

Entrepreneurship, Marketing, Innovation

Band 7

Time is not money

**Experimentelle Beiträge zur Konsumenten-
und Entrepreneurshipforschung**

Von

Katrin Burmeister-Lamp



Duncker & Humblot · Berlin

KATRIN BURMEISTER-LAMP

Time is not money

Entrepreneurship, Marketing, Innovation

Herausgegeben von Prof. Dr. Christian Schade

Band 7

Time is not money

Experimentelle Beiträge zur Konsumenten-
und Entrepreneurshipforschung

Von

Katrin Burmeister-Lamp



Duncker & Humblot · Berlin

Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Humboldt-Universität zu Berlin
hat diese Arbeit im Jahre 2009 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Alle Rechte vorbehalten

© 2014 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fremddatenübernahme: Da-TeX Gerd Blumenstein, Leipzig

Druck: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISBN 978-3-428-13415-1 (Print)

ISBN 978-3-428-53415-9 (E-Book)

ISBN 978-3-428-83415-0 (Print & E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☼

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Geleitwort

Zeit ist eines der spannendsten Phänomene der menschlichen Existenz, sie begleitet uns – sozusagen – in jedem Moment. Und je nach wissenschaftlicher Perspektive kann man sehr unterschiedliche Meinungen dazu hören, was Zeit eigentlich ist. Von der Aussage einiger Forscher im Bereich der Quantenmechanik, Zeit sei ein Konstrukt des menschlichen Bewusstseins (oder habe zumindest mit dem Einfluss des Bewusstseins auf die Quantenrealität zu tun), bis zur Quasi-Gleichsetzung von Zeit und Geld in einigen ökonomischen Modellen spannt sich ein weites Feld. Und niemand würde behaupten, das Verständnis von Zeit bzw. des Verhaltens von Wirtschaftssubjekten im Umgang mit Zeit beinhalteten keine bedeutenden Forschungsfragen.

Umso erstaunlicher ist es, dass es in den Wirtschaftswissenschaften nur wenige Arbeiten gibt, die sich dem Umgang von Wirtschaftssubjekten mit Zeit in grundlegender Weise stellen. Eine dieser (wenigen) Arbeiten ist die vorliegende. Katrin Burmeister-Lamp nimmt dabei die Perspektive der Verhaltensökonomik bzw. der ökonomischen Psychologie ein und untersucht die sie interessierenden Fragen im Rahmen von Entscheidungsexperimenten. Das ist offensichtlich ein sehr fruchtbarer Ansatz, denn zum einen sind die aus der ökonomischen Psychologie stammenden Hypothesen über den menschlichen Umgang mit Zeit sehr spannend und zum anderen sind Experimente, seien sie nun im Labor durchgeführt und mit monetären Anreizen incentiviert oder im Feld durchgeführt – im Rahmen hypothetischer Befragungen oder als „Lab-in-the-Field“-Experimente –, nun einmal die ideale Methode um Tradeoffs, d.h. Austauschbeziehungen zwischen verschiedenen Variablen, zu analysieren. Katrin Burmeister-Lamp bedient sich virtuos aller genannten Ausformungen dieser Methodik.

Neben sehr interessanten philosophischen Ausführungen, die sowohl zu Beginn als auch am Ende der Arbeit zum Nachdenken über das Phänomen Zeit anregen, befasst sich Katrin Burmeister-Lamp in ihren Experimenten erstens mit Make-or-Buy-Entscheidungen, d.h. mit der Frage, welche Aufgaben man mittels eigenen Zeiteinsatzes und welche mittels Einkauf von Leistungen erledigen sollte. Zweitens wird das sehr interessante Phänomen

des Besitzumseffektes – man bewertet Güter im eigenen Besitz systematisch höher als solche, die nicht im eigenen Besitz befindlich sind – für das Gut Zeit analysiert; mit äußerst spannenden experimentellen Ergebnissen. Drittens wird die Zeitallokationsentscheidung von Teilzeitunternehmern untersucht, also die Frage, wieviel Zeit man in einer Festanstellung, wieviel Zeit im eigenen Unternehmen verbringen sollte. Bei allen Spezifika dieser Fragestellungen wird klar, dass das ökonomische Rationalmodell oder gar eine Gleichsetzung von Zeit und Geld mit dem Verhalten von Wirtschaftssubjekten im Experiment nichts zu tun hat. Oder mit anderen Worten: Menschen verhalten sich ganz anders im Umgang mit Zeit, als es ein (neo-)klassischer Ökonom vermuten würde. Das Ausmaß der Abweichungen vom „Rationalverhalten“ ist selbst für Verhaltensökonominnen bzw. Vertreter der ökonomischen Psychologie zum Teil überraschend.

Dieser ganz hervorragenden und spannend zu lesenden Arbeit wünsche ich eine exzellente Aufnahme sowohl in wissenschaftlichen Fachkreisen als auch von Seiten interessierter Praktiker, die Spaß daran haben, über den Tellerrand hinauszusehen und sich dem Phänomen Zeit einmal in ganz grundsätzlicher Weise zu nähern, vielleicht auch für Personen, die ein philosophisches Interesse am Phänomen der Zeit haben und verstehen wollen, wieviel (oder wie wenig) der ökonomische Ansatz dazu beitragen kann, dieses Phänomen zu verstehen.

Berlin, im Februar 2012

Prof. Dr. Christian Schade

Vorwort

Meine erste Berührung mit der Welt der Wissenschaft hatte ich als studentische Hilfskraft am Institut für Entrepreneurship und Innovationsmanagement an der Humboldt-Universität zu Berlin. Dort lernte ich, wieviel Spaß das Forschen und der Austausch mit anderen Wissenschaftlern machen kann. Dem Institutsleiter, meinem Betreuer und Mentor Professor Dr. Christian Schade habe ich zu verdanken, dass ich selbst wissenschaftlich arbeiten wollte – erst in meiner Diplomarbeit und dann als Doktorandin. Christian Schade hat mir im Laufe meiner Promotion einiges mit auf den Weg gegeben: Die Begeisterung für Entscheidungstheorie und Experimente, die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und die nötige Ausdauer. Mindestens genauso wichtig waren der Austausch und die intensive Zusammenarbeit mit ihm, seine wertvollen Ratschläge sowie das Zurückführen auf den richtigen Weg, das immer dann nötig war, wenn ich in stressigen Phasen die Orientierung verloren hatte.

Ich danke auch Professor Dr. Lutz Hildebrandt für seine Bereitschaft, mein Zweitgutachter zu sein, Professor Dr. Joachim Schwalbach für den Vorsitz der Kommission und Dr. Serena Sandri für ihre Mitgliedschaft in der Prüfungskommission. Genauso danke ich meinen Koautoren Aljoscha Kaplan, Dr. Moren Lévesque und Professor Dr. Christian Schade. Dank gilt auch meiner Familie und insbesondere meinen Eltern. Ohne ihre Unterstützung, Ermutigung, Zuversicht und den mentalen Beistand wäre diese Arbeit nicht entstanden. Es half mir auch sehr, dass mich meine Freunde in stressigen Zeiten aufgemuntert haben und immer für mich da waren. Ich danke weiterhin meinen ehemaligen Kollegen am Institut für Entrepreneurship und Innovationsmanagement, die entscheidend zum angenehmen und kooperativen Arbeitsklima beigetragen haben. Außerdem danke ich Dr. Philipp Koellinger und Professor Roy Thurik für ihre Gastfreundschaft und den Forschungsaufenthalt an der Erasmus Universiteit Rotterdam. Zuletzt danke ich meinem Mann Felix für seine stetige Ermutigung in besonders anstrengenden Phasen sowie seine vielen nützlichen Ratschläge.

Inhaltsverzeichnis

1. Teil

Einführung	19
-------------------	----

A. Einleitung	21
I. Motivation der Problemstellung	21
II. Gang der Arbeit	23
B. Was sind Zeit und Geld?	26
I. Zeitmaße des Menschen	26
II. Zeit als ökonomisches Gut	28
III. Die Rolle von Geld	29
IV. Zeit ist Geld	30
V. Zeit in der Neoklassik	31
VI. Zusammenfassung	33

2. Teil

Ökonomische Präferenzmodelle und Zeit	35
--	----

C. Prinzipien ökonomischer Präferenzmodelle	37
D. Gary Beckers Modell zur Zeitallokation	39
I. Motivation	39
II. Modellannahmen	40
III. Das Modell zur Zeitallokation	41
IV. Das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit	47

V.	Die Produktivität von Zeit	53
VI.	Zusammenfassung	54
VII.	Eine kritische Würdigung	56

3. Teil

	Deskriptive Präferenzmodelle und Zeit	59
E.	Ziel dieses Teils	61
F.	Prospect Theorie	63
I.	Entscheidungen unter Risiko	63
1.	Vorbereitende Maßnahmen für eine Entscheidung . .	63
2.	Die Wertfunktion der Prospect Theorie	65
3.	Die Gewichtungsfunktion der Prospect Theorie . . .	67
II.	Entscheidungen unter Sicherheit	67
1.	Verlustaversion	69
2.	Abnehmende Sensitivität	70
3.	Konstante Verlustaversion	72
III.	Zusammenfassung	73
G.	Das Modell der bedingten Gewichtung	75
I.	Das Kompatibilitätsprinzip	75
II.	Der Prominenzeffekt	77
III.	Modelle mit bedingten Tradeoffs	79
H.	Kontextabhängige Präferenzen	83
I.	Ausgangssituation	83
II.	Kontrasteffekte	85
III.	Die Aversion gegenüber extremen Merkmalsausprägungen	88
1.	Kompromisseffekt	88
2.	Polarisationseffekt	89
IV.	Ein theoretisches Modell zu Kontexteffekten	89

I. Die Diskrepanz zwischen Kauf- und Verkaufspreis	94
I. Die Art des Guts als Einflussfaktor	94
II. Ökonomische Gründe	95
1. Substitutionseffekt	95
2. Einkommenseffekt	95
3. Transaktionskosten	96
4. Unsicherheiten	96
III. Psychologische Gründe	97
1. Verlustaversion	97
2. Besitztumseffekt	98
3. Status-quo-Effekt	99
4. Wahrnehmungsunterschiede zwischen Käufern und Verkäufern	99
IV. Der Einfluss der experimentellen Erhebungsmethode . . .	100
V. Zusammenfassung	102
 J. Die tatsächliche Allokation von Zeit und Geld im Vergleich .	103
I. Der kontextabhängige Wert von Zeit	103
II. Zeit und Geld als Zahlungsmittel	106
III. Mentale Buchführung und die Einbeziehung versunkener Kosten	109
IV. Entscheidungen bei Zeitgewinnen und Zeitverlusten	113
V. Der Kompromiss- und Verankerungseffekt bei Zeit und Geld	117
VI. Studien zum Kauf- und Verkaufspreis von Zeit	120
VII. Zusammenfassung	123

4. Teil

**Experimentelle Studien zu Tradeoffs
zwischen Zeit und Geld** 125

K. Experimente als Forschungsmethode 127

L. Kontexteffekte bei unternehmerischen Make-or-Buy-Entscheidungen 131

- I. Make-or-Buy-Entscheidungen in der ökonomischen Theorie 131
- II. Make-or-Buy-Entscheidungen von Unternehmern 132
- III. Verhaltenswissenschaftliche Einflussfaktoren 133
- IV. Studiendesign 136
- V. Stichprobe 138
- VI. Univariate Ergebnisse der Studie 1a 139
- VII. Multivariate Ergebnisse der Studie 1a 140
- VIII. Diskussion der Studie 1a 141
- IX. Implikationen der Studie 1a 143

M. Kontexteffekte im Umgang mit Zeit und Geld 146

- I. Motivation 146
- II. Studiendesign 147
- III. Stichprobe 151
- IV. Univariate Ergebnisse der Studie 1b 152
- V. Multivariate Ergebnisse der Studie 1b 155
- VI. Diskussion der Studie 1b 156
- VII. Gemeinsame Analyse der Studien 1a und 1b 158

N. Der Besitztumseffekt bei Zeit 160

- I. Hypothesen 160
- II. Studiendesign 161
- III. Stichprobe 166

IV.	Univariate Ergebnisse der Studie 2a	167
V.	Multivariate Ergebnisse der Studie 2a	167
VI.	Diskussion der Studie 2a	169
VII.	Ist der Besitztumseffekt bei Zeit robust?	171
	1. Studiendesign	172
	2. Stichprobe	176
	3. Univariate Ergebnisse der Studie 2b	177
	4. Multivariate Ergebnisse der Studie 2b	178
VIII.	Gemeinsame Auswertung der Studien 2a und 2b	179
IX.	Der Besitztumseffekt und Erfahrung	179
	1. Theorie	179
	2. Studiendesign	182
	3. Stichproben	189
	4. Vorbereitungen zur Datenanalyse	189
	5. Univariate Analysen	190
	6. Multivariate Analyse des individuellen Besitztums- effekts	193
	7. Beeinflusst die Erfahrung den Besitztumseffekt? . .	196
	8. Diskussion und Zusammenfassung	197
O.	Die unternehmerische Zeitallokation	202
I.	Einleitung	202
II.	Entscheidungssituation des Unternehmers	205
III.	Erwarteter Nutzen und Entwicklung einer normativen Theorie	208
IV.	Messung der Risikoeinstellung	212
V.	Verhaltenswissenschaftliche Einflussfaktoren	213
	1. Die Abneigung gegenüber Extremen	214

2.	Polychronizität	214
3.	Die Aktivierung von Zielen	216
VI.	Experimentelles Design	217
VII.	Stichprobe	221
VIII.	Ergebnisse	221
1.	Entspricht die tatsächliche Zeitallokation der optimalen Zeitallokation?	221
2.	Gibt es Unterschiede im Optimierungsgrad zwischen den Entscheidungssituationen?	223
3.	Sind alle Optima gleich?	226
4.	Multivariate Analyse des Abweichverhaltens	229
5.	Multivariate Analyse des Zeitallokationsverhaltens	233
IX.	Diskussion	236
X.	Limitationen	240

5. Teil

Schlussbetrachtung	243
---------------------------	-----

P. Zusammenfassung und Diskussion	245
Q. Implikationen	250
I. Implikationen für Konsumenten	250
II. Implikationen für Unternehmer	251
R. Ausblick auf zukünftige Forschung	254
Literaturverzeichnis	256
Stichwortverzeichnis	267

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Unterschiedliche Zeitformen in der Neoklassik nach Helmstädter (1995)	33
Tabelle 2:	Präferenzen für zwei Lotterien in Abhängigkeit der Messmethode aus Lichtenstein / Slovic (1971)	76
Tabelle 3:	Determinanten des logarithmierten Stundensatzes in der Studie 1a	142
Tabelle 4:	Verteilung der Antworten auf die Make-or-Buy-Entscheidung und die Antwortformate Zeit und Geld	152
Tabelle 5:	Multivariate Analysen der Make-or-Buy-Entscheidung, des logarithmierten Stundensatzes und der Wahl des Antwortformats	157
Tabelle 6:	Vergleich der Zahlungsbereitschaften zwischen selbst gewähltem und zugeteiltem Treatment	158
Tabelle 7:	Deskriptive Merkmale der Studie 2a	167
Tabelle 8:	Multivariate Analyse des angegebenen Eurobetrags in Studie 2a	170
Tabelle 9:	Deskriptive Merkmale der Studie 2b	177
Tabelle 10:	Multivariate Analyse des angegebenen Eurobetrags in Studie 2b	180
Tabelle 11:	Multivariate Analyse des angegebenen Eurobetrags in den Studien 2a und 2b	181
Tabelle 12:	Übersicht über alle Entscheidungssituationen und Stichproben	184
Tabelle 13:	Deskriptive Merkmale der Studentenstichprobe, in der der Besitztumseffekt als Zwischensubjektfaktor gemessen wurde	191
Tabelle 14:	Deskriptive Merkmale der unerfahrenen Angestelltenstichprobe	191

Tabelle 15:	Deskriptive Merkmale der erfahrenen Managerstichprobe . . .	192
Tabelle 16:	Deskriptive Merkmale der Studentenstichprobe, in der der Besitztumseffekt als Innersubjektfaktor gemessen wurde . . .	194
Tabelle 17:	Reihenfolgeeffekte in der Innersubjektstichprobe	195
Tabelle 18:	Übersicht über alle Studien zum Besitztumseffekt bei Zeit . .	196
Tabelle 19:	Tobit-Regression mit Zufallseffekten getrennt für beide Si- tuationen	200
Tabelle 20:	Tobit-Regressionsmodell mit zufälligen individuellen Ach- senabschnitten zur Erklärung des angegebenen Eurobetrags in Abhängigkeit der Erfahrung, der Situation und des Treat- ments	201
Tabelle 21:	Numerische Parameterkonstellationen für Experiment . . .	220
Tabelle 22:	Zusammenhang zwischen beobachteter und optimaler Zeit- allokation	223
Tabelle 23:	Verteilung der positiven und negativen Abweichungen vom Optimum für jede Entscheidungssituation	225
Tabelle 24:	Tobit-Regressionen mit zufälligen, individuellen Anstiegen zur Erklärung der absoluten Abweichung vom Optimum . .	226
Tabelle 25:	Median-Abweichungen vom Optimum bei Individuen mit einer optimalen Ecklösung bzw. einer optimalen inneren Lösung	228
Tabelle 26:	Tobit-Regression mit zufälligen, individuellen Anstiegen zur Erklärung der absoluten Abweichung vom Optimum	230
Tabelle 27:	Multivariate Analyse des Abweichverhaltens	231
Tabelle 28:	Multivariate Analyse des Zeitallokationsverhaltens	235
Tabelle 29:	Wichtigkeit der Motive in den Entscheidungssituationen . .	238

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Zeitachse t aus Kuhn / Maurer (1995)	32
Abb. 2:	Gleichgewicht der Zeitallokation in einer Zwei-Güter-Welt (Becker (1965), S. 500)	48
Abb. 3:	Wertfunktion der Prospect Theorie (Kahneman / Tversky (1979)	66
Abb. 4:	Gewichtungsfunktion der Prospect Theorie (Kahneman / Tversky (1979)	68
Abb. 5:	Grafische Darstellung von Verlustaversion (aus Tversky / Kahneman (1991), S. 1047)	71
Abb. 6:	Referenzpunktabhängige Präferenzen (Tversky / Kahneman (1991), S. 1050	72
Abb. 7:	Indifferenzkurven bei konstanter Verlustaversion (Tversky / Kahneman (1991), S. 1051)	73
Abb. 8:	Indifferenzkurven bei Wahl- und Anpassungsmethode (Tversky et al. (1988), S. 377)	81
Abb. 9:	Beziehungen der Optionen x , y und z zueinander (Tversky / Simonson (1993), S. 1180)	86
Abb. 10:	Hintergrundkontexte (Tversky / Simonson (1993), S. 1181)	87
Abb. 11:	Der Nutzen von Zeitersparnissen aus Hultkrantz / Mortazani (2001)	115
Abb. 12:	Richtung der Anpassungsentscheidung nachdem die Make-or-Buy-Entscheidung getroffen wurde (Studie 1b)	149
Abb. 13:	Mittlere Stundensätze in Abhängigkeit der Währung und der Make-or-Buy-Entscheidung	154
Abb. 14:	Zusammenhang zwischen Erfahrung, Treatment und Entscheidungssituation	198
Abb. 15:	Wechselwirkungen zwischen einer Festanstellung und einem eigenen Unternehmen aus Lévesque / MacCrimmon (1997)	203

Abb. 16: Beispiel für eine Entscheidungssituation, in der die Befragten die Anzahl von Arbeitsstunden im eigenen Unternehmen determinieren mussten	218
Abb. 17: Zusammenhang zwischen tatsächlicher Zeitallokation und optimaler Zeitallokation getrennt für jede Situation	222
Abb. 18: Verteilung der absoluten Differenzen zwischen tatsächlicher und optimaler Zeitallokation in den verschiedenen Situationen . . .	227
Abb. 19: Abweichverhalten vom Optimum von polychronen und monochronen Individuen	232
Abb. 20: Abweichverhalten vom Optimum von Teilnehmern, die gern hohe Chancen wahrnehmen möchten, und solchen, für die Chancenwahrnehmung keine wichtige Rolle spielt	233
Abb. 21: Zusammenhang zwischen Zeitallokation und Chancenmotiv . . .	236
Abb. 22: Zusammenhang zwischen Zeitallokation und Verlustvermeidungsmotiv	237

1. Teil

Einführung

A. Einleitung

I. Motivation der Problemstellung

Viele Situationen deuten darauf hin, dass Menschen mehr darauf achten, wofür sie ihr Geld ausgeben, als darauf, womit sie ihre Zeit verbringen. So zögern viele Menschen nicht lange, Wartezeiten oder eine aufwändige Suche für den Kauf eines möglichst günstigen Produkts auf sich zu nehmen. Ein günstiger Preis scheint oftmals wichtiger zu sein als die aufgewendete Zeit. Dabei ist Zeit eine so bedeutende und knappe Ressource.

Im Gegensatz zu anderen Forschungsbereichen wie der Biologie oder der Physik wird Zeit in ökonomischen Modellen wie ein knappes Gut behandelt, das wie Kapital, Maschinen und die menschliche Arbeitskraft in den wirtschaftlichen Produktionsprozess eingeht. Ökonomische Modelle berücksichtigen jedoch nicht den besonderen Charakter von Zeit und sind daher zur Beschreibung, wie Menschen tatsächlich mit ihrer Zeit umgehen, nur begrenzt geeignet.

Zeit ist nicht speicherbar und alle Menschen verfügen über die gleiche Ausstattung von 24 Stunden am Tag. Im Gegensatz zu Geld wird Zeit nicht unabhängig von den in ihr stattfindenden Aktivitäten bewertet. Diese besonderen Eigenschaften von Zeit führen dazu, dass Menschen mit ihrer Zeit systematisch anders umgehen als mit ihrem Geld. Wenn sie z. B. ein Produkt mit ihrer eigenen Arbeitszeit bezahlen, verhalten sich Menschen risikofreudig. Bei der Bezahlung mit Geld ist ihr Verhalten dagegen risikoavers (Okada / Hoch (2004)). Der Umgang mit Zeit ist stärker vom Entscheidungskontext und Referenzpunkt beeinflusst als der Umgang mit monetären Ressourcen (Saini / Monga (2008)).

Die bisher dokumentierten, systematischen Abweichungen vom ökonomischen Rationalmodell beim Umgang mit Zeit sind jedoch sehr fragmentarisch und erlauben keine gesamtheitliche Perspektive. Arbeiten zum Umgang mit Zeit in unternehmerischen Entscheidungssituationen sind besonders rar und doch so wichtig, da Unternehmer einen entscheidenden Beitrag zum Wohlstand einer Gesellschaft leisten (z. B. van Praag / Versloot

(2007)). Zur Aufrechterhaltung und Erhöhung dieses Wohlstands ist es unerlässlich, unternehmerisches Entscheidungsverhalten zu verstehen und systematisch zu verbessern.

Die Frage, die sich stellt und die in dieser Arbeit beantwortet werden soll, lautet daher: „Wie gehen Menschen in (unternehmerischen) Entscheidungssituationen mit ihrer Zeit um?“ Mit Hilfe mehrerer experimenteller Studien wird untersucht, ob verhaltenswissenschaftliche Modelle den Umgang mit Zeit besser charakterisieren als ökonomische Modelle. Das ökonomische Modell von Becker (1965), das durch den Satz „Zeit ist Geld“ von Benjamin Franklin (1748) beschrieben werden kann, wird dabei nicht nur aus empirischer, sondern auch aus theoretischer Sicht in Frage gestellt.

Die Resultate dieser Arbeit zeigen, wie sehr Individuen beim Umgang mit Zeit in unternehmerischen Entscheidungen und Konsumententscheidungen vom Kontext abhängig sind und wie häufig vereinfachende Entscheidungsheuristiken verwendet werden:

- Das Antwortformat beeinflusst Zahlungsbereitschaften bei unternehmerischen Make-or-Buy-Entscheidungen. Wenn Individuen ihre Angaben in Stunden machen, die ihnen erspart werden sollen, haben sie eine höhere Zahlungsbereitschaft als Individuen, die ihre Zahlungsbereitschaft in Euro angeben.
- Der Besitztumseffekt bei Zeit wird in verschiedenen, teilweise anreizkompatiblen Situationen und für verschiedene Personengruppen als ein robustes Phänomen nachgewiesen. Die Akzeptanzbereitschaft, die eigene Zeit zu verkaufen, ist um ein Vielfaches höher als die Zahlungsbereitschaft für den Erwerb der Zeit von Dritten.
- Bei der Aufteilung der eigenen Arbeitszeit auf ein neu gegründetes Unternehmen und eine Festanstellung weisen Individuen unabhängig von der optimalen Allokation eine Aversion gegenüber extremen Allokationsentscheidungen auf und verteilen ihre Arbeitszeit vorzugsweise gleichmäßig auf beide Aktivitäten, statt sie komplett in das eigene Unternehmen oder in die Festanstellung zu investieren. Dieses Verhaltensmuster erweist sich über verschiedene optimale Allokationen und trotz Anreizkompatibilität als relativ stabil.

Die vorliegende Arbeit liefert einen wichtigen Beitrag zur ökonomischen Verhaltenstheorie für den Umgang mit Zeit (behavioral time allocation). Mit dem Zusammentragen des bisherigen Wissens und der Ergänzung

durch eigene experimentelle Studien trägt diese Arbeit zu einem ganzheitlichen Verständnis des Umgangs mit Zeit bei. Eine systematische Übertragung der Studienergebnisse erlaubt die Herleitung praktischer Implikationen für Konsumenten und Unternehmer.

II. Gang der Arbeit

Diese Arbeit besteht aus drei theoretischen und einem empirischen Teil. Im Einführungsteil dieser Arbeit werden verschiedene Zeitbegriffe und die Rolle, die Zeit in wirtschaftswissenschaftlichen Modellen spielt, erläutert. Anschließend wird im zweiten Teil der Arbeit der Umgang mit Zeit aus einer ökonomischen Perspektive betrachtet. Zuerst werde ich überblicksartig auf die Axiome eingehen, auf denen rationale Entscheidungsmodelle basieren. Dann wird das Modell zur Zeitallokation von Becker (1965) ausführlich beschrieben. Dieses Modell dient vielen Studien, in denen die optimale Aufteilung von Zeit auf verschiedene Aktivitäten im Fokus steht, als Ausgangspunkt. Becker (1965) betrachtet Zeit als ökonomisches Gut, dem ein monetärer Wert zugeschrieben werden kann – ganz im Einklang mit Benjamin Franklins (1748) berühmtem Zitat „Zeit ist Geld“.

Im dritten Teil der Arbeit werden beobachtbare Abweichungen vom ökonomischen Rationalmodell veranschaulicht. Die ersten Kapitel dieses Teils widmen sich deskriptiven Entscheidungsmodellen, die das tatsächlich beobachtbare Verhalten besser beschreiben als das ökonomische Modell von Becker (1965). Diese Modelle gehen nicht von stabilen, wohl definierten Präferenzen aus, sondern vertreten die Ansicht, dass Präferenzen in der Entscheidungssituation konstruiert werden. Die Darstellung dieser Modelle erfolgt mit der Absicht, Faktoren zu identifizieren, die den Umgang mit Geld beeinflussen. Dabei gehe ich insbesondere auf das referenzpunktabhängige Modell von Tversky / Kahneman (1991), den Einfluss der Messmethode (Tversky et al. (1988)) und des Entscheidungskontexts (Simonson / Tversky (1992)) ein. Im Anschluss an die Beschreibung der Modelle werden beobachtbare Diskrepanzen im Umgang mit Zeit und Geld beschrieben.

Im vierten Teil dieser Arbeit werden eigene experimentelle Studien vorgestellt, die den Umgang mit Zeit und Geld in unterschiedlichen Kontexten untersuchen. Dieser empirische Teil der Arbeit basiert auf gemeinsamen Studien mit Koautoren.