



Volkswirtschaftliches Seminar im SS 2024 „Aktuelle Themen der experimentellen Ökonomik“

Zentrales Anmeldeverfahren

- Die **Anmeldung** zum Seminar erfolgt ab dem **26.01.2024 20 Uhr** über das zentrale Anmeldeverfahren:
 - https://studip.tu-clausthal.de/dispatch.php/course/details?sem_id=8b44a26f3bbd6cc2c8c73ae34ca5496e&again=yes
 - Weitere Informationen zum zentralen Anmeldeverfahren finden Sie hier: <https://www.wiwi.tu-clausthal.de/studium/seminare>
 - Bitte haben Sie die Fristigkeiten im Blick.
- Für die **finale Themenvergabe** treffen wir uns am **14.02.2024 von 10:00 bis 11:30** zur Besprechung. Dieser Termin ist verpflichtend für die erfolgreiche Teilnahme am Seminar.
- Insgesamt stehen **10 Seminarplätze für Bachelor- und Masterstudierende** zur Verfügung.
- Das Seminar wird grundsätzlich auf Deutsch abgehalten. Auf Wunsch kann die Seminararbeit in englischer Sprache geschrieben und der Vortrag auf Englisch gehalten werden.

Themenauswahl und Ablauf:

- Nach der Anmeldephase treffen wir uns am **14.02.2024 von 10:00 bis 11:30** in Präsenz, stellen wir Ihnen die Themen jeweils kurz vor und geben Ihnen Hinweise für die Erstellung des Exposés. Für die Erstellung des Exposés stellen wir Ihnen weiterhin eine Skizze zur Verfügung.
- Außerdem erhalten Sie hier den Link zu einem Umfragetool, mit dem Sie uns Ihre 3 präferierten Themen mitteilen können.
- Anschließend teilen wir Ihnen dann, unter Berücksichtigung Ihrer individuellen Wünsche, ein Thema zu. Wenn ein Thema von zwei Teilnehmern gleich gerankt wird, wird nach dem Zufallsprinzip vorgegangen. Über Ihr zugeordnetes Thema informieren wir Sie bis Ende Februar per Mail.



- Beachten Sie unbedingt die Bearbeitungs- und Formatierungshinweise als PDF auf der Institutsseite: <https://www.wiwi.tu-clausthal.de/studium/studien-und-abschlussarbeiten>. Zudem finden Sie zusätzliche detaillierte Anfertigungshinweise auf der Homepage der volkswirtschaftlichen Abteilung: <https://www.wiwi.tu-clausthal.de/ueber-uns/abteilungen/volkswirtschaftslehre/studium/studien-und-abschlussarbeiten>
 - Die fertige Seminararbeit sollte ungefähr 15 Seiten umfassen (+/- 10%) abzüglich des Deckblattes, der Verzeichnisse, des Literaturverzeichnisses und Anhänge.
 - Eine für alle Seminarteilnehmer verbindliche **Zwischenbesprechung** wird in KW16 oder KW17 stattfinden.
 - In der Zwischenbesprechung wird das von den Seminarteilnehmenden anzufertigende Exposé (1-2 Seiten) besprochen. Das Exposé sollte die zentrale Forschungsfrage, eine grobe Gliederung sowie erste weitere Literaturquellen ausweisen und dabei den geplanten Fortgang der Arbeit darstellen. Eine Skizze zur Erstellung ihres Exposés stellen wir Ihnen zur Verfügung.
 - Die Seminararbeit ist bis zum **03.06.2024, 12:00 Uhr**, in zweifacher Ausfertigung und zusätzlich als PDF per E-Mail an Frau Dr. Kraus bzw. im Lehrstuhlsekretariat (Frau Wuttke-Klein) abzugeben.
 - Das Seminar findet als **Blockveranstaltung** nach Vereinbarung Ende Juni/Anfang Juli 2024 statt. Die Teilnahme am Seminar und die Präsentation der Seminararbeit (30-minütiger Vortrag und ca. 15-minütiger Diskussion) sind Voraussetzung für das Bestehen der Prüfung.
 - Die laufende **Betreuung** erfolgt durch Frau Dr. Kraus (janina.kraus@tu-clausthal.de). Sie erfahren nach der Themenvergabe wer welches Thema betreut.
 - Bei Fragen zum Ablauf melden Sie sich gerne bei Frau Dr. Kraus per Mail. Wir freuen uns auf ein inspirierendes, produktives und schönes Seminar.
-

Themenliste mit Literatur zum Einstieg in das Thema

Themenblock I: Soziale Identität

1. Soziale Identität in natürlichen Gruppen

- Akerlof, G. A. & Kranton, R. E. (2000), 'Economics and identity', Quarterly Journal of Economics 115(3), 715–753.
- Bernhard, H., Fehr, E. & Fischbacher, U. (2006), 'Group affiliation and altruistic norm enforcement', American Economic Review 96(2), 217–221.
- Goette, L., Huffman, D. & Meier, S. (2006), 'The impact of group membership on cooperation and norm enforcement: Evidence using random assignment to real social groups', American Economic Review 96(2), 212–216.
- Tanaka, T. & Camerer, C. F. (2015), 'Trait perceptions influence economic out-group bias: lab and field evidence from vietnam', Experimental Economics 19(3), 513–534.



2. Soziale Identität und Status

- Hett, F., Mechtel, M. & Kröll, M. (2020), 'The structure and behavioral effects of revealed social identity preferences', *The Economic Journal* 130(632), 2569–2595.
- Paetzel, F. & Sausgruber, R. (2018), 'Cognitive ability and in-group bias: An experimental study', *Journal of Public Economics* 167, 280–292.
- Suchon, R. & Villeval, M. C. (2019), 'The effects of status mobility and group identity on trust', *Journal of Economic Behavior & Organization* 163, 430–463.

3. Groupyness

- Kranton, R., Pease, M., Sanders, S. & Huettel, S. (2016), 'Groupy and non-groupy behavior: Deconstructing bias in social preferences', Mimeo
- Kranton, R. E. & Sanders, S. G. (2017), 'Groupy versus non-groupy social preferences: Personality, region, and political party', *American Economic Review* 107(5), 65–69.

4. Identitäten, Erwartungen und politischer Konflikt

- Bonomi, G., Gennaioli, N., Tabellini, G. (2021): „Identity, beliefs, and political conflict“, *The Quarterly Journal of Economics*, 136(4), 2371-2411.
- Alesina, A. F., Tabellini, M. (2020): „The political effects of immigration: Culture or economics?“, Available at SSRN 3737621.

Themenblock II: Verantwortung und moralisches Verhalten

5. Kantians, Utilitarians and Moral Decisions

- Bénabou, R., Falk, A., & Henkel, L. (2022). Ends versus Means: Kantians, Utilitarians and Moral Decisions.
- Chen, D. L., & Schonger, M. (2022). Social preferences or sacred values? Theory and evidence of deontological motivations. *Science Advances*, 8(19), eabb3925.
- Feess, E., Kerzenmacher, F., & Timofeyev, Y. (2022). Utilitarian or deontological models of moral behavior—What predicts morally questionable decisions?. *European Economic Review*, 149, 104264.

6. Knobe Effekt

- Knobe, J. 2003. Intentional action and side effects in ordinary language. *Analysis* 63: 190–193.
- Levine, D. K. 1998. Modeling altruism and spitefulness in experiments. *Review of Economic Dynamics* 1: 593–622.
- Utikal, V., & Fischbacher, U. (2014): Attribution of Externalities: An Economic Approach to the Knobe Effect. *Economics and Philosophy*, 30(2), 215–240. doi:10.1017/S0266267114000170

7. Effekte von Pivotalität

- Bartling, B., Fischbacher, U., Schudy, S. (2015): Pivotality and responsibility attribution in sequential voting. *Journal of Public Economics*, 133-139.



- Falk, A., Neuber T., Szech, N. (2020): Diffusion of being pivotal and immoral outcomes. *The Review of Economic Studies* 87.5, 2205-2229.

Themenblock III: Märkte und Moral

8. Fairness und experimentelle Märkte

- Forsythe, R., Horowitz, J. L., Savin, N. E., & Sefton, M. (1994). Fairness in simple bargaining experiments. *Games and Economic Behavior*, 6(3), 347-369.
- Engelmann, D., Friedrichsen, J., & Kübler, D. (2018). Fairness in markets and market experiments (No. SP II 2018-203). WZB Discussion Paper.

9. Markt Design und moralisches Verhalten

- Kirchler, M., Huber, J., Stefan, M., & Sutter, M. (2016): Market Design and Moral behavior. *Management Science*, Vol. 62, No. 9, pp. 2615-2625.
- Sandel, M. J. (1998). *What money can't buy: the moral limits of markets*. Brasenose College, Oxford.
- Sutter, M., Huber, J., Kirchler, M., Stefan, M., & Walzl, M. (2020). Where to look for the morals in markets?. *Experimental Economics*, 23, 30-52.

10. Reduzieren Marktinteraktionen moralisches Verhalten?

- Bartling, B., Fehr, E., & Özdemir, Y. (2021). Does market interaction erode moral values?. *The Review of Economics and Statistics*, 1-32.
- Falk, A., & Szech, N. (2013). Morals and markets. *Science*, 340(6133), 707-711.

11. Externe Effekte und Soziale Verantwortung

- Bartling, B., Weber, R. A., & Yao, L. (2015): Do Markets Erode Social Responsibility? *The Quarterly Journal of Economics*, 130(1), 219–266.
- Bartling, B., Valero, V., & Weber, R. (2017): On the scope of externalities in experimental markets. *Experimental Economics*, online first: <https://doi.org/10.1007/s10683-017-9549-9>.
- Irlenbusch and Saxler, 2019: The role of social information, market framing, and diffusion of responsibility as determinants of socially responsible behavior. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* 80, 141-161.

12. „Replacement Logic“ auf Märkten

- Bartling, B., & Özdemir, Y. (2023). The limits to moral erosion in markets: Social norms and the replacement excuse. *Games and Economic Behavior*, 138, 143-160.
- Ziegler, A., Romagnoli, G., & Offerman, T. (2020). Morals in multi-unit markets (No. TI 2020-072/I). Tinbergen Institute Discussion Paper.