

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort .....</b>	<b>9</b>
<b>I Entscheidungsrahmen und entscheidungstheoretische Grundlagen .....</b>	<b>17</b>
I.1 Das Dilemma der Entscheidung – zwischen Emotion und Selbstregulation .....	21
I.1.1 Neuroanatomie und kognitive Fähigkeiten .....	22
I.1.1.1 Gehirn – zentrales Steuerungsorgan zwischen Emotion und Selbstregulation .....	23
I.1.1.2 Der präfrontale Cortex im Kontext der rationalen Entscheidungsfindung .....	26
I.1.1.3 Der Reiz als darstellbarer Auslöser von Gehirnaktivität .....	28
I.1.2 Neuroanatomie – Basis einer erweiterten Finanztheorie .....	29
I.1.3 Neurofinance – integrativer Erklärungsansatz für lückenhafte klassische Finanztheorien .....	30
I.1.4 Duales Handlungsmodell im Kontext des Entscheidungsverhaltens .....	31
I.1.5 Kontrollfragen .....	33
I.2 Warum Ungewissheit nicht gleich Risiko ist und Menschen gerne alles berechenbar haben wollen .....	35
I.2.1 Die Struktur der Unsicherheit .....	36
I.2.1.1 Risiko als Ausprägung von Unsicherheit .....	39
I.2.1.2 Ungewissheit als Ausprägung von Unsicherheit .....	40
I.2.2 Kernelemente der Prospect Theory .....	41
I.2.3 Kulturelle Prägung und psychologische Risikobewertung .....	45
I.2.4 Determinanten des Risikoverhaltens von Kapitalanlegern .....	49
I.2.5 Risiko und Ungewissheit in Aktion .....	51
I.2.6 Kontrollfragen .....	53
I.3 Warum Rationalität so einfach zu verstehen und doch so schwer umzusetzen ist .....	54

I.3.1	Annahmen zum Referenzmodell des Homo oeconomicus .....	56
I.3.2	Limitationen, Anomalien und Entwicklungspfade .....	57
I.3.2.1	Beispiel 1: Schweinezyklus .....	58
I.3.2.2	Beispiel 2: Selbstloses Verhalten .....	59
I.3.2.3	Entwicklungen – vom rationalen Verhalten, der beschränkten Rationalität und vielem mehr .....	60
I.3.3	Rationalität und Neuroökonomie .....	60
I.3.3.1	Kognitive Orientierung .....	60
I.3.3.2	Affektive Orientierung .....	61
I.3.4	Leistung des Referenzmodells zum Homo oconomicus .....	62
I.3.5	Kontrollfragen .....	62
<b>II</b>	<b>Warum Entscheidungen schnell, langsam, aggressiv oder gar nicht getroffen werden .....</b>	<b>64</b>
II.1	Wir sehen was wir wollen – Eine Anomalie der Wahrnehmung? .....	66
II.1.1	Psychologie des Phänomens der selektiven Wahrnehmung .....	67
II.1.1.1	Selektive Wahrnehmung im Kontext der Behavioral Finance Theorie .....	67
II.1.1.2	Erklärungen für das Prinzip der selektiven Wahrnehmung .....	68
II.1.1.3	Der Einfluss der Informationsdarstellung auf die Wahrnehmung .....	70
II.1.2	Strategien zum Umgang mit dem Phänomen der selektiven Wahrnehmung .....	73
II.1.3	Kontrollfragen .....	75
II.2	Warum wir zur Selbstüberschätzung (Overconfidence) neigen .....	76
II.2.1	Theoretische Einordnung der Overconfidence in den Kontext der Behavioral Finance .....	78
II.2.2	Entscheidungsheuristiken – der Schlüssel für praktikable Lösungen .....	78
II.2.3	Overconfidence – Verzerrungen der individuellen Erwartungsbildung .....	80
II.2.4	Können/ Wollen wir überhaupt dem Overconfidence- Phänomen entkommen? .....	83
II.2.5	Kontrollfragen .....	84
II.3	Das Wechselspiel zwischen individueller Perspektive, Referenzpunkt, Verhandlungsgeschick und Zahlungsbereitschaft – Der Besitztums-Effekt .....	86

II.3.1	Psychologie des Besitztums-Effekts .....	87
II.3.1.1	Besitztums-Effekt im Kontext der Behavioral Finance .....	87
II.3.1.2	Besitztums-Effekt – eine inhaltliche Annäherung .....	88
II.3.1.3	Besitztums-Effekt – eine theoretische Annäherung .....	90
II.3.2	Enttäuschungen vermeiden trotz Besitztums-Effekt ...	93
II.3.3	Kontrollfragen .....	94
II.4	Herdenverhalten und Spekulationsblasen .....	95
II.4.1	Die Bedeutung des Preismechanismus .....	96
II.4.2	Die Massenpsychologie als Grundlage des Anlegerverhaltens .....	99
II.4.3	Informationen und Viralität .....	101
II.4.4	Arten und Muster von Spekulationsblasen .....	103
II.4.5	Das Kindleberger-Minsky-Modell im praktischen Anwendungsbeispiel von Wirecard .....	109
II.4.6	Kontrollfragen .....	110
III	<b>Warum wir besser entscheiden könnten und manchmal Hilfe brauchen .....</b>	<b>112</b>
III.1	Plädoyer für eine nachhaltige Finanzberatung zur Vertrauensstiftung .....	112
III.2	Der Umgang mit Heuristiken und Biases .....	114
III.3	Nudging als Teilbereich des Libertären Paternalismus .....	116
III.3.1	Manchmal hilft ein kleiner Schubs .....	117
III.3.2	Ausgestaltung von Nudges .....	120
III.3.2.1	Das EAST-Konzept .....	120
III.3.2.2	Kennzeichen einer guten Entscheidungsarchitektur .....	123
III.3.3	Kontrollfragen .....	128
III.4	Den Advocatus Diaboli nutzen .....	129