



**Die Macht gedanklicher Brücken**  
Kosten und Nutzen richtig spüren



Univ. Prof. DDr. BERNADETTE KAMLEITNER  
Fachtagung Schuldnerhilfe OÖ Linz 18.11.2014



Lässt Sie der Gedanke an den Genuss eines saftigen Schnitzels (Nutzen) auch an den möglichen Schaden für Ihre Figur oder Ihren Cholesterinspiegel denken(Kosten)?

Haben Sie schon einmal etwas auf Raten gekauft?

War Ihnen in dem Moment bewusst wie viel Geld  
Sie in Summe bezahlen?

Lässt der Blick auf Ihr Haus/Auto/Fernseher,  
Sie manchmal an den Kredit denken?

Jede Transaktion involviert




Kosten

&

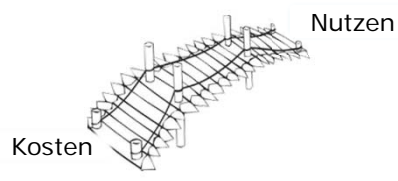


Nutzen



**Häufige Annahme:**  
Kosten werden mit Nutzen verglichen  
Menschen bilden eine gedankliche Brücke zwischen  
Kosten und Nutzen

**Zentrale Fragen der Brücke**



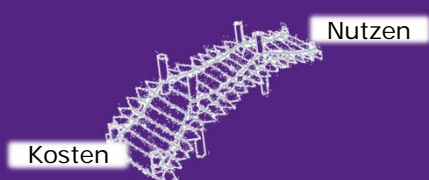
**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

- Sind klare Kosten und Nutzen erkennbar?
- In welche Richtung geht man wann?
- Wie lange gibt es die Brücke?


EFMD  
**EQUIS**  
ACCREDITED

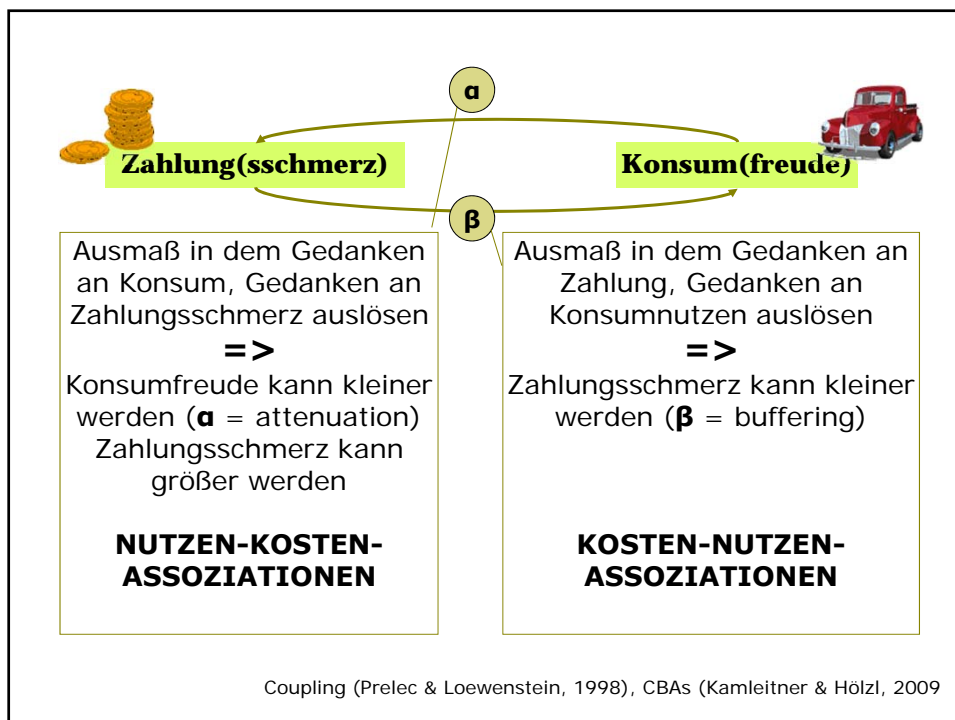


# Die Macht der Brücken



## Kosten-Nutzen-Assoziationen (KNAs) und Zahlungsschmerz versus Konsumfreude

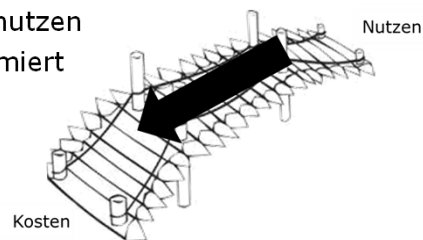




## Was bedeutet dies für das Konsumentenverhalten?



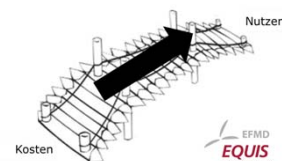
- Starke Nutzen-Kosten-Assoziationen =>
  - Rufen Kosten vor Auge
  - Hedonisch schlecht
  - Ökonomisch potentiell hilfreich - Selbstkontrolle
  - Niedrigere Konsumversuchung
  - Man weiß was Dinge Kosten
  - Versucht diese länger zu nutzen
  - Wann wird wie viel konsumiert



## Was bedeutet dies für das Konsumentenverhalten?





- Starke Kosten-Nutzen-Assoziationen =>
  - Machen Kosten erträglicher
  - Bei Kauf hedonisch gut
  - Auch danach gut – solange ein Gegenwert besteht
  - => Kredit für Dinge die länger halten (Urlaub versus Waschmaschine)
  - Kann beeinflussen wieviel und wie intensive konsumiert wird



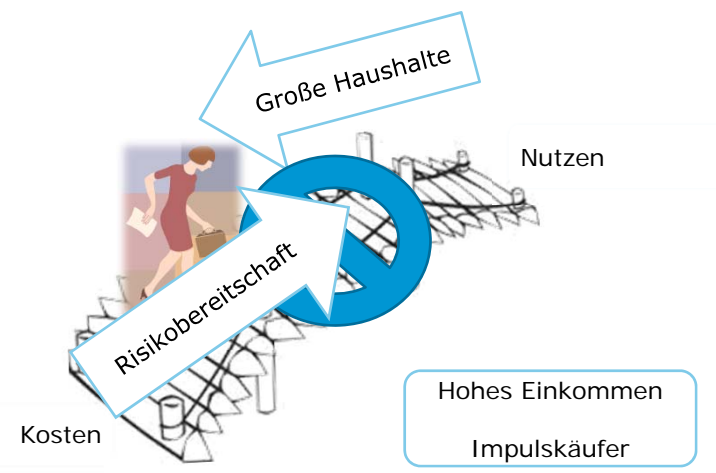
## Was begünstigt KNAs

- Persönlichkeit und Demografie
- Kausale Rahmen
- Komplexität
- Zeitliche Nähe
- Salienz von Kosten und Nutzen
- Motivation

Kamleitner & Hoelzl, 2009/15



## Demographie und Persönlichkeit vorläufige Erkenntnisse



Kosten



Nutzen

Große Haushalte

Risikobereitschaft


Hohes Einkommen

Impuls Käufer

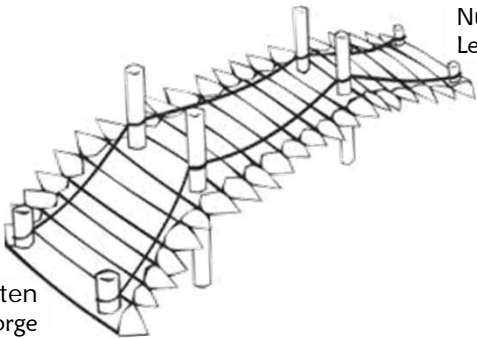


## Kausale Rahmen

### Beispiel Pensionsvorsorge




- Ist die Pensionsvorsorge nur eine finanzielle Investition oder gibt es eine gedankliche Brücke zum späteren Leben?




Kosten  
Sparen und Vorsorge


Nutzen  
Leben in der Pension




## Durch die gedankliche Brücke...



...investieren Menschen mehr und ethischer

Investitions- wahrscheinlichkeit in %		Kontrolle	df	F
W: hohes Risiko, hoher Ertrag	33%	36%	1	0.12
X: geringers Risiko, geringer Ertrag	43%	45%	1	0.08
Y: mittleres Risiko, mittlerer Ertrag	52%	46%	1	1.41
Z: etwas riskanter als Y, ethisches Investment	<b>60%</b>	<b>40%</b>	<b>1</b>	<b>12.14**</b>

Kamleitner 2011 

## Komplexität

WU  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

Mehrere Produkte in einem Bündel angeboten

Nicht eindeutig was ich kaufe – Stichwort Konsumerlebnis

Nutzen

Kosten

Komplizierte Preise

EFMD  
EQUIS  
ACCREDITED

## Zeitliche Distanz

WU  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

Kredit

Nutzen

Kosten

Zahlungsmethode

EFMD  
EQUIS  
ACCREDITED



## Salienz von Kosten

WU  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

Hoher Preis –  
aber siehe Raten

Physische Erinnerung

Nutzen

**KOSTEN**

Zahlungsmethode

EFMD  
**EQUIS**  
ACCREDITED

## Motivation

WU  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

- Die gratis konsumierte Investition

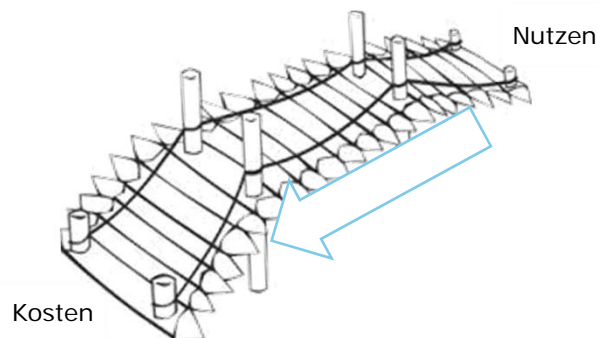
Nutzen

Kosten

EFMD  
**EQUIS**  
ACCREDITED

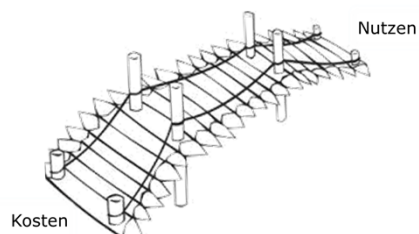
## Motivation

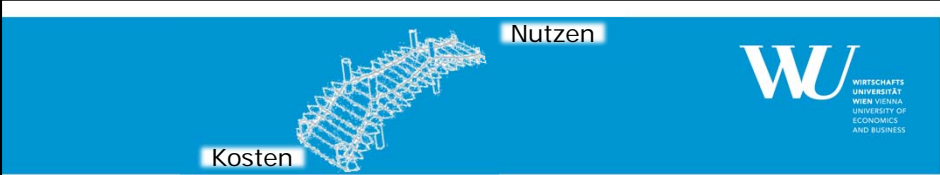
- Personen die einen Hang haben zu denken:  
**„Wo Nutzen ist, da müssen auch Kosten sein“** dürften mit Ihrem Leben etwas weniger zufrieden sein ( $r = -.30$ )



## Fazit

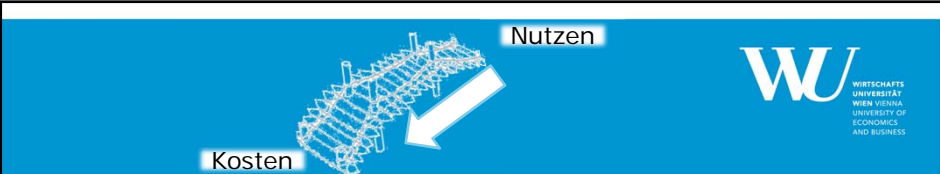

- KNAs sind ein automatisches, situativ beeinflussbares und interindividuell unterschiedliches Denkmuster
- Sie sind eine gedankliche Brücke, die in beide Richtungen begehbar ist.





■ In welche Richtung und wie oft diese Brücke begangen wird bestimmt:

- **Welche Entscheidungen wir treffen**
- **Wie es uns mit einer getroffenen Entscheidung geht**
- **Wie zufrieden wir generell durchs Leben gehen**
- **Wie stark der „Konsumdruck“ auf uns wirkt**
- ....




■ Besonders der Weg in eine Richtung (Nutzen – Kosten) ist beschwerlich begünstigt aber nachhaltige finanzielle Entscheidungen

■ **ÜBERSCHULDETE**

- Tendieren dazu weniger Brücken zu bilden oder nur in eine Richtung zu gehen (Nutzen-Kosten Weg besonders beschwerlich)
- Schwierigkeiten zu haben nachzuverfolgen wo das Geld hingekommen ist
- Lernen manchmal Brücken zu bauen


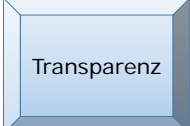


Kamleitner, Hornung & Kirchner, 2011



## Wo kann man ansetzen?

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS



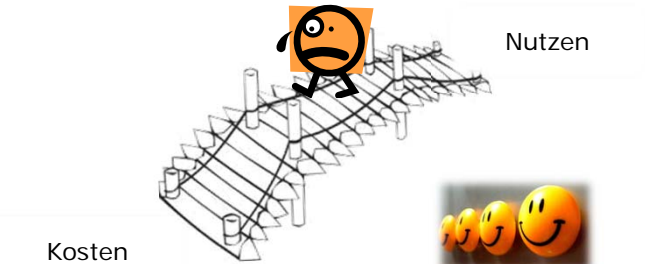
- ~~Persönlichkeit und Demografie~~
- Kausale Rahmen
- Komplexität
- Zeitliche Nähe
- Salienz von Kosten und Nutzen
- Motivation



## Die Brücke als Lösung UND Spaßverderber

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

- Selbstkontrollressourcen sind beschränkt
- Es gibt nicht nur finanzielle Kosten
- Nicht jeder Lebensbereich profitiert
- => Auch Platz jenseits der Brücke lassen



# DANKE



VIENNA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS

**DEPARTMENT MARKETING  
m.core**

Institute for Marketing & Consumer Research  
Welthandelsplatz1, 1020 Vienna, Austria

**UNIV.PROF. Dr. Dr. Bernadette  
Kamleitner**

T +43-1-313 36-4614  
bernadette.kamleitner@wu.ac.at  
www.wu.ac.at

