

Die Zukunft – hoch im Kurs

PROGNOSEMÄRKTE. Ein „Börsenspiel“ mit ernstem Hintergrund ermöglicht überraschend genaue Vorhersagen.

VON ROLAND ASSMANN

Prognosemärkte haben vor allem durch ihre sehr exakten Wahlvorhersagen für Aufsehen gesorgt und sind in diesem Bereich auf dem besten Weg, die klassische Demoskopie zu ersetzen. Aber auch im Wirtschaftssektor fasst dieses Vorhersageinstrument immer mehr Fuß.

Das Pendant zur Kristallkugel ist dabei meist eine webbasierte Plattform. Der registrierte Teilnehmer findet dort eine virtuelle Börse. Und genau wie in der großen Finanzwelt, kauft man hier „Aktien“, zur Auswahl stehen aber zukünftige Ereignisse oder eventuell eintretende Zustände. So kann man beispielsweise „Anteile“ an prognostizierten Wahlausgängen oder Sportergebnissen erwerben.

Wichtig: die richtige Motivation

Aber auch Unternehmen finden laut Hubertus Hofkirchner, Geschäftsführer beim Prognosemarkt Redmonitor, dessen neues Portal www.redmonitor.com heute online geht, immer mehr Gefallen an dem Entscheidungsfinder: „Die Programme finden Einsatz, wenn es große Unsicherheiten über zukünftige Entwicklungen gibt. So lassen sich zum Beispiel Planungsfehler, wie eine falsche Umsatzvorhersage, vermeiden.“ Dabei hängt eine möglichst exakte Aussage stark von der Motivationslage der Teilnehmer ab, so Günther Fädler, Geschäftsführer der Medienagentur BDF-net, die das Prognosetool ProKons entwickelte: „Eine Möglichkeit besteht darin, dass man den anderen zeigen kann, wie gut man die Materie versteht und dass man ein Gespür für zukünftige Entwicklungen hat. Oder es gibt monetäre Anreize.“ Dadurch bekommt diese „virtuelle Spielerei“ auch die notwendige Dosis Ernsthaftigkeit, im Unterschied zu Anordnungen ohne Aussicht auf eine



Glaskugel als Prognose-Instrument? Auch eine Möglichkeit, aber es gibt präzisere Methoden. [Digabor]

DEFINITION. Worum es geht, wer mitmacht

Prognosemärkte (prediction markets) sind virtuelle Börsen, an denen nicht Aktien, sondern Einschätzungen für künftige Ereignisse gehandelt werden (z. B. wirtschaftliche Entwicklungen oder Wahlausgänge). Die Erfahrungen zeigen, dass die

daraus resultierenden Kurse über eine sehr hohe Trefferquote verfügen.

Mitmachen können meist nur registrierte User, mitmachen sollten nur Personen, die ein spezielles Fachwissen und/oder Interesse in dem betreffenden Bereich haben.

Form von Gewinn werden hier wohlüberlegtere und weniger riskante Strategien umgesetzt.

Ein weiterer Faktor für eine hohe Aussagekraft ist die Zusammensetzung des beteiligten Publikums. Es sollten vor allem Personen mit einem spezifischen Vorwissen und Interesse daran teilnehmen. Dies ist eine signifikante Abgrenzung zur klassischen Marktforschung – ebenso wie die Aktualität. Die User halten sich meist themenbezogen auf dem Laufenden und nehmen relevante Informationen aus dem Umfeld sensibler wahr, was wiederum in die Vorhersagen einfließt. Ein Beispiel dafür ist laut Fädler der „Grasser-Effekt“: „Als Wolfgang Schüssel beim Wahlkampf zu den Nationalratswahlen 2002 Karl-Heinz Grasser als seinen Kandidaten für den Posten des Finanzministers vorstellte, sind sofort unsere Prognosekurse ausgeschlagen und haben sich dann auf einem neuen Niveau eingependelt, das das spätere Wahlergebnis gut getroffen hat.“

Nicht allzu teuer

Auch auf der Kostenseite bleiben Prognosemärkte im Rahmen. Wie Hofkirchner berichtet, ist die notwendige Software im Normalfall so angelegt, dass sie sich leicht individuell adaptieren lässt und keine großen technischen Anforderungen hat. Auch bei der Teilnehmerauswahl ist der Aufwand überschaubar, bei entsprechend Entscheidungsfähigen Personen reichen prinzipiell schon zwölf bis 15 User. Der sensible Bereich, in dem man auf jeden Fall Experten hinzu ziehen sollte, liegt hauptsächlich bei der exakten Formulierung der richtigen Fragen. Alles in allem eignen sich Prognosemärkte nicht nur für große Konzerne, auch kleine Unternehmen können damit auf ein effizientes Werkzeug zur Entscheidungsfindung zurückgreifen.