

# Indirect Reciprocity and Strategic Reputation Building in an Experimental Helping Game\*

Dirk Engelmann<sup>†</sup> and Urs Fischbacher<sup>‡</sup>

July 15, 2003

## Abstract

We study indirect reciprocity and strategic reputation building in an experimental helping game. At any time only half of the subjects can build a reputation. This allows us to study both pure indirect reciprocity that is not contaminated by strategic reputation building and the impact of incentives for strategic reputation building on the helping rate. We find that while pure indirect reciprocity appears to be important, the helping choice seems to be influenced at least as much by strategic considerations. Strategic do better than non-strategic players and non-reciprocal do better than reciprocal players, casting doubt on previously proposed evolutionary explanations for indirect reciprocity.

Studujeme nepřímou reciprocitu a strategické budování reputace v experimentální pomocné hře. V libovolném momentě může pouze polovina subjektů budovat reputaci. Tento předpoklad nám umožňuje studovat jak čistou nepřímou reciprocitu, která není kontaminována strategickým budováním reputace, tak účinek stimulů podporujících strategické budování reputace na míru pomoci. Zjišťujeme, že přestože se čistá nepřímá reciprocita ukazuje být důležitá, rozhodnutí pomáhat je ovlivňováno minimálně stejnou měrou strategickým chováním. Strategičtí hráči mají lepší výsledky než nestrategičtí a nereciproční hráči mají lepší výsledky než reciproční, což vzbuzuje pochyby o vysvětlení nepřímé reciprocit navrhované dříve.

JEL Classification: C92

Keywords: indirect reciprocity, reputation, experimental economics

---

\*We thank James Cox, Alan Durell, Ernst Fehr, Simon Gächter, Werner Güth, Steffen Huck, Michael Kosfeld, Manfred Milinski, Wieland Müller, Ronald Oaxaca, Andreas Ortmann, Arno Riedl, Rupert Sausgruber, Dirk Semmann, Georg Weizsäcker, and Viatcheslav Vinogradov for helpful comments and suggestions. Urs Fischbacher acknowledges support from the Swiss National Science Foundation (project number 1214-05100.97), the Network on the Evolution of Preferences and Social Norms of the MacArthur Foundation, and the EU-TMR Research Network ENDEAR (FMRX-CTP98-0238). Dirk Engelmann acknowledges Financial Support by the *Deutsche Forschungsgemeinschaft* (DFG, grant No. EN 459/1-1) and the CERGE-EI foundation (through an ESC-postdoctoral fellowship).

<sup>†</sup>CERGE-EI (Charles University, Prague, and Academy of Sciences of the Czech Republic), P.O.Box 882, Politických veznu 7, CZ-11121 Prague 1, Czech Republic, dirk.engelmann@cerge-ei.cz.

<sup>‡</sup>University of Zurich, Institute for Empirical Research in Economics, Bluemlisalpstr. 10, 8006 Zurich, Switzerland, fiba@iew.unizh.ch.