

Inhalt

Vorwort	IX
Kommentar des Sozialpsychologen (von Prof. Dr. Werner Herkner)	XIII
Kommentar des Ökonomen (von Prof. Dr. Ernst Fehr)	XVII

Teil I. Grundlagen der ökonomischen Psychologie

1. Inhalt und Grenzen der ökonomischen Psychologie	3
1.1. Ökonomische Psychologie im weiteren Sinne	4
1.2. Ökonomische Psychologie im engeren Sinne	6
1.2.1. Annahmen über menschliches Verhalten in der Ökonomie	6
1.2.2. Entwicklung der ökonomischen Psychologie	11
1.2.3. Problembereiche der ökonomischen Psychologie	15
2. Über die Brüchigkeit der ökonomischen Prinzipien	19
2.1. Entscheidungsanomalien	21
2.1.1. Fehler menschlicher Informationsverarbeitung: ✖ Urteilsheuristiken	22
2.1.2. Gewinnsicherung und Verlustreparation	28
2.2. Entscheidungsmodelle: Individuen und Gruppen	32
2.3. Nutzenmaximierung: Egoismus, Altruismus und die Liebe	42
2.4. Analyseebenen und Entscheidungsanomalien	58

Teil II. Ausgewählte Themen der ökonomischen Psychologie

3. Alltagsverständnis von Ökonomie	63
3.1. Zum wirtschaftlichen Wissen der Kinder	64
3.2. Zum wirtschaftlichen Handeln der Kinder	68
3.3. Zum wirtschaftlichen Verständnis Erwachsener	71
3.3.1. Subjektive Ursachen der Arbeitslosigkeit	77
3.3.2. Zur Bedeutung materieller Güter: Kleidermoden	81
4. Märkte: Nachfrage und Angebot von Konsumgütern und Arbeit	87
5. Konsumgütermärkte: Ökonomische Entscheidungen im privaten Haushalt	89

5.1. Taxonomie von ökonomischen Entscheidungen	90
5.2. Modelle zur Beschreibung von Kaufentscheidungen im privaten Haushalt	94
5.3. Methoden zur Untersuchung privater Haushalte	100
5.4. Einflußverteilung zwischen den Partnern	106
5.5. Prozeßanalyse von ökonomischen Entscheidungen	113
6. Konsumgütermärkte: Absatzpolitik in Unternehmungen	117
6.1. Produktion und Marketing von Gütern	118
6.2. Produktpolitik	122
6.2.1. Produkttest	127
6.2.2. Image von Produkten	131
6.3. Preispolitik	143
6.3.1. Zur Beziehung zwischen Preis und Nachfrage	143
6.3.2. Zur Beziehung zwischen Preis und Qualität	148
6.4. Absatzpolitik	150
6.4.1. Überlegungen zum Geschäftsimage und zur Warenplatzierung	150
6.4.2. Überlegungen zum persönlichen Verkauf	152
6.4.2.1. Eigenschaften des Verkäufers	155
6.4.2.2. Gesprächsverlauf und Informationsdarbietung	157
6.4.2.3. Eigenschaften des Käufers	160
6.4.2.4. Verkaufstrainings	162
6.5. Kommunikationspolitik	168
6.5.1. Ausgangsbedingungen gegenwärtiger Werbeaktivitäten	170
6.5.2. Ziele und Strategien der Werbung	174
6.5.3. Techniken und Wirkung der Werbung	177
6.5.4. Psychologische Überlegungen zu Sozialtechniken	181
6.5.5. Zur Generierung von Gefühlen in der Werbung	187
7. Angebot und Nachfrage auf Arbeitsmärkten	195
7.1. Volkswirtschaftliche Überlegungen über Angebot und Nachfrage auf Arbeitsmärkten	196
7.2. Experimentelle Ökonomie: Beispiel eines Marktexperimentes	201
7.2.1. Instruktionen für ein Marktexperiment	202
7.2.2. Reziprozität am Arbeitsmarkt	209
7.3. Unternehmer und Unternehmerinnen	216
7.4. Bedeutung der Arbeit und der Freizeit	223
7.5. Lohn und Lohngerechtigkeit	231
7.6. Arbeitslosigkeit	241
7.6.1. Psychosoziale Folgen der Arbeitslosigkeit	241
7.6.2. Differentielle Wirkung der Arbeitslosigkeit	248
8. Individuum, Gemeinschaft und Wirtschaft	259
8.1. Subjektives Erleben und Wirtschaftsentwicklung	260
8.1.1. Ansprüche, wirtschaftliche Gegebenheiten und Wohlbefinden	261
8.1.2. Konsumentenstimmung und Wirtschaftsentwicklung	267
8.2. Geld und Inflation	274

8.2.1. Psychologische Überlegungen über das Geld	275
8.2.2. Geldwert und Inflation	278
8.3. Individuum oder Gesellschaft	282
8.3.1. Wirkung von Steuern	283
8.3.2. Ablehnung von Steuern	285
8.3.3. Steuerhinterziehung: Modelle der Steuerhinterziehung	291
8.3.4. Steuerhinterziehung: Methoden zur Messung der Steuerhinterziehung	294
8.3.5. Soziale Dilemmas	298
8.4. Im Schatten der offiziellen Wirtschaft	303
8.4.1. Schattenwirtschaft	306
8.4.2. Hausarbeit	310
Literatur	319
Autorenregister	347
Sachregister	355