

**Autor:** Kübler, Dorothea  
**Seite:** 012  
**Ressort:** Homo oeconomicus | Politik  
**Mediengattung:** Tageszeitung

**Nummer:** 020  
**Auflage:** 57.835 (gedruckt)<sup>1</sup> 139.503 (verkauft)<sup>1</sup>  
 142.377 (verbreitet)<sup>1</sup>  
**Reichweite:** 0,523 (in Mio.)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> IVW 3/2020<sup>2</sup> AGMA ma 2020 Tageszeitungen

HOMO OECONOMICUS

## Es braucht ein besseres Vergabesystem

**Dorothea Kübler**

Telefonwarteschleifen, zusammenbrechende Webseiten, stundenlange Bemühungen, einen Impftermin zu ergattern - das klingt wie Versuche, Tickets für Wimbledon, die Olympischen Spiele oder die Berliner Philharmoniker zu bekommen. Dabei geht es um Impftermine und im Moment insbesondere um Termine für über Achtzigjährige. In den nächsten Monaten werden noch viel mehr Termine vergeben werden müssen, wenn weitere Gruppen an der Reihe sind. Es lohnt sich deswegen, sich über die Terminvergabe Gedanken zu machen.

Die bestehenden Systeme funktionieren nach dem Windhundprinzip, also wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Das hat zwei große Nachteile. Zum einen verbringen viele Menschen viel Zeit damit, einen Termin zu ergattern. Regelmäßig zusammenbrechende Webseiten und überlastete Telefonhotlines sind dafür verantwortlich. Diese Probleme sind eine direkte Folge davon, dass die Schnellsten die Termine bekommen. Ein zweites Problem besteht darin, dass im Moment diejenigen Personen im Vor-

teil sind, die internetaffin sind, schnell Telefonnummern tippen können, oder Kinder und Enkelkinder haben, die ihnen helfen. Das ist unfair.

Noch ein Problem ist zu erwarten, das weitaus schwerwiegender ist. Es hat sich nämlich gezeigt, dass die verwendeten Buchungssysteme anfällig sind dafür, dass private Firmen Termine buchen und verkaufen. Bei deutschen, aber auch US-amerikanischen und österreichischen Konsulaten, bei öffentlichen Ämtern in Frankreich und Irland und bei amerikanischen Behörden blüht der Handel mit Terminen. Das Geschäftsmodell der Firmen ist einfach. Sie buchen entweder auf Vorrat Termine mit fiktiven Namen und buchen diese um, sobald sie zahlungswillige Kunden haben. Oder sie erhalten vorab die für die Buchung nötigen persönlichen Angaben von den Kunden und buchen dann für sie. Der springende Punkt ist, dass die Firmen aufgrund der von ihnen eingesetzten Computerprogramme immer schneller sind als Terminsuchende, die es von Hand versuchen. Besser wäre ein System, das Anmeldungen und eventuell Terminwünsche über

einen gewissen Zeitraum sammelt und dann Termine zuteilt. Diese Zuteilung kann zufällig erfolgen, falls es nicht ausreichend Termine gibt.

Sie kann auch anderen Kriterien folgen, etwa dem Alter, aber um den Firmen das Handwerk zu legen, darf die Zuteilung nicht diejenigen belohnen, die schneller sind als andere. Es lässt sich zeigen, dass ein solches System Firmen keine Chance gibt, Gewinne zu machen. Denn Terminsuchende können ihre Daten in Ruhe eingeben, gegebenenfalls auch besondere Terminwünsche äußern, und erhalten dann einige Zeit später eine Nachricht, ob und wann sie einen Termin erhalten haben. Ökonomisch gesehen besteht die Schwierigkeit darin, ein knappes Gut zu verteilen, ohne dass Geld ins Spiel kommt. Ähnlich wie bei anderen Matching-Märkten, wie das Fachwort heißt, etwa der Vergabe von Studienplätzen oder der Plätze an Schulen, ist auch bei der Terminvergabe ein gutes Marktdesign entscheidend.

**Abbildung:** Dorothea Kübler ist Professorin für Volkswirtschaftslehre an der Technischen Universität Berlin.

**Abbildung:** WZB

**Wörter:** 432

**Urheberinformation:** Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG 2021: Alle Rechte vorbehalten. Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung der Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG ist untersagt. All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.