

tion entstanden ist. Dies ist bei Geld völlig anders, da Geld eine **Bestandsgröße** (Dimension: Geldeinheiten zu einem Zeitpunkt) ist und bei der Abwicklung von Einkommenstransaktionen lediglich von einer Geldbörse in die andere bzw. von einem Konto auf ein anderes wechselt, ohne dass dabei die gesamte Geldmenge verändert wurde.

- Die **Funktionen bzw. Zweckbestimmungen** von Geld und Einkommen sind grundverschieden. Während Einkommen der Befriedigung von Konsumbedürfnissen und der Vermögensbildung durch Ersparnisse dient, deckt Geld den Liquiditätsbedarf der Wirtschaftssubjekte, der aus Transaktions- und/oder Vermögenshaltungsmotiven resultiert.
- Da Einkommen durch den Aufwand von Faktorleistungen und ihr Ertrag als Strom aus den Produktivitäten der Unternehmen entsteht, wird die Höhe der Einkommen im jeweiligen Betrachtungszeitraum mithilfe geeigneter **Gewinn- und Verlustrechnungen** ermittelt. Geld stellt hingegen eine Bestandsgröße dar, die ausschließlich in stichtagsbezogenen **Vermögensaufstellungen** bzw. in den **Bilanzen** der Unternehmen ausgewiesen wird.

Die strikte Unterscheidung zwischen Einkommen und Geld ist für das **Verständnis volkswirtschaftlicher Zusammenhänge** also unumgänglich. Allerdings dürfen Interdependenzen zwischen Prozessen und Ereignissen im Einkommensbereich und solche am gesamtwirtschaftlichen Geldmarkt nicht außer acht bleiben. Diese Interdependenzen sind wesentlicher Gegenstand der makroökonomischen Theorie.

Dr. Carsten Wesselmann, Köln

#### Literaturempfehlungen:

- Bofinger, P./Reischle, J./Schächter, A.: Geldpolitik – Ziele, Institutionen, Strategien und Instrumente. München 1996.
- Borchert, M.: Geld und Kredit. 8. Aufl., München et al. 2003.
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie. 14. Aufl., München 2007.
- Jarchow, H.-J.: Theorie und Politik des Geldes. 11. Aufl., Göttingen 2003.
- Kath, D.: Geld und Kredit. In: Bender, D. et al. (Hrsg.): Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 1. 7. Aufl., München 1999, S. 187 - 235.
- Rettig, R./Böckmann, L./Voggenreiter, D.: Makroökonomische Theorie. 7. Aufl., Düsseldorf 1998.

## IN DER DISKUSSION

### Quo vadis, Homo oeconomicus?

**K**ahneman und ... Tversky ... haben die Wirtschaftswissenschaften durch ihre psychologische Forschung stark beeinflusst und die Grundlage für Behavioral Economics gelegt, ein Forschungsgebiet, welches das tatsächliche wirtschaftliche Verhalten von Menschen im Vergleich zu dem in der Ökonomie postulierten Verhalten des Homo oeconomicus untersucht“ (Jungermann et al. 2005, S. 14 f.).

#### Kritische Stimmen

In den letzten Jahren hat sich auch auf ökonomischer Seite die Kritik am Modell des Homo oeconomicus als **idealtypischem Menschenbild der neoklassischen Wirtschaftstheorie** massiv verschärft. Wie selbstverständlich finden sich in einführenden Lehrbüchern bzw. lexikalischen Grundlagenwerken bereits Aussagen, die das Modell des Homo oeconomicus als **viel zu eindimensional und zu schlicht** für eine moderne Wirtschaftstheorie ablehnen, die sich als Wissenschaft vom Verhalten des Menschen versteht und die Volkswirtschaftslehre (wieder) als Sozialwissenschaft begreift. Diese Zitate belegen das:

„Economic theory is populated by a particular species of organism, sometimes called Homo economicus (sic!). Members of this species are always rational. ... The study of psychology and economics reveals that human decision making is more complex than is assumed in conventional economic theory. People are not always rational, they care about the fairness of economic outcomes (even to their own detriment), and they can be inconsistent over time“ (Mankiw 2007, S. 496 und S. 501).

„Die moderne Wirtschaftstheorie kritisiert das strenge Menschenbild des Homo oeconomicus ... Demgegenüber geht die Entscheidungstheorie von weniger strengen Annahmen über die menschlichen

Wesensmerkmale aus. ... Psychische und soziale Faktoren beeinflussen die Entscheidungsqualität ebenso wie auch die Risikobereitschaft.“ (Meyers Lexikonverlag 2007, S. 16).

Ähnlich Ernst Fehr (2003, S. 11), der in der Einführung zu einem Sammelband mit Artikeln über die „Psychologischen Grundlagen der Ökonomie“, die im Jahre 2001 in der Neuen Züricher Zeitung erschienen, prägnant formulierte: „Die meisten Ökonomen gehen in ihrer Theorienbildung vom vollständig rationalen, eigennützig handelnden Individuum aus. Dieses Menschbild greift jedoch in der Erklärung vieler Phänomene zu kurz. ... Wirtschaftswissenschaftler sind deshalb daran, psychologische Erkenntnisse für ihre Theorienbildung fruchtbar zu machen.“

Die Kritik am Modell des Homo oeconomicus ist allerdings nicht neu. So hat bereits **Gustav v. Schmoller**, der Hauptvertreter der „Historischen Schule“ in der Nationalökonomie, in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert darauf hingewiesen, dass „eine realistische Erforschung des Wirtschaftslebens nicht darauf verzichten kann, auch die Zusammenhänge wirtschaftlicher Entscheidungen mit der menschlichen Psyche näher zu untersuchen; die Psychologie bildet den ‚Schlüssel zu allen Geisteswissenschaften und also auch zur Nationalökonomie“ (Schmolders 1984, S. 114 f.). Von Schmoller steht hier in einer Reihe mit **Adam Smith**, der sich bereits 1759 mit seinem Werk „The Theory of Moral Sentiments“ (Theorie der ethischen Gefühle) als Behavioral Economist erwies: „In short, Adam Smith’s world is not inhabited by dispassionate rational purely self-interested agents, but rather by multidimensional and realistic human beings“ (Ashraf/Camerer/Loewenstein 2005, S. 142).

Anders als Adam Smith bewegte sich die **Neoklassik** allerdings in anderen Bahnen: „Das physikalische Theo-

## ÖKONOMIK INTERAKTIV

Hier werden ökonomische Modelle erläutert und Aufgaben gestellt. Die ausführlichen Lösungen finden sich im WISU-Abonnentenbereich im Internet ([www.wisu.de](http://www.wisu.de)). Dort können auch interaktive Veränderungen der Parameter vorgenommen und ihre Auswirkungen auf das Ergebnis beobachtet werden.

### Mehrprodukt-Monopol

Eine bekannte Lehrbuchregel lautet: Im Gewinnmaximum eines Monopolisten liegt der Preis des produzierten Gutes über dessen Grenzkosten. Diese Aussage klingt zunächst banal. Warum sollte auch ein unangefochtener Alleinanbieter freiwillig bereit sein, eine weitere Einheit seines Produktes unter den Kosten zu verkaufen? Was aber für ein Einprodukt-Unternehmen gilt, muss für einen Monopolisten mit mehreren Produkten noch lange nicht zutreffen. Dazu ein überschaubares Rechenbeispiel, dessen Zahlenvorgaben in dem interaktiven Arbeitsblatt frei gewählt werden können.

Ein Produzent ist Monopolist auf den Märkten für zwei Güter  $i = 1, 2$ . Die Güter werden unabhängig voneinander mit jeweils linearen **Kosten** hergestellt:

$$K_i(x_i) = k_i \cdot x_i \text{ für } i = 1, 2.$$

Die **Nachfrage** nach einem einzelnen Gutes hängt linear von den Preisen beider Güter ab:

$$\begin{aligned} x_1(p_1, p_2) &= a_1 + b_1 \cdot p_1 + c_1 \cdot p_2, \\ x_2(p_1, p_2) &= a_2 + b_2 \cdot p_2 + c_2 \cdot p_1. \end{aligned}$$

Es werden normale Reaktionen der Konsumenten unterstellt. Die Nachfrage nach Gut  $i$  ist dabei umso höher, je geringer der Preis dieses Gutes ist ( $b_i < 0$ ). Betrachten die Konsumenten Gut  $j$  als ein **Substitut** für Gut  $i$ , so ist  $c_i > 0$ . Bei  $c_i < 0$  wird  $j$  als **Komplementärgut** zu Produkt  $i$  eingestuft. In jedem Fall soll die Nachfrage auf Preisänderungen desselben Gutes

stärker reagieren als auf eine Preisänderung des anderen Gutes:

$$|b_i| > |c_i| \text{ für } i = 1, 2.$$

Bestimmen Sie für zwei unterschiedliche Szenarien die gewinnmaximalen Preise.

**Szenario 1:**

$$\begin{aligned} k_1 = 2; k_2 = 6; a_1 = a_2 = 8; b_1 = b_2 = -1; \\ c_1 = c_2 = -0.5 \end{aligned}$$

Beide Güter sind hier Substitute. Der Monopolist macht sich also mit seinen eigenen Gütern Konkurrenz. Erhöht der Anbieter den Preis für das Gut  $i$ , so weicht die Nachfrage zum Teil auf das andere Gut  $j$  aus. Diese „Flucht“ der Nachfrager kann der Monopolist nun bremsen, indem er den Preis für Gut  $j$  ebenfalls erhöht. Als Ergebnis der Gewinnmaximierung werden die Preise beider Güter deutlich höher über den Grenzkosten liegen als im Einproduktfall.

**Szenario 2:**

$$\begin{aligned} k_1 = 2; k_2 = 6; a_1 = a_2 = 8; b_1 = b_2 = -1; \\ c_1 = c_2 = +0.5 \end{aligned}$$

Hier handelt es sich um Komplementärgüter. Eine Preiserhöhung bei Gut  $i$  senkt die Nachfrage nach Gut  $j$ . Nun hat der Anbieter den Anreiz, die Nachfrage nach Gut  $j$  und Gut  $i$  gleichzeitig anzukurbeln, indem er Gut  $i$  zu einem niedrigen Preis verkauft. Das kann dazu führen, dass der Monopolist im Gewinnmaximum den Preis eines Gutes auch unter dessen Grenzkosten positioniert. In dem Zahlenbeispiel ist dies für Gut 2 der Fall. Da die Grenzkosten hier konstant sind und so den Stückkosten entsprechen, bedeutet dies sogar, dass der Monopolist bereit ist, für Produkt 2 einen **Verlust** hinzunehmen. Dies erweist sich als optimal, weil durch diese Preisstrategie sehr hohe Gewinne auf dem Markt für Gut 1 erzielt werden, mit denen das Komplementärgut subventioniert wird.

Prof. Dr. Andreas Thiemer, Kiel

**Literaturempfehlungen:**

Bester, H.: Theorie der Industrieökonomik. Berlin et al. 2000.  
Tirole, J.: The Theory of Industrial Organization. Cambridge et al. 1989.

rieverständnis der jungen Neoklassiker führte im Zuge der weiteren Theorieentwicklung ab den 50er Jahren zu einer bedeutsamen methodologischen Wende. ... Die Frage in der modernen Ökonomie war nicht mehr, welche empirisch gehaltvollen Annahmen der Nutzen- und Entscheidungstheorie zu einem theoretischen Ergebnis führen, sondern das Ergebnis wurde umgekehrt als gegeben angenommen, und die Frage lautete, welche Annahmen über den Homo oeconomicus gemacht werden müssen, damit dieser mit dem theoretischen Ergebnis in Übereinstimmung gebracht werden kann. ... Das Konstrukt wurde zu einem Erfüllungsgehilfen eines mathematischen Modells, und G. Debreu ... sagte ..., dass der mangelnde Realitätsbezug der Annahmen gerade ihre Nützlichkeit im Theoriebildungsprozess ausmache“ (Dopfer 2003, S. 102 f.).

1955 stellte **Herbert Simon** in seinem berühmten Artikel „A Behavioral Model of Rational Choice“ das Modell des Homo oeconomicus in Frage. Es war jedoch nicht sein Werk („for his pioneering research into the decision-making process within economic organizations“, so die offizielle Begründung des Nobelpreiskomitees), für das er bereits 1978 den Ökonomie-Nobelpreis erhielt, sondern erst die Vergabe des Nobelpreises an **Daniel Kahneman**

und **Vernon Smith** im Jahre 2002 für Forschungen auf dem Gebiet der verhaltenstheoretischen Ökonomie („for having integrated insights from psychological research into economic science, especially concerning human judgment and decision-making under uncertainty“) bzw. der experimentellen Wirtschaftsforschung („for having established laboratory experiments as a tool in empirical economic analysis, especially in the study of alternative market mechanisms“), welche die Akzeptanz psychologisch fundierter ökonomischer Forschung deutlich erhöht hat.

**Homo oeconomicus vs. Behavioral Economics**

Worin unterscheidet sich nun der Ansatz der „Behavioral Economics“ vom Modell des Homo oeconomicus? Was sind die wichtigsten **Merkmale der verhaltenstheoretischen Ökonomik** (vgl. insbesondere auch Eberding 2005)?

**Zum einen:** Es wird auf eine Kombination von ökonomischen und psychologischen Theorien und Methoden zurückgegriffen. Wichtige Quellen sind vor allem die kognitive Psychologie, die Sozialpsychologie sowie die experimentelle Wirtschaftsforschung. **Zum anderen:** Es wird ein realistisches Menschenbild unterstellt. Anders

als in der neoklassischen Ökonomik ist das Denken und Handeln Beschränkungen aufgrund begrenzter Rationalität, begrenzter Willenskraft und eingeschränktem Egoismus unterworfen.

- **Begrenzte Rationalität:** Anders als beim Homo oeconomicus hat das „behavioristische Individuum“ nur begrenzte kognitive Kapazitäten und kann daher anders als der Homo oeconomicus seine Entscheidungsprobleme nicht immer optimal lösen. So verwendet etwa der reale Mensch oft (einfache) Daumen- bzw. Faustregeln, obwohl die mithilfe dieser Heuristiken gefundenen Lösungen systematische Fehler aufweisen. Man spricht hier auch von Verzerrungen (Biases). Ebenso fällt das Herdenverhalten, also die kritiklose Übernahme der Entscheidungen oder Urteile anderer, in diese Kategorie. Auch hier geht es darum, trotz begrenzter kognitiver Kapazitäten zu einer Entscheidung zu kommen. Zudem beeinflussen verschiedene Effekte seine Entscheidungen (z.B. Aversion gegen Verluste).

Auch kann etwa die Art der Präsentation der Entscheidungsalternativen die Entscheidungen beeinflussen. In den USA gibt es ein durch Steuervergünstigungen vom Staat gefördertes Sparprogramm, die sog. „401(k) plans“. Es gibt Firmen, bei denen die Arbeitnehmer einen einfachen Antrag ausfüllen müssen, wenn sie an diesem Programm teilnehmen möchten. In anderen Firmen zahlen die Arbeitnehmer automatisch in dieses Sparprogramm ein, wenn sie nicht widersprechen. Das Ergebnis ist, dass im zweiten Fall viel mehr Arbeitnehmer an diesem Plan teilnehmen als im ersten Fall. Mit dem Modell eines rational maximierenden Homo oeconomicus ist dies nicht erklärbar. „Understanding their (das Verhalten der Arbeitnehmer, Anm. des Verfassers) behavior seems easier once we abandon the model of rational man“ (Mankiw 2007, S. 497).

Ein weiteres Beispiel ist die nach Einführung des Euro-Bargeldes von der Bevölkerung empfundene („wahrgenommene“ bzw. „gefühlte“) Inflationsrate und die von der amtlichen Statistik gemessene (tatsächliche bzw. offizielle) Inflationsrate. Während die gemessene Inflationsrate sich sehr moderat entwickelte, herrscht in der breiten Öffentlichkeit bis heute die Auffassung vor, der Euro habe zu massiven Preissteigerungen geführt („Teuro“). Dieses Phänomen tritt in allen Ländern der Europäischen Währungsunion auf und führte dazu, dass die amtliche Statistik an Glaubwürdigkeit verlor (vgl. im Einzelnen Bechtold et al. 2005 sowie Hinze 2006). Werden Güter, bei denen es tatsächlich zu Preissteigerungen gekommen ist, häufig gekauft (z.B. die Güter des täglichen Lebens), wird der Konsument laufend mit diesen Preissteigerungen konfrontiert, wodurch er sie besonders intensiv „fühlt“. Dies kann dann zu der falschen Wahrnehmung führen, „alles sei teurer geworden“, d.h. die Inflationsrate habe sich erhöht. Bei der Ermittlung der Inflationsrate kommt es jedoch darauf an, welchen Anteil einzelne Güter an den Gesamtausgaben des Konsumenten haben. Während also Güter wie Tageszeitungen, Zigaretten, Bier im Ausschank, Brötchen, Zeitschriften, Butter etc. zur „wahrgenommenen“ Inflationsrate führen, wird die offizielle Inflationsrate von Nettokaltmiete, Benzin, Reisen, neuem Pkw, Telekommunikationsdienstleistungen, Flaschenbier etc. geprägt. Zudem tendieren die Konsumenten dazu, Preissteigerungen stärker zu gewichten als Preisenkungen, auch können abweichende Referenzpreise den Unterschied miterklären (Durchschnittspreise aus mehreren Jahren einerseits, Vorjahrespreise oder Vormonatspreise bei der offiziellen Inflationsrate andererseits).

Zu denken ist auch an das Entstehen der „Behavioral Finance“ als Folge ständig anwachsender „empi-

rischer Anomalitäten“ auf den Vermögensmärkten. „It stressed that, when confronted with risk, agents do not conform to some of the postulates of the rational agent paradigm. In addition, when these agents are confronted with complex information problems, they tend to use simple behavioral rules“ (DeGrauwe/Grimaldi 2006, S. X). Bei der Erklärung des Wechselkurses greifen DeGrauwe und Grimaldi wiederum auf die Erkenntnisse der Behavioral Finance zurück.

- **Begrenzte Willenskraft:** Während der Homo oeconomicus eindeutige Präferenzen hat, die über die Zeit unverändert bleiben, womit er zeitkonsistent handelt, gilt dies für das „behavioristische Individuum“ nicht. Seine Präferenzen sind selten stabil, sein Verhalten ist also zeitinkonsistent. Was heute als optimal angesehen wird, muss morgen keineswegs mehr optimal sein.

Bei Konsumfunktionen sind möglich Zeitinkonsistenzen beim Konsumverhalten deshalb von besonderem Interesse, weil sich bei Befragungen ermittelte Unterschiede zwischen kurzfristigen und langfristigen Konsumabsichten möglicherweise nicht im tatsächlichen Konsumverhalten niederschlagen. Wenn die geäußerte langfristige Konsumabsicht in eine konkrete (kurzfristige) Konsumentscheidung umgesetzt wird, kann es sein, dass die früher bekundete langfristige Absicht aufgegeben wird, womit die kurzfristige Absicht relevant ist. Laibson/Zettelmeier (2003, S. 46 und S. 39) bringen dies auf den Punkt: „Die meisten Menschen nehmen ihre Zukunft ernst und versuchen entsprechend zu planen. Leider werden unsere langfristigen Pläne oft von kurzfristigen Konsumwünschen durchkreuzt. ... Nachträglich bereuen Individuen oft, dass sie die kurzfristige Bedürfnisbefriedigung über die Verfolgung längerfristiger Ziele gesetzt haben.“

- **Eingeschränkter Egoismus:** Das „behavioristische Individuum“ ist im Gegensatz zum Homo oeconomicus nur eingeschränkt egoistisch, es handelt also nicht ausschließlich im Eigeninteresse, sondern berücksichtigt bei seinem Tun auch die Interessen anderer. Fairness und Reziprozität spielen eine wichtige Rolle.

Noch weitergehend sind neuere Erkenntnisse aus der Neurobiologie, wonach Menschen durchaus darauf aus sind, vertrauenswürdig zu agieren und gute Beziehungen zu anderen herzustellen, womit kooperatives Verhalten einzelkämpferischen Strategien vorgezogen wird. „Wenn Anerkennung, Zueinanderheit und Vertrauen der neurobiologische Treibstoff der Motivationssysteme sind: Woher kommt dieser Treibstoff? ... Er stammt aus nur einer Quelle: der zwischenmenschlichen Beziehung.“ (Bauer 2006a, S. 190). Ähnlich der Neuropsychologe Antonio Damasio (2006a, S. 203): „Eine Handlung, die persönliche Vorteile bringt, aber anderen schadet, ist nicht förderlich, weil die Schädigung anderer auf den Menschen, der dafür verantwortlich ist, zurückfällt und ihm letztlich selbst schadet ... , das Gute (erfolgt) ... aus der gegenseitigen Freundschaft und der gemeinsamen Vereinigung‘(Zitat von Spinoza, Anm. des Verf.)“. So werden positive Emotionen wie Ehrfurcht und Stolz, Hochstimmung, Dankbarkeit und Stolz als Anerkennung (anderer oder der eigenen Person) für einen kooperativen Beitrag ausgelöst, Kooperation wird also belohnt, was zu einer Verstärkung der kooperativen Tendenzen führt. Negative Emotionen wie Verlegenheit, Scham und Schuld werden unter anderem durch Normverletzungen erzeugt (vgl. Damasio 2006a, S. 185). An die Stelle von Descartes' „Ich denke, also bin ich“ („Cogito ergo sum“) tritt nach Damasio – im Sinne von Spinoza – „Ich fühle, also bin ich“.

## Zurück zur Klassik?

Mit der Behavioral Economics zeichnet sich — um es mit den Worten von Kurt Dopfer auszudrücken — die „Rückkehr des verlorenen Menschen“ in die Wirtschaftstheorie ab, also die Abkehr von einer neoklassischen Ökonomie, die sich in ihrer mathematischen Rigorosität an der mechanischen Physik orientiert hat (vgl. Dopfer 2003, S. 99). Die Aussage „die Biologie ist keine zweite Physik“ (so der Evolutionsbiologe Ernst Mayr) gilt entsprechend für die Volkswirtschaftslehre als Humanwissenschaft. „Die Regeln, nach denen lebende Systeme ... ihr Verhalten organisieren, sind etwas anderes als die physikalischen und chemischen Prinzipien von Ursache und Wirkung, nach denen eine Maschine funktioniert. ... Das Verhalten biologischer Systeme ist nicht Wirkung einer Ursache, sondern das Ergebnis eines inneren Selbstorganisationsprozesses“ (Bauer 2006b, S. 155 und 162).

„Von außen gesehen wirken die Wirtschaftswissenschaften oft wie ‚höhere Mathematik‘, wie ein sehr technisches Jonglieren mit Daten und Formeln in einem relativ mechanistischen Wirkungszusammenhang. Dabei geht unter, dass die Ökonomie letztlich eine Humanwissenschaft ist, eine Wissenschaft vom Verhalten der Menschen. Diese Sichtweise — die nie ganz verschüttet war — hat in den letzten Jahren wieder stark an Bedeutung gewonnen“ (Schwarz 2003, S. 5).

Fördert die „Behavioral Economics“ also nicht nur (wieder) die gesamte Bandbreite des Werkes der Klassiker zutage? Sollte es — laut Ashraf, Camerer und Loewenstein (2005) — nicht einfach heißen: „Adam Smith, Behavioral Economist“?

Prof. Dr. Karlheinz Ruckriegel, Nürnberg

## Literaturempfehlungen:

- Altman, M. (Hrsg.): Handbook of Contemporary Behavioral Economics — Foundations and Developments. New York et al. 2006.
- Ashraf, N./Camerer, C./Loewenstein, G.: Adam Smith, Behavioral Economist. In: Journal of Economic Perspectives, Vol. 19 (2005), Nr. 3, S. 131 - 145.
- Bauer, J.: Prinzip Menschlichkeit — Warum wir von Natur aus kooperieren. Hamburg 2006a.
- Bauer, J.: Warum ich fühle, was du fühlst — Intuitive Kommunikation und das Geheimnis der Spiegelneurone. 10. Aufl., Hamburg 2006b.
- Bechtold, S./Elbel, G./Hannappel, H.-P.: Messung der wahrgenommenen Inflation in Deutschland: Die Ermittlung der Kaufhäufigkeiten durch das Statistische Bundesamt. In: Wirtschaft und Statistik, 9/2005, S. 989 - 998.
- Bievert, B./Held, M. (Hrsg.): Das Menschenbild der ökonomischen Theorie — Zur Natur des Menschen. Frankfurt a.M. et al. 1991.
- Camerer, C./Loewenstein, G./Rabin, M.: Advances in Behavioral Economics. Princeton et al. 2004.
- Damasio, A.: Der Spinoza-Effekt — Wie Gefühle unser Leben bestimmen. 3. Aufl., Berlin 2006a.
- Damasio, A.: Descartes' Irrtum — Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn. 4. Aufl., Berlin 2006b.
- Damasio, A.: Ich fühle, also bin ich — Die Entschlüsselung des Bewusstseins. 6. Aufl., Berlin 2006c.
- De Grauwe, P./Grimaldi, M.: The Exchange Rate in a Behavioral Finance Framework. Princeton et al. 2006.
- Dopfer, K.: Die Rückkehr des verlorenen Menschen. In: Fehr, E./Schwarz, G. (Hrsg.): Psychologische Grundlagen der Ökonomie. 3. Aufl., Zürich 2003, S. 99 - 111.
- Ebering, A.: Behavioral Economics — Konzepte und Anwendungen. Köln 2005.
- Fehr, E.: Über Vernunft, Wille und Eigennutz hinaus — Ansätze zu einer neuen Synthese von Psychologie und Ökonomie. In: Fehr, E./Schwarz, G. (Hrsg.): Psychologische Grundlagen der Ökonomie, 3. Aufl., Zürich 2003, S. 11 - 18.
- Fehr, E./Schwarz, G. (Hrsg.): Psychologische Grundlagen der Ökonomie. 3. Aufl., Zürich 2003.
- Fudenberg, D.: Advancing Beyond Advances in Behavioral Economics. In: Journal of Economic Literature, Vol. 44 (2006), Nr. 3.

- Hinze, J.: „Wahre“ Teuerungsrate — Divergenzen zwischen Preismessung und Inflationswahrnehmung. In: Wirtschaftsdienst, 86. Jg. (2006), S. 125 - 131.
- Jungermann, H./Pfister, H.-R./Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung — Eine Einführung. 2. Aufl., Heidelberg 2005.
- Kahneman, D./Thaler, R.: Anomalies: Utility Maximization and Experienced Utility. In: Journal of Economic Perspectives, Vol. 20, (2006) Nr. 1 3- 24.
- Kandel, E.: Auf der Suche nach dem Gedächtnis — Die Entstehung einer neuen Wissenschaft des Geistes. München 2006.
- Kolakowski, L.: Was fragen uns die großen Philosophen? Leipzig 2006, S. 102 - 109.
- Laibson, D./Zettelmeyer, J.: Die neue Ökonomie der Ungeduld, in: Fehr, E./Schwarz, G. (Hrsg.): Psychologische Grundlagen der Ökonomie. 3. Aufl., Zürich 2003, S. 39 - 46.
- Mankiw, G.: Principles of Economics. 4. Aufl, Mason 2007. Meyers Lexikonverlag: Die Wirtschaft (Reihe „Wie funktioniert das“), Stichwort: Modell des Homo oeconomicus, 5. Aufl., Mannheim 2007. S. 16.
- Peisendorff, W.: Behavioral Economics Comes of Age: A Review Essay on Advances in Behavioral Economics. In: Journal of Economic Literature, Vol. 44 (2006), Nr. 3.
- Schmölders, G.: Historische Schule. In: Issing, O. (Hrsg.): Geschichte der Nationalökonomie. München 1984, S. 107 - 119.
- Schwarz, G.: Vorwort. In: Fehr, E./Schwarz, G. (Hrsg.): Psychologische Grundlagen der Ökonomie. 3. Aufl., Zürich 2003, S. 5 f.
- Thaler, R. (Hrsg.): Advances in Behavioral Finance. Vol. II, Princeton et al. 2005.

## Schon gelesen?

**Renate Schubert:**  
**Wie Frauen und Männer mit Geld und Risiko umgehen**  
**WISU (5/06)**

**Helmut Jungermann:**  
**Effekt der Ursprungsabhängigkeit**  
**WISU (7/06)**

**Katrin Fischer:**  
**Der Splitting-Effekt**  
**WISU (10/06)**

**Helmut Jungermann:**  
**Home Bias**  
**WISU (11/06)**