

# Wirtschafts- psychologie

Individuen, Gruppen, Märkte, Staat

von

Erich Kirchler

4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage

UNIVERSITÄT  
LIECHTENSTEIN

- -Bibliothek

HÖGREFE



GÖTTINGEN • BERN • WIEN • PARIS • OXFORD • PRAG • TORONTO  
CAMBRIDGE, MA • AMSTERDAM • KOPENHAGEN • STOCKHOLM

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort aus Sicht eines Ökonomen . . . . .	XVI
Geleitwort aus Sicht eines Sozialpsychologen . . . . .	XVII
<b>1 Inhalt und Grenzen der ökonomischen Psychologie . . . . .</b>	<b>1</b>
1.1 Ökonomische Psychologie im weiteren Sinne . . . . .	3
1.2 Ökonomische Psychologie im engeren Sinne . . . . .	5
1.2.1 Annahmen über menschliches Verhalten in der Ökonomie . . . . .	6
1.2.2 Geschichte der ökonomischen Psychologie . . . . .	12
1.2.3 Themenbereiche der ökonomischen Psychologie . . . . .	20
Literatur . . . . .	25
Verständnisfragen . . . . .	27
<b>2 Über die Brüchigkeit der ökonomischen Grundannahmen ..</b>	<b>31-</b>
2.1 Entscheidungen . . . . .	34
2.1.1 Sicherheit, Risiko und Ambiguität . . . . .	37
2.1.2 Klassische Entscheidungstheorien ..* . . . .	40
2.1.3 Ultimatumspiel und Diktatorspiel . . . . .	43
2.1.4 Gefangenendilemma . . . . .	46
2.2 Entscheidungsanomalien . . . . .	50
2.2.1 Wahrnehmung, Verarbeitung und Erinnerung von Informationen . . . . .	52
2.2.1.1 Verzerrte Wahrnehmung von Informationen . . . . .	53
2.2.1.2 Schwierigkeiten bei der Verarbeitung von Informationen . . . . .	54
2.2.1.3 Gefühle und Entscheidungen . . . . .	63
2.2.1.4 Verzerrte Erinnerungen . . . . .	67
2.2.2 Heuristiken . . . . .	71
2.2.2.1 Verfügbarkeitsheuristik . . . . .	72
2.2.2.2 Repräsentativitätsheuristik . . . . .	74
2.2.2.3 Anker-/Anpassungsheuristik . . . . .	77
2.2.2.4 Weitere schnelle und sparsame Heuristiken . . . . .	78
2.2.3 Entscheidungen unter Unsicherheit: Die Prospect-Theorie . . . . .	80
2.2.3.1 Besitzeffekt . . . . .	89
2.2.3.2 Versunkene Kosten . . . . .	91
2.2.3.3 Mentale Buchführung . . . . .	95
2.2.4 Deskriptive Entscheidungsmodelle . . . . .	97
2.2.4.1 Individuelle Entscheidungen . . . . .	97
2.2.4.2 Entscheidungen in Organisationen und in der Politik . . . . .	99
2.3 Nutzenmaximierung: Egoismus, Altruismus und die Liebe . . . . .	104
2.4 Analyseebenen und Entscheidungsanomalien . . . . .	121
2.5 Möglichkeiten der Fehlervermeidung und Anstöße zu vernünftigerem Verhalten . . . . .	123

Literatur	130
Verständnisfragen	141
Lösungen	144
<b>3</b>	<b>Alltagsverständnis von Ökonomie</b> . . . . . <b>147</b>
3.1	Zum wirtschaftlichen Wissen von Kindern und Jugendlichen . . . . . 149
3.2	Zum wirtschaftlichen Handeln von Kindern und Jugendlichen. . . . . 156
3.3	Zum wirtschaftlichen Verständnis Erwachsener. . . . . 166
3.3.1	Soziale Vorstellungen über die Wirtschaft . . . . . 173
3.3.2	Soziale Vorstellungen über Armut und Reichtum. . . . . 175
3.3.3	Soziale Vorstellungen über Arbeitslosigkeit . . . . . 178
3.3.4	Soziale Vorstellungen über Konsum und Mode. . . . . 182
Literatur	189
Verständnisfragen	196
<b>4</b>	<b>Märkte: Konsumgüter, Arbeit und Kapital</b> . . . . . <b>199</b>
4.1	Märkte. . . . . 200
4.2	Konsumentenstimmung und Erwartungen . . . . . 202'''
Literatur	207
Verständnisfragen	207
<b>5</b>	<b>Konsumgütermärkte: Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt</b> . . . . . <b>209</b>
5.1	Ökonomische Entscheidungen: Grundnutzen und Hedonismus. . . . . 211
5.2	Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt: Ausgaben . . . . . 218
5.2.1	Taxonomie von ökonomischen Entscheidungen. . . . . 221
5.2.2	Modelle zur Beschreibung von Kaufentscheidungen im privaten Haushalt . . . . . 225
5.2.3	Methoden zur Untersuchung privater Haushalte. . . . . 231
5.2.4	Einflussverteilung zwischen den Partnern. . . . . 242
5.2.5	Prozessanalyse von ökonomischen Entscheidungen . . . . . 254
5.2.6	Vernunft und der ökonomische Einsatz der Mittel . . . . . 256
5.2.7	Fairness und Zufriedenheit . . . . . 258
5.3	Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt: Kredit . . . . . 261
Literatur	271
Verständnisfragen	281
<b>6</b>	<b>Konsumgütermärkte: Absatzpolitik</b> „ . . . . . <b>285</b>
6.1	Produktion und Vertrieb«von Gütern. . . . . 287
6.2	Produktpolitik . . . . . 294
6.2.1	Prüfungstest . . . . . 301
6.2.2	Image von Produkten. . . . . 306
6.2.2.1	Marken . . . . . 307

6.2.2.2	Definition von Einstellungen . . . . .	312
6.2.2.3	Messung von Einstellungen . . . . .	313
6.2.2.4	Produktpositionierung . . . . .	332
6.3	Preispolitik . . . . .	338
6.3.1	Preis und Nachfrage . . . . .	338
6.3.2	Preis und Qualität . . . . .	347
6.3.2.1	Preis und subjektiv wahrgenommene Qualität . . . . .	348
6.3.2.2	Preis und objektiv bestimmte Qualität . . . . .	351
6.4	Distributionspolitik . . . . .	358
6.4.1	Verkaufsort und Umgebung . . . . .	359
6.4.2	E-Commerce - Online-Shopping . . . . .	375
6.4.3	Persönlicher Verkauf . . . . .	377
6.4.3.1	Eigenschaften des Verkäufers . . . . .	382
6.4.3.2	Gesprächsverlauf und Darstellung der Standpunkte . . . . .	386
6.4.3.3 j	Eigenschaften des Käufers . . . . .	392
6.4.3.4	Verkaufstrainings und Trainingsziele . . . . .	396
6.5	Kommunikationspolitik . . . . .	403
6.5.1	Ausgangsbedingungen von Werbeaktivitäten . . . . .	407
6.5.2	Ziele und Strategien der Werbung . . . . .	411
6.5.3	Techniken und Wirkung der Werbung . . . . .	413
6.5.4	Überlegungen zu Sozialtechniken . . . . .	418
6.5.5	Generierung von Gefühlen in der Werbung . . . . .	424
Literatur.	. . . . . *	433
Verständnisfragen.	. . . . .	451
<b>7</b>	<b>Arbeitsmärkte: Angebot und Nachfrage nach Arbeit . . . . .</b>	<b>455</b>
7.1	Erwerbsarbeit . . . . .	457
7.2	Angebot und Nachfrage nach Arbeit . . . . .	471
7.2.1	Experimentelle Ökonomie: Beispiel eines Marktexperimentes . . . . .	476
7.2.2	Instruktionen für ein Marktexperiment . . . . .	482
7.2.3	Reziprozität am Arbeitsmarkt . . . . .	489
7.3	Unternehmer . . . . .	504
7.3.1	Persönlichkeitsmerkmale von Unternehmern . . . . .	506
7.3.2	Unternehmensgründer . . . . .	512
7.3.3	Unternehmerinnen und Unternehmer: Geschlechtsspezifische Unterschiede . . . . .	518
7.4	Lohn und Lohngerechtigkeit . . . . .	527
7.5	{ Arbeitslosigkeit . . . . . "":*.: . . . . .	542
7.5.1	Psychosoziale Folgen der Arbeitslosigkeit . . . . .	543
7.5.2	Differenzielle Wirkung der Arbeitslosigkeit . . . . .	552
Literatur.	. . . . .	567
Verständnisfragen.	. . . . . *	581
<b>8</b>	<b>Finanzmärkte . . . . .</b>	<b>585</b>
8.1	Die Börsen . . . . .	586
8.2	Psychologie an der Börse . . . . .	595

8.2.1	Über- und Unterreaktionen . . . . .	600
8.2.2	Dispositionseffekt . . . . .	604
8.2.3	Risikostreuung . . . . .	607
8.2.4	Rückschaufehler. . . . .	609
8.2.5	Repräsentativitätsheuristik . . . . .	610
8.2.6	Ankerheuristik . . . . .	611
8.2.7	Rekognitionsheuristik . . . . .	612
8.2.8	Emotionen . . . . .	614
8.2.9	Soziale Einflüsse . . . . .	616
8.2.10	Erfolgseigenschaften: Über die „Sünden“ am Finanzmarkt . . . . .	621
8.2.10.1	Fehler von Investoren . . . . .	621
8.2.10.2	Vertrauen in Finanzinstitute. . . . .	624
	Literatur. . . . .	625
	Verständnisfragen . . . . .	631
<b>9</b>	<b>Geld, Inflation und Währungsumstellung . . . . .</b>	<b>635</b>
9.1	Geld . . . . .	636
9.2	Subjektive Vorstellung und Bedeutung von Geld. . . . .	644
9.3	Geldwert: Inflation und Deflation. . . . .	648
9.4	Währungsreform und Währungsumstellung. . . . .	658
9.4.1	Vorstellungen über die Währungsumstellung: Von der Landeswährung zum Euro. . . . .	661
9.4.2	Soziale Vorstellungen und Einstellungen zum Euro. . . . .	665
9.4.3	Neues Geld und neue Preise: Der Wert des Euro. . . . .	677
9.4.4	Neues Geld und neue Preise: Anpassungsstrategien. . . . .	687
	Literatur. . . . .	691
	Verständnisfragen . . . . .	698
<b>10</b>	<b>IrruSchatten der offiziellen Wirtschaft . . . . .</b>	<b>701</b>
10.1	Legale und illegale Wirtschaft im Schatten der offiziellen Wirtschaft . . . . .	703
10.2	Hausarbeit . . . . .	706
10.3	Wirtschaftskriminalität . . . . .	714
10.4	Schattenwirtschaft . . . . .	719
10.5	Abgaben und Steuern. . . . .	725
10.5.1	Wirkung von Steuern . . . . .	726
10.5.2	Ablehnung von Steuern. . . . .	729
10.5.3	Steuern und soziale Dilemmas. . . . .	742
10.5.4	Determinanten der Steuerhinterziehung . . . . .	748
10.5.5	Macht und Vertrauen: Erzwangene versus freiwillige Kooperation . . . . .	759
10.5.6	Methoden zum Studium der Steuerhinterziehung. . . . .	762
10.5.7	Benfords Gesetz und die-Entdeckung von Steuerhinterziehung. . . . .	764
	Literatur. . . . .	766
	Verständnisfragen"!*!". . . . .	775

11	Wohlstand und Wohlbefinden . . . . .	779
11.1	Lebenszufriedenheit . . . . .	780
11.2	Definition von Wohlbefinden, Glück, Zufriedenheit und Lebensqualität . . . . .	782
11.3	Messung von Zufriedenheit . . . . .	785
11.4	Nationale und subjektive Lebenszufriedenheit . . . . .	793
11.5	Lebenszufriedenheit und Bruttoinlandsprodukt . . . . .	812
	Literatur . . . . .	822
	Verständnisfragen . . . . .	828
	Anhang . . . . .	831
	Glossar . . . . .	831
	Autorenregister . . . . .	885
	Sachregister . . . . .	905