

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>10</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Die Bedeutung der affektiven Ebene für das menschliche Entscheidungsverhalten – Ein Überblick über die grundlegenden Erkenntnisse .....</b>	<b>16</b>
2.1 Definitionen und Begriffscharakteristika .....	16
2.1.1 Die affektiven Zustände .....	18
2.1.1.1 Das Circumplex-Modell nach James Russell (1980) .....	19
2.1.1.2 Das Circumplex-Modell nach Watson & Tellegen (1985) .....	21
2.1.1.3 Vergleich der beiden Circumplex-Ansätze .....	22
2.1.2 Der Emotionsbegriff .....	23
2.1.2.1 Definitionsansätze des Emotionsbegriffs .....	27
2.1.2.2 Eine Arbeitsdefinition einer Emotion .....	31
2.2 Das klassische ökonomische Entscheidungsmodell menschlichen Verhaltens .....	32
2.3 Ein um Affekte erweitertes Entscheidungsmodell menschlichen Verhaltens .....	37
2.4 Die Beziehung zur kognitiven Ebene menschlichen Verhaltens .....	43
2.5 Ein Tool zur Messung der Gemütszustände: Die Positive and Negative Affect Schedule (PANAS) .....	49
<b>3. Affekte und Kommunikation in der experimentellen Wirtschaftsforschung .....</b>	<b>53</b>
3.1 Affekte im Experiment .....	53
3.2 Das Zusammenwirken von Affekten und Kommunikation .....	62
<b>4. Eine Skala zur Messung der fünf Persönlichkeitsdimensionen: Das Big Five Modell.....</b>	<b>68</b>
4.1 Die Geschichte und Entwicklung des Big Five Modells .....	68
4.2 Das NEO-PI-R-Modell einschließlich ihrer 30 Facetten .....	69
4.3 Aufbau des BFI-10-Modells .....	76
4.4 Das Big Five Modell in der experimentellen Wirtschaftsforschung .....	78
<b>5. Führt ein antizipiertes Feedback zu mehr Vertrauen? Eine experimentelle Analyse des Trust Games mit einer Feedbackoption .....</b>	<b>86</b>
5.1 Vertrauen im ökonomischen Kontext .....	86
5.2 Das klassische Trust Game nach Berg, Dickhaut & McCabe (1995) .....	90
5.3 Der Zusammenhang zwischen Affekten und Vertrauen .....	95
5.4 Das Experimentelle Design .....	98
5.4.1 Vorbemerkungen .....	98
5.4.2 Designvarianten zum Trust Game in der Literatur .....	99
5.4.3 Design von Feedbackoptionen in der experimentellen Wirtschaftsforschung .....	105
5.5 Die Durchführung .....	110
5.5.1 Die Proband/Innen .....	112
5.5.1.1 Die Erstsemester .....	112
5.5.1.2 Die Studierenden fortgeschritten Semester .....	113

5.5.2 Das Experimentdesign .....	113
5.5.2.1 Der Eingangsfragebogen.....	114
5.5.2.2 Die Entscheidungsaufgabe.....	115
5.5.2.3 Der Abschlussfragebogen.....	116
5.6 Die Ergebnisse .....	117
5.6.1 Die deskriptiven Ergebnisse.....	117
5.6.2 Die Hypothesentests .....	118
5.6.2.1 Die Analyse des Verhaltens des Spielers 1.....	118
5.6.2.2 Die Analyse des Verhaltens des Spielers 2.....	121
5.6.2.3 Die Analyse der Veränderungen des affektiven Zustandes des Spielers 2 .....	125
5.6.2.4 Die Analyse der Veränderungen des affektiven Zustandes des Spielers 1 .....	127
5.7 Diskussion .....	129
<b>6. Affekte, Feedback und Versprechen im Gefangenendilemma - Eine experimentelle Analyse des Gefangenendilemmas mit einer Feedbackoption .....</b>	<b>133</b>
6.1 Einleitung.....	133
6.2 Führen Versprechen vermehrt zu Lügen?.....	135
6.3 Die bestehende Literatur .....	139
6.3.1 Die bestehende Literatur zum Gefangenendilemma.....	139
6.3.2 Die bestehende Literatur zur Theorie der nicht bindenden Kommunikation .....	143
6.4 Das Experiment.....	152
6.4.1 Die Proband/Innen .....	155
6.4.2 Das Experimentdesign .....	155
6.4.2.1 Die Kontrollgruppe .....	156
6.4.2.2 Die Treatmentgruppe.....	157
6.5 Die Ergebnisse .....	158
6.5.1 Die deskriptiven Ergebnisse.....	158
6.5.2 Die Hypothesentests .....	159
6.5.2.1 Die Analyse des Verhaltens des Spielers 1.....	159
6.5.2.1.1 Die Überprüfung der Lügebereitschaft des Spielers 1 .....	159
6.5.2.1.2 Die Wahl der dominanten Strategie des Spielers 1 .....	161
6.5.2.2 Die Analyse des Verhaltens des Spielers 2 .....	163
6.5.3 Die Analyse der Veränderungen der affektiven Zustände.....	168
6.5.3.1 Die Analyse der Veränderungen der affektiven Zustände von Spieler 1 .....	168
6.5.3.2 Die Analyse der Veränderungen der affektiven Zustände von Spieler 2 .....	172
6.6 Diskussion .....	174
<b>7. Das Count-Up Game – Eine experimentelle Rekonstruktion der TV Gameshow Trust..</b>	<b>178</b>
7.1 Einleitung.....	178
7.2 Die TV Gameshow Trust – What is the price of your betrayal?.....	179
7.3 Bestehende Literatur .....	181
7.3.1 Das Centipede Game – Das Tausendfüßlerspiel.....	181
7.3.2 Das real-time Trust Game .....	191
7.4 Das CUG Experiment.....	194
7.4.1 Das Count-Up-Game .....	194
7.4.2 Das experimentelle Setup .....	196
7.4.3 Die Durchführung, Proband/Innen und Sessions .....	200
7.5 Die Ergebnisse .....	201

7.5.1 Die deskriptiven Ergebnisse .....	201
7.5.2 Die Hypothesentests .....	202
7.5.2.1 Die Überprüfung des Treatmenteffektes .....	202
7.5.2.2 Die Analyse der Chats .....	209
7.5.2.3 Die Analyse der Veränderung der affektiven Zustände .....	219
7.6 Diskussion .....	223
<b>8. Fazit .....</b>	<b>227</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>230</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>273</b>
Erklärung.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.