

**Jörg Jacob**

# Prospect-Theorie - Entwicklung und heutige Anwendung in der Finanzwirtschaft

**Diplomarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

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 Verlags. 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.

Copyright © 2003 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832474911

# **Prospect-Theorie - Entwicklung und heutige Anwendung in der Finanzwirtschaft**



---

Jörg Jacob

# **Prospect-Theorie - Entwicklung und heutige Anwendung in der Finanzwirtschaft**

**Diplomarbeit  
Technische Universität Chemnitz  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Lehrstuhl BWL IV - Finanzwirtschaft und  
Bankbetriebslehre  
Abgabe Juli 2003**



Diplomica GmbH \_\_\_\_\_  
Hermannstal 119k \_\_\_\_\_  
22119 Hamburg \_\_\_\_\_

Fon: 040 / 655 99 20 \_\_\_\_\_  
Fax: 040 / 655 99 222 \_\_\_\_\_

agentur@diplom.de \_\_\_\_\_  
www.diplom.de \_\_\_\_\_

ID 7491

Jacob, Jörg: Prospect-Theorie - Entwicklung und heutige Anwendung in der Finanzwirtschaft

Hamburg: Diplomica GmbH, 2003

Zugl.: Technische Universität Chemnitz, Technische Universität, Diplomarbeit, 2003

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2003

Printed in Germany

# Inhaltsverzeichnis:

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS:</b> .....	<b>IV</b>
-------------------------------------	-----------

<b>1. EINLEITUNG UND ZIELSETZUNG</b> .....	<b>1</b>
--	----------

<b>2. DAS GRUNDMODELL DER PROSPECT-THEORIE</b> .....	<b>2</b>
--	----------

<b>2.1. ANOMALIEN BEI DER ENTSCHEIDUNG</b> .....	<b>3</b>
--	----------

2.1.1. <i>Das Ellsberg Paradoxon</i> .....	3
--	---

2.1.2. <i>Das Allais Paradoxon</i> .....	4
--	---

<b>2.2. DIE ENTWICKLUNG DER PROSPECT-THEORIE</b> .....	<b>5</b>
--	----------

<b>2.3. DIE KERNGEDANKEN DER PROSPECT-THEORIE</b> .....	<b>8</b>
---	----------

<b>2.4. DIE BEWERTUNG VON ALTERNATIVEN MIT HILFE DER PROSPECT-THEORIE</b> ..	<b>10</b>
--	-----------

2.4.1. <i>Die Editing Phase</i> .....	10
---------------------------------------	----

2.4.2. <i>Die Bewertungsphase</i> .....	13
---	----

2.4.1.1. Festlegen eines Referenzpunktes für die Wertfunktion und Referenzpunkteffekte .....	14
---	----

2.4.1.2. Die Bewertungsfunktion .....	16
---------------------------------------	----

2.4.1.2.1. Funktion der Wertfunktion .....	20
--	----

2.4.1.1.2. Die Wertfunktion bei Extremausprägungen .....	22
--	----

2.4.1.3. Die Entscheidungsgewichtsfunktion .....	23
--	----

<b>2.5. EFFEKTE AUS DEM VERLAUF DER WERTFUNKTION</b> .....	<b>28</b>
--	-----------

2.5.1. <i>Die Verlustaversion</i> .....	28
---	----

2.5.2. <i>Der Dispositionseffekt</i> .....	31
--	----

2.5.3. <i>Der Sunk-cost-Effekt</i> .....	33
--	----

2.5.4. <i>Der Reflection - Effekt</i> .....	34
---	----

2.5.5. <i>Der Besitztumseffekt</i> .....	34
--	----

2.5.6. <i>Hedonic Framing</i> .....	36
-------------------------------------	----

<b>2.6. DER VERLAUF DER INDIFFERENZKURVEN DER PROSPECT THEORIE .....</b>	<b>37</b>
 <b>3. WEITERENTWICKLUNG DER PROSPECT-THEORIE .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1. DIE RANGPLATZABHÄNGIGE NUTZENTHEORIEN .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2. DIE CUMULATIVE PROSPECT-THEORIE .....</b>	<b>41</b>
3.2.1. <i>Die Annahmen der Cumulative Prospect-Theorie.....</i>	<i>42</i>
3.2.2. <i>Parametrisierung der Wertfunktion: .....</i>	<i>44</i>
3.2.3. <i>Die Wahrscheinlichkeitsgewichtsfunktion .....</i>	<i>45</i>
3.2.4. <i>Parametrisierung der Entscheidungsgewichtsfunktionen .....</i>	<i>47</i>
3.2.5. <i>Die Indifferenzkurven der Cumulative Prospect-Theorie .....</i>	<i>50</i>
<b>3.3. DIE PROSPECT-THEORIE UNTER BEACHTUNG VON MEHRFACHZIELEN UND SICHEREN ERWARTUNGEN.....</b>	<b>50</b>
 <b>4. ANWENDUNG DER PROSPECT-THEORIE .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1. ERKLÄRUNG DES ENTSCHEIDUNGSVERHALTEN VON KONSUMENTEN MIT HILFE DER PROSPECT-THEORIE.....</b>	<b>52</b>
4.1.1. <i>Marketing mit Hilfe der Prospect-Theorie.....</i>	<i>52</i>
4.1.2. <i>Marketing von Finanzprodukten .....</i>	<i>55</i>
<b>4.2. ANWENDUNG IN DER FINANZWIRTSCHAFT.....</b>	<b>56</b>
4.2.1. <i>Anwendung bei Investitionen.....</i>	<i>56</i>
4.2.1.1. <i>Eskalationseffekte bei Investition .....</i>	<i>56</i>
4.2.1.2. <i>Zeitpräferenzrate bei Investitionen .....</i>	<i>58</i>
4.2.2. <i>Risiko - Rendite Zusammenhang und Prospect-Theorie.....</i>	<i>59</i>
4.2.3. <i>Versicherungsentscheidungen und Prospect-Theorie .....</i>	<i>60</i>
4.2.4. <i>Anlageentscheidungen in Kapitalmärkten .....</i>	<i>61</i>
4.2.4.1. <i>Das Zusammenspiel von Prospect-Theorie und Mental Accounting ....</i>	<i>62</i>
4.2.4.2. <i>Informationsverarbeitung .....</i>	<i>63</i>
4.2.4.3. <i>Beeinflussung der Marktpreisbildung .....</i>	<i>64</i>
4.2.5. <i>Portfolios und Prospect-Theorie .....</i>	<i>66</i>



4.2.6. Börsensoftware: Price Level Profile.....	68
4.2.7. Reaktion zur Steuervermeidung erfasst durch die Prospect-Theorie .....	69
4.2.8. Leistungspolitik von Kreditinstituten.....	70
 <b>5. BEWERTUNGEN UND EMPIRISCHE UNTERSUCHUNGEN ZUR PROSPECT-THEORIE.....</b>	 <b>73</b>
 <b>6. AUSBLICK FÜR WEITERE FORSCHUNGEN .....</b>	 <b>76</b>
 <b>7. ZUSAMMENFASSUNG .....</b>	 <b>77</b>
 <b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	 <b>79</b>

### Abbildungsverzeichnis:

<b>Abbildung 1:</b> Beispielhafte Wertfunktion der Prospect-Theorie.....	17
<b>Abbildung 2:</b> Beispielhafte Wertfunktion der Prospect-Theorie.....	19
<b>Abbildung 3:</b> Die Wertfunktion bei extremen Verlusten.....	22
<b>Abbildung 4:</b> Beispielhafter Verlauf der Wahrscheinlichkeitgewichtefunktion.....	25
<b>Abbildung 5:</b> Verbindung von Commitment und Loss aversion.....	29
<b>Abbildung 6:</b> Besitztumseffekte und Prospect-Theorie.....	35
<b>Abbildung 7:</b> Integration und Segregation beim Hedonic Framing.....	36
<b>Abbildung 8:</b> Die Indifferenzkurven der Prospect – Theorie.....	38
<b>Abbildung 9:</b> Beispielhafter Verlauf der Wahrscheinlichkeitgewichtefunktion für Gewinne und Verluste.....	46
<b>Abbildung 10:</b> Das Vierfelder Modell der Risikoeinstellungen.....	47
<b>Abbildung 11:</b> Der Verlauf der Indifferenzkurven der Cumulative Prospect- Theorie im Dreiecksdiagramm.....	50
<b>Abbildung 12:</b> Besitztumseffekte bei Entscheidungen mit mehreren Zielen.....	51
<b>Abbildung 13:</b> Wirkung einer gleichwertigen Investition in unterschiedliche Projekte .....	57
<b>Abbildung 14:</b> Anwendung des Price Level Profile.....	69