Wirtschaft

Carlo Schlichterle

Die Erkenntnisse der Neurowissenschaften und -ökonomik. Verhaltensökonomik und die Konsequenzen zur Erstellung von Produktinformationsblättern für Finanzprodukte

Masterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783668641938

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/412728

Carlo Schlichterle

Die Erkenntnisse der Neurowissenschaften und -ökonomik. Verhaltensökonomik und die Konsequenzen zur Erstellung von Produktinformationsblättern für Finanzprodukte

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Die Erkenntnisse der Neurowissenschaften/-ökonomik/ Verhaltensökonomik – Konsequenzen zur Erstellung von Produktinformationsblättern für Finanzprodukte

Masterarbeit

Zur Erlangung des akademischen Grades „Master of Arts“ (M. A.)

Universität Kassel

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

am Lehrstuhl für Banken, Versicherungen
und Finanzierung

vorgelegt von:

Dipl.-Oec. Carlo-Peter Schlichterle aus Marburg

Kassel, den 27.09.2012

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis **I**

Abbildungsverzeichnis **II**

Abkürzungsverzeichnis **III**

1 Einführung **1**

1.1 Problemstellung 2

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen 4

1.3 Methode 5

1.4 Definitorische Grundlagen 6

2 Theoretische Grundlagen **9**

2.1 Neurowissenschaftliche Grundlagen 10

2.1.1 Der Aufbau des menschlichen Gehirns 11
2.1.2 Kognitive Prozesse 15

2.2 Neuroökonomische Grundlagen 24

2.2.1 Methoden der Neuroökonomie/-wissenschaft 27
2.2.2 Prinzipien der experimentellen Wirtschaftsforschung 31

2.3 Verhaltensökonomische Grundlagen 33

2.3.1 Kritik am Homo oeconomicus 35
2.3.2 Grundlagen der Behavioral Finance (Biases und Heuristiken) 41

2.4 Tiefenpsychologische Ergänzungen 51

3 Erkenntnisse zur besseren Gestaltung von PIBs **58**

3.1 PIB-Entwicklung und derzeitiger Stand 61

3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen 63

3.3 Erkenntnisse zur besseren Gestaltung 67

3.3.1 Anforderung 1: übersichtliche und leicht verständliche Informationsvermittlung 67
3.3.2 Anforderung 2: Risiko 72
3.3.3 Anforderung 3: Rendite und Kosten 75
3.3.4 Anforderung 4: Transparenz und Vergleichbarkeit 76

4 Konsolidierung der Erkenntnisse **79**

5 Fazit und Ausblick **86**

Literaturverzeichnis **IV**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Neurokommunikation als eine Teildisziplin der Neurowissenschaften 8
Abbildung 2: Gliederung des Gehirns 12
Abbildung 3: Entscheidungskategorie in Abhängigkeit von der Komplexität der Entscheidung 22
Abbildung 4: Fünf Gedächtnissysteme des Langzeitgedächtnisses 23
Abbildung 5: Neuroökonomie zwischen Geistes-, Natur-, und Strukturwissenschaften 26
Abbildung 6: Systematische Verhaltensabweichungen der klassischen Kapitalmarkttheorie 44
Abbildung 7: Wertefunktion der Prospect Theory 49
Abbildung 8: Tiefenpsychologische „Fehler und ihre Auswirkungen 56
Abbildung 9: Funktionen von Produktinformationsblättern 60
Abbildung 10: Zahl „ausgeknockter“ Produkte (am 14.09.2012: 5319 Titel) 60
Abbildung 11: Durchschnittliche Verständlichkeit der PIBs 68

Abkürzungsverzeichnis

AnsFuG	Anlegerschutz- und Funktionsverbesserungsgesetz
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
o. dgl.	oder dergleichen
o.g.	oben genannt
p.a.	per annum
PIB	Produktinformationsblatt
PIBs	Produktinformationsblätter
s.o.	siehe oben
WpHG	Wertpapierhandelsgesetz
z.T.	zum Teil

1 Einführung

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie die Erkenntnisse der Neurowissenschaft/-ökonomik bzw. der Verhaltensökonomik dazu beitragen können, Produktinformationsblätter (PIBs) aus Verbraucher- und aus Vertriebssicht zu verbessern. Die Motivation, sich mit dieser spannenden Frage wissenschaftlich auseinanderzusetzen, entstand zum größten Teil durch diverse Gespräche mit Herrn Janne Jörg Kipp[1] auf der Messe „Invest“[2]. Bereits während des Hauptstudiums (Diplom I) inspirierten mich Vorlesungen am Institut für Psychologie („Kognitionspsychologische Grundlagen“ und „soziale Kognitionen“). Im weiteren Verlauf meines Studiums wurde meine Affinität zu den psychologischen Aspekten der Wirtschaftswissenschaften und der Verhaltensökonomik ausgeprägter und ich gelangte zur Fragestellung für meine Masterarbeit an der Schnittstelle „Psychologie und Ökonomie“.

Knapp ein Jahr nach der Einführung von Produktinformationsblättern zeigen mehrere Studien deren Verbesserungsbedarf auf.[3] So wird unter anderem die fehlende Vergleichbarkeit und Verständlichkeit kritisiert.[4] Die vorliegende Arbeit soll untersuchen, inwiefern Erkenntnisse aus den oben genannten Wissenschaftsdisziplinen die Qualität von PIBs für den Verkauf oder die Beratung verbessern könnten und inwieweit diesem Vorhaben durch Erkenntnisse der Psychologie Grenzen gesetzt sind.

Die Masterarbeit ist wie folgt strukturiert: Zunächst werden in Kapitel 1 die Problemstellung, die Methodik und die definitorischen Grundlagen beschrieben. In Kapitel 2 werden die theoretischen Grundlagen und Erkenntnisse der Neurowissenschaft/-ökonomik bzw. Verhaltensökonomik und die Kritik am Modell des Homo oeconomicus dargestellt und analysiert. Kapitel 3 fasst die Ergebnisse, die in Kapitel 2 herausgearbeitet wurden, zusammen und klärt die Frage, ob und wieweit diese zu einer produktiveren Gestaltung von PIBs eingesetzt werden können. Die Beschreibung, Auswertung und Analyse der angewandten

[1] Herr Kipp ist Chefredakteur mehrerer deutscher Börseninformationsdienste, Buchautor sowie Werbetexter.

[2] Die „Invest“ ist eine Leitmesse für Privatanleger im Bereich Finanzen und Geldanlage, welche in Stuttgart stattfindet.

[3] Auswahl von Studien zu PIBs: Habschick et al. (2012); Tiffe et al. (2012); BaFin (2012); Verbraucherzentrale Bundesverband (2010); Haseloff (2011).

[4] Haseloff (2011); Stiftung Finanztest (2011).

Methode geschieht in Kapitel 4. Abschließen wird die Masterarbeit sowohl mit einem Fazit als auch einem Ausblick.

1.1 Problemstellung

> *Die Menschen handeln nicht, weil sie gedacht haben, sondern sie denken, weil sie gehandelt haben.*[5]

Die Worte von Vilfredo Pareto sind auch heute noch aktuell. Schon frühe Aufklärer wie Leibniz hatten den Verdacht, der denkende Mensch sei nicht „Steuermann" seiner Handlungen, sondern würde umgekehrt getrieben von unbewussten Vorgängen.[6] Somit wäre die Fähigkeit des Menschen zur rationalen Bearbeitung von Problemen in Zweifel gezogen, die sich auch in den diversen Finanzmarktkrisen widerspiegelt. Noch immer aber unterstellen mehrheitlich Wissenschaft wie Praxis, also Politik und Verbraucherschutz, dass Mängel im Marktgeschehen auf fehlende Informationen zurückzuführen seien.

Die Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise, die in den USA ihren Ursprung hat, lassen den deutschen Bankenmarkt nicht unberührt und haben dazu geführt, dass die Entwicklungen in diesem Wirtschaftsbereich zunehmend im gesellschaftlichen Bewusstsein angekommen sind und dass Banken skeptischer betrachtet werden. Für die Anlageberatung sind seit dem 1. Juli 2011 gemäß § 31 Abs. 3a WpHG zwei- bis dreiseitige PIBs vorgeschrieben. Das Thema „Falschberatung und Provisionsorientierung in der Finanzberatung" ist insbesondere durch die Insolvenz von Lehman Brothers an die Öffentlichkeit gelangt.[7] Kurz und bündig sollen die PIBs den Anlegern erklären, wie Zertifikate (strukturierte Anleihen), einfache Staats- oder Unternehmensanleihen oder andere Finanzprodukte funktionieren. Die Broschüren müssen leicht verständliche Informationen zur Funktionsweise des Finanzinstruments, seiner Risiken, Renditechancen und Kosten sowie zu seiner Verfügbarkeit geben.[8] Diese „Beipackzettel" für Finanzprodukte sind nach den Erfahrungen aus der Praxis für Verbraucher kaum verständlich

[5] Vilfredo Frederico Pareto, zitiert nach Schnöckel (2012), S. 3.

[6] Spitzer (2007), S. 28.

[7] Verbraucherzentrale Bundesverband (2010), S. 2.

[8] Vgl. § 31 Abs. 3a WpHG; BMELV (2009a).