

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Konzeptionelle Grundlagen zur ökonomischen Betrachtung des Konstrukts Vertrauen	6
2.1 Begriff und charakteristische Wesensmerkmale	6
2.1.1 Vertrauen im weiteren Sinn: Prädisponierte Vertrauensbereitschaft.....	7
2.1.2 Vertrauen im engeren Sinn: Personales und interaktives Vertrauen	16
2.1.3 Weitergehende Merkmale und Präzisierungen des Vertrauenskonzeptes	26
2.1.4 Taxonomie des Vertrauens: Verbreitete Formen und Kategorien.....	47
2.2 Ökonomische Grundlagen	53
2.2.1 Methodologischer Individualismus: Rationalität und Eigennutz	54
2.2.2 Entscheidungstheorie.....	56
2.2.3 Spieltheorie.....	64
2.2.4 Ökonomische Vertragstheorie und Informationsökonomie.....	86
2.2.5 Methodenkritik	92
2.3 Vertrauen und Opportunismus.....	100
2.3.1 Opportunismusbegriff und Fragestellung.....	100
2.3.2 Zur Unschärfe qualitativ differenzierender Opportunismuskonzepte	104
2.3.3 Risikobezogene Vorkehrung und parasitäre Anreize	109
2.3.4 Zeitlich instabile Anreize und Verfehlungsspirale	116
2.4 Zum Spannungsfeld von Vertrauen und Macht.....	123
2.4.1 Grundlegende Machtbegriffe und -konzepte	124
2.4.2 Antizipierte Einflussnahme	125
2.4.3 Asymmetrische Abhängigkeit	131
2.4.4 Akzeptierte Autorität	140
3. Prädisponierte Vertrauensbereitschaft: Psychologische und ökonomische Bestimmungsgründe der Risiko- und Informationsverarbeitung	145
3.1 Grundlegende Vorbemerkung	145
3.2 Stabile Elementarformen von Vertrauen	152
3.2.1 Urvertrauen als ‚Fundament der Persönlichkeit‘	152
3.2.2 Optimismus, Selbstvertrauen und Risikofreude	155
3.2.3 Sozialer Kontext, Vertrauentypen und Vertrauenskorrelation.....	171
3.3 Vertrauen durch Risikoabsorption als kognitiver Überspannungsschutz.....	175
3.3.1 Reduktion von Komplexität durch ontologische Sicherheit und Grundvertrauen.....	177
3.3.2 Risikoabsorption aufgrund verzerrter Risikowahrnehmung und kognitiver Dissonanz	202
3.4 Informations- und erfahrungsbasiertes Vertrauen I: Soziales Lernen und intuitive, statistische Diskriminierung	214
3.4.1 Informationssystem als Erfahrungsbasis für soziale Kategorisierung	216
3.4.2 Die problematische Empirie sozialer Kategorisierung: Diskriminierung, Trugschlüsse und Vorurteile.....	234
3.4.3 Die Legitimationsbasis für induktives Vertrauen	240
3.5 Vertrautheit	261
3.5.1 Vertrautheit I: Geringe Unsicherheit	264

3.5.2	Vertrautheit II: Geringe Ambiguität	277
3.5.3	Vertrautheit III: Hohe Ähnlichkeit	284
4.	Der „Schatten der Zukunft“: Wiederholtes Spiel, Reputation und relationale Verträge	293
4.1	Grundlagen zu wiederholten Spielen	294
4.1.1	Wiederholte Spiele vor endlichem Zeithorizont	298
4.1.2	Reputation bei endlichem Zeithorizont	312
4.1.3	Wiederholte Spiele vor unendlichem Zeithorizont	322
4.1.4	Reputation vor unendlichem Zeithorizont	329
4.2	Relationale Verträge als Fundament einer Vertrauensbeziehung	337
4.2.1	Die Vertrauensbeziehung als relationaler und psychologischer Vertrag	338
4.2.2	Zum Erklärungspotential wiederholter Spiele für die Identifizierung von Vertrauensbeziehungen	352
4.3	Theorie und Empirie relationaler Verträge als Vertrauensbeziehung	361
4.3.1	Modell eines relationalen Vertrages als Geschenk-Austausch-Spiel	361
4.3.2	Experimentelle Befunde zur Bindungsdynamik im relationalen Vertrag	376
4.4	Vertrauen und Reputation in Gruppen: Soziale Kontrolle und Gruppennormen	383
4.4.1	Gruppennorm und soziale Kontrolle in kleinen Gruppen	385
4.4.2	Informations- und Anreizbedingungen in großen Gruppen	409
4.4.3	Grenzfälle des Vertrauens und Fehl kategorisierungen	418
5.	Prosoziale Motivation	437
5.1	Grundlegende Vorbemerkungen	437
5.1.1	Vertrauen zwischen Fremden: Ein erster empirischer Eindruck	437
5.1.2	Homo Moralis: Rechtfertigung und Grenzen für Modelle sozialer Motivation	442
5.2	Altruismus	446
5.3	Normen als Anreize zu prosozialem Verhalten	455
5.3.1	Normbegriff	455
5.3.2	Wie entstehen Normen?	459
5.4	Die Wirkungsweise von Normen	465
5.4.1	Intrinsische versus extrinsische Motivation durch Normen	465
5.4.2	Bedingungen für Normaktivierung und Normstärke	470
5.4.3	Ausbeutungsaversion, retributive Emotionen und altruistische Bestrafung	483
5.5	Modelltheoretische Analyse der Wirkung sozialer Normen	486
5.5.1	Das Rücksichts-Vorsichts-(RV) Modell zur Normaktivierung	487
5.5.2	Psychische Kosten und Erträge als Quelle <i>intrinsischer</i> Motivation: Schlechtes Gewissen und Schuldgefühle	490
5.5.3	Psychische Kosten und Erträge als Quelle <i>extrinsischer</i> Motivation: Soziales Ansehen und Scham	495
5.6	Normen sozialer Ausgewogenheit: Fairness	508
5.6.1	Distributive Fairness	509
5.6.2	Die Norm der Reziprozität	524
5.7	Das Crowding-Out-Phänomen und kontraproduktive Anreize	560
5.7.1	Konzept und Kurzsensystematik	560
5.7.2	Crowding-Out-Effekte in der Prinzipal-Agenten-Beziehung I: Überblick	567
5.7.3	Crowding-Out-Effekte in der Prinzipal-Agenten-Beziehung II: Modellansätze	570
6.	Zusammenfassung und abschließende Würdigung	582