

Theres Stanko

Der Einfluss von Emotionen, bewussten und unbewussten Prozessen und persönlichen Präferenzen auf wirtschaftliche Entscheidungen

Das Beispiel des emotionalen Autokaufs

Bachelorarbeit

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



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 Verlanges. 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 © 2013 GRIN Verlag
ISBN: 9783346303974

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/933573>

Theres Stanko

Der Einfluss von Emotionen, bewussten und unbewussten Prozessen und persönlichen Präferenzen auf wirtschaftliche Entscheidungen

Das Beispiel des emotionalen Autokaufs

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

Bachelorarbeit

Affekt oder Verstand?

**Der Einfluss von Emotionen, bewusster und unbewusster Prozesse
und persönlicher Präferenzen auf wirtschaftliche Entscheidungen -**

Am Beispiel des emotionalen Autokaufs

eingereicht von:

Theres Stanko

zur Erlangung des akademischen Grades des

Bachelor of Arts, Betriebswirtschaft

(B.A.)

Zwickau, den 20.07.2013

„Der Mensch hat dreierlei Wege klug zu handeln: durch Nachdenken ist der edelste, durch Nachahmen der einfachste, durch Erfahrung der bitterste.“

Konfuzius

Gliederung

Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
Abkürzungsverzeichnis.....	VII

1. Einleitung	- 1 -
1.1 Problemstellung und Forschungsgegenstand	- 1 -
1.2 Aufbau der Arbeit	- 3 -

Teil I:

2. Der Abschied des Homo oeconomicus – Schaffung eines neuen Forschungsgebietes.....	- 4 -
2.1 Die Neuroökonomie als neue wissenschaftliche Disziplin.....	- 4 -
2.2 Wandel der Zeit: Die Abkehr vom Menschenbild des Homo oeconomicus	- 6 -
2.3 Neuromarketing als Teildisziplin der Neuroökonomie.....	- 10 -

3. Einführung in die Neuroanatomie.....	- 12 -
3.1 Die mikroskopische Betrachtung	- 12 -
3.2 Die makroskopische Betrachtung.....	- 15 -
3.3 Neurowissenschaftliche Untersuchungsmethoden - Ein Einblick in die bildgebenden Verfahren der Hirnforschung	- 22 -

4. Der Massenspeicher im Gehirn – Das menschliche Gedächtnis	- 25 -
4.1 Die Dreigliederung des Gedächtnissystems.....	- 25 -
4.2 Die bewusste und unbewusste Verarbeitung ökonomischer Entscheidungen im Langzeitgedächtnis	- 28 -

5. Unbewusst ist häufig besser – Der Einsatz von	
 Heuristiken im Entscheidungsprozess	- 31 -
5.1 Die Qual oder Wahl der Entscheidung	- 31 -
5.2 Heuristiken im Alltag.....	- 33 -
5.2.1 Definition Heuristik.....	- 33 -
5.2.2 Rekognitionsheuristik.....	- 34 -
5.2.3 Take-The-Best Heuristik.....	- 36 -
5.2.4 Verfügbarkeitsheuristik	- 38 -
5.2.5 Repräsentativitätsheuristik	- 39 -
5.2.6 Ankerheuristik.....	- 41 -
 <i>Teil II:</i>	
6. „Driven by Emotions“: Die Bedeutung von Emotionen	
 am Beispiel des emotionalen Autokaufs.....	- 42 -
6.1 Definition Emotion.....	- 42 -
6.2 „Wir tun nicht, was wir wollen, sondern wir wollen, was wir tun“	
– Umfrage zum Thema: Emotionaler Autokauf	- 47 -
6.3 Affekt oder Verstand? – Auswertung der Umfrage.....	- 54 -
 7. Kritische Betrachtung neuroökonomischer Forschung	- 63 -
 8. Fazit	- 66 -
 Literaturverzeichnis.....	- 68 -
 Anhänge	- 74 -

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einordnung der Neuroökonomie.....	- 5 -
Abbildung 2: Studien zum Entscheidungsverhalten	- 8 -
Abbildung 3: Neuron	- 13 -
Abbildung 4: Mittelschnitt durch das Gehirn	- 15 -
Abbildung 5: Cerebrale Lateralisierung	- 18 -
Abbildung 6: Die fünf Langzeitgedächtnissysteme	- 28 -
Abbildung 7: Trichterschema	- 32 -
Abbildung 8: Schema der Take-The-Best Heuristik.....	- 37 -
Abbildung 9: Menschliches Handeln in Angstsituationen	- 45 -