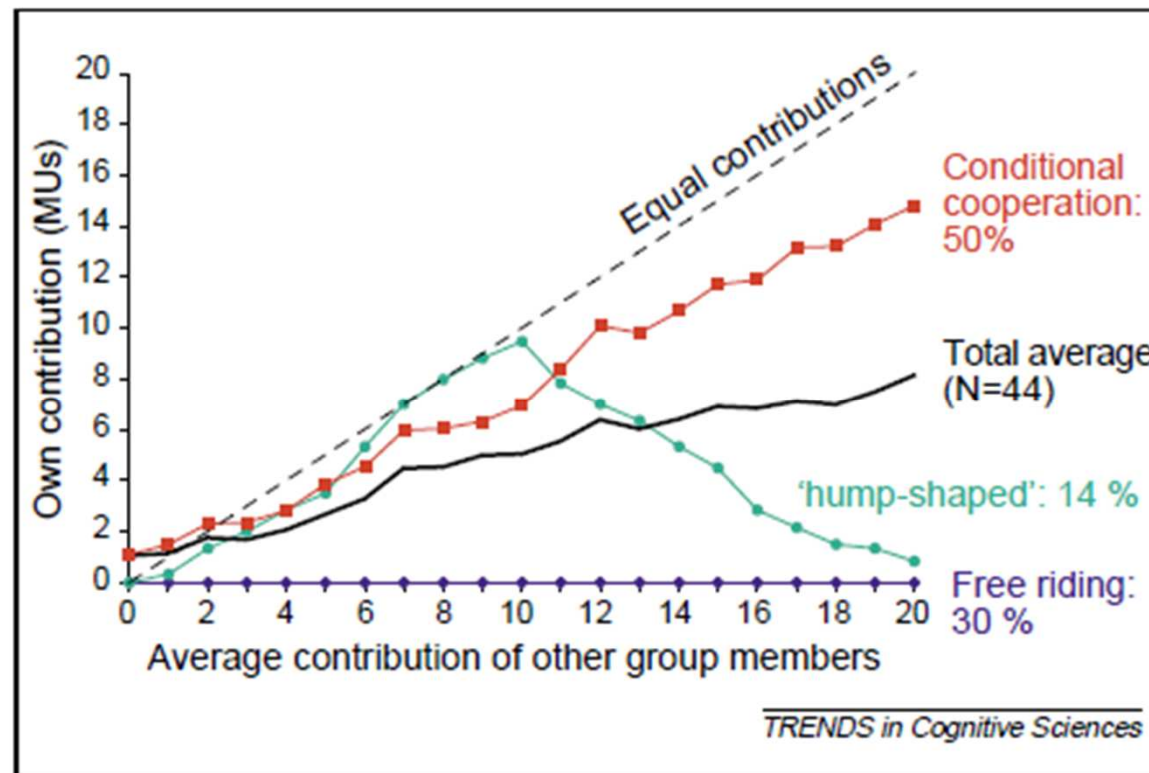
Normen konditionaler Kooperation

- Kooperiere, wenn auch der Andere kooperiert. Defektion ist legitimiert, wenn der Andere nicht kooperiert.
- Normverletzung: auf Kooperation folgt Defektion

Fehr, E. and Fischbacher, U., 2004. Social norms and human cooperation. Trends in Cognitive Sciences, 8(4), 185-190.

Existieren konditionale Kooperationsnormen? (1/2)

- Konditionale Kooperationsnormen existieren
- *Aber*: Nicht alle kooperieren & Beitrag geringer als Beitrag Anderer => keine langfristige Kooperation



Fehr, E. and Fischbacher, U., 2004. Social norms and human cooperation. Trends in Cognitive Sciences, 8(4), 185-190.

Existieren konditionale Kooperationsnormen? (2/2)

- Sanktionen sind für Normaufrechterhaltung wichtig
- Sind nie kostenlos (Zeit, Geld, Ärger...)
- Gehen mit keinen direkten Gewinnen einher, d.h. Norm stärker als Eigeninteresse sein

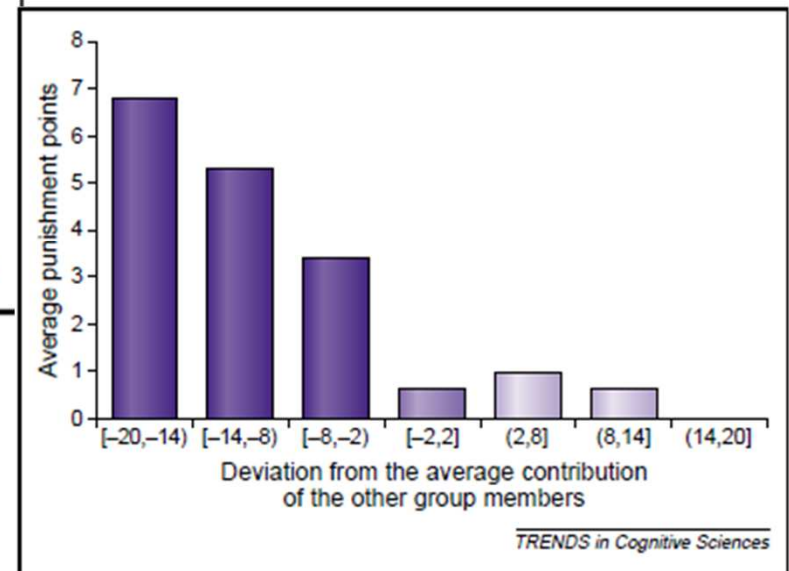
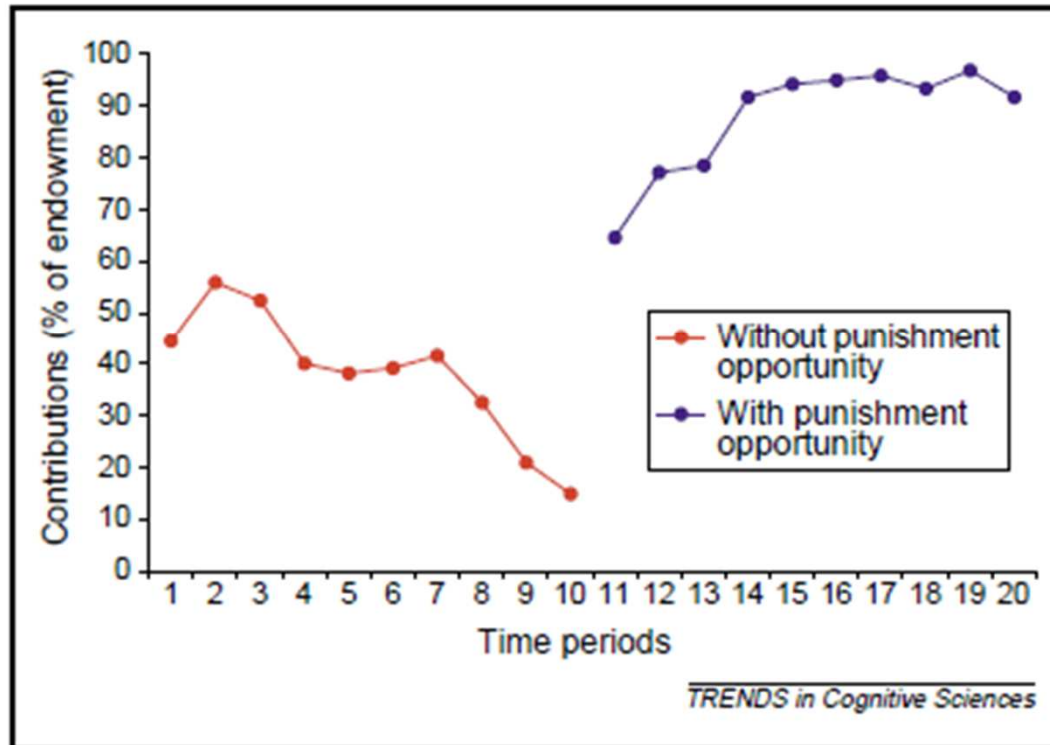
Table I. Number of money units (MUs) spent by a third party in punishing a player in the Prisoners' Dilemma

Punished player is a:	Other player in the PD is a defector	Other player in the PD is a cooperater
Defector	0.583 (20.8%)	3.354 (45.8%)
Cooperater	0.063 (8.3%)	0.083 (4.2%)

Amounts shown are experimental money units. In parentheses is the percentage of third parties who punish.

Fehr, E. and Fischbacher, U., 2004. Social norms and human cooperation. Trends in Cognitive Sciences, 8(4), 185-190.

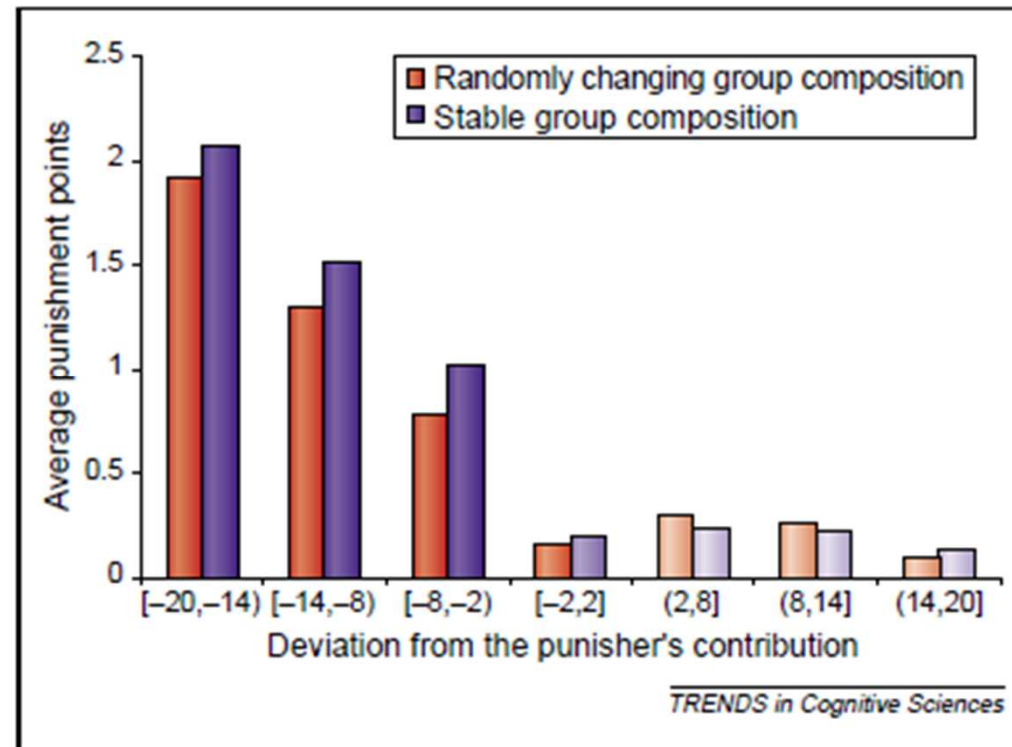
Konditionale Kooperationsnormen werden durch Sanktionen aufrechterhalten



Fehr, E. and Fischbacher, U., 2004. Social norms and human cooperation. Trends in Cognitive Sciences, 8(4), 185-190.

Gründe für Sanktionen: Nur Eigeninteresse?

- Nein – Sanktionen kommen auch ohne Schatten der Zukunft vor



Fehr, E. and Fischbacher, U., 2004. Social norms and human cooperation. Trends in Cognitive Sciences, 8(4), 185-190.

Entstehung sozialer Normen im Feld

- Common-Pool Ressourcen: keiner kann ausgeschlossen werden, Problem der Übernutzung
- Lösungsmechanismen
 1. Grenzen für Mitgliedschaft
 2. Spezifikation von Kosten im Abhängigkeit der Gewinne
 3. Nutzungsregeln für Ressourcen
 4. Partizipationsmöglichkeiten bei Nutzungsregeln
 5. Graduelle Sanktionen in Abhängigkeit der Schärfe der Regelverletzung
 6. Schneller, kostengünstiger Zugang zu Konfliktlösungsinstanzen

Let me summarize my argument to this point. When the users of a resource design their own rules (Design Principle 3) that are enforced by local users or accountable to them (Design Principle 4) using graduated sanctions (Design Principle 5) that define who has rights to withdraw from the resource (Design Principle 1) and that effectively assign costs proportionate to benefits (Design Principle 2), collective action and monitoring problems are solved in a reinforcing manner (Agrawal, 1999).

Ostrom, E. 1990. Collective Action and the Evolution of Social Norms. The Journal of Economic Perspectives 14(3) 137-158.