

Forschungsprofil der Abteilung

Sozial- und Wirtschaftspsychologie

Entscheidungen im wirtschaftlichen Kontext

1. Bedeutung des Forschungsgebiets für Wissenschaft und Praxis

a) Wissenschaft

Die Entscheidungsforschung verfügt über jahrhundertelange Tradition und wurde soeben (im Herbst 2002) mit der Verleihung des *Nobelpreises* an den Psychologen Daniel Kahneman gewürdigt. Diese Würdigung bestätigt damit die hohe Aktualität und Relevanz, sowie die Exklusivität der Entscheidungsforschung. Da viele Faktoren in den Entscheidungsprozess einfließen, ist die Entscheidungsforschung ein interdisziplinäres Forschungsfeld: Mathematik, Ökonomie, Kognitive Psychologie, Emotionsforschung, Organisationslehre, Marketing und Sozialpsychologie stellen dabei die wichtigsten Teildisziplinen innerhalb des wirtschaftlichen Kontexts dar.

b) Bedeutung des Forschungsgebietes für die Praxis

Gerade für die Praxis ergeben sich vielfältige Anwendungsmöglichkeiten. So spielen *Entscheidungen in einem Unternehmen* („managerial-decision-making“) eine zentrale Rolle, welche für das Überleben eines Betriebes von entscheidender Bedeutung sind. Marketingexperten interessieren sich für die *Entscheidungen von Konsumenten* („consumer decision making“), um herauszufinden, welche Faktoren (Werbung, ...) den Entscheidungsprozess beeinflussen, beziehungsweise, wie zufrieden Konsumenten mit einem bereits gekauften Gut sind. *Finanzentscheidungen* beziehen sich beispielsweise auf den Kauf von Aktien („Börsenpsychologie“) oder auf die Aufnahme von Krediten. Da viele Entscheidungen nicht alleine, sondern in *Teams* gefällt werden („group decision making“), kommt der sozialen Komponente eine besondere Stellung zu. Schließlich verfügen Entscheidungsträger oft nur über unzureichendes Wissen, womit der *Umgang mit Risiko* („decision under risk and uncertainty“) bedeutsam wird. Bisherige Forschungen zeigten, dass

Personen im Alltag einfache Heuristiken anstatt komplexer kognitiver Algorithmen anwenden. Diese *Entscheidungsheuristiken* führen jedoch sehr häufig zu systematischen Entscheidungsfehlern („heuristics and biases“), welche die Effizienz von Entscheidungen verringern.

2. Relevanz zukünftiger Forschungsaktivitäten

Aufgrund des soeben verliehenen Nobelpreises ist ein weiterer Boom der psychologischen Entscheidungsforschung zu erwarten. Zwei renommierte Fachzeitschriften, das „Journal of Behavioral Decision Making“ und „Organizational Behavior and Human Decision Processes“ widmen sich ausschließlich dem Thema Entscheidungen. Da Gesellschaften und Wirtschaftssysteme zunehmend komplexer werden und dadurch mehr Möglichkeiten zur Auswahl bieten, kommt der Entscheidungsforschung in Zukunft eine zunehmende Bedeutung zu.

3. Nationale und internationale Einordnung des Forschungsgebiets

Die Entscheidungsforschung wird in Österreich auf hohem Niveau vor allen an den Universitäten Salzburg, Wien und Linz vertreten. Auf internationaler Ebene haben renommierte Universitäten und Institutionen, wie etwa das Max Planck Institut in Berlin, die University of Chicago oder etwa die Carnegie Mellon University eigene Zentren für Entscheidungsforschung eingerichtet.

4. Methodik

Aus der Interdisziplinarität der Entscheidungsforschung ergibt sich eine vielfältige methodische Herangehensweise. Während das Kerngebiet der Psychologie traditionell einen induktiven, experimentellen Zugang bevorzugt, sind andere Disziplinen, wie etwa die Ökonomie, eher deduktiv orientiert. Andere Wissenschaftsdisziplinen, wie etwa die Organisationslehre oder Marketing lassen sich zwischen diesen beiden Polen einordnen. Insgesamt scheint eine Synthese aus induktiver and deduktiver Forschung am zielführendsten zu sein. Die eigenen bisherigen und künftigen Forschungsarbeiten bevorzugen die experimentelle Herangehensweise.

5. Wesentliche, seit mehreren Jahren bearbeitete Forschungsfelder (ausschließlich bezogen auf Entscheidungen!)

a. Entscheidungen unter Unsicherheit: Prospekt-Theorie, Umgang mit Unsicherheit.

Brandstätter, E., Kühberger, A. & Schneider, F. (2002). A cognitive-emotional account of the shape of the probability weighting function. *Journal of Behavioral Decision Making*, 15, 79-100.

Brandstätter, E. & Schneider, F. (2002). Wahrscheinlichkeitsverzerrungen in riskanten Entscheidungen. *Jahrbuch für Handlungs- und Entscheidungstheorie*, Vol. 2. Opladen: Leske und Budrich.

b. Affektive Einflüsse auf menschliche Entscheidungen

Brandstätter, E. & Kriz, W. C. (2001). Hedonic intensity of disappointment and elation. *The Journal of Psychology. Interdisciplinary and Applied*, 135, 368-380.

Brandstätter, E., Kühberger, A. & Schneider, F. (1999). Surprise in decision making under risk. Conference Proceedings for the 24th IAREP Conference.

Brandstätter, E. & Schwarzenberger, H. (2001). Beyond the gambling paradigm: Internal controllability in decision-making. *Psychological Reports*, 89, 259-266.

Brandstätter, E. (2000). Comparison based satisfaction: Contrast and empathy. *European Journal of Social Psychology*, 30, 673-703.

Brandstätter, E. (2001). Affective reactions to social income comparisons. *Zeitschrift für Sozialpsychologie. Special Issue on Economic Psychology*, 32, 142-151.

Brandstätter, E. (2001). Social income comparisons: Either side has its costs and benefits. *Conference Proceedings for the 26th IAREP Conference*.

c. Entscheidungen in vernetzten Systemen

Kriz, W. C. & Brandstätter, E. (in press). Evaluation of a training program for systems-thinking and teamwork-skills with gaming and simulation. In F. Percival (Ed.), *The International Simulation & Gaming Research Yearbook. Volume 10: Interactive Learning through Gaming and Simulation*. London: Kogan Page.

d. Entscheidungs-Heuristiken

Brandstätter, E. (2000). Contrast effects in decision making under uncertainty. *Conference Proceedings for the 25th IAREP/SABE Conference*.

Brandstätter, E. (2001). Probability salience and decision making. In: K. W. Kallus, N. Posthumus & P. Jiménez: Current psychological research in Austria. *Proceedings of the 4th scientific conference of the Austrian Psychological Society (ÖGP)*, 167-170. Graz: Akademische Druck- u. Verlagsanstalt.

e. Konsumentenentscheidungen

Kirchler, E., El Sehity, T., & Brandstätter, E. (forthcoming). Preisinformation und Preisgestaltung. In D. Frey, L. v. Rosentstiel, & C. G. Hoyos (Eds.), *Handbuch zur Wirtschaftspsychologie*. Weinheim: Beltz.

6. Zukünftige Forschungsfelder

Die zukünftigen Forschungsfelder beziehen sich auf folgende Projekte:

a. Nachkauf-Zufriedenheit in Abhängigkeit von der Entscheidungsstrategie

In diesem Projekt stellt sich die Frage, wer mit seiner Kaufentscheidung zufriedener ist: Personen die eine perfekte Kaufentscheidung wollten (Maximizer) oder jene, welche eine lediglich eine zufriedenstellende Alternative suchten (Satisficer)?

b. Heuristiken für riskante Entscheidungen

Dabei handelt es sich um ein groß angelegtes Forschungsprojekt mit dem Max-Planck-Institut in Berlin. Im Speziellen geht es darum, wie gut einzelne, simple Entscheidungsheuristiken im Vergleich zu kognitiv aufwendigen Entscheidungs-Algorithmen abschneiden.

c. Entscheidungen im Unternehmen

Lassen sich Phänomene aus Laborexperimenten (Sicherheits-Effekt, Umgang mit unsicherem Wissen) im Feld replizieren? Dazu werden bekannte Entscheidungs-Probleme in konkrete Szenarien verpackt und Wirtschaftstreibende aufgefordert, sich entsprechend dieser Szenarien zu entscheiden.

d. Modellierung kognitiver Entscheidungsstrategien

Unter Verwendung einer „Mouse-Lab“ Versuchsanordnung lassen sich Rückschlüsse auf die kognitiven Entscheidungsprozesse von Personen ziehen. Welche kognitiven Prozess laufen ab, wenn Personen komplexe Entscheidungen, sowohl riskante als auch Entscheidungen in vernetzten Systemen, fällen?

7. Drittmittel-Forschungsprojekte

Die bisherige Forschung wird durch Gelder aus *Forschungspreisen* sowie aus durch Projekte aus der *Wirtschaft* gefördert.

8. Kooperationen

Die Abteilung für Sozial- und Wirtschaftspsychologie verfügt auf dem Gebiet der Entscheidungsforschung über ausgezeichnete nationale und internationale Kooperationspartner.

Auf *nationaler* Ebene bestehen bereits Kooperationen mit der Universität Salzburg (Anton Kühberger) und der Universität Wien (Erich Kirchler). Auf *internationaler* Ebene bestehen Kooperationen mit führenden Zentren der Entscheidungsforschung, wie etwa dem Max Planck Institut für Bildungsforschung, im Speziellen dem Zentrum für Adaptives Verhalten und Kognition (Gerd. Gigerenzer). Weiters besteht eine Kooperation mit der Universität München (Willy Kriz). Kooperationen außerhalb Europas bestehen zu der Hebrew University in Jerusalem (Talya Miron-Shatz). Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Abteilung für Sozial- und Wirtschaftspsychologie über verzweigtes Netzwerk aus ausgezeichneten Kooperationen verfügt.

9. Organisatorische Einbindung:

Ein übergeordnetes, interdisziplinäres Forschungszentrum (Center for Decision Research) soll angestrebt werden. Die Einbindung in- und ausländischer Personen ist sehr erwünscht..

10. Evaluierung der Forschungsleistungen

Publikationen in SSCI-Zeitschriften mit möglichst hohem Impakt-Faktor. Die Qualität der Arbeiten ist dabei entscheidender als deren bloße Quantität, um das Defizit der österreichischen Wissenschaft im internationalen Vergleich zu verringern. Ein effizientes Anreizsystem muss die Motivation der Wissenschaftler/innen gewährleisten.