A. Rasch, DICE, Heinrich-Heine-Universität, Universitätsstr. 1, D-40225 Düsseldorf

Prof. Dr. Alexander Rasch

Düsseldorf Institute for
Competition Economics (DICE)
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Oeconomicum 24.31.01.17
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf

Telefon: +49 211 81-10234
Internet: dice.hhu.de
E-Mail: rasch@dice.hhu.de

Düsseldorf, 4. Juli 2022

BW37

⋆ Seminar Experimente zu Vertrauensgütermärkten ⋆

Überblick

Das Seminar beschäftigt sich mit experimentellen Ergebnissen in sogenannten Vertrauensgütermärkten. Derartige Märkte sind gekennzeichnet durch das Vorliegen von asymmetrischer Information: So können die Anbieter als Experten die für ihre Kunden notwendige Qualität einschätzen, Kunden verfügen hingegen nicht über diese Kenntnisse. Hieraus ergeben sich potenziell Probleme, da Experten geneigt sein könnten, ihren Informationsvorsprung auf Kosten der Kunden auszunutzen. Dies kann negative Auswirkungen auf die Markteffizienz und das Funktionieren der Märkte haben. Um Vertrauensgütermärkte effizienter zu gestalten, werden oftmals experimentell Lösungsansätze untersucht. Das Seminar diskutiert verschiedene experimentelle Studien, um das Ausmaß der Ineffizienzen einzuschätzen und die Vorteilhaftigkeit verschiedener Instrumente zu untersuchen.

- Zielgruppe: fortgeschrittene Studierende der Studiengänge B.Sc. VWL oder B.Sc. BWL
- Voraussetzungen: Der Besuch der Veranstaltungen zu den Grundlagen der Volkswirtschaftslehre wird empfohlen.
- Kurssprache: Deutsch
- Themenvergabe: Die Seminar- beziehungsweise Vortragsthemen werden in einer Vorbesprechung zu Beginn der Vorlesungszeit vergeben.
- Prüfungsleistung
  1. Vortrag (20–25 Minuten + 5–10 Minuten Diskussion)
  2. Hausarbeit (ca. 10 Seiten)

- Umfang: Zwei dieser Seminare erfüllen zusammen die Anforderungen des Moduls BW37.

Literaturhinweise

1. Balafoutas, L., Beck, A., Kerschbamer, R., Sutter, 2013. What drives taxi drivers? A field experiment on fraud in a market for credence goods. Review of Economic Studies 80, 876–891.
2. Balafoutas, L., Kerschbamer, R., 2020. Credence goods in the literature: What the past fifteen years have taught us about fraud, incentives, and the role of institutions. Journal of Behavioral and Experimental Finance 26, 100285.
3. Bindra, P. C., Kerschbamer, R., Neururer, D., Sutter, M., 2021. On the value of second opinions: A credence goods field experiment. Economics Letters 205, 109925.
4. Dulleck, U., Kerschbamer, R., Sutter, M., 2011. The economics of credence goods: An experiment on the role of liability, verifiability, reputation, and competition. American Economic Review 101, 530–559.
5. Gottschalk, F., Mimra, W., Waibel, C., 2020. Health services as credence goods: A field experiment. Economic Journal 130, 1346–1383.
6. Kerschbamer, R., Neururer, D., Sutter, M., 2019. Credence Goods Markets and the Informational Value of New Media: A Natural Field Experiment, Working Papers in Economics and Statistics 2019-02. University of Innsbruck.
7. Kerschbamer, R., Sutter, M., 2017. The economics of credence goods – A survey of recent lab and field experiments. CESifo Economic Studies 63, 1–23.
8. Mimra, W., Rasch, A., Waibel, C., 2016. Second opinions in markets for expert services: Experimental evidence. Journal of Economic Behavior & Organization 131, 106–125.
9. Kerschbamer, R., Neururer, D., Sutter, M., 2016. Insurance coverage of customers induces dishonesty of sellers in markets for credence goods. Proceedings of the National Academy of Science 113, 7454–7458.
10. Mimra, W., Rasch, A., Waibel, C., 2016. Price competition and reputation in credence goods markets: Experimental evidence. Games and Economic Behavior 100, 337–352.