

# Inhaltsverzeichnis

---

## Vorwort

<b>1 Der homo oeconomicus ist krank (Rainer Berkemer)</b>	<b>1</b>
1.1 Einleitung	1
1.2 Beispiel eines Traveler's Dilemmas	5
1.3 Das Traveler's Dilemma im Experiment	10
1.4 Die Herausforderung des homo oeconomicus	12
1.5 Heterogenität statt Representative Agent Model	17
1.6 Wo kann das homo-oeconomicus-Modell funktionieren – und wo nicht?	21
<b>2 Warum machen Menschen Fehler? – Erklärungsansätze für das Eintreten von Schadensereignissen (Stephan Schöning, Ricarda Gades-Büttrich, Nicki Marquardt, Klaus Schöning)</b>	<b>27</b>
2.1 Einleitung	27
2.2 Human Factors	29
2.3 Wesen und Art von Fehlern	30
2.3.1 Entwicklung der Fehlerforschung	30
2.3.2 Aktive und latente Fehler	31
2.3.3 Das Käsescheibenmodell	32
2.3.4 Exemplarische Analyse von Fehlerbahnen anhand des Unglücks von Überlingen	34
2.4 Das Fehlermodell der Dirty Dozen als Grundlage für die Identifizierung menschlicher Fehlerquellen	41
2.4.1 Inhalte des Fehlermodells der Dirty Dozen	41
2.4.2 Das Fehlermodell der Dirty Dozen im Beispiel Überlingen	44
2.5 Fazit	50
<b>3 Wir sind netter als wir denken (Bernd Remmele)</b>	<b>53</b>
3.1 Ansteckung	53
3.2 Wie „wir“ denken	54
3.3 Wir sind „netter“	56
3.4 Wir sind nicht nur nett	59
3.5 Und auf der Ebene der Gesellschaft?	62

<b>4 Entrepreneurial Spirit – Was macht einen Unternehmer aus? (Daniel Markgraf)</b>	<b>65</b>
4.1 Das Gründungsgeschehen in Deutschland	66
4.2 Entrepreneurial Spirit im Gründungsprozess	69
4.2.1 Grundlegende Persönlichkeit	70
4.2.2 Erfahrungswelt	71
4.2.3 Gründungsprozess	72
4.3 Methode	73
4.3.1 Fragebogen	73
4.3.2 Soziodemografische Daten	74
4.3.3 Persönlichkeit	74
4.3.4 Unternehmensinformationen	74
4.4 Ergebnisse	75
4.4.1 Die erste Untersuchungswelle	75
4.4.2 Die zweite Untersuchungswelle	80
4.5 Zusammenfassung und Diskussion	86
<b>5 Das Phänomen Panik – Die Dynamik von Menschenmassen (Michael Schreckenber)</b>	<b>91</b>
5.1 Einleitung	91
5.2 Szenarien	96
5.3 Praxis und Maßnahmen	98
5.4 Ausblick	101
<b>6 Strategien für Bildungsanbieter in Zeiten von Social Media (Michael Klebl)</b>	<b>103</b>
6.1 Social Media in der Bildung	105
6.1.1 Kennzeichen von Social Media	105
6.1.2 Social Media im Bildungswesen	108
6.2 Strategien für Bildungseinrichtungen	111
6.2.1 Das Projekt ISTUS: Institutional Strategies for the Uptake of Social Software in Adult Education	112
6.2.2 Bildung in Social Media	113
6.2.3 Bildungseinrichtung als „Walled Garden“ im Web	116
6.2.4 Die Realität ist ein „Dazwischen“	119
6.3 Zusammenfassung und Ausblick	121
Personenregister	123
Sachregister	125
Autorenverzeichnis	127