

Die Versteigerung öffentlicher Güter

Erwartungshorizont

1. Aufgabe

- a. Wenn sich Fischerinnen und Fischer für die Ersteigerung eines Fischbestandes interessieren, dann wissen sie natürlich nicht, wie viele Fische es tatsächlich gibt (z.B. Heringe in der Ostsee). Tatsächlich gibt es zu einem bestimmten Zeitpunkt aber natürlich einen bestimmten Fischbestand, nur kennt den niemand. Erst beim Fischen selbst wird man dann erfahren, wie hoch die Fischbestände tendenziell sind.
- b. Bei privaten Objekten haben die Gegenstände für die Bietenden meist einen sehr persönlichen Wert (z.B. früheres Haus der Großeltern, Traumhaus, Liebhaberei, Imagegewinn, Sammelleidenschaft), der sich von dem tatsächlichen Marktwert stark unterscheiden kann. Bei öffentlichen Objekten bieten in der Regel Unternehmen, für die der tatsächliche Wert der Objekte entscheidend ist, weil sie durch den Kauf und die wirtschaftliche Verwertung des Objekts einen Gewinn erzielen wollen. Wilson und Milgrom unterscheiden daher einen „private value“ und einen „common value“.
- c. Auch Unternehmen haben Angst, zu viel zu bezahlen und damit einen Nachteil gegenüber ihren Konkurrenten zu erleiden und ihren Gewinn zu schmälern.
- d. Bei Aufwärtsversteigerungen kann man besser abschätzen, wie die allgemeine Einschätzung des Objekts bei den anderen Bietenden ist. Bei der Abwärtsversteigerung können bei einem bestimmten Preis für hundert Kisten Tulpen noch viele Händlerinnen und Händler mitbieten, bei einem Euro weniger können diese aber schlagartig wegfallen.
- e. Bei Mehrrounden-Auktionen können die Bietenden nach jeder Runde sehen, wie viel ihre Konkurrenten geboten haben. Sie können mit diesem Wissen ihre Gebote zudem in der nächsten Runde korrigieren und sie können sicher sein, dass die Auktion erst dann zu Ende ist, wenn keiner der Bietenden mehr ein neues Gebot abgibt.
- f. Die Telekommunikationsunternehmen sind nach dem UMTS-Missgriff inzwischen deutlich vorsichtiger und realistischer mit ihren Markteinschätzungen. Das sieht man nicht nur an den niedrigeren Geboten, sondern auch an der immens hohen Zahl der Auktionsrunden.

2. Individuelle Lösungen der Arbeitsgruppen

Wichtig bei der Beurteilung der Präsentationen sind neben dem überzeugenden Vortrag vor allem eine kreative und inhaltlich stimmige Problemlösung für die Auftraggebenden.