

Inhaltsverzeichnis

	<i>1. Teil</i>	
	Einführung	19
A. Einleitung		21
I.	Motivation der Problemstellung	21
II.	Gang der Arbeit	23
B. Was sind Zeit und Geld?		26
I.	Zeitmaße des Menschen	26
II.	Zeit als ökonomisches Gut	28
III.	Die Rolle von Geld	29
IV.	Zeit ist Geld	30
V.	Zeit in der Neoklassik	31
VI.	Zusammenfassung	33
	<i>2. Teil</i>	
	Ökonomische Präferenzmodelle und Zeit	35
C. Prinzipien ökonomischer Präferenzmodelle		37
D. Gary Beckers Modell zur Zeitallokation		39
I.	Motivation	39
II.	Modellannahmen	40
III.	Das Modell zur Zeitallokation	41
IV.	Das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit	47

V.	Die Produktivität von Zeit	53
VI.	Zusammenfassung	54
VII.	Eine kritische Würdigung	56

3. Teil

Deskriptive Präferenzmodelle und Zeit 59

E.	Ziel dieses Teils	61
F.	Prospect Theorie	63
I.	Entscheidungen unter Risiko	63
1.	Vorbereitende Maßnahmen für eine Entscheidung	63
2.	Die Wertfunktion der Prospect Theorie	65
3.	Die Gewichtungsfunktion der Prospect Theorie	67
II.	Entscheidungen unter Sicherheit	67
1.	Verlustaversion	69
2.	Abnehmende Sensitivität	70
3.	Konstante Verlustaversion	72
III.	Zusammenfassung	73
G.	Das Modell der bedingten Gewichtung	75
I.	Das Kompatibilitätsprinzip	75
II.	Der Prominenzeffekt	77
III.	Modelle mit bedingten Tradeoffs	79
H.	Kontextabhängige Präferenzen	83
I.	Ausgangssituation	83
II.	Kontrasteffekte	85
III.	Die Aversion gegenüber extremen Merkmalsausprägungen	88
1.	Kompromisseffekt	88
2.	Polarisationseffekt	89
IV.	Ein theoretisches Modell zu Kontexteffekten	89

I. Die Diskrepanz zwischen Kauf- und Verkaufspreis	94
I. Die Art des Guts als Einflussfaktor	94
II. Ökonomische Gründe	95
1. Substitutionseffekt	95
2. Einkommenseffekt	95
3. Transaktionskosten	96
4. Unsicherheiten	96
III. Psychologische Gründe	97
1. Verlustaversion	97
2. Besitztumseffekt	98
3. Status-quo-Effekt	99
4. Wahrnehmungsunterschiede zwischen Käufern und Verkäufern	99
IV. Der Einfluss der experimentellen Erhebungsmethode . . .	100
V. Zusammenfassung	102
J. Die tatsächliche Allokation von Zeit und Geld im Vergleich .	103
I. Der kontextabhängige Wert von Zeit	103
II. Zeit und Geld als Zahlungsmittel	106
III. Mentale Buchführung und die Einbeziehung versunkener Kosten	109
IV. Entscheidungen bei Zeitgewinnen und Zeitverlusten	113
V. Der Kompromiss- und Verankerungseffekt bei Zeit und Geld	117
VI. Studien zum Kauf- und Verkaufspreis von Zeit	120
VII. Zusammenfassung	123

4. Teil

**Experimentelle Studien zu Tradeoffs
zwischen Zeit und Geld**

125

K.	Experimente als Forschungsmethode	127
L.	Kontexteffekte bei unternehmerischen Make-or-Buy-Entscheidungen	131
I.	Make-or-Buy-Entscheidungen in der ökonomischen Theorie	131
II.	Make-or-Buy-Entscheidungen von Unternehmern	132
III.	Verhaltenswissenschaftliche Einflussfaktoren	133
IV.	Studiendesign	136
V.	Stichprobe	138
VI.	Univariate Ergebnisse der Studie 1a	139
VII.	Multivariate Ergebnisse der Studie 1a	140
VIII.	Diskussion der Studie 1a	141
IX.	Implikationen der Studie 1a	143
M.	Kontexteffekte im Umgang mit Zeit und Geld	146
I.	Motivation	146
II.	Studiendesign	147
III.	Stichprobe	151
IV.	Univariate Ergebnisse der Studie 1b	152
V.	Multivariate Ergebnisse der Studie 1b	155
VI.	Diskussion der Studie 1b	156
VII.	Gemeinsame Analyse der Studien 1a und 1b	158
N.	Der Besitztumseffekt bei Zeit	160
I.	Hypothesen	160
II.	Studiendesign	161
III.	Stichprobe	166

IV.	Univariate Ergebnisse der Studie 2a	167
V.	Multivariate Ergebnisse der Studie 2a	167
VI.	Diskussion der Studie 2a	169
VII.	Ist der Besitztumseffekt bei Zeit robust?	171
	1. Studiendesign	172
	2. Stichprobe	176
	3. Univariate Ergebnisse der Studie 2b	177
	4. Multivariate Ergebnisse der Studie 2b	178
VIII.	Gemeinsame Auswertung der Studien 2a und 2b	179
IX.	Der Besitztumseffekt und Erfahrung	179
	1. Theorie	179
	2. Studiendesign	182
	3. Stichproben	189
	4. Vorbereitungen zur Datenanalyse	189
	5. Univariate Analysen	190
	6. Multivariate Analyse des individuellen Besitztumseffekts	193
	7. Beeinflusst die Erfahrung den Besitztumseffekt?	196
	8. Diskussion und Zusammenfassung	197
O.	Die unternehmerische Zeitallokation	202
I.	Einleitung	202
II.	Entscheidungssituation des Unternehmers	205
III.	Erwarteter Nutzen und Entwicklung einer normativen Theorie	208
IV.	Messung der Risikoeinstellung	212
V.	Verhaltenswissenschaftliche Einflussfaktoren	213
	1. Die Abneigung gegenüber Extremen	214

2.	Polychronizität	214
3.	Die Aktivierung von Zielen	216
VI.	Experimentelles Design	217
VII.	Stichprobe	221
VIII.	Ergebnisse	221
1.	Entspricht die tatsächliche Zeitallokation der optimalen Zeitallokation?	221
2.	Gibt es Unterschiede im Optimierungsgrad zwischen den Entscheidungssituationen?	223
3.	Sind alle Optima gleich?	226
4.	Multivariate Analyse des Abweichverhaltens	229
5.	Multivariate Analyse des Zeitallokationsverhaltens	233
IX.	Diskussion	236
X.	Limitationen	240

5. Teil

Schlussbetrachtung 243

P.	Zusammenfassung und Diskussion	245
Q.	Implikationen	250
I.	Implikationen für Konsumenten	250
II.	Implikationen für Unternehmer	251
R.	Ausblick auf zukünftige Forschung	254
	Literaturverzeichnis	256
	Stichwortverzeichnis	267