

Der Einfluss des ersten Angebots auf den Ausgang von (Gerichts-)Verhandlungen

Mark Schweizer

Die psychologische Forschung zu Entscheidungen unter Unsicherheit hat verschiedene sogenannte «Urteilsheuristiken» – d.h. Faustregeln, die komplexe Urteile vereinfachen – identifiziert. Für die Anwendung dieser psychologischen Erkenntnisse auf wirtschaftliche Sachverhalte hat Daniel Kahneman 2002 den Nobelpreis für Wirtschaft erhalten. Der Artikel untersucht den Einfluss des sogenannten Ankereffekts, der Assimilation eines numerischen Urteils an einen vorgegebenen Vergleichsstandard, auf den Ausgang von Verhandlungen und Gerichtsverfahren und erläutert, wie der Ankereffekt strategisch eingesetzt werden kann.

[Rz 1] Verhandlungen sind von grosser Unsicherheit geprägt. Der Wert eines Unternehmens, eines Patents, einer Marke oder das Urteil eines Gerichts über Schadenersatz, Unterhaltsleistungen oder entgangenen Gewinn lässt sich nur schätzen, nicht mit Sicherheit zum Voraus wissen.

[Rz 2] Die Gegenseite wird sich hüten, Informationen über ihre Verhandlungsposition preiszugeben. Welche Alternativen hat sie, was sind ihre Ziele, wie weit geht sie, um diese Ziele zu erreichen? Das eigene strategische Interesse verbietet die Preisgabe dieser Informationen. Möglicherweise setzt eine Partei sogar bewusst falsche oder zumindest irreführende Informationen ein, um das Verhandlungsergebnis zu ihren Gunsten zu beeinflussen.

[Rz 3] Wer verhandelt, muss daher unter Unsicherheit entscheiden. Die psychologische Forschung zu Urteilen und Entscheidungen unter Unsicherheit zeigt, dass Menschen in Situationen grosser Unsicherheit vermehrt Urteilsheuristiken – einfache Faustregeln, die komplexe Urteile vereinfachen – verwenden¹. In den meisten Situationen ist die Verwendung solcher Faustregeln vorteilhaft², aber sie können auch zu systematischen Urteilsverzerrungen führen. Im Folgenden wird gezeigt, welchen Einfluss einer der klassischen Urteilsheuristiken, der Ankereffekt, auf Verhandlungen und richterliche Urteile hat.

A. Der Ankereffekt

[Rz 4] Als Ankereffekt (anchoring) wird die Assimilation eines numerischen Urteils an einen vorgegebenen Vergleichsstandard bezeichnet.

[Rz 5] Anhand einer berühmten Studie zum Ankereffekt soll veranschaulicht werden, was gemeint ist. Amos Tversky und Daniel Kahnemann baten Probanden zu schätzen, wie viel Prozent der Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen afrikanische Länder sind³. Zuerst mussten die Teilnehmenden beantworten, ob die wirkliche Prozentzahl über oder unter einer Zahl lag, die durch das Drehen eines «Glücksrades» bestimmt wurde. Das Glücksrad war – ohne dass die Partizipanten dies wussten – so manipuliert worden, dass es entweder bei 10 oder bei 65 stoppte. Natürlich antworteten alle Teilnehmenden, wenn das Rad bei 65 stoppte, dass der Prozentsatz afrikanischer Länder in der UNO unter 65 % liegen würde. Aber, dies die nächste Frage, welches ist dann der exakte Wert?

[Rz 6] Es zeigte sich, dass das (angeblich) zufällige Ergebnis des Glücksrads, obwohl es offensichtlich keinen Hinweis auf die richtige Antwort geben konnte, die Schätzungen massgeblich beeinflusste: Wenn das Rad bei 10 stoppte, lag die Schätzung der Teilnehmenden für den prozentualen Anteil der afrikanischen Länder in der UNO im Median⁴ bei 25 %; stoppte das Rad bei 65, lag die Schätzung im Median bei 45 %⁵.

[Rz 7] Der Ausgangswert bewirkt, dass der Urteilende ernsthaft überlegt, ob der korrekte Wert in der Nähe des Ankers liegen könnte und sich Umstände vorstellt, die dies plausibel erscheinen lassen. Umstände, die gegen den Ankerwert sprechen, werden vernachlässigt⁶.

[Rz 8] Selbst absurd hohe Anker können das Urteil beeinflussen. In einer Studie von George Quattrone et al. schätzten Studentinnen⁷ den Wert eines Schulbuches höher ein, wenn sie zuerst gefragt wurden, ob der Wert höher oder tiefer als \$ 7'128.53 sei⁸. Ebenso schätzten sie die durchschnittliche Jahrestemperatur in San Francisco höher, wenn sie zuerst entscheiden mussten, ob die Temperatur unter oder über 558° Fahrenheit (rund 292° Celsius) liegt⁹. Wer mit einem unmöglich hohen Anker konfrontiert wird, überlegt sich, wie hoch der tatsächliche Wert im Extremfall sein könnte. Die Antwort tendiert dann zu diesem Extremwert hin¹⁰.

[Rz 9] Der Ankereffekt ist ausserordentlich robust. Weder monetäre Anreize¹¹, Zeitablauf¹², Fachwissen¹³ noch Erfahrung¹⁴ vermögen den Ankereffekt zum Verschwinden zu bringen.

B. Der Ankereffekt und Verhandlungen

[Rz 10] Russell Korobkin und Chris Guthrie gingen von der einleuchtenden Annahme aus, dass Kläger und Beklagte eher zu einer Einigung gelangen würden, wenn der Beklagte ein grosszügiges erstes Vergleichsangebot machte. Zu ihrer Überraschung kam es anders.

[Rz 11] Ihre Probanden sahen sich in die Lage eines potentiellen Klägers versetzt, der entscheiden musste, ob er das Vergleichsangebot des potentiellen Beklagten annehmen oder lieber klagen will. Der einen Hälfte der Teilnehmerinnen wurde dabei mitgeteilt, dass sie ein erstes Angebot der Beklagten über \$ 2'000 bereits abgelehnt hätten, der anderen Hälfte, dass das abgelehnte Angebot bei \$ 10'000 lag. Die Testpersonen mussten nun entscheiden, ob sie ein letztes Angebot über \$ 12'000 akzeptieren wollten.

[Rz 12] Es stellte sich heraus, dass diejenigen, die ein erstes Angebot über \$ 2'000 abgelehnt hatten, eher geneigt waren, die \$ 12'000 zu akzeptieren, als diejenigen, die bereits ein Angebot über \$ 10'000 verworfen hatten¹⁵. Möglicherweise stellen sich diejenigen, die ein erstes Angebot über \$ 2'000 bekommen haben, darauf ein, relativ wenig zu erhalten. Ein letztes Angebot über \$ 12'000 erscheint dann vergleichsweise grosszügig. Umgekehrt erscheinen \$ 12'000 als relativ wenig, wenn bereits das erste Angebot bei \$ 10'000 lag. Das erste Angebot verankert m.a.W. die Erwartungen der Teilnehmenden und beeinflusst deren Bereitschaft, ein letztes Angebot zu akzeptieren¹⁶. Korobkin und Guthrie weisen zurecht darauf hin, dass dieses Resultat zumindest ein Fragezeichen hinter das Paradigma setzt, dass kooperatives Verhandeln auf jeden Fall zu einer höheren Einigungsrate führt¹⁷.

[Rz 13] Eine Reihe von Studien zeigt, dass aus einem hohen Anfangsgebot ein höherer Preis resultiert¹⁸. Das erste Angebot zu machen, ist daher ein strategischer Vorteil.

[Rz 14] In einer Studie von Adam Galinsky und Thomas Mussweiler verhandelten MBA-Studenten über den Verkauf einer fiktiven pharmazeutischen Fabrik. Die Verhandlungspartner erhielten realistische Informationen über den wirtschaftlichen Hintergrund des Deals. Ob der Käufer oder der Verkäufer das erste Gebot abgeben konnte, wurde von den Studienleitern manipuliert.

[Rz 15] Die Verhandlungsergebnisse zeigten einen überwältigenden Vorteil für den Erstbieter. Machte der Käufer das erste Gebot, so einigten sich die Parteien im Schnitt auf einen Preis von \$ 19.7 Mio. Machte hingegen der Verkäufer das erste Gebot, so wurden durchschnittlich \$ 24.8 Mio. als Preis vereinbart¹⁹.

[Rz 16] Der Ankereffekt wirkt nicht nur auf die Gegenseite, sondern auch auf den Verhandelnden selbst. Wer sich auf sein Wunschergebnis konzentriert, erzielt objektiv bessere Resultate als derjenige, der sich seine beste Alternative zu einer Einigung²⁰ vor Augen hält²¹. Gleichzeitig ist er aber mit dem erzielten Resultat unzufriedener als derjenige, der sich von Anfang an das Minimalziel vorstellte und vergleichsweise weniger erreichte²².

C. Der Ankereffekt und Gerichtsverfahren

[Rz 17] Zahlreiche Studien belegen den Einfluss der Höhe des klägerischen Begehrens auf die von (studentischen) Geschworenen zugesprochene Schadenersatzsumme²³.

[Rz 18] In einer Studie sprachen die Geschworenen dem Kläger durchschnittlich \$ 188'462 zu, wenn sein Anwalt \$ 300'000 verlangt hatte, jedoch – bei ansonsten gleichem Sachverhalt – durchschnittlich \$ 421'000, wenn der Anwalt \$ 700'000 verlangt hatte²⁴. Kläger, die sehr viel verlangen, werden zwar als unsympathisch empfunden – sie erhalten aber trotzdem mehr zugesprochen als die sympathischen, bescheidenen Klägerinnen²⁵.

[Rz 19] Aber nicht nur Laien, sondern auch professionelle Richterinnen lassen sich durch den Ankereffekt beeinflussen. Amerikanische *Magistrate Court Judges*²⁶ sprachen der Klägerin im Median \$ 1 Mio. Schadenersatz zu, wenn kein Antrag gestellt wurde. Behauptete der Beklagte, die Streitwertgrenze von \$ 75'000 für die sachliche Zuständigkeit sei nicht erreicht und auf die Klage sei nicht einzutreten, wiesen zwar alle Richter diesen Antrag ab. Sie sprachen dann aber, beeinflusst vom tiefen Anker, im Median nur \$ 882'000 zu²⁷.

[Rz 20] Deutsche Strafrichterinnen mit durchschnittlich 15 Jahren Berufserfahrung wurden gebeten, aufgrund einer vierseitigen Schilderung einer Vergewaltigung²⁸ das Strafmass für den Täter festzulegen. Verlangte die «Anklägerin» – gemäss Unterlagen eine Informatikstudentin im ersten Semester – 34 Monate Freiheitsstrafe, so lag das Strafmass im Median bei 35,75 Monaten. Verlangte die Anklägerin 12 Monate, wurde der Täter im Schnitt zu 28 Monaten verurteilt²⁹. Obwohl die Anklägerin offensichtlich keine Ahnung von Strafrecht hatte, liessen sich die erfahrenen Richter von ihrem Antrag beeinflussen.

[Rz 21] In einer eigenen Studie bat der Autor Richterinnen der Kantone Aargau, St. Gallen und Zürich, die angemessene Genugtuungssumme für die von einem betrunkenen Lastwagenfahrer verursachte Querschnittslähmung einer schuldlosen Autofahrerin zu beurteilen. Die Kontrollgruppe,

der kein Antrag vorlag, sprach im Median eine Genugtuung von Fr. 100'000 zu. Verlangte die Klägerin Fr. 3 Mio. – in Anbetracht der zurückhaltenden schweizerischen Praxis³⁰ ein offensichtlich aussichtsloser Antrag – so sprachen die Richter im Median Fr. 400'000 zu. Offerierte die beklagte Haftpflichtversicherung ihrerseits Fr. 10'000, so lag die Genugtuungssumme im Median immer noch bei Fr. 200'000. Der zweite, tiefe Anker vermochte den Einfluss des ersten Antrags also nicht vollständig zu kompensieren³¹.

[Rz 22] Diese Untersuchungsergebnisse zeigen, dass sich erfahrene Richter selbst von Rechtsbegehren offensichtlich inkompetenter Personen und von unglaublich hohen Anträgen massgeblich beeinflussen lassen.

D. Strategie...

[Rz 23] Die Stärke des Ankereffekts legt es nahe, ihn in Verhandlungssituationen gezielt einzusetzen. Die folgenden Tipps ergeben sich zwanglos aus der dargestellten psychologischen Forschung:

Greifen Sie nach den Sternen

[Rz 24] Setzen Sie sich hohe Ziele. Sie werden zwar subjektiv vom Ausgang der Verhandlung enttäuschter sein als diejenige, die sich mit dem Minimum zufrieden gibt. Aber nach der Lektüre dieses Artikels wissen Sie ja, dass Sie objektiv bessere Ergebnisse erzielen.

Wer beginnt, gewinnt

[Rz 25] Versuchen Sie, das erste Gebot abzugeben. Sie verschaffen sich einen grossen Vorteil, weil sie den ersten Anker setzen können, der die von der Gegenseite zum Verhandlungsobjekt abgerufenen Informationen zu ihren Gunsten verzerrt.

Bescheidenheit ist eine Zier, doch weiter kommt man ohne ihr

[Rz 26] Verlangen Sie viel, ohne zu übertreiben (plausible Anker wirken stärker). Das macht Sie zwar auch nicht sympathischer, beeinflusst aber das Verhandlungsergebnis zu Ihren Gunsten. Zudem bleiben Ihnen die unguuten Gefühle erspart, die einem kommen, wenn das erste Angebot einfach akzeptiert wird...³². Zu beachten ist, dass ein ausschliesslich konfrontativer Verhandlungsstil häufig ineffizient ist³³.

E. ...und Gegenmassnahmen

[Rz 27] Versuchen Sie nicht, den Richter auf den Ankereffekt aufmerksam zu machen und ihn zu bitten, sich vom Rechtsbegehren der Gegenseite nicht ungebührlich beeinflussen zu lassen. Es wird nichts nützen; der Ankereffekt wirkt selbst dann, wenn die Urteilenden gewarnt und gebeten wurden, den Anker nicht zu beachten³⁴.

[Rz 28] Eine erfolgsversprechendere Strategie, um sich selber gegen die Beeinflussung durch den Anker der Gegenseite zu immunisieren, ist sich auf die Umstände zu konzentrieren, die *gegen* die

Plausibilität des Anker sprechen. Die Suche nach Informationen, die gegen die Angemessenheit des Ankers sprechen, scheint zumindest geeignet, die Stärke von Ankereffekten in Verhandlungssituationen zu reduzieren³⁵.

[Rz 29] Wenn die Gefahr besteht, dass ein Dritter vom Anker beeinflusst wird, muss dieser dazu gebracht werden, sich die gegen den Anker sprechenden Argumente konkret vorzustellen³⁶. Die normale anwaltliche Tätigkeit sollte geeignet sein, beim Richter oder bei der Schiedsrichterin solche Überlegungen auszulösen.

F. Fazit

[Rz 30] Resultate der psychologischen Forschung zum Entscheiden unter Unsicherheit lassen sich gewinnbringend in konkrete Verhandlungsstrategien umsetzen. Der Einfluss des Ankereffekts auch im wirklichen Leben kann in Anbetracht der Forschungsergebnisse kaum mehr bestritten werden. Lassen Sie sich folglich in Verhandlungen den Vorteil des ersten Gebots nicht entgehen. Vor Gericht sind das kontradiktorische Verfahren und die Gewährung des rechtlichen Gehörs durchaus geeignet, dem Einfluss des Ankereffekts entgegenzuwirken.

Der Autor, Mark Schweizer, ist Rechtsanwalt bei [Meyer Lustenberger](#) in Zürich.

- ¹ Amos Tversky/Daniel Kahneman, Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases, Science, Vol. 185, S. 1124 ff (1974); Reid Hastie/Robyn M. Dawes, Rational Choice in an Uncertain World, Thousand Oaks 2001.
- ² Gerd Gigerenzer/Peter M. Todd, Simple Heuristics that Make Us Smart, Behavioral and Brain Sciences, Vol. 22(5) (1999); erhältlich online unter www.bbsonline.org/documents/a/00/00/04/69/index.html (besucht am 17. Februar 2004).
- ³ Tversky/Kahnemann, FN 1, 1128.
- ⁴ Sortiert man eine Reihe von Messwerten der Grösse nach, so ist der Median der Wert, der in der Mitte dieser Reihe liegt. Die eine Hälfte der Werte ist grösser, die andere Hälfte kleiner als der Median. Im Gegensatz zum Durchschnitt verändert sich der Median durch einzelne Extremwerte kaum.
- ⁵ Tversky/Kahnemann, FN 1, 1128. Die richtige Antwort ist übrigens für 1973, als die Studie durchgeführt wurde, 35 %.
- ⁶ Thomas Mussweiler/Fritz Strack, Explaining the Enigmatic Anchoring Effect: Mechanisms of Selective Accessibility, Journal of Personality & Social Psychology, Vol. 73, S. 437 ff., 437-439 (1997).
- ⁷ Das andere Geschlecht ist jeweils mitgemeint.
- ⁸ G.A. Quattrone/C.P. Lawrence/D.L. Warren/K. Souza-Silva/S.E. Finkel/D.E. Andrus, Explorations in Anchoring: The Effects of Prior Range, Anchor Extremity, and Suggestive Hints, unpubl. Manuskript, Stanford University, 1984 (rapportiert in Hastie/ Dawes, FN 1, 103).
- ⁹ Quattrone/Lawrence/Warren/Souza-Silva/Finkel/Andrus, a.a.O.
- ¹⁰ Thomas Mussweiler/Fritz Strack, Considering the Impossible: Explaining the Effects of Implausible Anchors, Social Cognition, Vol. 19, S. 145 ff. (2001).
- ¹¹ Tversky/Kahneman, FN 1, 1128; William Wright/Urton Anderson, Effects of situation familiarity and financial incentives on use of the anchoring and adjustment heuristic for probability assessment, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 44, S. 68 ff. (1989).
- ¹² Thomas Mussweiler, The durability of anchoring effects, European Journal of Social Psychology, Vol. 31, S. 431 ff. (2001) berichtet, dass der Ankereffekt auch eine Woche nach dem Setzen des Ankers das Urteil signifikant beeinflusst.
- ¹³ Thomas Mussweiler/Fritz Strack/Tim Pfeiffer, Overcoming the Inevitable Anchoring Effect: Considering the Opposite Compensates for Selective Accessibility, Personality and Social Psychology Bulletin, Vol. 26, S.

- 1142 ff., 1146 (2000) zeigen, dass sich Automechaniker bei der Schätzung des Werts eines Gebrauchtwagens durch einen Anker erheblich beeinflussen lassen (Unterschied zwischen den Schätzung im Schnitt 25 % des Wertes); Gregory B. Northcroft/Margaret A. Neale, *Experts, Amateurs, and Real Estate: An Anchoring-and-Adjustment Perspective on Property Pricing Decisions*, *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, Vol. 39, S. 84 ff., 95 f. (1987) belegen, dass Immobilienagentinnen den Wert einer Liegenschaft unter Einfluss eines Ankers höher schätzen als ohne.
- ¹⁴ Ilana Ritov, *Anchoring in Simulated Competitive Market Negotiation*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 67, S. 16 ff. (1996): das erste Gebot zeigt nach mehrmaliger Wiederholung der Verhandlung einen unvermindert starken Einfluss auf den Gewinn des Erstantbieters.
- ¹⁵ Russel Korobkin/Chris Guthrie, *Opening Offers and Out-of-Court Settlement: A Little Moderation May not Go a Long Way*, *Ohio State Journal on Dispute Resolution*, Vol. 10:1, S. 1 ff. (1994).
- ¹⁶ Korobkin/Guthrie, a.a.O. S. 10.
- ¹⁷ Korobkin/Guthrie, a.a.O. S. 12.
- ¹⁸ Jerome M. Chertkoff/Melinda Conley, *Opening offer and frequency of concessions as bargaining strategies*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 7, S. 181 ff. (1967); R.M. Liebert/W.P. Smith/J.H. Hill/M. Keiffer, *The effects of information and magnitude of initial offer on interpersonal negotiation*, *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 4, S. 431 ff. (1967); Ritov, FN 14, 21.
- ¹⁹ Adam D. Galinsky/Thomas Mussweiler, *First Offers as Anchors: The Role of Perspective-Taking and Negotiator Focus*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 81, S. 657 ff. (2001).
- ²⁰ Best Alternative To a Negotiated Agreement, BATNA, also derjenige Preis, unter oder über dem die Partei ohne Einigung besser dasteht. Siehe Roger Fisher/William Ury/Bruce Patton, *Getting to Yes*, 2. Aufl., New York 1991.
- ²¹ Sally B. White/Margaret A. Neale, *The Role of Negotiator Aspirations and Settlement Expectancies in Bargaining Outcomes*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 57, S. 303 ff., 311; Adam D. Galinsky/Thomas Mussweiler/Victoria H. Medvec, *Disconnecting Outcomes and Evaluations: The Role of Negotiator Focus*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 83, S. 1131 ff., 1136.
- ²² Galinsky/Mussweiler/Medvec, FN 21, 1137.
- ²³ Gretchen B. Chapman/Brian H. Bornstein, *The More You Ask For, the More You Get: Anchoring in Personal Injury Verdicts*, *Applied Cognitive Psychology*, Vol. 10, S. 519 ff., 526 f. (1996); Reid Hastie/David A. Schadke/John W. Payne, *Juror Judgements in Civil Cases: Effects of Plaintiff's Requests and Plaintiff's Identity on Punitive Damage Awards*, *Law and Human Behavior*, Vol. 23, S. 445 ff., 463 (1999); Verlin B. Hinsz/Kristin E. Indahl, *Assimilation to Anchors for Damage Awards in a Mock Civil Trial*, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 25, S. 991 ff., 1009 (1995); John Malouff/Nicola S. Schutte, *Shaping Juror Attitudes: Effects of Requesting Different Damage Amounts in Personal Injury Trials*, *Journal of Social Psychology*, Vol. 129, S. 491 ff., 495 (1989); Allan Raitz/Edith Greene/Jane Goodman/Elizabeth F. Loftus, *Determining Damages: The Influence of Expert Testimony on Jurors' Decision Making*, *Law and Human Behavior*, Vol. 14, S. 385 ff., 393 (1990).
- ²⁴ Malouff/Schutte, FN 23, 495.
- ²⁵ Chapman/Bornstein, FN 23, 526 f.
- ²⁶ Zu Rolle und Aufgaben der Magistrate Court Judges siehe Philip M. Pro/Thomas C. Hnatowski, *Measured Progress: The Evolution and Administration of the Federal Magistrate Judges System*, *American Law Review*, Vol. 44, S. 1503 ff. (1995).
- ²⁷ Chris Guthrie/Jeffrey J. Rachlinski/Anrew J. Wistrich, *Inside the Judicial Mind*, *Cornell Law Review*, Vol. 86, S. 777 ff., 792 (2001). Siehe auch Ebbe B. Ebbesen/Vladimir J. Konecni, *Decision Making and Information Integration in the Courts: The Setting of Bail*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 32, 805 ff., (1975), die zeigen, dass die Höhe der Kaution in erster Linie vom Antrag des Bezirksanwalts abhängt.
- ²⁸ Die Schilderung enthielt Stellungnahmen einer Ärztin, eines Psychologen, zweier Zeugen, des Angeklagten und des Opfers, siehe Brite English/Thomas Mussweiler, *Sentencing Under Uncertainty: Anchoring Effects in the Courtroom*, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 31, S. 1535 ff., 1539 (2001).
- ²⁹ English/ Mussweiler, FN 28, 1545.
- ³⁰ Siehe die bei Klaus Hütte/Petra Dücksch, *Die Genugtuung*, Zürich 2003, Tabelle VIII, wiedergegebenen Entscheide, die darauf schliessen lassen, dass eine Genugtuung im erwähnten Fall bei rund Fr. 100'000 bis 150'000 liegen würde; eine genauere Angabe ist naturgemäss nicht möglich.
- ³¹ Es wurden insgesamt 400 Fragebögen versandt, 181 Richter schickten den Fragebogen zurück. Die Unterschiede zwischen der Gruppe «kein Anker» (n = 65) und der Gruppe «hoher Anker» (n = 45) sowie der Gruppe «hoher/tiefer Anker» (n = 62) waren statistisch hochgradig signifikant, Mann-Whitney, U = 679.5, p < 0.001 für Gruppe «ohne Anker»: «hoher Anker» und Mann-Whitney, U = 1'078.5, p < 0.001 für Gruppe «ohne Anker»: «hoher/tiefer Anker». Die Studie soll voraussichtlich noch dieses Jahr publiziert werden.
- ³² A.D. Galinsky/V.L. Seiden/P.H. Kim/V.H. Medvec, *The Dissatisfaction of Having Your First Offer Accepted: The Role of Counterfactual Thinking in Negotiations*, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 28, S. 271 ff. (2002).
- ³³ Andrea Kupfer Schneider, *Shattering Negotiation Myths: Empirical Evidence on the Effectiveness of Negotiation Style*, *Harvard Negotiation Law Review*, Vol. 7, S. 143 ff. (2002).
- ³⁴ T.D. Wilson/C.E. Houston/K.M. Etling/N. Brekke, *A New Look at Anchoring Effects: Basic Anchoring and Its Antecedents*, *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 125, S. 387 ff., 397 (1996).
- ³⁵ Galinsky/Mussweiler, FN 19, 661.
- ³⁶ Mussweiler/Strack/Pfeiffer, FN 13, 1146.

Rechtsgebiet(e): [Strafprozessrecht](#)

Erschienen in: [Jusletter 8. März 2004](#)

Zitiervorschlag: Mark Schweizer, Der Einfluss des ersten Angebots auf den Ausgang von (Gerichts-)Verhandlungen, in: [Jusletter 8. März 2004](#) [Rz]