

# Spieltekttonik

## Arbeitsblatt [UM5a](#): Die Versteigerung

Eine Wette: „Ich wette, dass ich einem Bademeister einen Eimer Wasser verkaufen kann!“

Für spieltekttonisch versierte Menschen kein Problem:

1. Lösung: Man wettet mit einigen Schwimmbad-Gästen um je 5€, dass man dem Bademeister einen Eimer Wasser für 5€ verkaufen kann. Dann geht man zu dem Bademeister und erzählt ihm, daß man den Gewinn mit ihm teilt, wenn er jetzt für 5€ einem den Eimer abkauft ... Gesagt, getan, geht man kassieren und teilt. Nun - diese Lösung ist jedoch nicht „echt“, sondern nur „gespielt“.

Lösung: Es gibt tatsächlich noch ein „psychodynamisches Prozessdesign“, wo der Bademeister wirklich Geld zahlt, und zwar aus eigenem, freien Willen, also wirklich motiviert und nicht „überredet“:

Hierzu ist es nötig, eine 2. Person hinzuzuziehen, um eine Wettbewerbssituation nach dem „Prinzip Agonalität“ zu schaffen. Nun schmeißt man 1€ in den Eimer mit Wasser und bietet beiden nun ein Spiel an, in dem sie diesen ersteigern dürfen, mit Inhalt, und zwar langsam steigend in 5ct. - Stufen. Eine weitere Regel wird noch hinzugefügt: Beide bieten, und normalerweise muss nur derjenige bezahlen, der den Eimer ersteigert. In diesem besonderen Falle jedoch dürfen beide nicht nur bieten, sondern müssen auch beide bezahlen, also auch derjenige, der unterliegt. Die Regelwerke werden also geringfügig „nur“ abgeändert: Der Gewinner bekommt natürlich den Eimer mit Inhalt, jedoch bezahlen beide.

Daraus ergibt sich, oft zur völligen Überraschung, eine völlig andere Spieldynamik:

Es bieten nun beide nichtsahnend um die Wette, bis 95ct. Das „Prinzip Agonalität“ greift hier. Und dann wird beiden plötzlich bewusst, dass sie nun, wenn sie aufgeben, jeder 95ct. verloren haben, und bieten daher - etwas verstört - dennoch weiter, weil - es treibt sie nun ein neuer Gedanke: Ersteigern sie den Eimer, dann haben sie ja 1€ Retour, also weniger Geld verloren. Die impliziten Logiken dieses Regelwerkes wird beiden erst während des Bietens wirklich bewusst, nämlich dann, wenn sie bereits in eine Falle getappt sind, und nun drin hängen ...

Betrachtete man diesen Fall nur aus der mathematischen Spieltheorie, so liessen sich dieser Effekt nicht schlüssig erklären. Spieltekttonik jedoch betrachtet je die Dynamiken, die in jedem Mitspieler ablaufen und deren emotional/logische „Gedankenverbindung“ über die Spiellogiken.

Jede Einführung einer neuen, „guten“ Geschäftsidee muss daher spieltheoretisch genau analysiert werden, ob sie langfristig von Bestand sein kann.

Geringfügige Änderungen der Regelwerke lassen hier den Prozess der Versteigerung eigentlich ja gewohnt ausschauen, sodass die Beteiligten ihre üblichen, bewährten Strategien entsprechend des „Musters“, was sie meinen, zu erkennen, anwenden. Nur - leider falsch:

*„Wieviele Fälle, Variablen und Situationen man auch untersucht, meistens handelt es sich nur um einen kleinen Teil sämtlicher Möglichkeiten. Das hat zur Folge, dass man nicht von der allgemeinen Geltung dessen ausgehen kann, was man festgestellt hat, sondern die Geltung von Fall zu Fall prüfen muss“* FOPPA 1986, S. 151 über das „Traditionelle Induktionsproblem“

Die vertrauten, wohlbekanntesten Handlungslogiken passen nicht auf die leicht veränderten, „impliziten Logiken“ des situativen Kontextes. Es ergibt sich ein völlig anderer „Spielverlauf“ und

somit muss man eine völlig andere Strategie wählen, auch wenn scheinbar hier eine gewöhnliche Versteigerung stattfindet.

Solche psychodynamischen Prozesse bezeichnet man als „nichtdominante Prozesse“, weil sie keine gute Vorlage für den Aufbau eines dauerhaft erfolgreichen Geschäftsprozesses sind. Einmal reingefallen, so werden beide Mitspieler darauf wohl nie wieder hereinfallen, sofern sie das Muster durchschaut haben. Dynamiken besitzen typische „Erkennungsmuster“. Wenn Mensch einmal auf eine Spieldynamik hereingefallen ist, und er das Muster durchschaut hat, wo wird es emotional „negativ“ besetzt. In einer anderen Situation z.B. wo diese Dynamik anders „verpackt“ wurde, würde er vielleicht wieder auf diesen Trick hereinfallen.

Als dauerhaft erfolgreiches „Business Konzept“ wird sich diese Dynamik mit ihrem typischen Muster jedenfalls nicht durchsetzen, dennoch kann man mit ihnen auf erstaunliche Weise in kurzer Zeit richtig viel Geld generieren (z.B. in der Kneipe, wenn mal wieder das Geld aus ist ...;-), bis dann alle Beteiligten ihr eigenes Verhalten in diesem psychodynamischen Regelwerk durchschaut haben und die Finger davon lassen.

Aufgaben: Mit welchen Strategien hätten die beiden den Verkäufer übers Ohr hauen können? Warum haben sie nicht davon Gebrauch gemacht? Welche andere Möglichkeiten gibt es, einem Bademeister einen Eimer Wasser zu verkaufen? Analysieren sie aus spieltektonischen Gesichtspunkten die „impliziten Logiken“ eines Verkaufs – und eines Versteigerungsprozesses. Was macht den Unterschied in der Attraktivität des Produktes aus? Wann kann man ein Produkt besser versteigern, wann besser verkaufen? Wann sind welche Regelwerke nicht für dauerhaft erfolgreiches Business geeignet? Welche „Charakteristika“ weisen diese dann auf? Welche Rolle spielen Ethik und Moral im Business?

Berthold Brecht: „Wer „A“ sagt, muss nicht auch „B“ sagen. Er kann auch feststellen, dass „A“ falsch war!“ Welche Rolle spielt diese Aussage bei obigem Versteigerungsspiel?

Zu Versteigerungen siehe auch hier<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.spieltektonik.de/ab/Spieltektonik-Unternehmensregelwerke.pdf>