



universität
wien

D i p l o m a r b e i t

Titel der Arbeit

Vertrauen in die Wirtschaft und deren Akteure – Unterschiede zwischen
Experten und Laien sowie Optimisten und Pessimisten

Verfasserin

Christine Scharrer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im September 2013

Studienkennzahl: 298

Studienrichtung: Psychologie

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler

DANKSAGUNG

Ich danke Prof. Dr. Erich Kirchler, Mag. Katharina Gangl und Mag. Jennifer Stark für die Möglichkeit, diese Arbeit zu verfassen. Für die Betreuung vor und während der Entstehung und die konstruktive Rückmeldung. Danke an meine KollegInnen aus der Lehrveranstaltung Projektstudium, J.M. Burns und den Arbeitskolleginnen und -kollegen in der ÖAG für Ansporn, Feedback und Unterstützung.

Lieben Dank meiner Familie & Bernhard für die Begleitung durch mein ganzes und halbes Leben. Nici und Andi für die ehrliche Freundschaft, für die manchmal wenig Zeit blieb und ihr Verständnis dafür. – Allen Menschen, die mir beruflich wie privat LehrerInnen und Vorbilder sind.

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit entstand anlässlich einer Forschungsarbeit, die in der Lehrveranstaltung „Projektstudium“ im WS 2009 und Sommersemester 2010 am Institut für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung, Wirtschaft (Bereich Wirtschaftspsychologie) durchgeführt wurde. Anlässlich der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 wird erforscht wie es um das Vertrauen in unterschiedliche Akteure der Wirtschaft bestellt ist.

Zu Beginn werden relevante allgemeine Konzepte von „Vertrauen“ erörtert und im Anschluss innerhalb eines wirtschaftlichen Rahmens besprochen. Weiters werden wesentliche Facetten von Vertrauen beschrieben, die in unterschiedlichen Disziplinen für relevant erachtet wurden.

Gesellschaftliche Phänomene kommen nicht für sich, sondern erst durch Akteure zum Tragen (Giddens, 1988), deshalb wurden die häufig vorkommenden Eigenschaftszuschreibungen eines Vertrauensgebers an einen Vertrauensnehmer anhand von vier Akteuren (Politik/Regierung, ManagerInnen/UnternehmerInnen, Geldinstitute/Banken, KonsumentInnen/VerbraucherInnen) einer Prüfung unterzogen. Da Experten und Laien sich in der Wahrnehmung wirtschaftlicher Gegebenheiten unterscheiden (Enste, Haferkamp und Fetchenhauer, 2009), wurden dabei eventuelle Unterschiede zwischen Experten und Laien diesbezüglich schon bei der Erhebung berücksichtigt und gesondert ausgewertet. Als weitere personenbezogene Variable wurde „Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung“ erhoben.

Ziel ist es, Vertrauen im Hinblick auf die unterschiedlichen Akteure in seinen vielfältigen Facetten sichtbar zu machen und dabei Unterschiede zwischen Experten und Laien sowie Unterschiede im personenspezifischen Optimismus der befragten Personen zu berücksichtigen.

Die Ergebnisse zeigen, dass sowohl die Akteure im Hinblick auf die Facetten des Vertrauens unterschiedlich eingeschätzt werden und auch, dass Unterschiede im Vertrauen von Experten und Laien bestehen.

Für den neuerlichen, zielgerichteten Aufbau von Vertrauen in der Wirtschaft scheint es also lohnend je nach Zielgruppe (Experten und Laien), sowie je nach Akteur unterschiedliche Maßnahmen zu treffen.

Abstract

The present study explores the concept of trust during the financial and economic crises starting 2008. It was developed alongside a considerable study about people's perception of the crisis which was conducted at the Department for Applied Psychology / Work, Organisational and Economic Psychology.

General concepts of trust are discussed in the very beginning followed by scopes of „trust“ in an economic context. Afterwards different facets of trust are described.

According to Giddens' „Theory of structuration“ (1988) societal phenomena (such as trust) can be observed not as themselves but only by actors that show a certain behavior. I observed attributions that experts and laypeople have in mind when asked about four actors. These actors are „government /politics“, „financial institutions / banks“, managers / entrepreneurs and „consumers /customers“.

Since experts and laypeople differ significantly concerning their perception of economic phenomena (Enste, Haferkamp & Fetchenhauer, 2009) subjects were separated in two groups, those with a thorough knowledge of economics and those without.

It is the clear endeavour to visualize trust with regard to the social actors in all its facets and simultaneously point out differences between experts and laypeople. Also, individual differences concerning optimism of the interviewed persons need to be considered.

The results illustrate that the social actors are rated differently with regard to the facets of trust. Additionally, differences between trust of experts and laypeople emerge.

Thus, in order to rebuild trust in the economy, it seems prudent to implement measures geared towards each target group and each social actor.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	2
2 Theorie	5
2.1 Die Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2008 als Vertrauenskrise	5
2.2 Vertrauen	8
2.2.1 Vertrauen in der Psychologie, Soziologie, Ökonomie - Interdisziplinärer Pragmatismus	8
2.2.2 Vertrauenskonzepte nach der Gliederung von Schweer (2003)	9
2.2.3 Interpersonales vs. organisationales (oder System-)Vertrauen und dessen Bedeutung im Wirtschaftsleben	14
2.3 Die Rolle von Akteuren als Vertrauenssubjekte	19
2.4 Facetten des Vertrauens	26
2.5 Optimismus	33
2.6 Experten und Laien	35
2.7 Zusammenfassung des theoretischen Teils und Schlussfolgerungen	37
3 Empirie	39
3.1 Forschungsfrage und Hypothesen	39
3.2 Methoden	41
3.2.1 Stichprobe	41
3.2.2 Material	42
3.2.3 Durchführung	43
3.3 Vorbereitung der Auswertungsverfahren	44
3.3.1 Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“	44
3.3.2 Faktorenanalyse	46
3.4 Ergebnisse	48
3.4.1 Varianzanalyse mit Messwiederholung	48
3.4.2 Deskriptive Statistiken	51
3.4.3 Überprüfung der Hypothesen	62
3.4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse	66
4 Diskussion	67
4.1 Interpretation der Ergebnisse	67
4.2 Kritik und Ausblick	69
5 Literaturverzeichnis	72
6 Abbildungsverzeichnis	78

7 Tabellenverzeichnis.....	79
8 Anhang.....	81
Anhang A – Fragebogen	81
Anhang B – Itemkorrelationen der Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“.....	90
ANHANG C – Faktorenanalyse - rotierte Komponentenmatrizen	91
ANHANG D – Deskriptive Statistiken getrennt nach optimistische Experten, pessimistische Experten, optimistische Laien und pessimistische Laien.....	95
Anhang E – Lebenslauf.....	103

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand anlässlich eines Forschungsprojekts, das im Rahmen des Projektstudiums im WS 2009 und Sommersemester 2010 am Institut für Wirtschaftspsychologie, Bildungspsychologie und Evaluation durchgeführt wurde. Studierende der Psychologie (Miriam Höfer, Claudia Ehrentraut, Christian Enöckl und Michael Zehetner) wirkten an der Planung, Durchführung mit und verwendeten die erhobenen Daten für ihre eigenen Diplomarbeiten. Fallweise kann es deshalb vor allem in der Aufarbeitung des theoretischen Hintergrunds zu inhaltlichen Überschneidungen kommen.

Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes:

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde in dieser Arbeit eine Verwendung von geschlechtsspezifischen Differenzierungen nicht durchgehend berücksichtigt. Mit Ausnahme von ausdrücklicher Bezugnahme auf die Vorgaben des Fragebogens (z.B. „ManagerInnen/UnternehmerInnen“), kommt im Text daher die männliche Form zur Anwendung. Damit sind jedoch stets beide Geschlechter gemeint.

1 Einleitung

Die Frage, ob sich Europa an der Rettung der Wall Street beteiligen will, stellt sich nicht mehr. Denn jetzt muss Europa sein eigenes Finanzsystem vor dem Zusammenbruch retten. Viele Sparer fragen: Ist meine Bank noch sicher? Aus Sicht der Bank dürfte so eine Frage niemals gestellt werden (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 30.08.2008).

So leitete die Frankfurter Allgemeine bereits Ende September 2008 einen Artikel ein, in dessen Art und Inhalt in den anschließenden Jahren noch viele kommen würden.

Aus Sicht der Bank dürfte die Frage vielleicht nicht gestellt werden, da dann - im wahrsten Sinn des Wortes – die Sicherheit, das Vertrauen in Frage stünde. Die Forschung jedoch darf und soll die Frage stellen, sich der Frage stellen.

Der Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 hatte zur Folge, dass sogar Grundsatzdiskussionen über die „Funktionsweise“ des Marktes entbrannt sind. Erstmals seit Langem wurde angedacht, dass eventuell der Liberalismus oder Neoliberalismus kein langfristig brauchbares Modell wären. Die Lehren von John Maynard Keynes, der eine wesentlich stärker regulierende Position des Staats forderte, wurden diskutiert (Krugmann, 2009). In der Psychologie jedoch, wo das Erleben und Verhalten von Menschen im Zentrum steht, regte sich der Verdacht, dass – ergänzend zu der Rolle des Staats und der betriebenen Wirtschaftspolitik -auch ganz andere Momente das „Funktionieren“ des Marktes beeinflussten. Und schon bald griffen auch die Medien das Thema „Vertrauens-Krise“ auf: „Der Glaube an den Markt und die Politik ist nachhaltig erschüttert.“ (Format, 23.08.2009).

In Expertenkreisen war und ist das Thema „Vertrauenskrise“ ein immanentes. Jedoch zeigte die Forschung, dass es in der Wahrnehmung wirtschaftlicher Phänomene markante Unterschiede gibt. Während Experten ein umfassenderes und genaueres Bild von Ursache-Wirkungs-Beziehungen haben, fehlt dieses Laien einerseits und andererseits gehen sie von anderen Grundvoraussetzungen aus und erliegen deshalb fundamentalen Denkfehlern und fehlerhaften Bewertungen (Enste, Haferkamp und Fetchenhauer, 2009).

Unabhängig vom Expertenstatus der Personen gibt es in beiden Gruppen jene, die der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung optimistischer entgegensehen als andere. Im Extremfall kann der fehlende Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung fatale Folgen haben, wie dies der Anstieg der Suizidrate während der Krisenzeit in Griechenland zeigt (Kapusta, 2012).

In einem Wirtschaftskreislauf spielen viele Personengruppen und Institutionen eine Rolle (Cezanne, 2002). Im einfachen Wirtschaftskreislauf sind dies Haushalte (als Konsumenten und Arbeitnehmer) und Unternehmen (als Arbeitgeber und Verkäufer), die über die Tauschobjekte „Geld“ und „Güter“ miteinander in Beziehung stehen. In dem erweiterten Modell kommen Banken (als Kapitalsammelstellen) und der Staat hinzu, die am Handel beteiligt sind. Der Handel im erweiterten Wirtschaftskreislauf erfolgt über dieselben Tauschobjekte – Geld und Güter. Alle Akteure sind in irgendeiner Art und Weise sowohl für Experten als auch für Laien wahrnehmbar und unterliegen demnach auch deren Bewertungen.

Die vorliegende Arbeit hat es sich zum Ziel gesetzt, diese Bewertungen, das Vertrauen, das in die Akteure gesetzt wird in seinen vielfältigen Facetten sichtbar zu machen und dabei Unterschiede zwischen Experten und Laien sowie Unterschiede im personenspezifischen Optimismus der befragten Personen zu berücksichtigen.

Die Arbeit setzt sich aus drei Abschnitten zusammen. Einem theoretischen Teil, einem empirischen Teil und der abschließenden Diskussion der Ergebnisse.

Im theoretischen Teil zu Beginn wird erörtert, wie sich die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 entwickelte und wie sie sich schließlich zur Vertrauenskrise ausgeweitet hat. Das Konstrukt „Vertrauen“ wurde in vielen auch unterschiedlichen Disziplinen zum Forschungsgegenstand. Relevante pädagogische, soziologische, psychologische und ökonomische Forschungsansätze werden beschrieben. Ebenso werden die anderen für die Arbeit relevanten Themengebiete (das sind Optimismus, Wahrnehmungsunterschiede von Experten und Laien, sowie Facetten des Vertrauens) in einen Zusammenhang gebracht und beschrieben.

Im methodischen Teil wird einerseits ausgewertet, wie die befragten Personen jeden Akteur bewertet haben, andererseits wird über die Bildung eines Vertrauens-

Indices erhoben, ob das Expertentum oder der Optimismus hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung die erwarteten entscheidenden Rollen in der Bewertung spielen.

Im abschließenden Kapitel werden die Ergebnisse im Zusammenhang mit der zugrundeliegenden Literatur interpretiert und mit den genannten theoretischen Konstrukten diskutiert. Ebenso wird die vorliegende Arbeit kritisch betrachtet und ein Ausblick auf mögliche zukünftige, daran anschließende Fragestellungen gegeben.

2 Theorie

2.1 Die Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2008 als Vertrauenskrise

Mit der Insolvenz der US-amerikanischen Bank „Lehman Brothers“ geriet eine Lawine ins Rollen, deren Auswirkungen immer noch deutlich spürbar sind und deren Entwicklung in der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 gipfelte. Diese ist der Anlass für die vorliegende Arbeit. Im Nachhinein konnten einige Einflussfaktoren eruiert werden, die im Zusammenspiel mit anderen ihren Anteil zur Krise beigetragen haben. Im folgenden Kapitel soll ein Überblick darüber gegeben werden, wie sich die Finanz- und Wirtschaftskrise entwickelt hat.

Häufig wird als die Ursache der Krise das Platzen der Blase am US-amerikanischen Immobilienmarkt genannt (Bloss, Ernst, Häcker & Eil, 2008). Banken vergaben eine große Anzahl Hypothekarkredite, die schon a priori als riskant galten. Die Banken selbst allerdings versicherten sich gegen diese Risiken, indem sie diese gut getarnt in Finanzmarktprodukten (sogenannte „Mortgage Backed Securities“, also durch Hypotheken gesicherte Wertpapiere) verkauften. Diese in höchstem Maße spekulativen Finanzmarktprodukte waren von namhaften Ratingagenturen als sicher eingestuft worden und verkauften sich sehr gut. Es war nur eine Frage der Zeit, bis die Kreditnehmer mehr und mehr ihre Raten nicht mehr bezahlen konnten, die Wertpapiere drastisch an Wert verloren und somit die mit diesem Geschäft verbundenen Risiken schlagend wurden. Die Krise weitete sich zügig von der Finanzwelt auf die Realwirtschaft aus. Daraus folgte nicht nur, dass viele Unternehmen aufgrund restriktiverer Kreditvergabepraktiken Insolvenz anmelden mussten, auch das Vertrauen am Interbankenmarkt schwand, das heißt: Banken verliehen auch an andere Banken keine finanziellen Mittel mehr (Bloss, Ernst, Häcker & Eil, 2008).

Auf der von Medien angeführten Liste der emotional gefärbten Gründe für die Krise rangiert die Gier der Banker ganz oben. Ebenfalls in den Medien und der öffentlichen Diskussion häufig genannt werden die Begriffe Schuld und Verantwortung.

Die schwerwiegendste Folge aber aus der Finanz- und Wirtschaftskrise liegt auf der Hand, es ist der massive Vertrauensverlust am Markt.

Schenkt man den Medien Glauben, scheint sich besonders in diesem Zusammenhang folgende Aussage zu bewahrheiten:

One of the major challenges that actors in economic exchange relations face today concerns dealing with defection and overcoming the erosion of trust and cooperation that may result from a transgression (Desmet, De Cremer & Van Dijk, 2011, S. 267).

Bereits 2009 zeigte sich der Vertrauensverlust auch im Edelman Trust Barometer, einer der renommiertesten Studien zu dem Thema, in der unterschiedliche Bereiche von Vertrauen und Glaubwürdigkeit erhoben werden: In 20 Ländern wurden 4475 Personen befragt. 62% der befragten Personen behaupteten, dass ihr Vertrauen in die Wirtschaft und den finanziellen Sektor im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken sei. 65% plädierten für strengere Regelungen des Finanzsektors durch die Regierung und auch staatliche Kontrolle bei größeren wirtschaftlichen Projekten. Hohe Vertrauensverluste hatten sich in den Vereinigten Staaten von Amerika gezeigt, während hingegen der Vertrauensindex innerhalb der Europäischen Union nur leicht gesunken war. (Edelman Trust Barometer, 2009)

„Vertrauensverlust gefährdet Wachstum“, so lautet der Titel eines Beitrags von Lukas Sustala in DER STANDARD am 21. Oktober 2011: „Plakate gegen Zentralbanken, Geschäftsbanken, den Internationalen Währungsfonds oder die amtierenden Regierungen bei den verschiedenen ‘Occupy’-Protesten zeugen von einer Skepsis gegen die Machtelite.“ (DER STANDARD, 21.11.2011).

Jan-Egbert Sturm, Professor und Leiter der Konjunkturforschungsstelle an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich, kommt in dem Beitrag zu Wort: „Das Vertrauen in die Politik lässt nach, weil das Problem nie wirklich gelöst wird.“ Die Finanz- und Wirtschaftskrise rief auch zahlreiche andere Wissenschaftler auf den Plan, die sich dem Thema Vertrauensverlust widmeten. So stellt Roth (2009) fest: „citizens’ level of systemic trust diminished“. In derselben Publikation wurde das Vertrauen von Bürgern in Politik, genauer gesagt in Institutionen der EU erhoben und festgestellt, dass es durch die Krise erheblich gesunken ist. (Roth, 2009, S. 203)

Dies dürfte besonders im Hinblick auf die Tatsache schwer wiegen, dass Vertrauen mancherorts als Schlüsselressource bezeichnet wird, sogar als „Kitt“ der eine Gesellschaft zusammenhält (z.B. bei Maring, 2010).

In der österreichischen Tageszeitung „DER STANDARD“ erschien in der Ausgabe vom 5. und 6. November 2011 ein Interview mit dem österreichischen Bundespräsidenten Dr. Heinz Fischer. Auf die Frage: „Das Thema, das derzeit alles überschattet, ist die Währungskrise. Ist der Euro aus Ihrer Sicht noch zu retten?“ antwortet Fischer: „Der Euro ist nicht in Gefahr. Aber die Problematik der Überschuldung, einer mangelnden Finanzdisziplin hat in Zusammenhang mit unzulässigen Finanzspekulationen und einem Einbruch des Vertrauens eine sehr schwierige Situation geschaffen.“ (DER STANDARD, 05. & 06.11.2011).

Was bedeutet das nun? Ist Vertrauen nicht etwas Zwischenmenschliches? Wie kann es Vertrauen in die Wirtschaft geben? Wer vertraut überhaupt und wem wird dabei vertraut? Der folgende Abschnitt soll Aufschluss über das Konstrukt „Vertrauen“ geben.

2.2 Vertrauen

Wie viele andere Begriffe der Psychologie als Wissenschaft ist Vertrauen ein Konstrukt:

Konstrukte stellen eine besondere Art von Begriffen zur Bezeichnung und Erklärung der Beziehung zwischen Dingen und/oder Ereignissen dar. Sie beziehen sich auf solche Ereignisse oder Zustände, die der unmittelbaren Beobachtung nicht zugänglich sind, sondern nur mit Hilfe von beobachtbaren Ereignissen (Reize, Reaktionen) erschlossen werden können (Rombach, 1970, S. 477).

In der Statistik und den Sozialwissenschaften leitet sich daraus auch das „Überbrückungsproblem“ ab. Damit ist die Herausforderung an die Wissenschaften ihre theoretischen Konstrukte durch passende Versuchsanordnungen zu operationalisieren, also in messbare Variablen zu gießen, gemeint. Im folgenden Kapitel soll erörtert werden, aus welchen Blickwinkeln heraus das Konstrukt „Vertrauen“ bereits wissenschaftlich erforscht wurde (Bortz & Döring, 2006).

2.2.1 Vertrauen in der Psychologie, Soziologie, Ökonomie - Interdisziplinärer Pragmatismus

Eine Fülle von Human- und Sozialwissenschaften beschäftigt sich aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln heraus mit dem Phänomen Vertrauen. Schweer (2003, S. 4) dazu:

„Vertrauen ist ein innerhalb und außerhalb wissenschaftlicher Betrachtungen relevantes Phänomen, eine einheitliche Definition oder Zugangsweise liegt bislang nicht vor. Vertrauen kann immer nur vor dem jeweiligen wissenschaftstheoretischen Hintergrund der Forscher betrachtet werden.“

Die Wissenschaften, die sich mit Vertrauen auseinandersetzen sind z.B.

- die Psychologie, da Vertrauen im Erleben und Verhalten von Menschen eine große Rolle spielt,

- die Soziologie, da es dabei um Voraussetzungen, Abläufe und Folgen des Zusammenlebens von Menschen geht, und nicht zuletzt hat auch
- die Ökonomie ihr begründetes Interesse an der Erforschung von Vertrauen.

Im folgenden Kapitel soll erst ein Überblick über gängige Konzeptualisierungen des Begriffs gegeben werden. Danach wird auf die Relevanz speziell im Wirtschaftsleben Bezug genommen, anschließend wird auf Vertrauenssubjekte eingegangen. Diese so genannten Akteure spielen eine besondere Rolle bei der Frage, ob vertraut wird oder nicht. Zwei Modelle sollen dabei den inhaltlichen Rahmen bilden, innerhalb dessen Vertrauen erforscht wurde:

Einerseits bringt Schweer (2003) teils sehr unterschiedliche Herangehensweisen der Forschung in eine logische Ordnung und gruppiert Forschungsansätze, die Vertrauen 1) als Persönlichkeitsvariable, 2) als Situationsvariable und 3) als Beziehungsvariable verstehen. Beispielhaft seien im Folgenden einige Zugangsweisen erläutert.

Andererseits stellen Kenning und Blut (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006) eine Gliederung der Vertrauensbegriffe dar, wie sie häufig in der Ökonomie vorgenommen wird. Die wesentliche Unterscheidung betrifft jene zwischen interpersonalem und organisationalem (System-)Vertrauen.

Da beide Rahmenmodelle für die vorliegende Arbeit von Bedeutung sind, sollen sie nun näher erläutert werden.

2.2.2 Vertrauenskonzepte nach der Gliederung von Schweer (2003)

Vertrauen als Persönlichkeitsvariable

Bei Erikson (1966) wird Vertrauen im Rahmen der psychodynamisch beeinflussten Entwicklungspsychologie betrachtet. In dem Konzept der Entwicklungskrisen nimmt Erikson die Ausbildung von Urvertrauen bzw. Urmisstrauen als erste Stufe an. Es gilt als eine wesentliche Voraussetzung für das Heranreifen einer gesunden Persönlichkeit, dass ein Säugling sich während seines ersten Lebensjahrs

aktiv mit seiner Umwelt auseinandersetzt. Nur so entwickelt er das Gefühl, sich auf die Welt im Allgemeinen verlassen zu können. Defizite erweisen sich in weiterer Folge als entwicklungshinderlich und können oft nur mittels langfristiger Psychotherapie wettgemacht werden (Erikson, 1966).

Diese aktive Auseinandersetzung mit der Umwelt ist auch bei Rotter zentral (1954, zitiert nach Oerter & Montada, 2002, S 698 ff.), wenn auch nicht aus dem rein psychodynamischen, sondern aus dem sozial-kognitiven, psychodynamisch-interaktionistischen Blickwinkel. Vertrauen gilt demnach als ein relativ stabiles Persönlichkeitsmerkmal. Entsprechend der sozialen Lerntheorie bedingen Erfahrungen aus der Vergangenheit (also positive oder negative Verstärkungen) das Vorhandensein von Vertrauen. Das Verhaltenspotenzial setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: Einerseits aus der Erwartung, dass auf eine Aktion eine Verstärkung erfolgt und andererseits der subjektiven Bewertung dieser Verstärkung (Rotter, 1954, in Oerter & Montada, 2002).

Auch in der Soziologie wird das Phänomen Vertrauen ergründet. Zum Beispiel wird von Luhmann (1989) eine sehr globale Betrachtungsweise eingenommen und Vertrauen als einen Mechanismus zur Reduktion von Komplexität beschrieben: Menschen sind aufgrund kognitiver Einschränkungen gar nicht in der Lage, ihre Mitmenschen, ihre Umwelt und die sie umgebenden gesellschaftlichen Prozesse in allen relevanten Einzelheiten wahrzunehmen. Diese enorme Komplexität zu reduzieren sei die Antwort auf die Frage, warum Menschen überhaupt vertrauen (Luhmann, 1989).

Vertrauen als Situationsvariable

Vertrauen kann auch als Situationsvariable begriffen werden, das bedeutet, dass sich abhängig von situativen Rahmenbedingungen Vertrauen erkennen lässt oder nicht. Derartige Ansätze vertreten beispielsweise Deutsch (1958) und seine Schüler. Entsprechend dem damaligen Forschungsparadigma des Behaviorismus ist die *Vertrauenshandlung* das wesentliche Untersuchungsobjekt. Diese wurden in spieltheoretischen Anordnungen erforscht, in denen die Versuchspersonen üblicherweise vor der Entscheidung stehen, einen kooperativen (vertrauensvollen) oder kompetitiven Zug zu tätigen. Der Ausgang des Spiels (ob Gewinn oder Verlust) hängt

allerdings nicht allein von der eigenen Entscheidung, sondern auch von der des Spielpartners ab. Der höchste Gewinn entsteht für beide Spielpartner, wenn sich beide für den kooperativen Spielzug entscheiden. Dieser birgt allerdings ein Risiko. Falls sich nämlich einer für den kooperativen, der andere aber für den kompetitiven entscheidet, gewinnt der kompetitive, der kooperative verliert. Entscheiden sich beide für den kompetitiven Spielzug, verlieren beide. Im Folgenden sollen das Trust Game und das Gefangenendilemma als relevante spieltheoretische Anordnungen zur Operationalisierung von Vertrauen vorgestellt werden:

Ziel der Entwicklung des Trust Games (Berg, Dickhaut & McCabe, 1995) war es, eine Möglichkeit zu schaffen, Vertrauen in zwischenmenschlichen wiederholten Austauschbeziehungen beobachtbar zu machen. Zwei Versuchspersonen bekommen zu Beginn des Spiels einen bestimmten Geldbetrag verliehen. In der ersten Runde soll ein Spieler dem anderen einen Betrag weitergeben. Die Spielregeln besagen, dass jeder Betrag, der dem jeweils anderen Spieler weitergegeben wird, verdreifacht wird. In der darauffolgenden Runde hat der Spieler, der den Betrag erhalten hat, ebenfalls die Möglichkeit, einen bestimmten Betrag dem ersten Spieler weiterzugeben. Auch diesmal würde der weitergegebene Betrag verdreifacht. Während des gesamten Spiels herrscht Sprechverbot. Dem anderen (unbekannten) Mitspieler etwas vom eigenen Vermögen abzugeben, in der Hoffnung man bekomme es im gleichen Ausmaß zurück, erfordert Vertrauen. Es gibt keinerlei Sicherheit, das „verschenkte Vermögen“, das noch dazu verdreifacht beim anderen ankommt, jemals wiederzusehen. Die gemessene Variable in der Anordnung ist somit die Höhe des Betrages, den jeder Spieler in jeder Runde weitergibt (Berg, Dickhaut & McCabe, 1995).

Auch das Gefangenendilemma (Tajfel, 1970) soll anhand der Handlungen der Spieler einen Rückschluss auf die Höhe des entgegengebrachten Vertrauens geben. Die beiden Spieler (Versuchspersonen) werden in die Lage von Ganoven versetzt, die angeklagt sind, gemeinsam eine Straftat begangen zu haben und getrennt voneinander verhört werden. Jeder der beiden steht vor der Entscheidung entweder dicht zu halten (also zu kooperieren, in diesem Fall mit dem anderen Gauner, nicht mit den Behörden), oder einen Deal mit den Behörden einzugehen und zu gestehen. Der Deal eröffnet die Möglichkeit, mit der verhältnismäßig geringen Strafe von einem Jahr auf Bewährung

durchzukommen. Nun hängt allerdings die Strafe nicht nur von der eigenen Aussage, sondern auch von der des anderen ab (Tajfel, 1970).

Tabelle 1 veranschaulicht die Entscheidungsmöglichkeiten der Spieler sowie die damit verbundenen Haftstrafen:

Tabelle 1: Haftstrafen je nach Entscheidungen im Gefangenendilemma (Tajfel, 1970)

		Person B	
		gesteht	streitet ab
Person A	gesteht	A: 4 Jahre	A: 6 Jahre
		B: 4 Jahre	B: 1 Jahr
	streitet ab	A: 1 Jahr	A: 2 Jahre
		B: 6 Jahre	B: 2 Jahre

Sowohl das Trust Game als auch das Gefangenendilemma als Versuche, Vertrauen sichtbar zu machen, stoßen auf Kritik. Streng logisch genommen muss ein kooperatives Verhalten nicht automatisch das Vorhandensein von Vertrauen bedeuten. Andere Begründungen scheinen ebenfalls plausibel: Soziale Hinweisreize beispielsweise, die die Probanden glauben machen, ein kooperativer Zug sei in der Situation der Untersuchungsanordnung erwünscht. Auch die Befürchtung als Egoist enttarnt und stigmatisiert zu werden können zu kooperativen Zügen führen. Diese zentrale Annahme stellt den größten Kritikpunkt dieser Anordnung dar (Fehr und Gächter, 2000).

Fehr und Gächter (2000) konnten in ihren Anordnungen zeigen, dass das Antwortverhalten nicht nur von der eigenen Entscheidung abhängt, sondern auch vom Antwortverhalten des zweiten Spielers. Werden mehrere Durchgänge gespielt, zeigten die Autoren, dass nicht ausschließlich die Maximierung des eigenen Gewinns als oberstes Ziel verfolgt wird, sondern Spieler auch bereit waren, auf Gewinn zu verzichten, wenn es möglich war, einen als unfair empfundenen Spielzug des anderen zu ahnden. Soziale Normen, die hier wirksam werden – das sprichwörtliche „Wie du mir, so ich dir. Koste es, was es wolle!“ – werden als Reziprozitätsnormen bezeichnet.

Earle (2009) schlägt eine strikte Trennung zwischen den Begriffen „trust“ und „confidence“, also „Vertrauen“ und „Zutrauen“ vor. Während Vertrauen ein gesellschaftliches Phänomen ist und aufgrund übereinstimmender Werte gebildet wird, kann „Zutrauen“ als ein Kalkül gesehen werden, eine Einschätzung, die anhand früherer Erfahrungen abgegeben wird.

Die eben geschilderten Versuchsanordnungen aus der Spieltheorie versuchen also Vertrauen auf einer experimentellen Ebene sichtbar zu machen.

Vertrauen als Beziehungsvariable

Beide oben genannten Betrachtungsweisen (sowohl Vertrauen als situative als auch als Persönlichkeitsvariable) sind nicht in der Lage, das Phänomen Vertrauen in ausreichender Weise erklären. Schweer (2003) schlägt deshalb in seiner differentiellen Vertrauens Theorie vor, die Wechselwirkungen zwischen Vertrauensgeber, Vertrauensnehmer und deren Beziehung zueinander zu berücksichtigen. Auf der Vertrauensgeberseite wird die Vertrauendenz beschreiben. Diese ist persönliche Meinung einer Person darüber inwieweit in einem bestimmten Lebensbereich (Schule, Finanzamt, Restaurant etc.) überhaupt vertraut werden kann. Diese Vertrauendenz hängt von den Personen selbst als auch vom Lebensbereich ab (Schweer & Thies, 2003, S. 7 f.)

Jedem Vertrauensgeber wird auch eine implizite Vertrauens Theorie unterstellt. Das heißt, jeder Mensch habe ein mehr oder weniger klares Konzept davon, wie jemand sein oder handeln muss, damit ihm Vertrauen geschenkt werden kann. Einerseits ist es der subjektive Prototyp einer vertrauenswürdigen oder vertrauensunwürdigen Person, den sich jeder vielleicht ein wenig anders vorstellt (personaler Aspekt), andererseits gibt es Situationen, in denen diese Bilder aktiviert werden, die Erwartungen auslösen und in weiterer Folge unser Verhalten steuern (Schweer & Thies, 2003, S. 8). In ähnlicher Weise schreibt auch Clases (2008) „Vertrauen entsteht durch eine kognitive und emotional-affektive Bewertung des Vertrauensgegenstandes.“

Häufig stimmen diese Vertrauenserwartungen an die Person dann mit dem tatsächlichen Verhalten überein und beim Vertrauensgeber wird die Einstellung verstärkt. Schweer (2003) spricht von Vertrauenskonkordanz. Im Gegensatz dazu

entsteht Vertrauens*diskordanz*, wenn wahrgenommene Merkmale des Interaktionspartners nicht den erwarteten entsprechen (Schweer, 2003).

Analog zur Theorie der kognitiven Dissonanz (Festinger, 1957) werden Kognitionen - das sind z.B. Einstellungen oder Erwartungen - erst dann angeglichen, wenn genügend widersprüchliche Wahrnehmungen gemacht wurden (vgl. Schweer & Thies 2003, S. 8).

Die bei Schweer (2003) genannten Betrachtungsweisen (das sind: Vertrauen als Persönlichkeitsvariable, als Situationsvariable und als Beziehungsvariable) haben ein wesentliches Element gemeinsam. Sowohl beim Vertrauensgeber als auch Vertrauensnehmer handelt es sich um real existierende Personen, die miteinander in irgendeiner Art zu tun haben, also reziprok interagieren. Aktionen, die eine Person setzt, rufen Vertrauen beim anderen hervor, dieses führt eher wieder zu vertrauensvollem Verhalten. Vertrauen meint hier die spezifische Erwartung an mein Gegenüber, dass es nicht zu meinem Nachteil handeln wird, ohne mich selbst dagegen abzusichern. Kirchler (2009) dazu:

Austauschprozesse zwischen zwei Partnern, zwischen mehreren Personen in Organisationen und zwischen Bürgern und staatlichen Behörden basieren auf der Bereitschaft, Abhängigkeiten einzugehen. Die Bereitschaft, Abhängigkeiten einzugehen, bedeutet für Interaktionspartner, sich aufeinander einzulassen und das wieder erfordert Risikobereitschaft, Mut und Vertrauen (S. 776).

2.2.3 Interpersonales vs. organisationales (oder System-)Vertrauen und dessen Bedeutung im Wirtschaftsleben

Die Struktur, die dem Vertrauenskonstrukt bei Schweer (2003) gegeben wurde, beleuchtet viele unterschiedliche geschichtlich relevante Herangehensweisen. Im Folgenden soll eine Gliederung vorgestellt werden, die besonders im Wirtschaftsleben Anwendung findet, nämlich die Gliederung in interpersonales und organisationales (oder System-)Vertrauen (Kenning & Blut, 2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006).

Analog zu den klassischen Lerntheorien spricht man auch in der Vertrauensforschung von generalisiertem Vertrauen (für einen Überblick über

Lerntheorien vgl. Zimbardo, 1995). Generalisierung in der Lerntheorie meint eine Ausdehnung von konditionierten Reaktionen (z.B. Angst) auf Reize, die vorher noch nicht die konditionierte Reaktion ausgelöst haben, aber dem angstausslösenden Reiz ähnlich sind. Dementsprechend spielt Generalisierung auch in der Entwicklung und Aufrechterhaltung von Stereotypen eine Rolle. Aiken (2002) setzte sich in seinen Arbeiten damit eingehend auseinander – er definiert Stereotype als „generalizations concerning the attributes and behaviors of people who belong to certain naturally constituted or socially determined groups“ (Aiken, 2002, S. 80 f.).

Doch was bedeutet es nun, wenn es sich beim Vertrauensnehmer nicht um eine real existierende Person handelt, sondern um eine Organisation, einen Prozess oder ein gesellschaftliches Phänomen? Eine Interaktion verbunden mit aktivierten Reziprozitätsnormen, die – wie oben beschrieben – in spieltheoretischen Anordnungen wirksam werden, in denen über mehrere Runden hinweg gespielt wird, wäre nicht mehr möglich. Trotzdem scheint es nicht nur interpersonales Vertrauen, sondern auch „organisationales Vertrauen“ zu geben. Die folgende Abbildung verdeutlicht die eben beschriebene Gliederung.

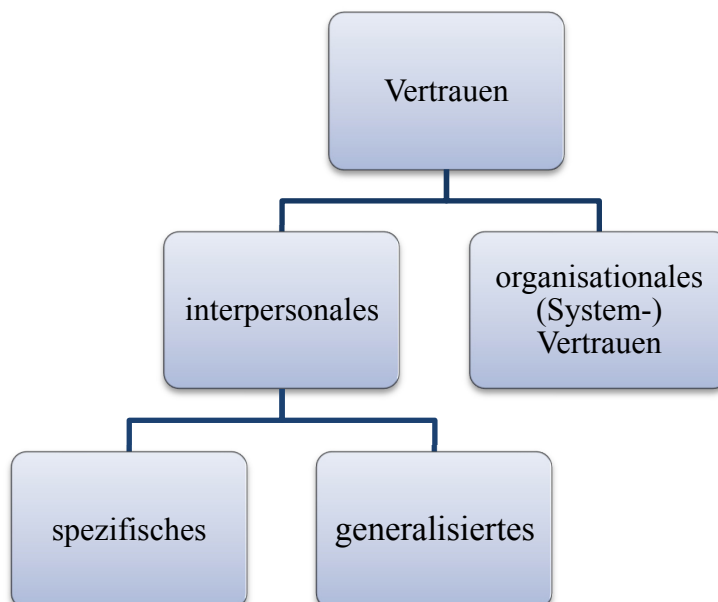


Abbildung 1: Gliederung im Konzept von Kenning & Blut (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006)

Kenning und Blut (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006) stellen eine Gliederung der Vertrauensbegriffe, wie sie häufig in der Ökonomie vorgenommen wird, grafisch dar (Abbildung 1). Teile daraus finden sich in adaptierter Weise auch bei Clases (2008) und auch bei Schweer (2010).

Organisationales (oder System-) Vertrauen meint jenes Vertrauen, das nicht einzelnen Personen, sondern Organisationen oder Systemen entgegengebracht wird. Eine Definition von organisationalem Vertrauen findet sich bei Tan und Tan (2000): „trust, that the organization will perform an action that is beneficial or at least not detrimental to him or her“ (Tan & Tan, 2000, S. 243) .

Systemvertrauen kann interpersonales Vertrauen entweder ergänzen oder auch ersetzen. Wenn es beispielsweise um die Entscheidung einer Person oder einer Firma geht, bei welcher Bank eine hohe Spareinlage getätigt werden soll, ist es nicht ausschlaggebend, ob die Person am Schalter vertrauenswürdig wirkt, sondern eher, ob die Bank als solche als vertrauenswürdig eingestuft wird (Schweer & Thies, 2003).

Die Bedeutung und Notwendigkeit von Vertrauen in wirtschaftlichen Beziehungen ist unbestritten: In der Forschung wird auf die Notwendigkeit von Vertrauen hingewiesen:

Trust is indispensable in friendship, love families and organizations, and plays a key role in economic exchange and politics. In the absence of trust among trading partners, market transaction break down. (Kosfeld, Heinrich, Zak, Fischbacher & Fehr, 2005, S. 673)

Möllering und Sydow (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006) berichten einige empirische Studien, die den positiven Zusammenhang von organisationalem Vertrauen und wirtschaftlichem Erfolg bestätigen. Es sind dies die Arbeiten von Sako (1998), Zaheer, McEvily und Perrone (1998), Dyer und Chu (2003) und Child und Möllering (2003).

Allerdings wurde in den genannten Studien bloß Korrelation festgestellt. Die Frage, ob Vertrauen nun Ursache oder Auswirkung von wirtschaftlichem Erfolg ist, bleibt offen.

Auch bei Kenning und Blut (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006) finden sich wesentliche Forschungsfragen, durch die das Konstrukt „Vertrauen“ wissenschaftlich betrachtet wurde. Beispielhaft seien folgende Zusammenhänge erwähnt:

- mit der Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit (Müller & Riesenbeck 1991, S. 67ff.)
- mit der Kundenbindung (Reichheld & Sasser 1991, S. 108ff.)
- oder mit der Beziehungsqualität (Henning & Thureau 2000, S. 133ff.).

Auch die genannten positiven Auswirkungen von Vertrauen wurden erhoben und bestätigt: „Kostensparnisse durch geringere Transaktionskosten, bessere Kommunikation, effektivere und kreativere Arbeit, sowie andererseits Ertragssteigerungen durch hoch motivierte Mitarbeiter, eine stärkere Kundenbindung, höhere Flexibilität und schnellere Innovationen“ (Möllering & Sydow, 2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006). Unter Transaktionskosten entsprechend der Transaktionskostentheorie (Williamson, 1998) werden alle Kosten verstanden, die dadurch entstehen, dass ein Marktteilnehmer sich gegen sämtliche Risiken absichern will also z.B. Informations- und Kontrollkosten (Williamson, 1998).

Die Bedeutung und Notwendigkeit von Vertrauen zeigt sich für Kenning und Blut sowohl einzel- als aus gesamtwirtschaftlich (Kenning und Blut, 2006, in Bauer, Neumann & Schüle):

- Gesamtwirtschaftlich werden die Einflüsse von Vertrauen auf
 - Wirtschaftswachstum (Fukuyama 1995, Zak & Knack, 2001),
 - Haushaltseinkommen (Slemrod & Katuscak, 2002),
 - demokratische Stabilität (Inglehart, 1999),
 - interorganisationale Kooperation (Smith, Carroll & Ashford, 1995) und die
 - Verbrechensrate (Rosenfeld, Messner & Baumer, 2001) zum Thema der Forschung.

- Einzelwirtschaftliche Relevanz erkennen Kenning und Blut durch Forschung in vier Bereichen:
 - zum interpersonellen Vertrauen (siehe auch oben bei Schweer, 2003),
 - im interorganisationalen (also wenn es um zwischenbetriebliche Kooperationen geht) und
 - intraorganisationalen Kontext (z.B. im Mitarbeiter-/Vorgesetztenverhältnis)
 - sowie auch technologiebasierte Ansätze, die sich vorrangig dem Thema der neuen Medien und Vertrauen widmen (z. B. Kramer, 1999).

Ripperger (1998) entwickelte eine „Ökonomik des Vertrauens, das bedeutet, den Vertrauensmechanismus und seine Funktionsweise in ökonomischen Kategorien zu erfassen und zu erklären.“ Sie unterscheidet zwei Bereiche in der wissenschaftlichen Betrachtung des Phänomens. Einerseits gibt es Ansätze, die sich mit dem Vertrauensgeber, andererseits welche, die sich mehr mit dem Vertrauensnehmer auseinandersetzen (Ripperger, 1998) .

Das folgende Kapitel soll sich mit den Vertrauensnehmern auseinandersetzen.

2.3 Die Rolle von Akteuren als Vertrauenssubjekte

Im folgenden Kapitel wird die Strukturationstheorie nach Giddens (1988) vorgestellt, sowie auch Akteure (als Vertrauenssubjekte), denen in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise eine besondere Bedeutung zugemessen wird und die deshalb auch in der vorliegenden Arbeit als wesentlich erachtet wurden. Es sind dies Politik /Regierung, Geldinstitute / Banken, ManagerInnen / UnternehmerInnen und KonsumentInnen / VerbraucherInnen.

In dem oben bereits zitierten Interview mit Bundespräsident Dr. Heinz Fischer antwortet dieser folgendes auf die Frage „Wem vertrauen Sie in dieser Situation?“ (gemeint ist die nie dagewesene Komplexität und Ratlosigkeit, die die Finanz- und Wirtschaftskrise mit sich gebracht hat):

Ich vertraue der Leistungsfähigkeit der österreichischen Volkswirtschaft und der gemeinsamen Erfahrung und Klugheit der vorhin genannten Personen. [Anm.: das sind Kanzler, Finanzministerin, Vizekanzler, Nationalbankgouverneur und andere Persönlichkeiten] Wir haben das Glück einen hervorragenden Nationalbankgouverneur zu haben. [...]
Ich vertraue darauf, dass Österreich international gut vernetzt ist.
(Fischer, 2011)

Derart optimistisch wurde in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise selten berichtet. Wesentlich häufiger fanden sich in dem Zusammenhang plakative Titel wie „Franzosen vertrauen ihrem neuen Präsidenten nicht mehr“ (Die Presse, 07.10.2012), „Wenig Politikvertrauen“ (Die Presse, 16.12.2011), „US-Verbraucher packt die Angst vor Rezession“, (Die Presse, 12.08.2011) und auch „Amerikaner ziehen massiv Geld von europäischen Banken ab“ (Die Presse, 15.12.2011).

In „Keine Mehrheit für eine Rettung heimischer Banken mit Steuergeld“ (Die Presse, 10.10.2008) heißt es wörtlich „Die Österreicher sehen in den Bankenbossen und den „Spekulanten“ die Hauptschuldigen an der globalen Finanzkrise.“, wobei sich die Aussage auf eine Umfrage der Firma Info Research International stützt. Folgende Darstellung zeigt jene Akteure, die laut eben genannter Umfrage in den Augen der österreichischen Bevölkerung außerdem noch die Schuld an der Finanzkrise zu tragen haben:

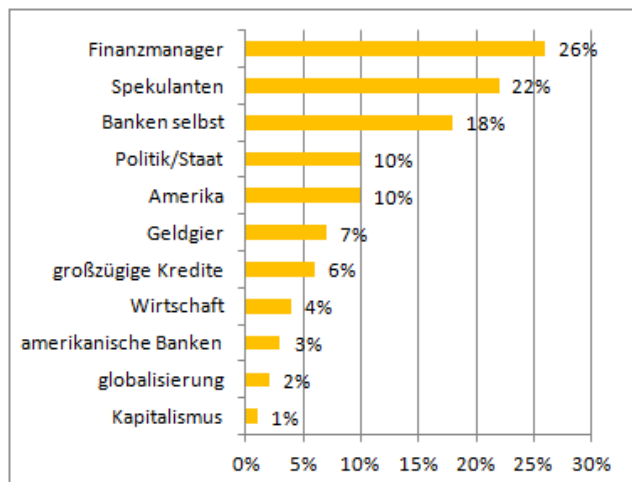


Abbildung 2: Umfrageergebnisse laut „Info Research International“ auf die Frage „Wer ist Ihrer Meinung nach Schuld an der Finanzkrise bei Banken (eigene Darstellung nach Die Presse vom 10.10.2008)“

In dem der Abbildung anschließenden Artikel galt die Aufmerksamkeit – wie in der Abbildung selbst – vor allem Finanzmanagern, Spekulanten, Banken sowie der Politik und auch Amerika (Die Presse, 10.10.2008).

Die Strukturationstheorie (Giddens, 1988), ursprünglich in der Soziologie beheimatet, besagt, dass Strukturen (z.B. soziale Phänomene wie Vertrauen oder auch Organisationsstrukturen) nie für sich allein bestehen, sondern erst durch Handlungen von Akteuren wirksam und sichtbar werden. Dabei ist mit Struktur „ein über Zeit und Raum stabilisiertes und interaktives Verhältnis von Regeln und Ressourcen“ gemeint (Giddens, 1988). Dementsprechend scheint es lohnend, in der vorliegenden Arbeit die oben genannten wesentlichen Gruppen von Akteuren, die während der Finanz- und Wirtschaftskrise (mehr als sonst) im Lichte der Öffentlichkeit standen, getrennt voneinander zu betrachten. Nach Giddens zeichneten sich soziale Akteure dadurch aus, dass sie ihr Handeln reflexiv steuern und überwachen können, routinemäßiges Handeln grundsätzlich zweckgerichtet sei und das Wissen um die Struktur begrenzt sei. Daraus resultierten unintendierte Nebenfolgen, die Transformation sozialer Strukturen und damit wiederum veränderte Bedingungen des Handelns. Eine „Handlung“ in der

Strukturationstheorie meint den kontinuierlichen Strom reflexiver Handlungssteuerung (Giddens, 1988).

Auch bei Bachmann und Inkpen (2007) werden die Unterschiede zwischen den Akteuren berücksichtigt. Ihre Arbeit beschäftigt sich mit „den Funktionen von Institutionen im Prozess der Vertrauensgenese in Beziehungen zwischen individuellen Akteuren (Managern) und kollektiven Akteuren (Firmen).“ (Bachmann & Inkpen, 2007, Zusammenfassung, keine Seitenangabe verfügbar). Sie untersuchen Szenarien, in denen Institutionen eine besondere Rolle in der Entwicklung von Vertrauen beigemessen wird. Es sind dies die frühe Phase von geschäftlichen Beziehungen, Situationen mit stark institutionalisierten, verlässlichen Rahmenbedingungen, Situationen, in denen es unabdingbar ist, dass Vertrauen rasch aufgebaut wird und Situationen, die so einzigartig sind, dass für sie andere Regeln gelten als für häufig vorkommende geschäftliche Situationen wie z.B. einen Einkauf (Bachmann & Inkpen, 2007, Zusammenfassung ohne Seitenangabe).

Im folgenden Abschnitt des Kapitels werden die einzelnen Akteure genauer beschrieben und Forschungsarbeiten in Bezug auf Vertrauen und Akteure berichtet.

Politik/Regierung

Das nun folgende Kapitel gibt einen groben Überblick über den Stand der Forschung in dem Themengebiet um Vertrauen und Politik. In den Arbeiten wird im Wesentlichen versucht, bestehende Vertrauenskonzepte (oder einzelne Elemente daraus) auch in der Welt der Politik bestätigt zu finden, oder auch durch Exploration gänzlich neue Konzepte zu finden. Bedingt durch unterschiedliche politische Systeme, die die Bevölkerung eines Landes in ihrem Leben kennengelernt hat, können gefundene Konzeptualisierungen in einem bestimmten Land nicht ohne Weiteres auf ein anderes Land generalisiert werden. Beispielhaft seien hier Forschungsarbeiten aus den USA, Israel und dem deutschsprachigen Raum Europas dargestellt:

Cook und Gronke (2005) untersuchten in den USA Rahmenbedingungen des Vertrauens und konnten empirisch feststellen, dass Vertrauen in bestimmte Akteure

andere Rahmenbedingungen voraussetzt als etwa die Messung eines generalisierten Vertrauens. Folgende Rahmenbedingungen wurden unterschieden: Vertrauen in die Regierung, generalisiertes Vertrauen, aktives Vertrauen/Misstrauen und Vertrauen in staatliche Institutionen (wie z. B. Militär, Bundesgericht, etc.). Je nachdem, um welchen Akteur es sich handelte, waren folgende Prädiktoren in unterschiedlichen Kombinationen wirksam: „Verbundenheit“ (gemeint ist die Verbundenheit mit der Institution, wie durch politisches oder soziales Engagement oder auch Religiosität), „aktuelle Evaluationen“ (z. B. der wirtschaftlichen Lage des Landes oder der persönlichen finanziellen Situation), „Partei und Ideologien“ (Parteilichkeit, Ausprägung konservativer oder demokratischer Einstellungen) und demografische Faktoren (wie Geschlecht, Bildung oder ethnische Zugehörigkeit).

In einer 5-Jahres-Studie in Israel untersuchte Vigoda-Gadot (2007) die Wahrnehmung von der Organisation der Politik im Hinblick auf deren Effizienz durch die Bürger. Die politische Organisation und wahrgenommene Ethik erwiesen sich als gute Prädiktoren für die Zufriedenheit der Bürger und auch deren Vertrauen in die Politik.

Im deutschsprachigen Raum Mitteleuropas untersuchten Freitag und Bühlmann (2009) politische Institutionen (also z.B. Parteien) im Hinblick auf das Vertrauen, das ihnen entgegengebracht wird. Während, so die Autoren, bislang versucht wurde Aspekte von Vertrauen als voneinander unabhängig zu erforschen, postulieren Freitag und Bühlmann ein hierarchisches Modell um gleichzeitig politische, individuelle und soziale Institutionen bei der Entstehung von Vertrauen ins Kalkül zu ziehen. Sie stellen sich die Frage, wie eine politische Institution wahrgenommen werden muss, um zwischen Personen, die einander nicht kennen, vertrauensförderlich zu wirken. Folgende Rahmenbedingungen sollten demnach erfüllt sein: Die Institution muss unabhängig, partizipativ, gerecht und möglichst nicht korrupt sein und sie soll unkooperatives Verhalten sanktionieren. Universell orientierte Systeme sind ebenfalls förderlich für die Entstehung von Vertrauen. Universelle Systeme in ihrem Sinne sind Systeme mit höherer Einkommensgleichheit, Systeme in denen der Staat Gleichberechtigung fördert und Minderheiten schützt. Umgekehrt bedeute das auch, dass eine Person das Vertrauen in eine Institution verliert, wenn sie wahrnimmt, dass

andere Personen systematisch – also in diesem System – privilegiert werden. Auch Transparenz und Partizipationsmöglichkeiten förderten das Vertrauen in politische Organisationen (Freitag & Bühlmann, 2009).

Geldinstitute/Banken

Wie bereits oben berichtet, kommt den Banken in der Finanz- und Wirtschaftskrise eine besondere Bedeutung zu.

Als „Kapitalsammelstellen“ im Wirtschaftskreislauf sorgen sie im Normalfall einerseits für die sichere Verwahrung von Ersparnissen (sowohl von Unternehmen als auch von Haushalten) andererseits ermöglichen Sie über Kreditvergaben größere Investitionen (Cezanne, 2002).

Banken sind besonders darauf bedacht in der breiten Öffentlichkeit als verlässlicher und vertrauenswürdiger Partner wahrgenommen zu werden. Dies zeigen auch zahlreiche Werbekampagnen in denen vertrauensförderliche Sujets vorkommen (seriös gekleidete Menschen, freundliche Gesichter, solide Einfamilienhäuser mit weißem Gartenzaun).

2008 und 2009 wurde dieses so sorgfältig aufgebaute Image zerstört, da deutlich wurde, welchen Beitrag Banken am US-amerikanischen Immobilienmarkt und somit am Entstehen der Krise geleistet hatten (siehe Kapitel 2.1 Die Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2008 als Vertrauenskrise).

Auch Skandale wie jene um die Banker Jerome Kerviel oder Kweku Adoboli, die mit hochriskanten Geschäften Verluste in Milliardenhöhe für die französische Société Générale bzw. die Schweizer UBS verursachten, kratzten am Image der Banken (Handelsblatt, 15.09.2011).

ManagerInnen/UnternehmerInnen

Auch ManagerInnen / UnternehmerInnen kommt im Wirtschaftskreislauf und somit auch in der Finanz- und Wirtschaftskrise eine besondere Bedeutung zu (Cezanne, 2002). Begibt man sich in das Denkmodell der Equity-Theorie (Adams, 1965) überrascht dies nicht:

Die Equity-Theorie wird als eine Theorie des sozialen Austauschs beschrieben. Husemann, Hatfield und Miles (1987) zeigten in ihren Versuchen, dass Menschen häufig dann zufriedener sind, wenn Ergebnisse – also Gewinne und Verluste – fair verteilt werden. Wobei fair aber nicht gleichbedeutend ist mit „jeder bekommt gleich viel heraus“, sondern, dass Beitragsproportionalität vorherrscht, also der Input eines jeden in etwa proportional zu dem Output sein soll, den derjenige im Endeffekt erhält. Das bedeutet auch, dass sich im Normalfall die Zufriedenheit nicht einstellt, wenn eine Versuchsperson einen niedrigen Input geleistet hat, aber dafür einen unverhältnismäßig hohen Output erhält. Versuchspersonen fühlten sich nicht wohl in der Rolle des zu Unrecht zu (experimentellem) Wohlstand Gekommenen und waren bestrebt, die Gerechtigkeit in der Gruppe wiederherzustellen, indem sie versuchten, ihr Gewonnenes der sozialen Gruppe – also in dem Fall den anderen Versuchspersonen – zur Verfügung zu stellen (Husemann, Hatfield & Miles, 1987).

Die Medienberichterstattung zeigte Fälle von ManagerInnen und UnternehmerInnen, in denen genau dieser unter Laborbedingungen aufgetretene Effekt nicht eintrat. Berichte über Stellenstreichungen, während der Betrieb 25% Rendite erwirtschaftet (Die Zeit, 18.05.2005) oder über „Spitzengehälter trotz Bankenkrise“ (Spiegel online, 26.09.2010) beeinflussten in hohem Maße die öffentliche Wahrnehmung von ManagerInnen und UnternehmerInnen und ließen die Rufe nach mehr Verteilungsgerechtigkeit laut werden.

KonsumentInnen/VerbraucherInnen

Im Güter- und Geldkreislauf nehmen die Haushalte, also KonsumentInnen, VerbraucherInnen eine wichtige Position ein (Cezanne, 2002). Weniger im Einzelnen,

aber als aggregierter Akteur beeinflussen sie das Wirtschaftsleben. Dies betrifft vor allem ihre Budget-Entscheidungen: Ware kaufen oder nicht kaufen, einen Kredit aufnehmen oder nicht aufnehmen, sparen auf dem Sparbuch oder in Aktien investieren.

Wie sich diese Entscheidungen in Zukunft verändern werden, interessiert Wissenschaft, Wirtschaft und Staat. Dazu existieren in vielen Ländern Consumer Confidence Indices, die von Universitäten, Banken oder staatsnahen Einrichtungen erhoben werden. Während der US-amerikanische CCI bereits eine lange Tradition hat – er wird seit 1967 erhoben – wird seit Kurzem versucht über andere Quellen, z.B. über die Posting-Häufigkeit und Inhalte auf Twitter, das Marktverhalten von Konsumenten vorherzusagen (Bollen & Mao, 2011).

Die vier beschriebenen Akteure (Politik / Regierung, Geldinstitute / Banken, ManagerInnen / UnternehmerInnen und KonsumentInnen / VerbraucherInnen sind wesentliche Akteure im Wirtschaftskreislauf (Cezanne, 2002) und somit auch jene, die in der vorliegenden Arbeit berücksichtigt werden sollen.

2.4 Facetten des Vertrauens

Das folgende Kapitel soll zeigen, welche anderen Konstrukte mit Vertrauen einhergehen, welche Facetten von Vertrauen entweder als Einflussfaktoren oder als Bestandteile von Vertrauen gesehen werden können. Zum Zwecke der besseren Lesbarkeit werden diese in Folge fett hervorgehoben.

Transparenz, Fairness und Stabilität werden in der medialen Berichterstattung häufig in der Nähe von Vertrauen verortet. Aus dem oben schon zitierten Interview mit dem österreichischen Bundespräsidenten Dr. Heinz Fischer in DER STANDARD vom 5. und 6.11.2011:

Auf die Frage „Wie soll die Politik aus diesem Schmutzdeck der Korruptionsvorwürfe herauskommen?“ antwortet dieser:

Jeder, der im öffentlichen und im wirtschaftlichen Leben tätig ist, muss wissen, dass man ihm auf die Finger schaut. Dass man Gesetze befolgt, ist selbstverständlich. Aber es müssen darüber hinaus Kriterien von Fairness, Ethik und Moral erfüllt werden. (DER STANDARD, 05. & 06.11.2011)

Fischer nennt die Kriterien **Fairness, Ethik und Moral**, die auch als solche beobachtbar und vor allem überprüfbar sein müssen. Dr. Fischer spricht also hier davon, dass in wirtschaftlichen Belangen mehr Transparenz herrschen soll.

Roland Berger, Unternehmensberater, antwortet auf die Frage in einem Interview mit der der Süddeutschen Zeitung (vom 10.05.2010), ob die Krise nicht das Vertrauen in das Bankwesen im Allgemeinen zerstöre:

Das würde ich so nicht stehen lassen. Denken Sie an Goldman Sachs in den USA, die von der Krise relativ unberührt geblieben sind. [...] In der momentanen Situation gelten in Deutschland die privaten Großbanken neben Sparkassen und Genossenschaftsbanken eher als Garanten für **Stabilität**. (Süddeutsche Zeitung, 10.05.2010)

Die eben beschriebenen Facetten des Konstrukts „Vertrauen“ (**Transparenz, Fairness und Stabilität**) haben auch Eingang in die wissenschaftliche Literatur gefunden. Im folgenden Kapitel soll erörtert werden, welche Facetten in der wissenschaftlichen Forschung außerdem noch als relevant erachtet werden.

Bei Pirson und Malhotra (2008) sind dies **Transparenz, Kompetenz, Integrität, Ehrlichkeit, Glaubwürdigkeit, Loyalität, geteilte Werte und Normen, Reputation, Stabilität, Konsistenz, Fairness** und „**Benevolence**“. Damit ist „**Wohlwollen**“ gemeint, das Ausmaß der eigenen Überzeugung, dass einem das Gegenüber wohlgesinnt ist.

Nach dem Skandal um die Bilanzfälschungen des US-amerikanischen Energiekonzerns Enron (2001), der hohe Wellen schlug, wurden Stimmen laut, die nach schärferen Richtlinien zu Unternehmensberichterstattung riefen. Der Sarbanes-Oxley Act, ein Gesetz aus dem Jahr 2002, sollte das Vertrauen der Öffentlichkeit wieder herstellen, indem es Unternehmen verpflichtete in regelmäßigen Abständen, Unternehmenszahlen zu veröffentlichen. Dass allerdings diese Veröffentlichung aus einer gesetzlichen Verpflichtung heraus geschieht, lässt vermuten, dass die Qualität der veröffentlichten Daten aufgrund des Zwangs niedrig ist. Transparenz allein, so die Autoren, eigne sich also nicht dazu Vertrauen zu generieren. Außerdem habe es zur Folge, dass sich Entscheidungsträger im Unternehmen aus Karrieregründen auf die „sichtbaren“ Zahlen hin orientierten und „soft facts“ außer Acht ließen, die aber auf lange Sicht zum Unternehmenserfolg beitragen würden (Pirson & Malhotra, 2008, S. 4 ff.).

Die Porsche AG fand einen anderen Umgang mit den Vorschriften, die in erster Linie die Transparenz und somit auch das Vertrauen erhöhen sollten: Porsche hätte (wie auch andere Unternehmen, die an der Deutschen Börse gelistet sind) quartalsweise Berichte liefern müssen, weigerte sich aber strikt, da – so das Argument – das Geschäft naturgemäß saisonalen Schwankungen unterlegen sei und somit vierteljährlichen Berichten keinerlei Aussagekraft beigemessen werden könne. Obwohl das Unternehmen damit riskierte, nicht mehr an der Deutschen Börse gelistet zu sein, sollte sich der Einspruch auf lange Sicht bezahlt machen. In Rankings von Studierenden den Ingenieurwissenschaften steht die Porsche AG nach wie vor unter den Top-Arbeitgebern. Auch der Aktienindex zeigt ein beständiges Wachstum: Die Investoren vertrauen der Porsche AG (Pirson & Malhotra, 2008, S. 6 f.).

In Organisationen wie auch in anderen Gruppen dürfte die wahrgenommene Verteilung von Ressourcen eine wesentliche Rolle im Hinblick auf das

entgegengebrachte Vertrauen spielen. Transparenz könne auch eine nicht vorhandene „Verteilungsgerechtigkeit“ aufdecken. Verteilungsgerechtigkeit meint die Einschätzung, ob der persönliche Einsatz und die Ressourcen – also Input und Output – **fair** verteilt sind. Übersteigen Management-Gehälter die wahrgenommene Management-Leistung könne der Versuch, Vertrauen durch Transparenz zu schaffen, nicht glücken (Pirson & Malhotra, 2008, S. 6).

Zowislo und Schulz (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006) äußern sich kritisch, wenn es um den Einfluss von Transparenz zur (Wieder-)Herstellung von Vertrauen geht. Geht man nach dem (bereits oben angeführten) Beitrag von Kirchler (2009, S. 776), wonach Vertrauen Hand in Hand geht mit der Bereitschaft sich ohne vollständige Absicherung aufeinander einzulassen, so ist der Versuch, Vertrauen durch Transparenz herzustellen, ein Widerspruch in sich. Das, was durch Transparenz hergestellt würde, könne höchstens Sicherheit, aber nicht Vertrauen sein (Zowislo & Schulz, 2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006)

Integrität (Pirson & Malhotra, 2008) muss sich nicht nur in Worten, sondern auch in Taten bemerkbar machen. In diesen Taten muss deutlich erkennbar sein, dass sich Unternehmensvertreter um das Wohl von Mitarbeitern bzw. Kunden kümmern. Alle lang- oder kurzfristigen Aktionen oder Reaktionen, die unter den Schlagworten Corporate Social Responsibility – das meint eben dieses verantwortungsvolle Handeln in Bezug auf das betriebliche und auch gesamtgesellschaftliche Umfeld eines Unternehmens - zusammengefasst werden können, fallen darunter.

Inwieweit **Kompetenz** eine Rolle spielt, drücken die Autoren folgendermaßen aus: “The right kind of competence matters [...] *internal* stakeholders, such as employees and investors, look most for evidence of *managerial competence* [...] External stakeholders, such as customers and suppliers, typically care less about managerial competence but much more about *technical competence*“. Während interne Stakeholder, wie z.B. Mitarbeiter und Investoren eher daran interessiert sind, dass durch kompetentes Management Gewinne lukriert werden, geht es externen Stakeholdern (Kunden, Lieferanten) darum, professionelle und einwandfreie Abläufe in ihren Geschäftsbeziehungen zu haben. (Pirson & Malhotra, 2008, S. 11f.)

Ein Fall beim Spielzeughersteller Mattel zeigt, dass durch das Bilden von Vertrauen in einer Gruppe, das Vertrauen in einer anderen Gruppe korrumpiert werden kann – wenn z.B. Ingroup-Outgroup-Phänomene sichtbar werden: Ingroup-Outgroup-Phänomene sind z. B. unterschiedliche Bewertungen von Situationen in Abhängigkeit davon, ob sich die Versuchsperson zu einer Gruppe zugehörig fühlt oder nicht. Der Ingroup-Bias bedeutet, dass die eigene Gruppe, zu der sich eine Person zugehörig fühlt, bevorzugt behandelt wird. Wie groß die eigene Gruppe ist, ist dabei weniger bedeutend, als dass der eigenen Gruppe eine andere gegenübersteht, der man sich nicht zugehörig fühlt. Die Gruppen können Schulklassen sein, Studierende bestimmter Studienrichtungen, sich zusammensetzen aus Liebhabern einer bestimmten Kunstrichtung oder auch ganze Nationen (Tajfel, 1982, S. 494ff.). Im folgenden Beispiel bezieht sich die Gruppenzugehörigkeit einerseits auf die Gruppe der US-amerikanischen Kunden, andererseits auf einen chinesischen Lieferanten: Die Firma Mattel startete eine Rückholaktion für ein bestimmtes Produkt. Um besorgte Kunden zu beruhigen verlautbarte der Konzernschef zweifelhaftes chinesisches Zulieferer hätten Mattel betrogen und ohne dem Wissen von Mattel bleihaltige Farbe für Spielzeug verwendet. Diese Pressemitteilung hatte schwerwiegende Folgen: Der CEO des chinesischen Lieferanten beging Selbstmord. Erst in einem zweiten Schritt entschuldigte sich Mattel bei China, da das ein Beben in den wirtschaftlichen Beziehungen nicht nur der beiden Firmen, sondern sogar der beiden Länder verursacht hatte. (Pirson & Malhotra, 2008)

Mayer, Davis und Schoorman (1995, in Schweer, 2003, S. 58f.) beschreiben in einem integrativen Modell, unter welchen Rahmenbedingungen sich Vertrauen innerhalb von Organisationen entwickeln kann. Danach wirken sich die **Wahrnehmung von Fachkompetenz, Wohlwollen und Integrität** direkt auf das Vertrauen aus, das einem Vertrauenssubjekt entgegengebracht wird. Davon wird die Wahrnehmung eines Risikos abgeleitet, zeitlich darauffolgend wird eine Erfahrung gemacht. Diese Erfahrung nährt wiederum die Einschätzung des Vertrauenssubjekts im Hinblick auf Fachkompetenz, Wohlwollen und Integrität. Eine nicht in diesem Kreislauf enthaltene Variable ist laut Mayer et al. (1995, in Schweer, 2003 S. 58 f.) die personenspezifische

Vertrauensbereitschaft, die in diesem Modell gänzlich unabhängig von der Erfahrung besteht.

Ripperger (1998) führt eine Übersichtsarbeit von Butler (1991) an, in der folgende Merkmale genannt werden, die sich als geeignet herausstellten, Vertrauen bei einer Person auszulösen. **Erreichbarkeit, Kompetenz, Beständigkeit, Diskretion, Fairness, Integrität, Loyalität, Offenheit, Halten von Versprechen und Aufgeschlossenheit.**

Auch in den bereits weiter oben beschriebenen spieltheoretischen Versuchsanordnungen zur Operationalisierung von Vertrauen dürften Wahrnehmungen und Zuschreibungen an das Gegenüber eine wesentliche Rolle für strategische Überlegungen und das Zustandekommen von Kooperation spielen (Marchetti, 2011).

In allen (wirtschaftlichen) Austauschbeziehungen spielt Vertrauen eine Rolle, besonders jedoch im Bankenbereich. Eine Publikation (Renker, 2005), die als Zielgruppe speziell Bankdienstleister anspricht, befasst sich mit dem „Relationship-Marketing im Firmenkundengeschäft“:

Ein Firmenkunde ist einem Bankdienstleister umso stärker treu (=Vertrauen, **Loyalität**), je **fairer, gerechter, persönlich attraktiver** beziehungsweise **ähnlicher** und **spannungsfreier** die Geschäftsverbindung verläuft (Equity-Theorie), je mehr ihm die Zusammenarbeit **Belohnung** gebracht hat, beziehungsweise je mehr er glaubt, vom anderen gemocht zu werden (Reziprozität, instrumentelle Lerntheorie) je mehr Referenzpersonen **loyal** sind (soziale Lerntheorie), je räumlich näher er dem Kreditinstitut ist und je **häufiger die Kontakte** sind (Renker, 2005, S. 25).

In „Vertrauensmanagement: Erfolg durch ein besseres Miteinander“ (Thürmer, 1998) wird von vier Faktoren berichtet, die das Vertrauen in sich und andere fördern. Es sind dies **Offenheit** (anderen Menschen und Neuem gegenüber), **Zuverlässigkeit**, **Akzeptanz** (das Ausmaß in dem eine Person bereit ist, andere in ihrer Art, ihrer Denkweise und ihren Ansichten annehmen) und **Kongruenz** (im Sinne einer Übereinstimmung zwischen dem Sagen, dem Tun und dem Denken). „Offenheit, Zuverlässigkeit, Akzeptanz und Kongruenz bleiben die wesentlichen Eigenschaften, mit denen Vertrauen gebildet werden kann!“ (Thürmer, 1998, S. 212).

Schon 1951 erfolgte eine Auseinandersetzung mit der Frage, wie Vertrauen in der Öffentlichkeit aktiv gefördert werden kann, seitens der Public-Relations-Bewegung. Carl Hundhausen, einer der ersten deutschsprachigen Theoretiker und Praktiker in dem Bereich beschreibt **Transparenz** und **Kongruenz** folgendermaßen:

Die Quellen des Misstrauens, das aus unzureichenden Beobachtungen und das aus Gerede und Gerüchten kommt, müssen verstopft werden. Das beste Mittel, diese Quellen zum Versiegen zu bringen, ist die sachliche Unterrichtung über den wirklichen Tatbestand.“ [...] „Wie im persönlichen Leben müssen auch bei einer Unternehmung das Denken, die Haltung, die Politik mit dem Sein und der Wirklichkeit übereinstimmen. Zu einem Menschen, bei dem Denken und Sein, Bekenntnis und persönliches Leben nicht übereinstimmen, kann niemand Vertrauen fassen.“ (Hundhausen, 1951, S 46 ff.).

Hundhausen zitiert in seinem Werk auch Wallace T. Holliday (President der Standard Oil Company of Ohio von 1928-1949), der ebenfalls die **Kongruenz** als notwendige Voraussetzung für die Bildung von Vertrauen nennt:

Public Relations beginnt mit der Geschäftspolitik. Dieses Werben um Vertrauen geht durch alle Handlungen, die diese Politik verwirklichen sollen. Politik – Handlungen – Ergebnisse, das sind die Stufen, wie bei einer Verhandlung vor dem Gericht der öffentlichen Meinung. Wenn sich auf einer dieser Stufen die menschliche Witterung für Gerechtigkeit und Ehrenhaftigkeit (human instinct of equity and honor) betrogen fühlt, dann ist der Fall verloren, ehe die Verhandlung eröffnet wird und kein noch so tüchtiger Public-Relations-Experte wird in der Lage sein, hier noch etwas zu retten. (Hundhausen, 1951, S. 48)

In der Werbung um öffentliches Vertrauen gelte es einige Prinzipien zu erfüllen. Diese seien schwierig voneinander abzugrenzen, sie wiesen große Überschneidungsbereiche auf, „durchdringen und ergänzen sich“ (Hundhausen, 1951, S 159ff.): Das Prinzip der Wahrheit, das Prinzip der vollständigen Wahrheit, das Prinzip der Offenheit, das Prinzip des ersten Schritts, das Prinzip der Selbsterziehung und das Prinzip übereinstimmender Interessen.

Es handelt sich bei diesen genannten Prinzipien um Bündel an Werten. Vermutlich teilen sehr viele Menschen genau diese Werte, oder behaupten dies von sich. Es liegt also nahe, dass nicht die Werte an sich vertrauensfördernd wirken, sondern vielmehr die Tatsache, dieselben Werte für erstrebenswert zu halten. Diese

gemeinsamen Wertvorstellungen seien „Kitt in der Gesellschaft“ (Maring, 2010). Auch Pirson & Malhotra (2008) erachten **geteilte Werte** als Facette des Vertrauens.

Außerdem werden als Vertrauensstützen institutionelle Regeln genannt. Institutionelle Mechanismen, wie z.B. das Ausstellen von Zertifikaten und Bescheinigungen, sowie die Prüfung durch unabhängige Dritte, tragen zur **Berechenbarkeit** und Vorhersagbarkeit der Zukunft bei, da **Transparenz** und **Vorhersagbarkeit** signalisiert wird (Child & Möllering, 2003).

Dieses Kapitel hat die vielfältigen wissenschaftlichen Disziplinen aufgezeigt, die bereits Rahmenbedingungen erforschten, die die Zuschreibung von Vertrauen begünstigen sollen. Die relevanten Disziplinen sind die Soziologie, Organisationsforschung und die Public Relations Forschung.

2.5 Optimismus

Im folgenden Kapitel soll deutlich gemacht werden, inwieweit personenspezifischer Optimismus in der bisherigen Erforschung des Phänomens Vertrauen eine Rolle spielt.

Vertrauen könne nach Ansicht von Deutsch (1958) nicht als Persönlichkeitseigenschaft gesehen werden - es entstehe ausschließlich durch situationsspezifische Variablen. Jedoch stellen Traut-Mattausch, Jonas, Schwennen und Peus (2011) fest, „dass ein durch die Politik vermittelter Optimismus, dass aktuelle Probleme durch eine Reform in Zukunft gelöst werden, zu einer positiveren Einstellung, zu weniger Widerstand gegenüber den Maßnahmen, zu mehr Vertrauen in Macher und Strategie, sowie zu weniger Angst vor Überforderung und Verlust führt“ (Traut-Mattausch, Jonas, Schwennen & Peus, 2011, S. 43). Der zugrundeliegende Prozess in diesem Zusammenhang ließe sich am besten durch Kontrollüberzeugungen beschreiben: Menschen, die das subjektive Gefühl haben, sie könnten eine Lage kontrollieren, empfinden eine Reform als weniger bedrohlich. Sie zeigen weniger Anzeichen psychologischer Reaktanz, dementsprechend mehr Akzeptanz und Kooperationsbereitschaft. (Traut-Mattausch & Jonas, 2011, S. 43). Das Konzept der Kontrollüberzeugungen übernahmen Traut-Mattausch und Jonas (2011) von Rotter (1966).

Im betrieblichen Umfeld scheint transformationale Führung ein Weg zu sein, den Optimismus in stärkender Weise zu beeinflussen. Dabei vermittelt die Führungsperson durch ihr respektvolles und motivierendes Führungsverhalten Sinn und Bedeutung der Arbeit. Das Erreichen gemeinsamer Ziele wird dabei in der Gruppe der Geführten als ein allgemein akzeptiertes Ideal verstanden. Es konnte eindrucksvoll gezeigt werden, dass transformationale Führung Zufriedenheit, Commitment und Engagement erhöht, sowie Stress reduziert (Felfe, 2006). Auch führt sie zu mehr Vertrauen (MacKenzie, Podsakoff & Rich, 2001).

Optimismus wird auch als personenbezogener Prädiktor von Vertrauen gesehen, ein verwandter Begriff wäre „Zuversicht“ (Freitag und Bühlmann, 2009).

Welche Auswirkungen fehlender Optimismus haben kann zeigte sich, als die Krise in Griechenland im ersten Halbjahr 2012 auf ihren Höhepunkt zusteuerte: Die Suizidrate war traditionellerweise aufgrund des großen Einflusses der griechisch-orthodoxen Kirche in dem Staat eine der niedrigsten im gesamten EU-Raum gewesen. Der 5-Jahres-Durchschnitt zwischen 2004 und 2008 lag in Griechenland bei 2,5 je 100.000 Einwohner, hingegen in Österreich bei 14 je 100.000 Einwohner. Im Jahr 2011 blieb die Suizidrate in Österreich in etwa gleich bei 14 je 100.000 Einwohner, hingegen stieg sie in Griechenland auf 8,6 je 100.000 Einwohner an (Kapusta, 2012).

2.6 Experten und Laien

Vielfach wurde untersucht, inwiefern – abgesehen vom Fachwissen – sich Experten und Laien unterscheiden. Dieses Kapitel gibt einen Überblick darüber.

Die Arbeit von Enste, Haferkamp und Fetchenhauer (2009) zeigt nicht nur, dass Expertenurteile häufig „richtiger“ sind und weniger Streuung aufweisen, sondern auch, dass Experten- und Laienurteile auf unterschiedlichen impliziten Annahmen dürften. Diese unterschiedlichen impliziten Annahmen werden im Folgenden vorgestellt:

Fixed-Pie-Annahme: Laien neigen zu der Annahme, in der Wirtschaft gebe es einen unveränderlichen „Kuchen“ (bestehend aus Arbeitsplätzen, Kapital, Lohn o.Ä.), den es möglichst gerecht zu verteilen gelte, wobei ein Gewinn für eine Gruppe gleichzeitig einen Verlust für eine andere Gruppe bedeute. Ihr Interesse besteht deshalb vornehmlich darin, den Kuchen möglichst gerecht verteilt zu wissen, anstatt – zum Wohle aller – den Kuchen möglichst groß zu machen.

Parochialismus: Sobald dann in das gedachte Bild vom aufzuteilenden Kuchen auch noch ein mögliches Ausland aufgenommen werden soll, bedienen sich Laien einer einfachen Heuristik, nämlich der des Parochialismus oder „Anti-Foreign-Bias“: Tajfel (1970) konnte mit den „Minimal-Group-Experimenten“ zeigen, dass eine einzige Information (nämlich die, ob eine Person derselben Gruppe wie man selbst angehört) ausreicht, um eine bevorzugte Behandlung hervorzurufen. Die Gruppenzugehörigkeit (In-Group bzw. Out-Group) wird als wichtige Entscheidungsgrundlage verwendet. In den Minimal-Group-Experimenten teilte Tajfel seine Versuchspersonen in einem ersten Schritt willkürlich in zwei Gruppen. (Diese beiden Gruppen unterschieden sich durch ihre Vorliebe für bestimmte Maler.) In einem zweiten Schritt ging es für die Versuchspersonen darum, einen fiktiven Geldbetrag zwischen zwei Personen aufzuteilen. Die einzige Information, die der Versuchsperson über die anderen beiden vorlag, war, dass eine Person denselben Maler wie sie selbst bevorzugte, während die andere Person ein Anhänger des anderen Malers war. Obwohl also die Personen voneinander keinerlei andere Information hatten - die soziale Interaktion war unterbunden - behandelten sie, wenn es darum ging, den Geldbetrag aufzuteilen, Personen aus der eigenen Gruppe bevorzugt und ließen ihnen signifikant mehr als die Hälfte des Geldbetrags zukommen. Beim Phänomen des Parochialismus werden

ebenfalls Zugehörige der eigenen Gruppe gegenüber Zugehörigen einer anderen Gruppe (z.B. Ausland) bevorzugt.

Vernachlässigung dynamischer Effekte: Anhand der Befragung von 480 Laien und 80 Ökonomen konnte auch nachgewiesen werden, dass Laien selten mehr als die unmittelbaren Folgen von Eingriffen ins Wirtschaftssystem (z.B.: die Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns) antizipieren können. Sie vernachlässigen häufig dynamische Effekte und Sekundärwirkungen (Enste et al., 2009).

Es wurden auch Unterschiede zwischen Experten und Laien in Bezug auf die Risikowahrnehmung und Risikobewertung festgestellt (Schweer & Thies, 2003, S. 89f.)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Laien in ihrer Denkweise noch viel weniger als Experten einem homo oeconomicus ähneln. Der Schluss liegt nahe, dass sich die Höhe des entgegengebrachten Vertrauens verändert, aber auch, dass das umfangreichere Wissen zu anderen Bewertungen und in weiterer Folge nicht nur zu unterschiedlich hohem sondern auch zu „anderem Vertrauen“ führt.

2.7 Zusammenfassung des theoretischen Teils und Schlussfolgerungen

Bedingt durch eine allzu leichtfertige Vergabepraxis von Hypothekarkrediten am US-amerikanischen Immobilienmarkt sowie der gleichzeitigen Abschiebung des Risikos durch den Verkauf von hochriskanten Mortgage Backed Securities, entwickelte sich das Platzen der Immobilienblase am US-amerikanischen Markt im Jahr 2008 zügig zu einer Finanz- und Wirtschaftskrise und weiter zu einer Vertrauenskrise (Bloss, Ernst, Häcker & Eil, 2008).

Vertrauen wird mancherorts als „Kitt in der Gesellschaft“ erachtet (Maring, 2010). Ist das Vertrauen zwischen zwei Personen zerstört, weil eine oder beide sich unkooperativ verhalten haben, so ist es zumindest möglich durch wiederholte Interaktion und kooperatives Verhalten das Vertrauen wieder herzustellen. Der Fall ist anders gelagert, wenn eine Person das Vertrauen in eine Institution oder ein System verloren hat. Dieser Fall erschwert die persönliche Interaktion (außer mit Vertretern der Institution) und somit auch die Wiederherstellung des Vertrauens (Schweer, 2010). Fehlendes Vertrauen in wirtschaftlichen Beziehungen müsse durch verstärkte Kontrollen ersetzt werden und ziehe damit massive Transaktionskosten nach sich (Williamson, 1987).

Die vorliegende Studie knüpft an diesem Punkt an. Es soll erforscht werden, welche Facetten von Vertrauen in welchem Maße an Wirtschaftsakteuren wahrgenommen werden.

Experten und Laien unterscheiden sich nicht nur im Hinblick auf ihr Fachwissen in Bezug auf ein bestimmtes Gebiet, oft wenden sie unterschiedliche Denkmuster an und erkennen unterschiedliche Ursache-Wirkungs-Beziehungen (Enste, Haferkamp & Fetchenhauer, 2009).

Auch der personenspezifische Optimismus bezüglich der zukünftigen Entwicklung hat gemäß der bisherigen Forschung einen Einfluss auf die Bewertung einer Situation oder Person. Fehlende Zuversicht und eine erkannte Ausweglosigkeit spiegelt sich z. B. in erhöhten Suizidraten in Griechenland wieder (Kapusta, 2012).

Im theoretischen Teil wurden alle Konzepte und Theorien erörtert und in einen logischen Zusammenhang gebracht. Nun soll er die Basis bilden im kommenden empirischen Teil die Forschungsfrage zu formulieren und entsprechende Hypothesen abzuleiten.

3 Empirie

3.1 Forschungsfrage und Hypothesen

Wie in der Theorie dargestellt ist es notwendig, die Bedeutung von Vertrauen in Zeiten der Wirtschaftskrise näher zu beleuchten.

Da in der im Theorieteil genannten Literatur unterschiedliche Facetten des Vertrauens als bedeutend erkannt wurden (Pirson & Malhotra, 2008) und auch bereits nachgewiesen wurde, dass sich Experten und Laien in ihrer Wahrnehmung von ökonomischen Sachverhalten grundlegend unterscheiden (Enste, Haferkamp und Fetchenhauer, 2009), lautet die Annahme, dass sich Experten von Laien auch im Hinblick auf die Vertrauensfacetten unterscheiden, die sie an den oben beschriebenen Akteuren (das sind Politik / Regierung, Geldinstitute / Banken, ManagerInnen / UnternehmerInnen sowie KonsumentInnen / VerbraucherInnen) wahrnehmen.

Enste et al. (2009) und Bastounis et al. (2004) haben in ihrer Forschung Unterschiede im Denken von Ökonomen (also Experten) und Laien untersucht. In ihrer Definition von Vertrauen wird der kognitiven und emotional-affektiven Bewertung des Vertrauensgegenstands große Bedeutung zugemessen. Experten verfügen außerdem über ein breiteres Wissen über wirtschaftliche Zusammenhänge. Dementsprechend sind sie weniger auf die Reduktion von Komplexität (im Luhmann'schen Sinn) angewiesen.

Inwieweit nicht nur das Expertentum von Personen, sondern auch deren personenspezifischer Optimismus eine Rolle spielt wird gesondert betrachtet.

Ausgehend von der oben genannten Literatur lässt sich folgende Forschungsfrage ableiten:

Welche Bedeutungen hat Vertrauen in Zeiten der Wirtschaftskrise?

Innerhalb dieser Forschungsfrage werden Hypothesen aufgestellt, die sowohl unterschiedliche Akteure, als auch das Expertentum des Betrachters und personenspezifischen Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung berücksichtigen. Die folgende Aufstellung gibt einen Überblick:

H₁₍₁₎ Die Akteure unterscheiden sich in Bezug auf die Vertrauensfacetten.

Im Bezug auf die Wirtschaft und auch auf die Wirtschaftskrise nehmen alle in der vorliegenden Studie behandelten Akteure eine wichtige jedoch im einzelnen sehr unterschiedliche Rolle ein. Während vor allem Banken im Zentrum der öffentlichen Kritik standen kann es sein, dass die Wahrnehmung der anderen Akteure eine deutlich unterschiedliche ist, also bestimmten Akteuren mehr und manchen weniger vertraut wird.

H₁₍₂₎ Experten und Laien unterscheiden sich in der Höhe ihres Vertrauens zu den Wirtschaftsakteuren.

Laut oben angeführter Literatur unterscheiden sich Experten und Laien nicht nur in ihrem Wissensstand in Bezug auf bestimmte Phänomene, sondern sie wenden auch andere Heuristiken an und gehen von unterschiedlichen Grundvoraussetzungen aus (Enste et al., 2009). Es wird somit überprüft, ob sich Experten und Laien auch in der Frage nach dem Vertrauen in Wirtschaftsakteure unterscheiden.

H₁₍₃₎ Experten und Laien nehmen die Vertrauensfacetten der Wirtschaftsakteure unterschiedlich wahr.

Bezüglich der Unterschiede zwischen Experten und Laien stellt sich die Frage, welche Facetten des Vertrauens in die einzelnen Akteure von den beiden Personengruppen wie wahrgenommen werden. In welchen Facetten beurteilen Experten eklatant unterschiedlich im Vergleich zu Laien und wo herrscht weitestgehend Einigkeit?

H₁₍₄₎ Es bestehen Wechselwirkungen zwischen der Zugehörigkeit zur Gruppe der Experten oder Laien und Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung .

Zuletzt soll die Frage, ob sich die Gruppen der optimistischen Experten, optimistischen Laien, pessimistischen Experten und pessimistischen Laien voneinander unterscheiden, beantwortet werden. Zu dieser Hypothese liegen noch keine Forschungsergebnisse auf.

3.2 Methoden

3.2.1 Stichprobe

In der vorliegenden Arbeit galt es Laien in Bezug auf Finanz- und Wirtschaftswissen mit Experten auf dem Gebiet zu vergleichen. Um das Expertentum in effizienter Weise und treffend zu operationalisieren, wurde die Gruppe der Experten unter MitarbeiterInnen einer österreichischen Bank rekrutiert.

Die Online-Umfrage erfolgte unter 156 männlichen und weiblichen Experten. Im Anschluss an diese Erhebung wurden 153 männliche und weibliche Laien parallelisiert befragt. Angestellten von Banken wurde Expertenstatus insofern zugeschrieben, als dass sie über differenzierteres Wissen über Finanz- und Wirtschaftsangelegenheiten verfügen. Die Selbsteinschätzung auf einer Skala von 1-4 (1...sehr gut, 4...schlecht) hinsichtlich des eigenen Wissens über wirtschaftliche Zusammenhänge ergab bei den Experten $M = 1.81$ ($SD = 0.56$) wohingegen Laien ($M = 2.23$ $SD = 0.63$) ihr Finanzwissen ungleich geringer einschätzten. ($t = -6.2, p < 0.001$).

Die Stichprobenteile Experten und Laien unterscheiden sich nicht hinsichtlich der Geschlechterverteilung (männliche Experten: 53.3 % weibliche Experten: 46.8 %, männliche Laien 56.9 %, weibliche Laien: 43.1 %). $\chi^2(1, N=309) = 0.42, p = .52$.

In Tabelle 2 werden die erhobenen soziodemografischen Daten getrennt nach Experten und Laien sowie in Summe angeführt.

Tabelle 2: Soziodemografische Daten getrennt nach Experten und Laien

		Experten n=156	Laien n=153	Σ n=309
Geschlecht	männlich	83	87	170
	weiblich	73	66	139
Altersdurchschnitt	M	40.90	41.07	40.98
	SD	10.21	9.97	10.08
Schulbildung	Hochschule	28	31	59
	Matura	86	80	166
	Lehrabschluss	41	42	83
Art der Beschäftigung	Pflichtschule	1	0	1
	selbstständig	0	1	1
	leitende	24	20	44
	Angestellte qualifizierte	84	78	162
	Angestellte nicht leitende	45	50	95
	Angestellte Lehrling / PraktikantIn	3	0	3
	Karenz	0	3	3
	arbeitslos	0	1	1
	berufliche Verbindung zum Finanzdienstleistungssektor	156	0	156
	nein	0	153	153
Nationalität Österreich		154	152	306
Muttersprache Deutsch		152	150	302

3.2.2 Material

Zur Erhebung der vorliegenden Daten wurden ein Fragebogen verwendet, der online vorgegeben wurde. Teilnehmer wurden per Mail eingeladen, sich an der Befragung zu beteiligen.

Die Daten für die vorliegende Arbeit wurden im Rahmen eines Forschungsprojektes an der Universität Wien, Fakultät für Psychologie, Institut für Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie erhoben. Deshalb beinhaltet der

Fragebogen auch noch Fragen zur Erhebung sozialer Repräsentationen über die Finanz- und Wirtschaftskrise sowie die bereits genannten Akteure zum Inhalt hatte wurde EDV-basiert vorgegeben. Die für die vorliegende Arbeit relevanten Fragenblöcke befinden sich etwa in der Mitte des Fragebogens, dessen Bearbeitung zwischen 10 und 15 Minuten in Anspruch nahm.

Wie im theoretischen Teil erörtert finden sich in der einschlägigen Literatur einige Rahmenbedingungen, die mit der Zuschreibung von Vertrauen einhergehen. In dem für die vorliegende Arbeit relevanten Fragenblock wurden 15 verschiedene Facetten berücksichtigt. Es waren dies „stabil“, „unberechenbar“, „loyal“, „egoistisch“, „teilt meine Werte“, „erfahren“, „kriminell“, „fair“, „kompetent“, „ehrlich“, „gierig“, „transparent“, „opportunistisch“, „authentisch“ und „alles in allem vertraue ich [Akteur]“. Jede Facette wurde von den Teilnehmern im Hinblick auf jeden Akteur auf einer siebenstufigen Skala bewertet.

Am Ende des Fragebogens wurden folgende soziodemografische Daten erfragt: Geschlecht, Alter, Nationalität, Muttersprache, Schulbildung, Berufstätigkeit, Vorhandensein einer beruflichen Verbindung zum Finanzdienstleistungssektor sowie die Anzahl der im Haushalt wohnenden Personen.

Der verwendete Fragebogen ist im Anhang A der vorliegenden Arbeit einzusehen.

3.2.3 Durchführung

Die Erhebung der Daten für die vorliegende Arbeit fand im Februar und März 2010 statt. Zu dem Zeitpunkt schien die Finanz- und Wirtschaftskrise bereits im Abklingen begriffen zu sein. Die zugrundeliegenden Fragebögen (siehe Anhang) wurden im Vorfeld am Institut für Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie erarbeitet. Mit der Erhebung selbst wurde ein österreichisches Marktforschungsinstitut beauftragt. Zunächst wurde die Teilstichprobe der Experten über eine Panelbefragung online innerhalb einer österreichischen Bank befragt. Im Anschluss daran wurde die Teilstichprobe der Laien dazu parallelisiert erhoben.

3.3 Vorbereitung der Auswertungsverfahren

3.3.1 Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“

Um innerhalb der Stichprobe zwischen optimistischen und pessimistischen Personen unterscheiden zu können, wurde eine vom Institut für Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie erstellte Skala herangezogen. Da diese Skala ursprünglich entwickelt worden war „Vertrauen in die Wirtschaft“ im Allgemeinen zu erfassen, musste sie für den Zweck der vorliegenden Arbeit adaptiert werden. Im Speziellen ging es darum Optimismus in die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung zu erheben. Deshalb wurden aus der ursprünglich elf Items umfassenden Version der Skala drei Items aufgrund inhaltlicher Überlegungen ausgeschlossen. Bei diesen drei – im folgenden angeführten - Items, kann davon ausgegangen werden, dass sie bei der beabsichtigten Messung von Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklung keinen Beitrag leisten. Es sind dies:

1. Das Item „Ich befürworte die aktuellen Subventionen des Staates in die Wirtschaft.“ wurde ausgeschlossen, da damit die Bewertung einer Aktion als positiv oder negativ erfragt wird, nicht deren Auswirkung auf die zukünftige Entwicklung.
2. Das Item „Staat und Wirtschaft müssen kooperieren, um die Krise zu überwinden.“ zielt zwar auf die zukünftige Entwicklung ab, allerdings nicht auf Optimismus.
3. „Die österreichische Wirtschaft ist von der Finanzkrise weniger betroffen als andere Länder.“ Unterscheidet vermutlich eher zwischen Menschen mit Fakten- und Wirtschaftswissen und Menschen ohne, als zwischen Optimisten und Pessimisten.

Die verbleibenden Items wurden mittels explorativer Faktorenanalyse untersucht, deren Ergebnis in Tabelle 3 dargestellt ist. Die Faktorenanalyse ergab, dass die insgesamt elf Items auf drei 3 Faktoren luden, deren Eigenwerte größer 1 waren.

Tabelle 3 zeigt als Ergebnisse der Faktorenanalyse die drei extrahierten Faktoren sowie die jeweiligen Faktorladungen je Item.

Tabelle 3: Ergebnisse der Faktorenanalyse zur Entwicklung der Skala „Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung“

Item	Faktor		
	I	II	III
<i>Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald selber von der Finanzkrise erholen wird.*</i>	.80	.08	.24
<i>Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.*</i>	.79	.18	.12
<i>Ich vertraue darauf, dass die Banken korrekt, sorgfältig mit dem Geld der Bürgerinnen umgehen.</i>	.27	.72	.08
<i>Ich würde keine großen Investitionen im derzeitigen Markt unternehmen.</i>	-.08	-.85	-.06
<i>Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.*</i>	.69	.09	-.06
<i>Ich vertraue darauf, dass der Staat die Wirtschaft saniert.</i>	.09	-.02	.81
<i>Die Krise kann weder durch die Wirtschaft selbst saniert, noch durch die Hilfe des Staates überwunden werden.</i>	-.11	-.15	-.70
<i>Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.*</i>	.82	.23	.14

Aus den vier Items, die hoch auf dem ersten Faktor geladen hatten – in der Tabelle mit einem * markiert - wurde die Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“ gebildet. Für diese ergibt sich ein Cronbach-Alpha von .808. Alle Items korrelierten mit dem Gesamttest höher als .30, es musste daher kein Item mehr aus der Skala entfernt werden. Eine Aufstellung über die Itemkorrelationen befindet sich in Anhang B.

Die weitere Verrechnung der Angaben auf der Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“ erfolgte dichotomisiert, da auch im Sprachgebrauch die Unterteilung in „Optimisten“ und „Pessimisten“ üblich ist. Nach einem Mediansplit ($Mdn = 4$) ergaben sich zwei Teilstichproben von 172 Personen mit niedrigem Score (in weiterer Folge Optimisten genannt) und 137 Personen mit hohem Score (in weiterer Folge Pessimisten genannt). Jene Untersuchungsteilnehmer, deren Punktedurchschnitt auf der Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“ genau den Median getroffen hatte, wurden den Optimisten zugerechnet, da das arithmetische Mittel der Skala ($M = 3.96$, $SD = 1.24$) sich näher am optimistischen Pol der Skala und so die etwas ungleich großen Stichprobenteile rechtfertigen kann.

3.3.2 Faktorenanalyse

Zur Beantwortung der Fragestellungen und im Hinblick auf eine eventuell mögliche Reduktion der abhängigen Variablen wurde das Datenmaterial einer Faktorenanalysen je Akteur unterzogen.

Die Analysen der Antworten zu den Stimulusworten Geldinstitute / Banken und ManagerInnen / UnternehmerInnen ergaben Lösungen mit zwei extrahierten Faktoren. Die Analysen der Antworten zu den Stimulusworten Politik / Regierung sowie KonsumentInnen / VerbraucherInnen ergaben Lösungen mit drei extrahierten Faktoren. Die Lösungen mit drei Faktoren lassen sich kaum sinnvoll interpretieren, währendhingegen die zweifaktoriellen Lösungen die Interpretation zulassen, auf dem ersten Faktor laden Items, die hoch mit Vertrauen korrelieren („stabil“, „loyal“, „teilt meine Werte“, „erfahren“, „kompetent“, „ehrlich“, „transparent“, „authentisch“, „alles in allem vertraue ich [Akteur]“), auf dem zweiten Faktor laden Items, die nicht nur mit

dem Fehlen von Vertrauen, sondern sogar Misstrauen einhergehen („unberechenbar“, „egoistisch“, „kriminell“, „gierig“ und „opportunistisch“).

Für die weiteren Auswertungen wird jedoch von der Reduktion auf zwei Faktoren zugunsten einer Auswertung auf Item-Basis sowie auf Basis eines Index je Akteur Abstand genommen. Die rotierten Komponentenmatrizen finden sich im Anhang.

3.4 Ergebnisse

Zur Beantwortung der Hypothesen wurde ein Signifikanzniveau von $p = 0,05$ gewählt.

3.4.1 Varianzanalyse mit Messwiederholung

Zur Überprüfung der genannten Hypothesen wurde eine multivariate Varianzanalyse mit Messwiederholung gewählt. Es wird empfohlen als Prüfgröße „Pillai-Spur“ heranzuziehen, da jedoch Sphärizität angenommen werden muss (*Mauchly-W* = .93, $p < .001$, bei $df=5$) ist „Wilks-Lambda“ die passendere Wahl (Backhaus, Erichson, Plinke & Weiber, 2002). Beide werden als F-Wert angegeben, denen ein entsprechender p-Wert zugewiesen ist. Als abhängige Variable wurde aus den einzelnen Facetten pro Akteur ein Index gebildet. Dazu wurden in einem ersten Schritt einige Items umgepolt, sodass einheitlich ist, dass ein niedriger Score Vertrauensförderlichkeit signalisiert. Die Items, die umgepolt wurden, sind: „unberechenbar“, „egoistisch“, „kriminell“, „gierig“, „opportunistisch“. Die Items „stabil“, „loyal“, „teilt“, „erfahren“, „fair“, „kompetent“, „ehrlich“, „transparent“, „authentisch“, alles in allem vertraue ich [Akteur]“ gingen unverändert in die Berechnung des Index ein. Tabelle 5 zeigt die Ergebnisse der Varianzanalyse:

Tabelle 4: Ergebnis der Varianzanalyse mit Messwiederholung

	Wilks Lambda	F	Hypothese df	Fehler df	p	Partielles Eta ²
Akteure	.483	107.9	3	303	.000	.517
Akteure*Expertentum	.628	59.88	3	303	.000	.372
Akteure*Optimismus	.897	11.57	3	303	.000	.103
Akteure*Expertentum *Optimismus	.995	.49	3	303	.689	.005

Die Ausprägungen der Variable Expertentum bezeichnen die Zugehörigkeit zur Gruppe der Experten bzw. Laien.

Die nachfolgende Tabelle 6 zeigt die Mittelwerte und Standardabweichungen, die in die Berechnung mit einbezogen wurden.

Tabelle 5: Deskriptive Statistiken – Mittelwerte der Vertrauensindices

			M	SD	N
Index für Politik/Regierung	Experten	optimistisch	4.51	0.80	90
		pessimistisch	4.76	0.92	66
		gesamt	4.61	0.86	156
	Laien	optimistisch	4.64	0.89	82
		pessimistisch	5.01	0.82	71
		gesamt	4.81	0.87	153
	Gesamt	optimistisch	4.57	0.84	172
		pessimistisch	4.89	0.88	137
		gesamt	4.72	0.87	309
Index für Geldinstitute/Banken	Experten	optimistisch	2.96	0.70	90
		pessimistisch	3.59	0.89	66
		gesamt	3.22	0.84	156
	Laien	optimistisch	4.21	0.80	82
		pessimistisch	4.84	0.81	71
		gesamt	4.51	0.86	153
	Gesamt	optimistisch	3.56	0.97	172
		pessimistisch	4.24	1.05	137
		gesamt	3.86	1.06	309
Index für ManagerInnen/ UnternehmerInnen	Experten	optimistisch	4.19	0.73	90
		pessimistisch	4.47	0.86	66
		gesamt	4.31	0.80	156
	Laien	optimistisch	4.61	0.82	82
		pessimistisch	5.00	0.92	71
		gesamt	4.79	0.89	153
	Gesamt	optimistisch	4.39	0.80	172
		pessimistisch	4.74	0.93	137
		gesamt	4.54	0.88	309
Index für KonsumentInnen/ VerbraucherInnen	Experten	optimistisch	4.03	0.61	90
		pessimistisch	4.06	0.63	66
		gesamt	4.04	0.62	156
	Laien	optimistisch	3.90	0.71	82
		pessimistisch	3.79	0.81	71
		gesamt	3.85	0.76	153
	Gesamt	optimistisch	3.97	0.66	172
		pessimistisch	3.92	0.74	137
		gesamt	3.95	0.70	309

3.4.2 Deskriptive Statistiken

Der folgende Abschnitt (Tabellen 6 – 10 sowie die Abbildungen 3 – 7) zeigen

- 1) die Mittelwerte der Angaben aller befragten Personen zu den Vertrauensfacetten der unterschiedlichen Akteure und
- 2) die Mittelwerte der Angaben der befragten Personen (Experten und Laien) zu den Vertrauensfacetten der einzelnen Akteure.

Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Um die Arbeit übersichtlich zu halten finden sich weitere deskriptive Statistiken in Anhang C. Es sind dies Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (gegliedert in optimistische Experten, pessimistische Experten, optimistische Laien und pessimistische Laien) zu den Vertrauensfacetten der einzelnen Akteure.

Tabelle 6: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu den Akteuren

	Politik /		Geldinstitute		ManagerInnen		KonsumentInnen	
	Regierung	SD	/Banken	SD	/UnternehmerInnen	SD	/VerbraucherInnen	SD
stabil	4.60	1.40	3.63	1.52	4.38	1.32	3.97	1.19
unberechenbar	3.49	1.66	4.47	1.67	3.55	1.56	4.11	1.61
loyal	4.83	1.34	4.07	1.47	4.56	1.45	4.07	1.26
egoistisch	3.14	1.66	3.35	1.67	2.58	1.46	3.15	1.63
teilt meine Werte	5.03	1.34	4.25	1.59	4.86	1.47	3.86	1.28
erfahren	4.27		2.73		3.51		3.95	
kriminell	4.85	1.69	5.21	1.61	4.39	1.65	5.31	1.46
fair	4.98	1.33	4.30	1.53	4.84	1.37	4.09	1.26
kompetent	4.72	1.36	3.05	1.38	3.68	1.38	4.18	1.19
ehrlich	5.39	1.36	4.10	1.60	4.90	1.34	3.75	1.21
gierig	3.56	1.72	3.28	1.79	2.73	1.67	3.42	1.63
opportunistisch	3.52	1.54	3.91	1.45	3.49	1.45	3.84	1.39
authentisch	5.11		3.95		4.48		3.66	
transparent	5.40	1.42	4.54	1.62	5.06	1.44	3.77	1.37
alles in allem vertraue ich...	4.95	1.42	3.51	1.75	4.69	1.44	3.72	1.19

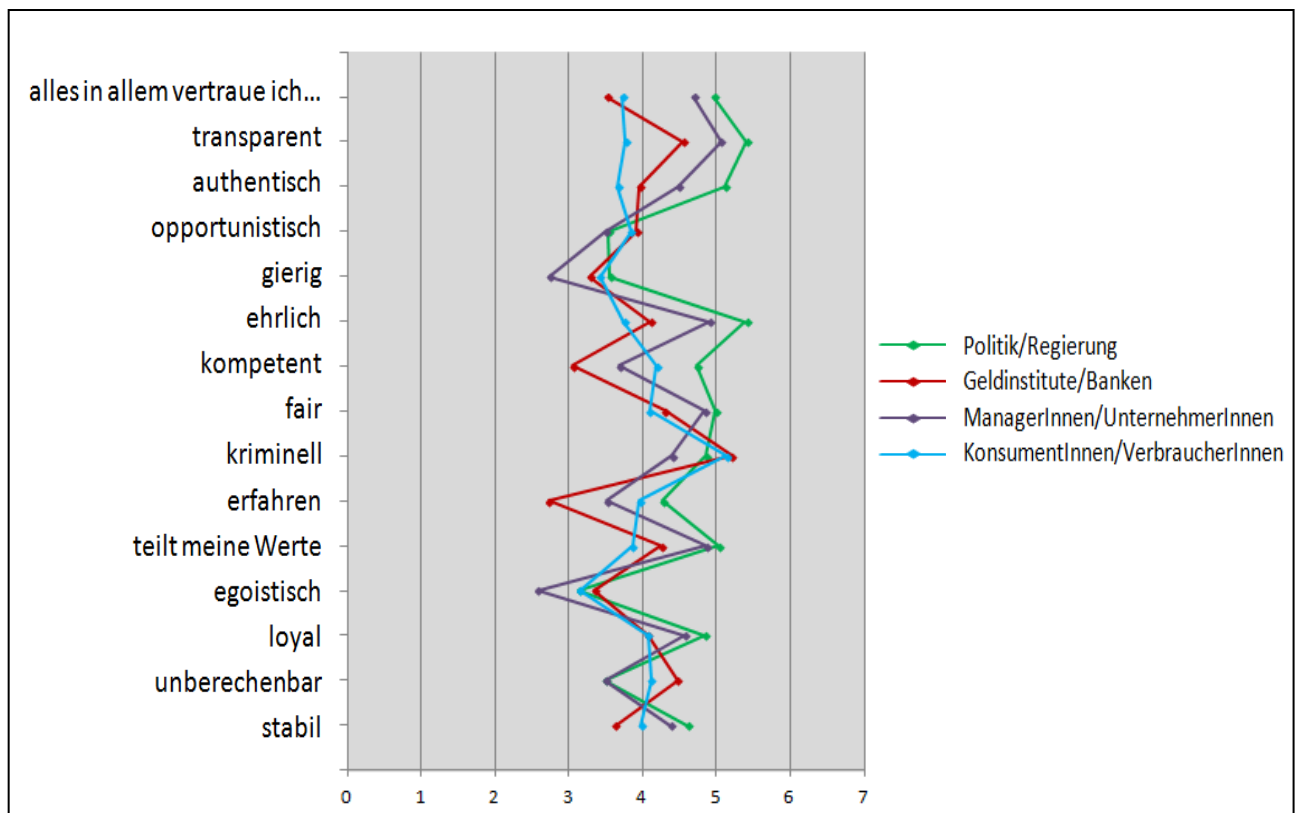


Abbildung 3: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu den Akteuren

Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 7: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „Politik /
Regierung“

	Experten	SD	Laien	SD
stabil	4.58	1.40	4.62	1.41
unberechenbar	3.42	1.67	3.56	1.65
loyal	4.64	1.41	5.03	1.23
egoistisch	3.19	1.61	3.09	1.71
teilt meine Werte	4.93	1.30	5.12	1.38
erfahren	4.24		4.30	
kriminell	5.10	1.68	4.59	1.66
fair	4.90	1.28	5.06	1.38
kompetent	4.68	1.32	4.77	1.41
ehrlich	5.22	1.41	5.57	1.29
gierig	3.53	1.74	3.59	1.70
opportunistisch	3.62	1.52	3.41	1.55
authentisch	4.87		5.35	
transparent	5.24	1.29	5.56	1.19
alles in allem vertraue ich...	4.86	1.40	5.05	1.44

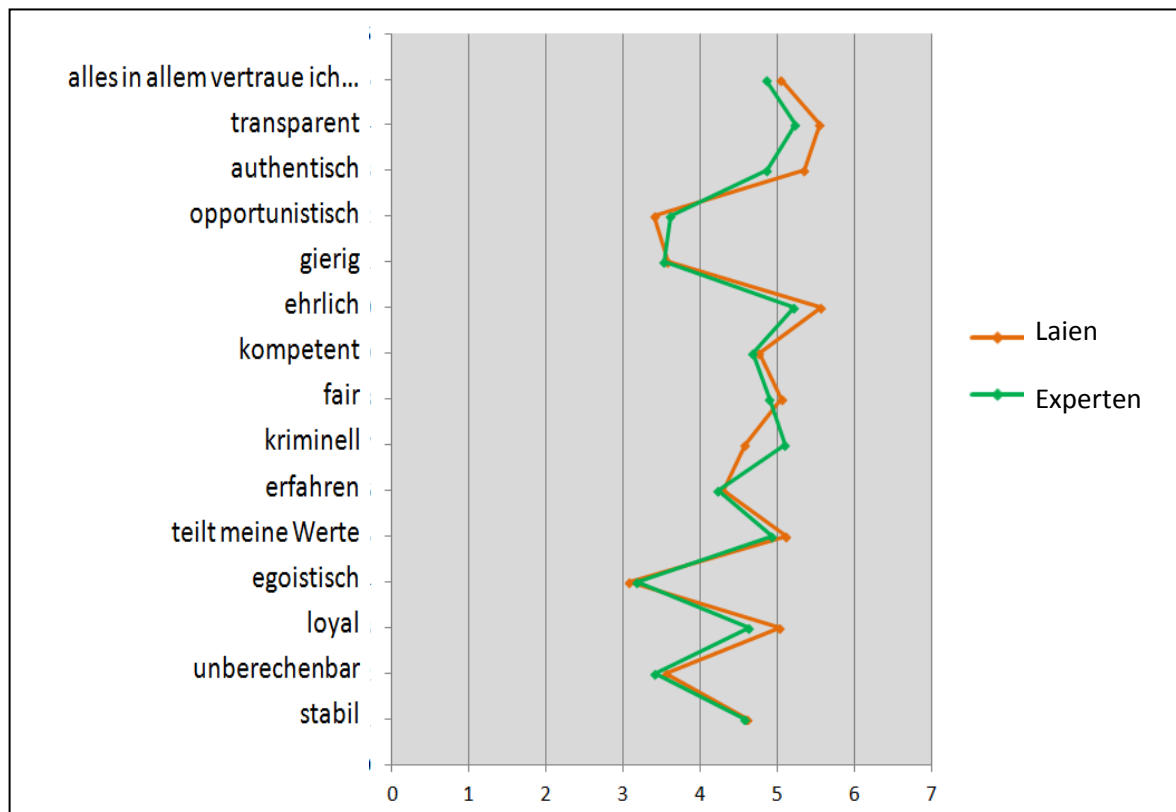


Abbildung 4: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „Politik / Regierung“

Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 8: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „Geldinstitute / Banken“

	Experten	SD	Laien	SD
stabil	2.97	1.26	4.31	1.47
unberechenbar	4.94	1.54	3.98	1.66
loyal	3.39	1.27	4.76	1.33
egoistisch	3.81	1.55	2.88	1.65
teilt meine Werte	3.53	1.49	4.99	1.32
erfahren	2.24		3.22	
kriminell	5.97	1.20	4.44	1.61
fair	3.59	1.33	5.02	1.37
kompetent	2.41	1.12	3.71	1.32
ehrlich	3.37	1.39	4.86	1.45
gierig	3.88	1.71	2.67	1.66
opportunistisch	4.19	1.35	3.62	1.50
authentisch	3.35		4.58	
transparent	3.75	1.46	5.34	1.36
alles in allem vertraue ich...	2.65	1.44	4.39	1.59

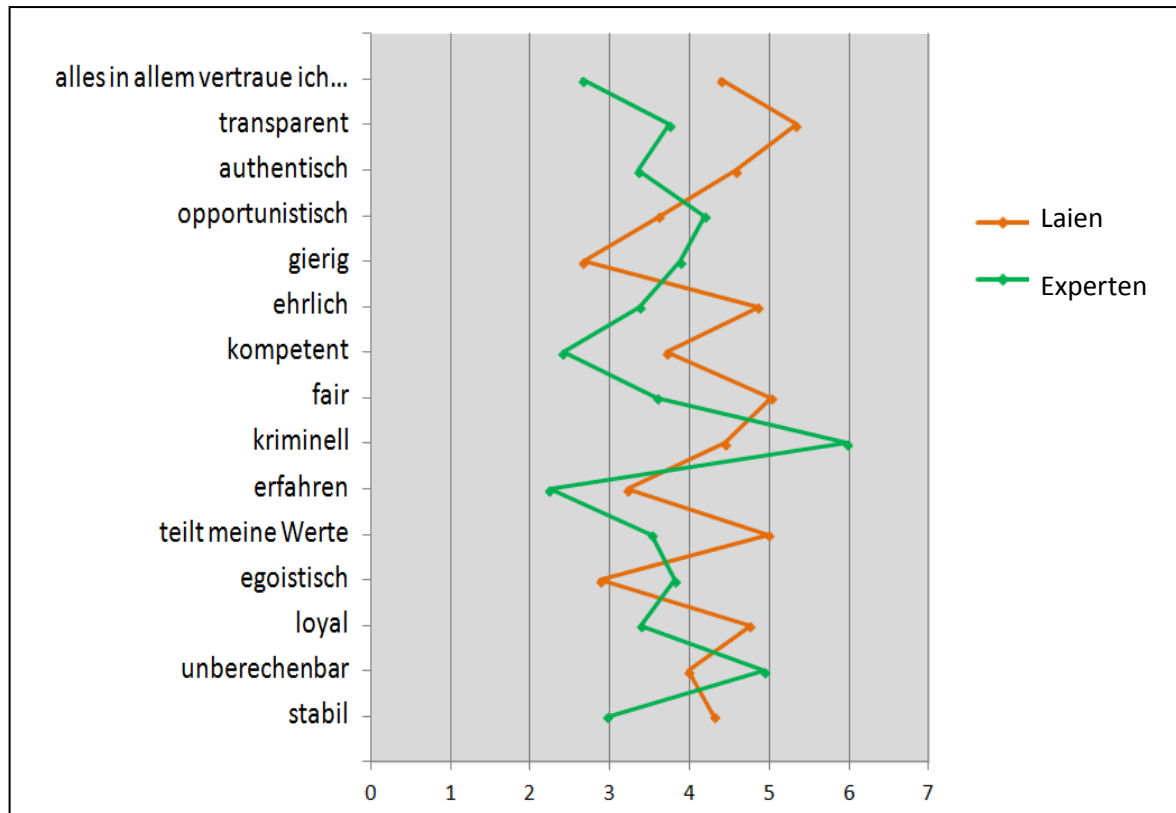


Abbildung 5: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „Geldinstitute / Banken“

Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 9: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

	Experten	SD	Laien	SD
stabil	4.21	1.27	4.56	1.35
unberechenbar	3.62	1.42	3.49	1.69
loyal	4.38	1.41	4.75	1.48
egoistisch	2.64	1.45	2.51	1.48
teilt meine Werte	4.61	1.39	5.12	1.51
erfahren	3.34		3.68	
kriminell	4.84	1.53	3.94	1.64
fair	5.10	1.36	4.84	1.33
kompetent	3.38	1.28	3.98	1.41
ehrlich	4.54	1.28	5.25	1.32
gierig	2.87	1.71	2.59	1.62
opportunistisch	3.66	1.29	3.31	1.59
authentisch	4.24		4.72	
transparent	4.78	1.56	5.36	1.36
alles in allem vertraue ich...	4.26	1.37	5.12	1.37

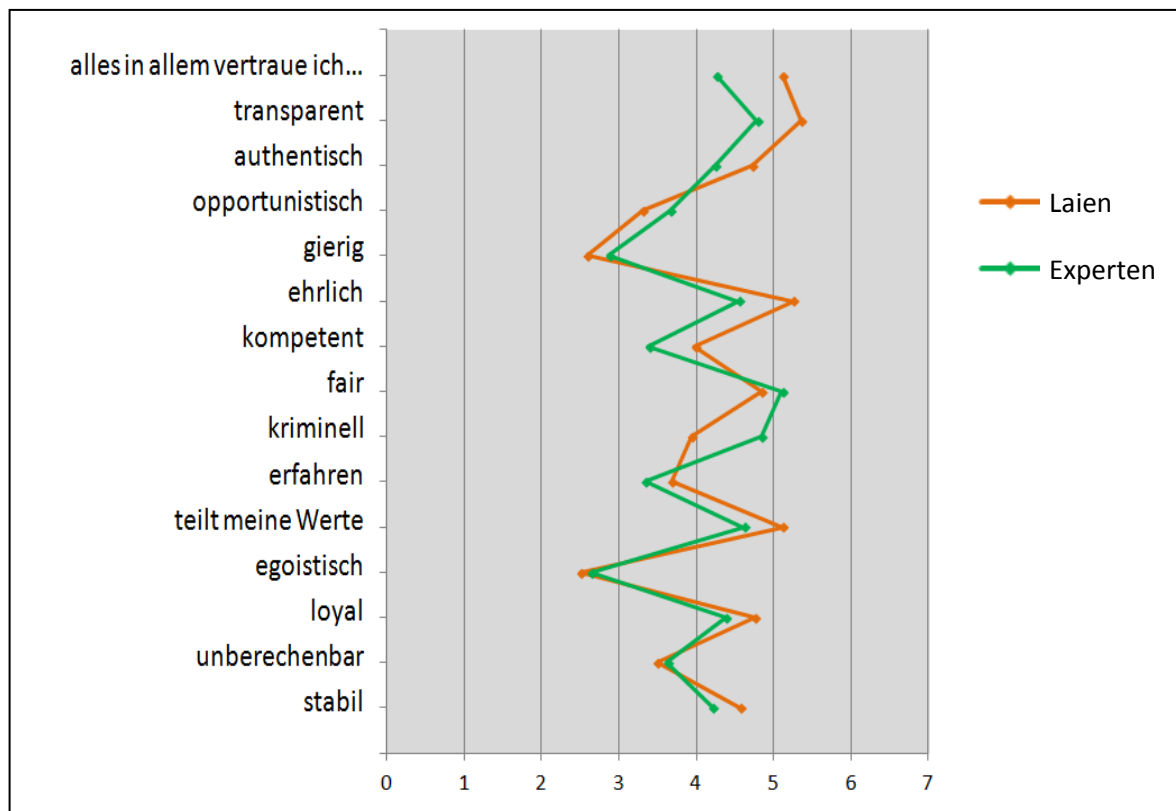


Abbildung 6: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 10: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu
„KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

	Experten	SD	Laien	SD
stabil	4.11	1.09	3.82	1.27
unberechenbar	4.06	1.56	4.16	1.66
loyal	4.15	1.20	3.99	1.32
egoistisch	3.12	1.58	3,19	1.68
teilt meine Werte	3.94	1.17	3,78	1.38
erfahren	4.13		3,76	
kriminell	5,22	1.50	5,40	1.43
fair	4,31	1.2	3,87	1.29
kompetent	4,38	1.09	3,98	1.25
ehrlich	3.85	1.20	3.64	1.21
gierig	3.25	1.62	3.60	1.63
opportunistisch	3.88	1.35	3.80	1.43
authentisch	3.70		3.61	
transparent	3.77	1.27	3.78	1.46
alles in allem vertraue ich...	3.80	1.17	3.63	1.20

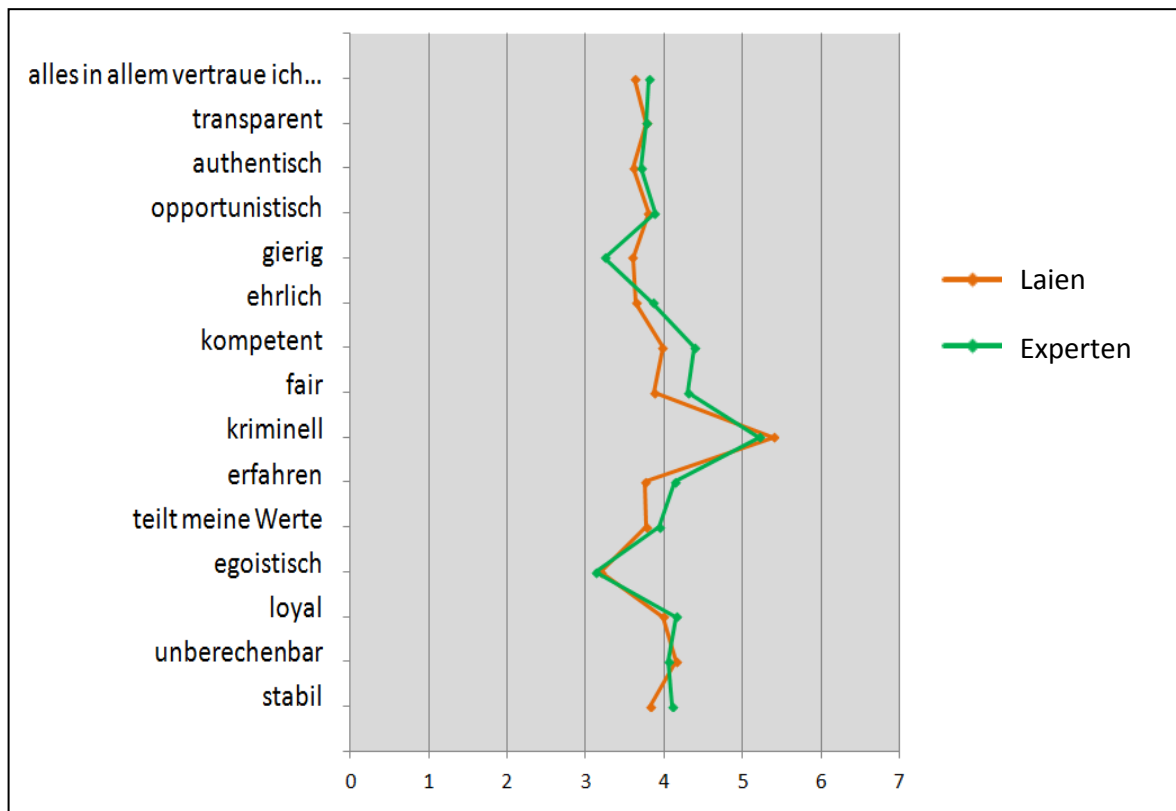


Abbildung 7: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

3.4.3 Überprüfung der Hypothesen

Im nun folgenden Abschnitt werden die oben dargestellten Ergebnisse mit den aufgestellten Hypothesen in Bezug gebracht, sodass diese entweder bestätigt oder die Nullhypothese beibehalten werden muss.

H₁₍₁₎ Die Akteure unterscheiden sich in Bezug auf die Vertrauensfacetten.

Zur Überprüfung obestehender Hypothese wurden die Daten einer Varianzanalyse mit Messwiederholung unterzogen. Da eine zuvor durchgeführte Faktorenanalyse keine sinnvolle Reduktion der Dimensionen der Facetten zugelassen hatte, wurde über die Facetten ein Vertrauensindex gebildet. Dieser berücksichtigt alle Facetten zu gleichen Teilen, wobei die Facetten „unberechenbar“, „egoistisch“, „kriminell“, „gierig“ und opportunistisch – gemäß ihrer Bedeutung für das Konstrukt Vertrauen – umgepolt wurden. Der Index fungierte als abhängige Variable für die Varianzanalyse.

Als Testwert wird aufgrund der gegebenen Sphärizität Wilks' Lambda empfohlen. Es zeigt sich ein signifikantes Ergebnis. $F(2.88, 303) = 107.9, p < .01, \eta^2 = .52$

Die Nullhypothese muss verworfen werden. Es kann davon ausgegangen werden, dass die einzelnen Akteure sich in dem ihnen entgegengebrachten Vertrauen unterscheiden. Die den Mittelwerten zugrunde liegenden Konfidenzintervalle in Abbildung 8 zeigen, dass sich alle Mittelwerte mit Ausnahmmer jener zu den Stimulusworten KonsumentInnen / VerbraucherInnen und Geldinstitute / Banken signifikant voneinander unterscheiden.

Tabelle 11 - Konfidenzintervallgrenzen

	Untere Grenze	Obere Grenze
Politik / Regierung	4,67	4,76
Geldinstitute / Banken	3,80	3,92
ManagerInnen / UnternehmerInnen	4,50	4,60
KonsumentInnen / VerbraucherInnen	3,91	3,98



Abbildung 8: Konfidenzintervalle der Mittelwerte zu den Stimulusworten

H₁₍₂₎ Experten und Laien unterscheiden sich in der Höhe ihres Vertrauens zu den Wirtschaftsakteuren.

Auch das Expertentum hat einen signifikanten Einfluss auf das Vertrauen, das einem Akteur entgegengebracht wird. $F(3,303) = 59.88, p < .01, \eta^2 = .37$.

Generell kann gesagt werden, dass Experten Akteuren ein höheres Vertrauen entgegenbringen als Laien.

Die Nullhypothese muss verworfen werden.

H₁₍₃₎ Experten und Laien nehmen die Vertrauensfacetten der Wirtschaftsakteure unterschiedlich wahr.

Aufgrund der Tatsache, dass die Facetten zu den einzelnen Akteuren - wie zu Beginn des Kapitels erörtert – nicht sinnvoll zu einigen wenigen Dimensionen reduziert werden konnten, kann diese Hypothese nicht der statistischen Überprüfung zugeführt werden. Um dennoch einen Eindruck über die Mittelwerte der Untergruppen zu vermitteln, wurden die Mittelwerte zu den einzelnen Untergruppen in Tabellen und Diagrammen dargestellt. Aufgrund der großen Anzahl an Paarvergleichen und der damit einhergehenden Alphakumulierung musste auf eine inferenzstatistische Auswertung auf Ebene der Facetten verzichtet werden.

Facetten des Vertrauens in Politik / Regierung (Abbildung 4)

Die abgebildeten Kurven haben augenscheinlich einen sehr ähnlichen Verlauf. Auch die Einschätzung der einzelnen Facetten des Vertrauens in Politik / Regierung sind ähnlich hoch. Offenbar besteht wenig Unterschied zwischen Experten und Laien in der Wahrnehmung der Politik /Regierung.)

Facetten des Vertrauens in Geldinstitute / Banken (Abbildung 5)

Im Vergleich zu der Darstellung der Facetten des Vertrauens in Politik / Regierung zeigt sich auch bei den Facetten des Vertrauens in Geldinstitute / Banken ein sehr einheitliches Bild. Jedoch liegen die Kurven deutlicher auseinander. In ihrer Bedeutung ist der Verlauf der Linien im Diagramm sehr ähnlich, da die Items „unberechenbar“, „egoistisch“, „kriminell“, „gierig“ und „opportunistisch“ als nicht vertrauensförderlich eingestuft werden und somit hohe Bewertungen mit Vertrauen assoziiert werden.)

Facetten des Vertrauens in ManagerInnen / UnternehmerInnen (Abbildung 6)

Bei den Facetten des Vertrauens in ManagerInnen / UnternehmerInnen zeigt sich ebenfalls ein eher einheitliches Bild. Zwei etwas größere Unterschiede zwischen Experten und Laien lassen sich in der Einschätzung von ManagerInnen /

UnternehmerInnen in der Facette „kriminell“ und „alles in allem vertraue ich...“ vermuten. In der Facette „kriminell“ liegen die Mittelwerte 0.9 Punkte auf der Skala auseinander und Laien schätzen ManagerInnen und UnternehmerInnen augenscheinlich als krimineller ein als Experten. Der Mittelwert der Antworten der Laien bei der Facette „alles in allem vertraue ich ManagerInnen / UnternehmerInnen liegt bei 4.26. Der Wert für die Gruppe der Experten liegt bei 5.12. Das ergibt eine Distanz von 0.86 . Beide Werte zeugen nicht von sehr hohem Vertrauen, jedoch dürfte das Vertrauen in der Gruppe der Experten ManagerInnen und UnternehmerInnen gegenüber noch etwas mehr gegeben sein als in der Gruppe der Laien.

Facetten des Vertrauens in Konsumentinnen / VerbraucherInnen (Abbildung 7)

Die Einschätzungen der Experten und Laien hinsichtlich der Facetten des Vertrauens in Konsumentinnen / VerbraucherInnen tendieren - abgesehen von den Facetten „kriminell“, „gierig“ und „egoistisch“ - augenscheinlich zur Skalenmitte. Es scheint als würden KonsumentInnen / VerbraucherInnen von Experten und Laien als wenig kriminell, dafür aber etwas gierig und egoistisch wahrgenommen werden.

H₁₍₄₎ Es bestehen Wechselwirkungen zwischen der Zugehörigkeit zur Gruppe der Experten oder Laien und Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung .

Diese Nullhypothese wurde nicht verworfen. Der Wechselwirkungseffekt zwischen den Variablen Expertentum und Optimismus hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung hatte keinen signifikanten Einfluss auf das Vertrauen, das Akteuren entgegengebracht wird. Es bestehen folglich keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen der optimistischen Experten, optimistischen Laien, pessimistischen Experten und pessimistischen Laien. $F(3,303) = 59.88, p < .01, \eta^2 = .37$

//richtige Werte einsetzen

3.4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Das vorangegangene Kapitel zeigte die Erhebung und statistische Auswertung des Datenmaterials. Es interessierte die Bedeutung von Vertrauen in Zeiten der Wirtschaftskrise. Experten und Laien auf dem Gebiet der Finanzwirtschaft schätzten die Vertrauenswürdigkeit von vier Akteuren der Wirtschaft ein, indem sie angaben, wie sehr 15 vorgegebene, in der Literatur begründete, Facetten auf den jeweiligen Akteur zutrafen. Da als gesichert angesehen werden kann, dass Optimismus hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung auch die Wahrnehmung von Akteuren (Vertrauenssubjekten) beeinflusst, wurde auch der Optimismus hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung mit erhoben.

Um das Datenmaterial einer statistischen Auswertung zuführen zu können wurde ein Index gebildet, der die Vertrauensfacetten beinhaltet und als abhängige Variable in eine Varianzanalyse eingeht.

In der Varianzanalyse wurden die vier Akteure als Messwiederholung behandelt, da es sich um Messwerte von je einer Person handelt. Das Ergebnis der Varianzanalyse zeigte einen signifikanten Effekt für die Messwiederholung, einen signifikanten Effekt für die unabhängige Variable Expertentum, die die Zugehörigkeit eines Teilnehmers zur Gruppe der Experten oder jener der Laien bezeichnet. Außerdem übt noch der personenspezifische Optimismus einen Effekt auf das Vertrauen aus, das den Akteuren entgegengebracht wird. Es besteht kein signifikanter Einfluss der Wechselwirkung auf das Vertrauen, das den Akteuren entgegengebracht wird.

Die wahrgenommenen Facetten des Vertrauens werden im Rahmen dieser Arbeit nicht inferenzstatistisch ausgewertet, sondern deskriptiv: In Bezug auf Facetten des Vertrauens in Politik / Regierung kann gesagt werden, dass die Wahrnehmungen von Experten und Laien bei diesem Akteur augenscheinlich sehr ähnlich sind. Auch bei den Facetten des Vertrauens in Geldinstitute / Banken zeigt sich ein eher einheitliches Bild. Jedoch liegen die Kurven deutlicher auseinander, was auf Unterschiede zwischen Experten und Laien schließen lässt. In Bezug auf Facetten des Vertrauens in ManagerInnen / UnternehmerInnen stechen zwei etwas größere Unterschiede (von den sonst eher einheitlichen Experten- und Laienwerten) hervor. Die Facette „kriminell“ und „alles in allem vertraue ich...“ lassen Unterschiede zwischen Experten und Laien

vermuten: Laien schätzen ManagerInnen und UnternehmerInnen augenscheinlich als krimineller ein als Experten. Das Vertrauen in der Gruppe der Experten ManagerInnen und UnternehmerInnen gegenüber ist höher als jenes in der Gruppe der Laien.

4 Diskussion

Ziel der vorliegenden Arbeit war die Erforschung der Bedeutung von Vertrauen in Zeiten der Wirtschaftskrise. Unter Berücksichtigung eines möglichen Unterschieds zwischen Experten und Laien sowie zwischen Optimisten und Pessimisten. Im folgenden Kapitel sollen die Ergebnisse interpretiert und mit bereits vorhandenen Literatur in Zusammenhang gebracht werden. In weiterer Folge wird die vorliegende Arbeit kritisch betrachtet und es soll ein Ausblick auf eventuell folgende Forschungsarbeiten geliefert werden.

4.1 Interpretation der Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die Ergebnisse aus dem letzten Kapitel interpretiert und mit der zugrundeliegenden Literatur in Beziehung gesetzt.

Es kann davon ausgegangen werden, dass die einzelnen Akteure sich in dem ihnen entgegengebrachten Vertrauen unterscheiden. Betrachtet man die Mittelwerte in ihrer Höhe (wobei niedrige Zahlenwerte hohes Vertrauen bedeuten und hohe Zahlenwerte für niedriges Vertrauen stehen, so zeigt sich, dass Politik / Regierung ($M = 4.72$, $SD = .87$) am wenigsten mit Attributen assoziiert wird, die in der Literatur als vertrauensförderlich angegeben wurden. Auch ManagerInnen / UnternehmerInnen ($M = 4.54$, $SD = .88$) wird nicht besonders vertraut. In der vorliegenden Stichprobe zeigt sich, dass KonsumentInnen / VerbraucherInnen ($M = 3.95$ $SD=.70$) sowie Geldinstituten / Banken am meisten vertraut wird. Angesichts der Entstehungsgeschichte der Finanz- und

Wirtschaftskrise, an der die Strategien von US-Banken maßgeblich beteiligt waren, ein eher unerwartetes Ergebnis, das möglicherweise seinen Ursprung in der Wahl der Stichprobe hat.

Auch das Expertentum hat einen signifikanten Einfluss auf das Vertrauen, das einem Akteur entgegengebracht wird. Sowohl Politik / Regierung, als auch Geldinstituten / Banken und ManagerInnen / UnternehmerInnen wird von Experten mehr Vertrauen entgegengebracht als von Laien. Der Unterschied ist beim Akteur „Geldinstitute / Banken“ am größten. Das könnte an der Operationalisierung des Expertentums liegen. Die Stichprobe der Experten wurde im Wesentlichen aus Bediensteten einer österreichischen Bank rekrutiert. Denkbar ist, dass hierbei die tägliche Interaktion innerhalb ihres eigenen Arbeitsplatzes mit anderen Bankbediensteten eine große Rolle spielt. Wenn die Atmosphäre am Arbeitsplatz eine angenehme, vertrauensvolle ist, ist es leicht möglich, dass im Sinne eines Halo-Effekts der vertrauenswürdige Kollegenkreis auch auf die Vertrauenswürdigkeit der Institution „Bank“ an sich wirkt.

Über mehrere Akteure hinweg scheint es, als würden Facetten des Vertrauens, die auch häufig in der Medienberichterstattung vorkommen, von Laien extremer eingeschätzt werden als von Experten. Besonders auffällig zeigt sich das in der Facette kriminell. Dafür sind unterschiedliche Begründungen als Interpretation denkbar. Eine ist ein unterschiedlicher Medienkonsum. Experten neigen in ihrem Medienkonsum zu Qualitätsmedien. Deren Berichterstattung orientiert sich an der sachlichen und umfassenden Darstellung der Faktenlage. Medien, die Laien als Zielgruppe bedienen, legen mehr Gewicht darauf, auf effektheischerische Weise kriminelle Machenschaften aufzudecken und kompliziertere Sachverhalte auszulassen, um die Leserschaft nicht zu überfordern. Dementsprechend haben Laien ein stark vereinfachtes Bild der Wirtschaft und bringen Urteile wie „kriminell“ leichter über die Lippen als Experten, die die Zusammenhänge besser verstehen.

Laien könnten – bedingt durch die einseitige Berichterstattung – eine verzerrte Einschätzung der Zahl der tatsächlich kriminellen Vertreter von Banken, Unternehmen und Politik haben. Der regelmäßige Kontakt von Experten zu Kollegen aus der Bank,

Unternehmern und staatlichen Einrichtungen wie z.B. dem Finanzamt schafft hier einen Ausgleich.

Außerdem könnte in der Gruppe der Experten ein Ingroup-Outgroup-Phänomen (Tajfel, 1970) zeigen: Wenn sich Experten der Gruppe der Wirtschaftsakteure mehr zugehörig fühlen als Laien, hätte das zur Folge, dass sie die eigene Gruppe als positiver (also in dem Fall weniger kriminell) wahrnehmen.

Ein interessantes Ergebnis zeigt sich hinsichtlich der Einschätzung von KonsumentInnen / VerbraucherInnen. Während sich die Antworten von Experten und Laien bei allen anderen Akteuren über beinahe die gesamte Skalenbreite erstrecken, tendieren die Antworten zu den Facetten für KonsumentInnen / VerbraucherInnen mit Ausnahme der Facetten „kriminell“, „gierig“ und „egoistisch“ sehr zur Skalenmitte. Es scheint als hätten sowohl Experten als auch Laien kein sonderlich differenziertes Bild von der Gruppe der Konsumenten. Da sich in der Gruppe der Konsumenten die gesamte Bevölkerung widerspiegelt, könnte diese Gruppe als sehr heterogen eingestuft werden.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2008 hat sich zu einer Vertrauenskrise entwickelt. Welche konkreten Maßnahmen zum Aufbau des verlorengegangenen Vertrauens notwendig sind, lässt sich im Rahmen dieser Arbeit noch nicht beantworten. In jedem Fall aber lohnt es sich Maßnahmen auf unterschiedliche Zielgruppen abzustimmen.

4.2 Kritik und Ausblick

Zum Schluss soll an der vorliegenden Arbeit noch inhaltliche Kritik geübt werden. Es soll aufgezeigt werden, welche Eckpunkte bei der folgenden Forschung gleich zu Beginn berücksichtigt werden könnten um Schwierigkeiten zu vermeiden.

Wie im theoretischen Teil ersichtlich ist das Feld der Vertrauensforschung ein sehr weites. Die inhaltlichen Zugänge könnten unterschiedlicher nicht sein. Zur Erforschung von Vertrauen in Krisenzeiten kann ein qualitativer Forschungsansatz

eventuell noch aussagekräftigere Ergebnisse bringen. Anstatt die Facetten des Vertrauens aus der Literatur vorzugeben würden dann Experten und Laien unabhängig voneinander nach ihren Assoziationen zu „Vertrauen“ und den Akteuren befragt werden.

Wie eingangs erwähnt entstand die vorliegende Arbeit im Rahmen einer umfassenderen Untersuchung. Der Originalfragebogen umfasst insgesamt neun DIN A4-Seiten. Zu hinterfragen ist deshalb, ob die Länge des Originalfragebogens bereits einen Einfluss auf das Antwortverhalten hatte. Wenn die Probanden zum zugrundeliegenden Teil des Fragebogens kommen, haben sie bereits drei Seiten frei beantwortet, was kognitiv anstrengender ist als Items mit Multiple-Choice-Antwortformat. Ermüdungserscheinungen oder Konzentrationsschwächen könnten zu einem weniger gewissenhaften Beantworten des Fragebogens führen.

Ein Kritikpunkt an der Arbeit ist die Art und Weise wie die Variable Expertentum in der zugrundeliegenden Stichprobe operationalisiert wurde: Es wurden Angestellte einer österreichischen Bank befragt. Es scheint möglich, dass die Versuchspersonen bei der Beantwortung der Items in Bezug auf Banken / Geldinstitute in einen Zustand objektiver Selbstaufmerksamkeit (Duval & Wicklund, 1972) versetzt wurden, der das Antwortverhalten beeinflusst. Unklar ist dabei in welche Richtung das Antwortverhalten geändert würde. Ein Experiment von Pryor, Gibbons und Wicklund (1973) zeigte, dass sich Versuchspersonen im Zustand erhöhter Selbstaufmerksamkeit eher an ihren eigenen Idealen orientieren als wenn sie sich nicht in diesem Zustand befinden. Für die vorliegende Arbeit bedeutet das, dass vor allem die Antworten der Expertengruppe zum Akteur „Geldinstitute / Banken“ verzerrt sein könnten.

Ein ähnliches Phänomen wird beim Akteur „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“ vermutet. Da betrifft es zwar beide Teilstichproben, die der Experten und die der Laien, jedoch ist unklar, ob sich Laien von dem Zustand objektiver Selbstaufmerksamkeit stärker oder weniger stark beeinflussen lassen wie Experten.

So wie der Zustand der objektiven Selbstaufmerksamkeit ein zeitlich begrenzter ist, und von ihm beeinflusste Wahrnehmungen und Gedanken nicht beliebig generalisierbar sind, sollten auch die hier vorliegenden Ergebnisse nur vorsichtig generalisiert werden:

Da es sich bei der Untersuchung um eine einmalige Erhebung handelt, können dynamische Effekte, Veränderungen über die Zeit nicht beleuchtet werden.

Die Art der Erhebung der Daten, nämlich durch Ausfüllen eines Fragebogens, wirft einen Kritikpunkt auf, der sich auch kaum beheben lässt. Selektionseffekte sind naturgemäß nicht feststellbar. Es kann kein Vergleich zwischen Personen angestellt werden, die den Fragebogen ausfüllten und jenen, die sich nicht freiwillig bereit erklärten. Dementsprechend ist auch in diesem Punkt bei einer Generalisierung der Ergebnisse auf die Gesamtbevölkerung zur Vorsicht geraten.

Die Facette „kriminell“, die in einigen Untergruppen (Experten/Laien x Akteure) entweder durch Unterschiede zwischen Experten- und Laienbewertungen oder durch extreme Ausprägungen (in Richtung der Skalenpole) auffiel, wirft eine Frage auf: Ist eine Person oder eine Institution bereits vertrauenswürdig, wenn sie bloß als „nicht kriminell“ bewertet wird, oder wird dadurch nur Misstrauen vermieden? Huang und Dastmalchian (2006) schlagen analog zur 2-Faktoren-Theorie zur Arbeitszufriedenheit (Herzberg, 1959) vor, Vertrauen und Misstrauen als voneinander getrennte Konstrukte zu betrachten. Demnach gebe es Zuschreibungen an Vertrauenssubjekte, die das Entstehen von Vertrauen fördern und jene, die verhindern, dass Misstrauen entsteht, aber selbst noch nichts zum Entstehen von Vertrauen beitragen. Die Aufgliederung könnte als in „vertrauensförderliche Facetten“ und in „Hygienefaktoren“ geschehen und in weiterführenden Arbeiten berücksichtigt werden.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2008 hat sich zu einer Vertrauenskrise entwickelt. Welche Maßnahmen im Detail zum Aufbau des verlorengegangenen Vertrauens notwendig sind, lässt sich im Rahmen dieser Arbeit nicht beantworten. In jedem Fall aber lohnt es sich Maßnahmen auf unterschiedliche Zielgruppen und unterschiedliche Akteure abzustimmen.

5 Literaturverzeichnis

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*, 2, 267-299.
- Aiken, L. R. (2002). *Attitudes and related psychosocial constructs: theories, assessment and research*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Bachmann, R. & Inkpen, A. C. (2007). *Trust and Institutions*. Wien: Reihe Soziologie / Sociological Series 84 Wien: Institut für Höhere Studien.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2002). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung*. Heidelberg: Springer.
- Bastounis, M., Leiser, D. & Roland-Lévy, C. (2004). Psychosocial variables involved in the construction of lay-thinking about the economy. *Journal of Economic Psychology*, 25, 263-278.
- Berg, J., Dickhaut, J., & McCabe, K. (1995). Trust, reciprocity, and social history. *Games and Economic Behavior*, 10, 122–142.
- Bloss, M., Ernst, D., Häcker, J. & Eil, N. (2008). *Von der Subprime-Krise zur Finanzkrise*. München: Oldenbourg.
- Bollen, J. & Mao, H. (2011). Twitter Mood as a Stock Market Predictor. *Computer*, 44(10), 91-94.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4. neubearbeitete Aufl.). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Cezanne, W. (2002). *Allgemeine Volkswirtschaftslehre*. München: Oldenbourg.
- Child, J. & Möllering, G. (2003). Contextual Confidence and Active Trust Development in the Chinese Business Environment. *Organization Science*, 14(1), 69-80.
- Clases, C., Ryser, T. & Jevic, M. (2008). Prozessvertrauen – Missing-Link zwischen interpersonalem Vertrauen und Systemvertrauen. *Wirtschaftspsychologie*, 1, 20-26.
- Cook, T. E. & Gronke, P. (2005). The Skeptical American: Revisiting the Meanings of Trust in Government and Confidence in Institutions. *The Journal of Politics*, 67 (3), 784-803.
- DER STANDARD (2011). *Vertrauensverlust gefährdet Wachstum*. <http://derstandard.at/1319180906103/ Occupy-Wall-Street-Vertrauensverlust-gefaehrdet-Wachstum>, Last modified date 21.10.2011.

- Desmet, P. T. M., De Cremer, D. & Van Dijk, E. (2011). Trust recovery following voluntary or forced financial compensations in the trust game: The role of trait forgiveness. *Personality and Individual Differences*, 51, (3), 267-273.
- Deutsch, M. (1958). Trust and Suspicion. *The Journal of Conflict Resolution* 2,(4), 265-279.
- Die Presse (2008). *Keine Mehrheit für eine Rettung heimischer Banken mit Steuergeld*. <http://diepresse.com/home/wirtschaft/finanzkrise/421766/Keine-Mehrheit-fuer-eine-Rettung-heimischer-Banken-mit-Steuergeld>, Last modified date: 10.10.2008.
- Die Presse (2011). *US-Verbraucher packt die Angst vor Rezession*. <http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/685324/-USVerbraucher-packt-die-Angst-vor-Rezession>, Last modified date 12.08.2011.
- Die Presse (2011). *Wenig Politikvertrauen*. <http://diepresse.com/home/politik/eu/717430/Wenig-Politikvertrauen>, Last modified date 16.12.2011.
- Die Presse (2012). *Franzosen vertrauen ihrem neuen Präsidenten nicht mehr*. <http://diepresse.com/home/politik/aussenpolitik/1298367/Franzosen-vertrauen-ihrem-neuen-Praesidenten-nicht-mehr>, Last modified date 07.10.2012
- Die Presse (2012). *Amerikaner ziehen massiv Geld von europäischen Banken ab*. <http://diepresse.com/home/wirtschaft/boerse/717136/Amerikaner-ziehen-massiv-Geld-von-europaeischen-Banken-ab>, Last modified date: 15.12.2012.
- Die Süddeutsche (2010) Roland Berger im Interview „Die Krise ist bis 2010 überstanden“. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/roland-berger-im-interview-die-krise-ist-bis-ueberstanden-1.517878-4>, Last modified date: 10.05.2010
- Die Zeit (2005) *Stellen streichen für mehr Gewinn*. <http://www.zeit.de/2005/20/dbank>, Last modified date: 18.05.2005.
- Duval, S. & Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic Press.
- Earle, T.C. (2009). Trust, confidence and the 2008 global financial crisis. *Risk Analysis*, 29 (6), 785-792.
- Edelmann Trust Barometer (2009) Download am 14.08.2013 von <http://www.edelman.ie/index.php/insights/trust-barometer/>

- Enste, D. H., Haferkamp, A. & Fetchenhauer, D. (2009). Unterschiede im Denken zwischen Ökonomen und Laien – Erklärungsansätze zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Beratung. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 10(1), 60-78.
- Erikson, E.H. (1966): *Identität und Lebenszyklus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.
- Frankfurter Allgemeine (2008). *Banken Vertrauenskrise*.
<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/banken-vertrauenskrise-1693248.html>, Last modified date 30.09.2008.
- Format (2009). *Vertrauens-Krise: Der Glaube an den Markt und die Politik ist nachhaltig erschüttert*.
<http://www.format.at/articles/0934/528/249074/vertrauens-krise-der-glaube-markt-politik>, Last modified date: 23.08.2009.
- Fehr, E. & Gächter, S. (2000). Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments. *The American Economic Review*, 90 (4), 980-994.
- Felfe, J. (2006). Transformationale und charismatische Führung – Stand der Forschung und aktuelle Entwicklungen. *Zeitschrift für Personalpsychologie*, 5, 163-176.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Freitag, M. & Bühlmann, M. (2009). Crafting Trust: The Role of Political Institutions in a comparative Perspective. *Comparative Political Studies*, 42, 1537-1566.
- Giddens, A. (1988). *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Handelsblatt (2011). *Skandal bei der UBS – Die Bad Banker*.
<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/banken/skandal-bei-der-ubs-die-bad-banker/4611176.html>, Last modified date: 15.09.2011.
- Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: Wiley.
- Huang, H. J. & Dalmalchian, A. (2006). Implications of trust and distrust for organizations: ole of customer orientation in a four-nation study. *Personnel Review*, 35(4), 361-377.
- Hundhausen, C. (1951). *Werbung um öffentliches Vertrauen: Public Relations*. Essen: Girardet.

- Husemann, R. C., Hatfield, J. D. & Miles, E. W. (1987). A New Perspective on Equity Theory: The Equity Sensitivity Construct. *Academy of Management Review*, 12(2), 222-234.
- Jungnikl, S. & Völker, M. (5.11.2011) „Es gibt ein massives Vertrauensproblem“. *DER STANDARD*, 9.
- Kapusta, N. (2012). *Aktuelle Daten und Fakten zur Zahl der Suizide in Österreich 2011*. www.suizidforschung.at/statistik_suizide_oesterreich_2011.pdf Last modified date: 07.12.2012.
- Kenning, P. & Blut, M. (2006). *Vertrauen: Ein Objekt des Marketingmanagements?!*. In Bauer, H. H., Neumann, M. M. & Schüle, A. (Eds). *Konsumentenvertrauen. Konzepte und Anwendungen für ein nachhaltiges Kundenbindungsmanagement*. (3-16). München: Verlag Franz Vahlen.
- Kirchler, E. (2009). Vertrauen in der Wirtschaft: Regeln und Kontrollen oder Verhaltensprinzipien und Kooperation. *Zeitschrift für das gesamte Bank- und Börsenwesen*. 57, 776-785.
- Kosfeld, M., Heinrichs M., Zak, P.J., Fischbacher, U. & Fehr E. (2005). Oxytocin increases trust in humans. *Nature*. 435, 673-676.
- Krugmann, P. (2009). *Die neue Weltwirtschaftskrise*. Frankfurt am Main: Campus.
- Luhmann, N. (1989). *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität* (3.Aufl.). Stuttgart: Enke.
- MacKenzie, S. M., Podsakoff, P. M. & Rich, G. A. (2001). Transformational and transactional leadership and sales-person performance. *Journal of Academy of Marketing Science*, 29, 115-134.
- Marchetti, A., Castelli, I., Harlé, K. M., Sanfey, A. G. (2011). Expectations and outcome: The role of Proposer features in the Ultimatum Game. *Journal of Economic Psychology*, 32 (3), 446-449.
- Maring, M. (Hrsg.). (2010). *Vertrauen – zwischen sozialem Kitt und der Senkung von Transaktionskosten*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Möllering, G. & Sydow, J. (2006). *Organisationen vertrauen – Organisationales Vertrauen in Kunden-Lieferanten-Beziehungen* In Bauer, H. H., Neumann, M. M. & Schüle, A. (Eds). *Konsumentenvertrauen. Konzepte und Anwendungen für ein*

- nachhaltiges Kundenbindungsmanagement*. (63-76). München: Verlag Franz Vahlen.
- Oerter, R. & Montada L. (2002) *Entwicklungspsychologie*. Weinheim: Beltz.
- Pirson, M. & Malhotra, D. (2008). Unconventional insights in managing stakeholder trust. *Harvard Business School NOM Working Paper*, 08-057.
- Pryor, J.B., Gibbons, F. & Wicklund, R.A. (1973). Self-focused attention and self-report validity. *Journal of Personality*, 45, 513-527.
- Renker, C. (2005) *Relationship-Marketing*. Heidelberg: Springer.
- Ripperger, T. (1998). *Ökonomik des Vertrauens*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Rombach, H. (1970). *Lexikon der Pädagogik*. Freiburg im Breisgau: Herder.
- Roth, F. (2009). The effect of the financial crisis on systemic trust. *Intereconomics* 44, 4, 203-208.
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal vs. external control of reinforcement. *Psychological Monographs: general and Applied* 80.
- Schweer, M. (2003). Vertrauen als Organisationsprinzip: Vertrauensförderung im Spannungsfeld zwischen personalem und systemischen Vertrauen. *Erwägen, Wissen, Ethik* (Bd.14, 323-332). Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Schweer, M. (2010). *Vertrauensschwund schlägt sich auf den Unternehmenserfolg*. http://www.haufe.de/personal/newsDetails?newsID=1290532860.24&d_start:int=41&topic=Personalentwicklung&topicView=Personalentwicklung&b_start:int=39&-C=.htm. Last modified date: 24.11.2010.
- Schweer, M. & Thies, B. (2003). *Vertrauen als Organisationsprinzip*. Bern: Huber.
- Spiegel (2010). *Manager Boni: Empörung über Spitzengehälter trotz Bankenkrise*. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/manager-boni-empoerung-ueber-spitzengehaelter-trotz-bankenkrise-a-719684.html>. Last modified date: 26.09.2010.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 11, 96-102.
- Tajfel, H. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tan, H. H. & Tan, C. (2000). Toward the differentiation of trust in supervisor and trust in organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126, 241-260.

- Thürmer, F. (1998). *Vertrauensmanagement – Erfolg durch ein besseres Miteinander*. München: Langen Müller Herbig.
- Traut-Mattausch, E., Jonas, E., Schwennen, C. & Peus, C. (2011). Things will get better: Führt der Optimismus in den Erfolg von Steuerreformen zu weniger Widerstand, mehr Vertrauen und einer positiveren Einstellung? *Wirtschaftspsychologie*, 1, 43-52.
- Vigoda-Gadot, E. (2007). Citizen's perceptions of politics and ethics in public administration: A five-year national study of their relationship to satisfaction with services, trust in governance, and voice orientation. *Journal of Public Administration Research and Theory*. 17(2), 285-305.
- Williamson, O. E. (1998). Transaction Cost Economics: How it works; Where it is headed. *De Economist*, 146(1), 23-58.
- Zimbardo, P. (1995). *Psychologie*. Heidelberg: Springer.
- Zowislo, N. & Schulz, J. (2006). *Vertrauen statt Transparenz*. In Bauer, H. H., Neumann, M. M. & Schüle, A. (Eds). *Konsumentenvertrauen. Konzepte und Anwendungen für ein nachhaltiges Kundenbindungsmanagement*. (27-38). München: Verlag Franz Vahlen.

6 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gliederung im Konzept von Kenning & Blut (2006, in Bauer, Neumann & Schüle, 2006)

Abbildung 2: Umfrageergebnisse laut „Info Research International“ auf die Frage „Wer ist Ihrer Meinung nach Schuld an der Finanzkrise bei Banken (eigene Darstellung nach Die Presse vom 10.10.2008)

Abbildung 3: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu den Akteuren

Abbildung 4: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „Politik / Regierung“

Abbildung 5: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „Geldinstitute / Banken“

Abbildung 6: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Abbildung 7: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen (Experten und Laien) zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

Abbildung 8: Konfidenzintervalle der Mittelwerte zu den Stimulusworten

Abbildung 9: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Politik / Regierung“

Abbildung 10: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Geldinstitute / Banken“

Abbildung 11: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Abbildung 12: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

7 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Haftstrafen je nach Entscheidungen im Gefangenendilemma (Tajfel, 1970)

Tabelle 2: Soziodemografische Daten getrennt nach Experten und Laien

Tabelle 3: Ergebnisse der Faktorenanalyse zur Entwicklung der Skala „Optimismus in die wirtschaftliche Entwicklung“

Tabelle 4: Ergebnis Varianzanalyse mit Messwiederholung

Tabelle 5: Deskriptive Statistiken – Mittelwerte der Vertrauensindices

Tabelle 6: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu den Akteuren

Tabelle 7: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „Politik / Regierung“

Tabelle 8: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „Geldinstitute / Banken“

Tabelle 9: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Tabelle 10: Mittelwerte der Angaben von Experten und Laien zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

Tabelle 11: Konfidenzintervallgrenzen

Tabelle 12: Inter-Item-Korrelationsmatrix

Tabelle 13: Faktorladungen für Nennungen bei „Politik / Regierung“

Tabelle 14: Faktorladungen für Nennungen bei „Geldinstitute / Banken“

Tabelle 15: Faktorladungen für Nennungen bei „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Tabelle 16: Faktorladungen für Nennungen bei „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

Tabelle 17 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Politik /
Regierung“

Tabelle 18 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Geldinstitute /
Banken“

Tabelle 19 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu
„ManagerInnen / UnternehmerInnen“

Tabelle 20 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu
„KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

8 Anhang

Anhang A – Fragebogen



universität
wien

Fragebogen Soziale Vorstellungen zur Finanz- und Wirtschaftskrise 2010/140.914

Einleitung:

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer!

Im Rahmen eines Projektes von GfK Austria und der Universität Wien bitten wir Sie um die Teilnahme an einer wissenschaftlichen Studie zum Thema „aktuelle wirtschaftliche Veränderungen in Österreich“. Für die Teilnahme an dieser Befragung benötigen Sie kein wirtschaftliches Fachwissen, allein Ihre Meinung ist uns wichtig. Die Beantwortung des Fragebogens dauert höchstens 15 Minuten. Ihre Angaben werden streng vertraulich und anonym behandelt und ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet.

Fragenblock 1

Frage 1a: Bitte nennen Sie – *spontan und ohne lange zu überlegen*– alles, was Ihnen zum folgenden Begriff einfällt:

FINANZ- / WIRTSCHAFTSKRISE

****8 Textfelder vorsehen für offene Nennungen****

****verpflichtende Eingabe zumindest bei 1 Textfeld****

Frage 1b: Beurteilen Sie nun jedes Wort, das Sie genannt haben, danach, ob es für Sie positiv (+), neutral (0) oder negativ (-) ist. Verwenden Sie dabei die drei rechten Spalten.

****Frage 1a stehen lassen, Frage 1b dazu blenden****

****SP, verpflichtende Eingabe****

Frage 1a	Frage 1b		
	+	0	-
1) _____	☐	☐	☐
2) _____	☐	☐	☐
3) _____	☐	☐	☐
4) _____	☐	☐	☐
5) _____	☐	☐	☐
6) _____	☐	☐	☐
7) _____	☐	☐	☐
8) _____	☐	☐	☐

****Fragenblock 2 bis 5 randomisieren!****

Fragenblock 2

Frage 2a: Bitte nennen Sie – *spontan und ohne lange zu überlegen*– alles, was Ihnen zum folgenden Begriff einfällt:

POLITIK/ REGIERUNG

****8 Textfelder vorsehen für offene Nennungen****

****verpflichtende Eingabe zumindest bei 1 Textfeld****

Frage 2b: Beurteilen Sie nun jedes Wort, das Sie genannt haben, danach, ob es für Sie positiv (+), neutral (0) oder negativ (-) ist. Verwenden Sie dabei die drei rechten Spalten.

****Frage 1a stehen lassen, Frage 1b dazu blenden****

****SP, verpflichtende Eingabe****

Frage 2a	Frage 2b		
	+	0	-
1) _____	☐	☐	☐
2) _____	☐	☐	☐
3) _____	☐	☐	☐
4) _____	☐	☐	☐
5) _____	☐	☐	☐
6) _____	☐	☐	☐
7) _____	☐	☐	☐
8) _____	☐	☐	☐

Fragenblock 3

Frage 3a: Bitte nennen Sie – *spontan und ohne lange zu überlegen*– alles, was Ihnen zum folgenden Begriff einfällt:

GELDINSTITUTE / BANKEN

****8 Textfelder vorsehen für offene Nennungen****

****verpflichtende Eingabe zumindest bei 1 Textfeld****

Frage 3b: Beurteilen Sie nun jedes Wort, das Sie genannt haben, danach, ob es für Sie positiv (+), neutral (0) oder negativ (-) ist. Verwenden Sie dabei die drei rechten Spalten.

****Frage 1a stehen lassen, Frage 1b dazu blenden****

****SP, verpflichtende Eingabe****

Frage 3a	Frage 3b		
	+	0	-
1) _____	☐	☐	☐
2) _____	☐	☐	☐
3) _____	☐	☐	☐
4) _____	☐	☐	☐
5) _____	☐	☐	☐
6) _____	☐	☐	☐
7) _____	☐	☐	☐
8) _____	☐	☐	☐

Fragenblock 4

Frage 4a: Bitte nennen Sie – spontan und ohne lange zu überlegen – alles, was Ihnen zum folgenden Begriff einfällt:

MANAGERINNEN / UNTERNEHMERINNEN

****8 Textfelder vorsehen für offene Nennungen****

****verpflichtende Eingabe zumindest bei 1 Textfeld****

Frage 4b: Beurteilen Sie nun jedes Wort, das Sie genannt haben, danach, ob es für Sie positiv (+), neutral (0) oder negativ (-) ist. Verwenden Sie dabei die drei rechten Spalten.

****Frage 1a stehen lassen, Frage 1b dazu blenden****

****SP, verpflichtende Eingabe****

Frage 4a	Frage 4b		
	+	0	-
1) _____	☐	☐	☐
2) _____	☐	☐	☐
3) _____	☐	☐	☐
4) _____	☐	☐	☐
5) _____	☐	☐	☐
6) _____	☐	☐	☐
7) _____	☐	☐	☐
8) _____	☐	☐	☐

Fragenblock 5

Frage 5a: Bitte nennen Sie – spontan und ohne lange zu überlegen – alles, was Ihnen zum folgenden Begriff einfällt:

KONSUMENTINNEN / VERBRAUCHERINNEN

****8 Textfelder vorsehen für offene Nennungen****

****verpflichtende Eingabe zumindest bei 1 Textfeld****

Frage 5b: Beurteilen Sie nun jedes Wort, das Sie genannt haben, danach, ob es für Sie positiv (+), neutral (0) oder negativ (-) ist. Verwenden Sie dabei die drei rechten Spalten.

****Frage 1a stehen lassen, Frage 1b dazu blenden****

****SP, verpflichtende Eingabe****

Frage 5a	Frage 5b		
	+	0	-
1) _____	☐	☐	☐
2) _____	☐	☐	☐
3) _____	☐	☐	☐
4) _____	☐	☐	☐
5) _____	☐	☐	☐
6) _____	☐	☐	☐
7) _____	☐	☐	☐
8) _____	☐	☐	☐

Frage 6: Bitte vervollständigen Sie – *spontan und ohne lange zu überlegen* – den folgenden Satz:
Die derzeitigen wirtschaftlichen Veränderungen sind für mich wie ...

****Offene Frage****
****verpflichtende Eingabe****

(Verbatim liefern => schauen, ob Vercodung möglich wäre)

****Frage 7 bis Frage 10 randomisieren!****

Frage 7: Bitte geben Sie nun an, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf die Politik/die Regierung zutreffen:							
Frage 8: Bitte geben Sie nun an, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf die Geldinstitute/die Banken zutreffen:							
Frage 9: Bitte geben Sie nun an, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf ManagerInnen/UnternehmerInnen zutreffen:							
Frage 10: Bitte geben Sie nun an, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf KonsumentInnen/VerbraucherInnen zutreffen:							
SP ITEMS FÜR FRAGE 7-10 GLEICH: **verpflichtende Eingabe** **Items a-n randomisieren! Item o immer am Ende**	Trifft überhaupt nicht zu						Trifft vollkommen zu
	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
a Stabil	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
b unberechenbar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
c loyal	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
d egoistisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e teilt meine Werte	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
f erfahren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
g kriminell	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
h fair	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
i kompetent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
j ehrlich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
k gierig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
l transparent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
m opportunistisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
n authentisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
o alles in Allem vertraue ich ... (EINBLENDEN) F7: der Politik/der Regierung F8: Geldinstituten/Banken F9: ManagerInnen/ UnternehmerInnen F10: KonsumentInnen/ VerbraucherInnen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Seite 4 von 9

Frage 11: Bitte geben Sie nun an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.							
SP **verpflichtende Eingabe** **Items randomisieren!**	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollkommen zu
	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
a Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald von der Finanzkrise erholen wird.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
b Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
c Ich vertraue darauf, dass die Banken korrekt/sorgfältig mit dem Geld der BürgerInnen umgehen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
d Ich würde keine großen Investitionen im derzeitigen Markt unternehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e Die österreichische Wirtschaft ist von der Finanzkrise weniger betroffen als andere Länder.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
f Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
g Ich vertraue darauf, dass der Staat die Wirtschaft saniert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
h Staat und Wirtschaft müssen kooperieren, um die Krise zu überwinden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
i Die Krise kann weder durch die Wirtschaft selbst saniert, noch durch die Hilfe des Staates überwunden werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
j Ich befürworte die aktuellen Subventionen des Staates in die Wirtschaft.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
k Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Frage 12: Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zu Ihrer Person. Bitte geben Sie an, inwieweit Ihre Meinung mit den folgenden Aussagen übereinstimmt.							
SP **verpflichtende Eingabe** **Items randomisieren!**	Stimme überhaupt nicht zu						Stimme vollkommen zu
	(7)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
a Im Allgemeinen glaube ich, dass den meisten Menschen vertraut werden kann.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
b Auch in ungewissen Zeiten erwarte ich normalerweise das Beste.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
c Es fällt mir leicht, mich zu entspannen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
d Wenn bei mir etwas schief laufen kann, dann tut es das auch.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
e Meine Zukunft sehe ich immer optimistisch.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
f In meinem Freundeskreis fühle ich mich wohl.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
g Es ist wichtig für mich, ständig beschäftigt zu sein.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
h Fast nie entwickeln sich die Dinge nach meinen Vorstellungen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
i Ich bin nicht allzu leicht aus der Fassung zu bringen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
j Ich zähle selten darauf, dass mir etwas Gutes widerfährt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
k Alles in allem erwarte ich, dass mir mehr gute als schlechte Dinge widerfahren.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Frage 13: Sind bzw. waren Sie persönlich direkt von der Wirtschaftskrise betroffen?

SP

1. Ja, und zwar: _____
2. nein

Frage 14: Denken Sie bitte an Ihre finanzielle Situation im vorigen Jahr. Können Sie sich heuer:

SP **verpflichtende Eingabe**

1. viel mehr leisten als im Vorjahr
2. etwas mehr
3. genauso viel
4. etwas weniger
5. viel weniger leisten als im Vorjahr
6. Ich weiß es nicht

Frage 15: Wie schätzen Sie die wirtschaftliche Situation ihres Haushalts in den kommenden zwei Jahren ein?

SP **verpflichtende Eingabe**

1. Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, sehr verbessern
2. Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, eher verbessern
3. Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, nicht verändern
4. Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, eher verschlechtern
5. Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, sehr verschlechtern
6. Ich weiß es nicht

Frage 16: In letzter Zeit wurde in den Medien sehr intensiv über die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise und ihre Auswirkungen berichtet. Wenn Sie daran denken, welche der folgenden Aussagen trifft am besten auf Sie persönlich zu?

SP **verpflichtende Eingabe**

1. Ich habe die Berichterstattung sehr interessiert und bewusst verfolgt.
2. Ich habe gelegentlich ein paar Berichte interessiert mit verfolgt.
3. Ich habe nur am Rande davon gehört, aber mich nicht weiter damit beschäftigt.
4. Ich habe davon eigentlich so gut wie nichts mitbekommen.
5. Ich habe noch gar nichts davon gehört.

Frage 17: Woher beziehen Sie Ihre Nachrichten/Informationen über die Wirtschaftskrise?
MP

1. Tageszeitungen, und zwar: _____
2. Zeitschriften, Magazine, und zwar: _____
3. Fernsehen, und zwar: _____
4. Radio, und zwar: _____
5. Internet, und zwar: _____

Frage 18: Wie oft nutzen Sie folgende Informationsquellen über die Wirtschaftskrise?

SP **verpflichtende Eingabe**

- 1= täglich
2= mehrmals pro Woche
3= einmal pro Woche
4= seltener als einmal pro Woche
5= nie

1. Tageszeitungen
2. Zeitschriften, Magazine
3. Fernsehen
4. Radio
5. Internet
6. persönliche Gespräche

Frage 19: Erleben Sie persönlich die Krise im Vergleich zu Ihrer ursprünglichen Einschätzung als ...

SP **verpflichtende Eingabe**

1. viel schlimmer
2. eher schlimmer
3. weniger schlimm
4. deutlich weniger schlimm
5. Genauso wie ich sie ursprünglich eingeschätzt habe
6. Weiß nicht

Frage 20: Wie würden Sie Ihr persönliches Verständnis von wirtschaftlichen Zusammenhängen einschätzen?

SP **verpflichtende Eingabe**

1. sehr gut
2. eher gut
3. eher schlecht
4. sehr schlecht

STATISTIK

Abschließend bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person:

Stat 1: Geschlecht

SP ****verpflichtende Eingabe****

1. weiblich
2. männlich

Stat 2: Alter (in Jahren)

****verpflichtende Eingabe****

****Nummernfeld von 1-99****

Stat 3: Muttersprache

SP ****verpflichtende Eingabe****

1. Deutsch
2. Englisch
3. Andere und zwar: _____

Stat 4: Nationalität

SP ****verpflichtende Eingabe****

1. Österreich
2. Andere und zwar: _____

Stat 5: Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?

(Zählen Sie sich selbst bitte mit)

****verpflichtende Eingabe****

****Nummernfeld von 1-99****

Stat 6: Welche ist Ihre höchste, abgeschlossene Schulbildung?

SP ****verpflichtende Eingabe****

1. Pflichtschule/Grundschule
2. Lehrabschluss/Berufsbildende Schule (ohne Matura)
3. Matura/Kolleg
4. Fach-/Hochschule/Universität
5. Andere und zwar: _____

Stat 7a: Wie viele Einwohner hat der Ort/die Stadt, in der Sie leben?

SP ****verpflichtende Eingabe****

1. bis 2.000 Einwohner
2. bis 5.000 Einwohner
3. bis 50.000 Einwohner
4. bis 1 Mio. Einwohner
5. 1 Mio. und mehr (Wien)

Stat 7b: In welchen Bundesland leben Sie?
SP **verpflichtende Eingabe**

1. Vorarlberg
2. Tirol
3. Salzburg
4. Oberösterreich
5. Kärnten
6. Steiermark
7. Burgenland
8. Niederösterreich
9. Wien

AN ALLE

Stat 8: Bitte geben Sie ihre derzeitige Beschäftigung an:
SP **verpflichtende Eingabe**

1. selbstständig / freie Berufe (NICHT angestellt)
2. leitende Angestellte / Beamte / Manager
3. qualifizierte Angestellte / Beamte
4. nicht leitende Angestellte / Beamte
5. un-/angelernte Arbeiter
6. Lehrling, PraktikantIn, StudentIn
7. Hausfrau, unterstützender EhepartnerIn
8. derzeitige Freistellung, z.B.: Karenz
9. arbeitslos
10. Andere und zwar: _____

STAT 8A+B NUR FÜR LAIENSTICHPROBE

Stat 8a: Sind Sie selbst beruflich in Verbindung zum Finanzdienstleistungssektor?

SP **verpflichtende Eingabe**

1. ja => ENDE (Muss als Screener am Beginn gestellt werden)
2. nein

Stat 8b: Sind Sie derzeit im öffentlichen Dienst beschäftigt?

SP **verpflichtende Eingabe**

1. ja
2. nein

STAT 9 NUR FÜR EXPERTENSTICHPROBE

Stat 9: In welchem Bereich sind Sie tätig:

SP

1. Frontoffice/ im direkten Kundenkontakt/ KundenberaterIn
2. Backoffice
3. Produktentwicklung
4. Strategieentwicklung
5. Anderer und zwar: _____

Ausleitung:

Vielen Dank für die Teilnahme!

Anhang B – Itemkorrelationen der Skala „Optimismus bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung“

Tabelle 12 - Inter-Item-Korrelationsmatrix

	f11_1 Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald von der Finanzkrise erholen wird.	f11_2 Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.	f11-3 Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.	f11_4 Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.
f11_1 Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald von der Finanzkrise erholen wird.	1,000	0,554	0,379	0,694
f11_2 Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.	0,554	1,000	0,433	0,614
f11_3 Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.	0,379	0,433	1,000	0,408
f11_4 Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.	0,694	0,614	0,408	1,000

ANHANG C – Faktorenanalyse - rotierte Komponentenmatrizen

Tabelle 13 – Faktorladungen für Nennungen bei „Politik / Regierung“

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
stabil	.566	-.163	.328
unberechenbar	-.064	.778	-.017
loyal	.719	-.171	-.016
egoistisch	-.169	.614	.456
teilt meine Werte	.771	-.117	.013
erfahren	.608	-.100	.331
kriminell	-.233	.700	-.145
fair	.742	-.172	.067
kompetent	-.755	-.160	.086
ehrlich	.704	-.160	-.199
gierig	-.295	.664	.291
transparent	.688	-.060	-.179
opportunistisch	-.002	.095	.817
authentisch	.745	-.168	-.141
alles in allem vertraue ich der Politik / Regierung	.805	-.272	.005

Tabelle 14 – Faktorladungen für Nennungen bei „Geldinstitute / Banken“

	Faktor 1	Faktor 2
stabil	.783	-.058
unberechenbar	-.405	.460
loyal	.756	-.312
egoistisch	-.247	.770
teilt meine Werte	.664	-.312
erfahren	.740	.168
kriminell	-.589	.390
fair	.770	-.339
kompetent	.840	-.059
ehrlich	.765	-.315
gierig	-.232	.779
transparent	.704	-.299
opportunistisch	.060	.543
authentisch	.673	-.195
alles in allem vertraue ich Geldinstituten / Banken	.820	-.211

Tabelle 15 – Faktorladungen für Nennungen bei „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

	Faktor 1	Faktor 2
stabil	.759	-.021
unberechenbar	-.143	.588
loyal	.744	-.225
egoistisch	-.076	.791
teilt meine Werte	.756	-.188
erfahren	.680	.282
kriminell	-.398	.499
fair	.751	-.247
kompetent	.750	.134
ehrlich	.760	-.316
gierig	-.143	.751
transparent	.741	-.222
opportunistisch	.115	.535
authentisch	.683	-.027
alles in allem vertraue ich ManagerInnen / UnternehmerInnen	.833	-.191

Tabelle 16 – Faktorladungen für Nennungen bei „KonsumentInnen /
VerbraucherInnen“

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
stabil	.538	.021	.306
unberechenbar	-.012	.497	-,438
loyal	.627	-.086	.129
egoistisch	-.144	.811	.131
teilt meine Werte	.608	.018	.392
erfahren	.778	-.016	-.120
kriminell	-.051	.176	-.527
fair	.644	-.110	.242
kompetent	.789	-.054	.000
ehrlich	.589	-.028	.477
gierig	-.230	.766	-.148
transparent	.183	.039	.676
opportunistisch	.097	.634	-.016
authentisch	.401	.352	.553
alles in allem vertraue ich der KonsumentInnen / VerbraucherInnen	.624	-.080	.474

ANHANG D – Deskriptive Statistiken getrennt nach optimistische Experten, pessimistische Experten, optimistische Laien und pessimistische Laien

Tabelle 17 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Politik / Regierung“

	optimistische		pessimistische		optimistische		pessimistische	
	Experten	SD	Experten	SD	Laien	SD	Laien	SD
stabil	4.61	1.41	4.53	1.38	4.34	1.40	4.94	1.35
unberechenbar	3.43	1.63	3.39	1.74	3.45	1.48	3.68	1.82
loyal	4.54	1.40	4.77	1.43	4.87	1.27	5.23	1.16
egoistisch	3.32	1.55	3.02	1.70	3.04	1.57	3.15	1.86
teilt meine Werte	4.82	1.34	5.08	1.24	4.82	1.41	5.48	1.28
erfahren	4.13		4.39		4.05		4.59	
kriminell	5.28	1.59	4.86	1.77	4.79	1.71	4.35	1.60
fair	4.68	1.22	5.20	1.30	4.71	1.47	5.46	1.14
kompetent	4.57	1.31	4.83	1.32	4.45	1.42	5.14	1.31
ehrlich	5.04	1.41	5.47	1.37	5.37	1.34	5.80	1.20
gierig	3.73	1.75	3.26	1.69	3.50	1.56	3.70	1.86
opportunistisch	3.72	1.51	3.48	1.54	3.33	1.47	3.51	1.65
authentisch	4.81		4.95		5.15		5.58	
transparent	5.23	1.28	5.24	1.31	5.41	1.18	5.73	1.18
alles in allem vertraue ich...	4.76	1.43	5.00	1.35	4.57	1.47	5.61	1.19

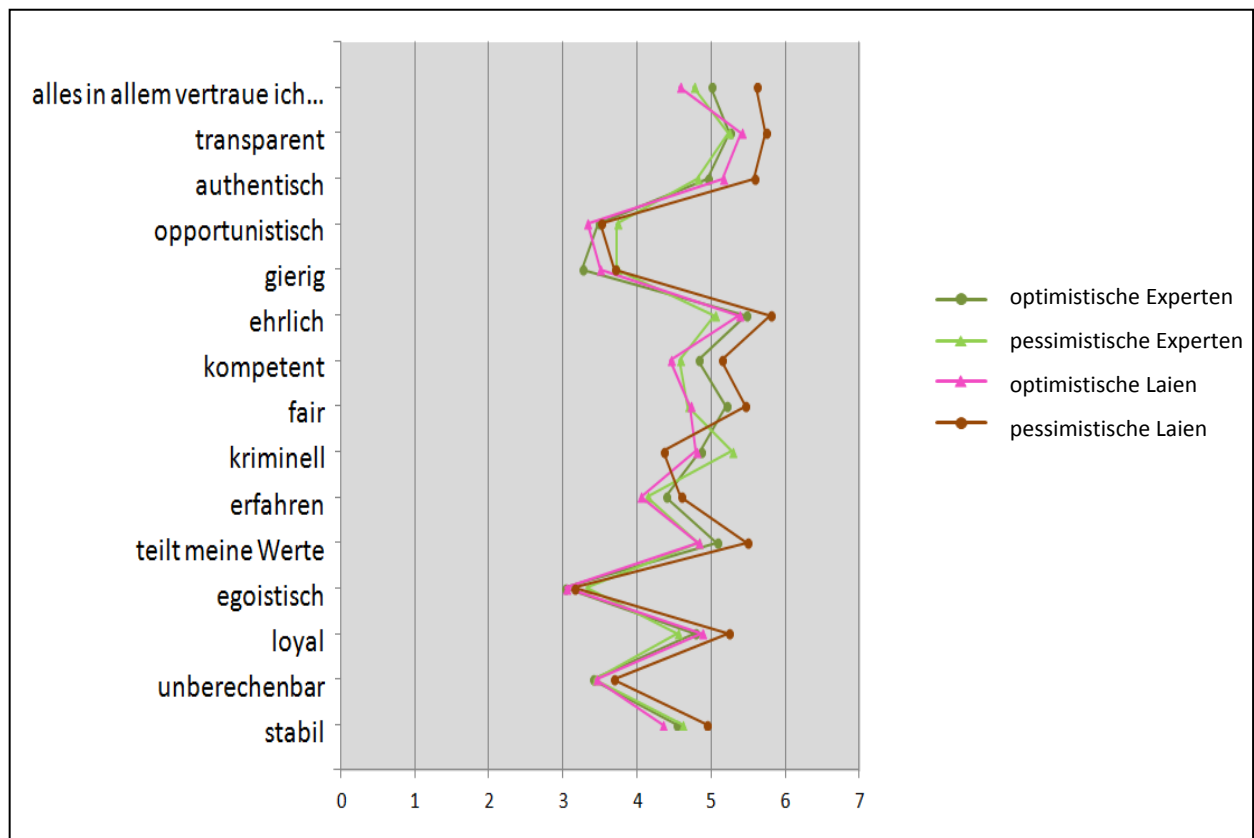


Abbildung 9: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Politik / Regierung“ Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 18 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Geldinstitute / Banken“

	optimistische		pessimistische		optimistische		pessimistische	SD
	Experten	SD	Experten	SD	Laien	SD	Laien	
stabil	2.67	1.11	3.38	1.35	3.91	1.41	4.77	1.42
unberechenbar	5.18	1.51	4.62	1.53	4.16	1.54	3.77	1.77
loyal	3.1	1.14	3.79	1.34	4.38	1.28	5.21	1.2
egoistisch	3.93	1.56	3.65	1.53	2.91	1.50	2.85	1.83
teilt meine Werte	3.28	1.51	3.86	1.41	4.6	1.35	5.44	1.14
erfahren	1.9		2.71		2.78		3.73	
kriminell	6.18	1.07	5.68	1.31	4.85	1.48	3.96	1.63
fair	3.3	1.25	3.98	1.35	4.63	1.32	5.46	1.30
kompetent	2.09	0.87	2.85	1.28	3.37	1.29	4.1	1.24
ehrlich	3.09	1.27	3.74	1.47	4.52	1.38	5.24	1.44
gierig	4.17	1.66	3.5	1.71	2.74	1.56	2.58	1.77
opportunistisch	4.21	1.36	4.17	1.34	3.61	1.37	3.63	1.64
authentisch	3.1		3.68		4.37		4.82	
transparent	3.44	1.36	4.17	1.49	5.13	1.33	5.58	1.36
alles in allem vertraue ich...	2.14	1.14	3.33	1.53	3.74	1.48	5.14	1.37

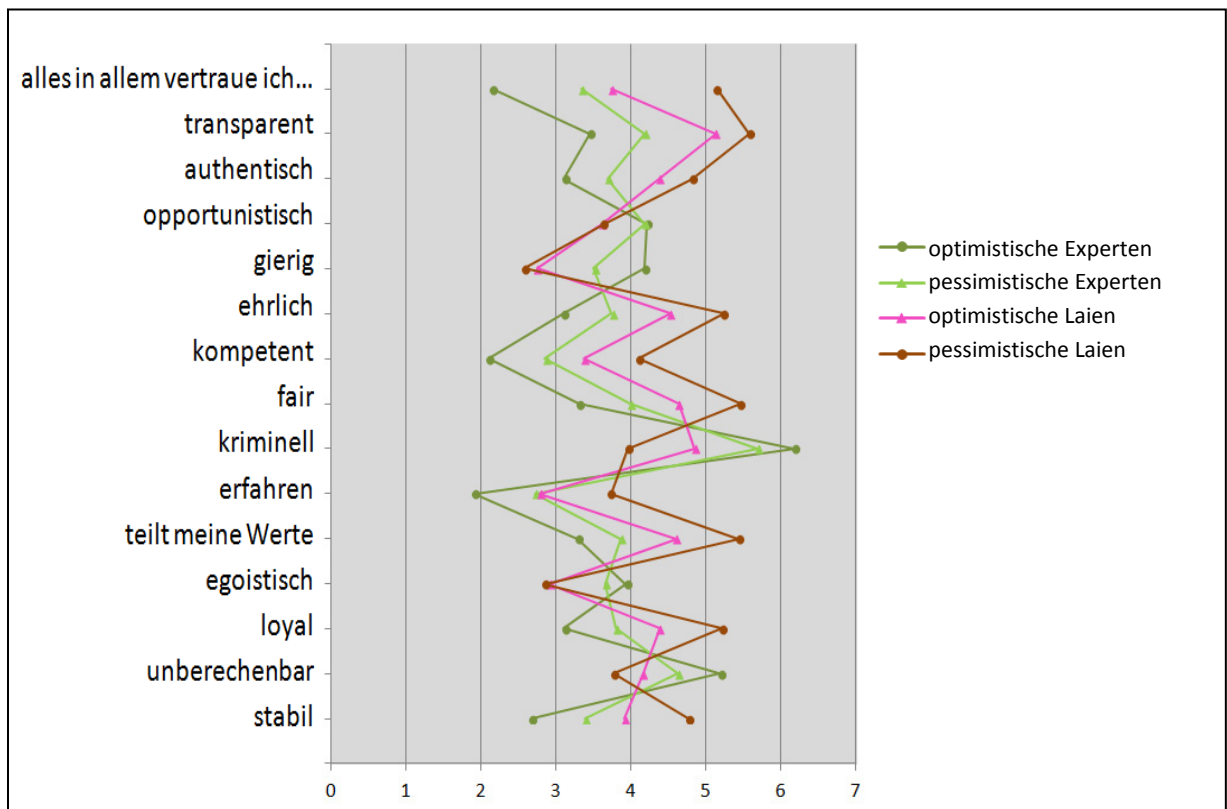


Abbildung 10: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „Geldinstitute / Banken“. Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 19 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“

	optimistische		pessimistische		optimistische		pessimistische	
	Experten	SD	Experten	SD	Laien	SD	Laien	SD
stabil	4.09	1.16	4.36	1.40	4.28	1.33	4.87	1.31
unberechenbar	3.71	1.47	3.48	1.34	3.46	1.59	3.52	1.82
loyal	4.27	1.32	4.53	1.51	4.41	1.45	5.14	1.43
egoistisch	2.67	1.45	2.61	1.46	2.51	1.32	2.51	1.66
teilt meine Werte	4.48	1.34	4.79	1.44	4.76	1.57	5.55	1.34
erfahren	3.2		3.53		3.41		3.99	
kriminell	4.96	1.52	4.68	1.54	3.95	1.61	3.93	1.69
fair	4.47	1.25	4.77	1.50	4.83	1.27	5.41	1.35
kompetent	3.27	1.19	3.53	1.40	3.7	1.41	4.31	1.35
ehrlich	4.34	1.17	4.82	1.37	4.96	1.28	5.59	1.29
gierig	3.02	1.72	2.67	1.70	2.51	1.46	2.68	1.79
opportunistisch	3.72	1.37	3.58	1.19	3.24	1.51	3.39	1.68
authentisch	4.13		4.39		4.55		4.92	
transparent	4.76	1.34	4.8	1.61	5.17	1.38	5.58	1.32
alles in allem vertraue ich...	4.03	1.37	4.56	1.31	4.71	1.37	5.61	1.21

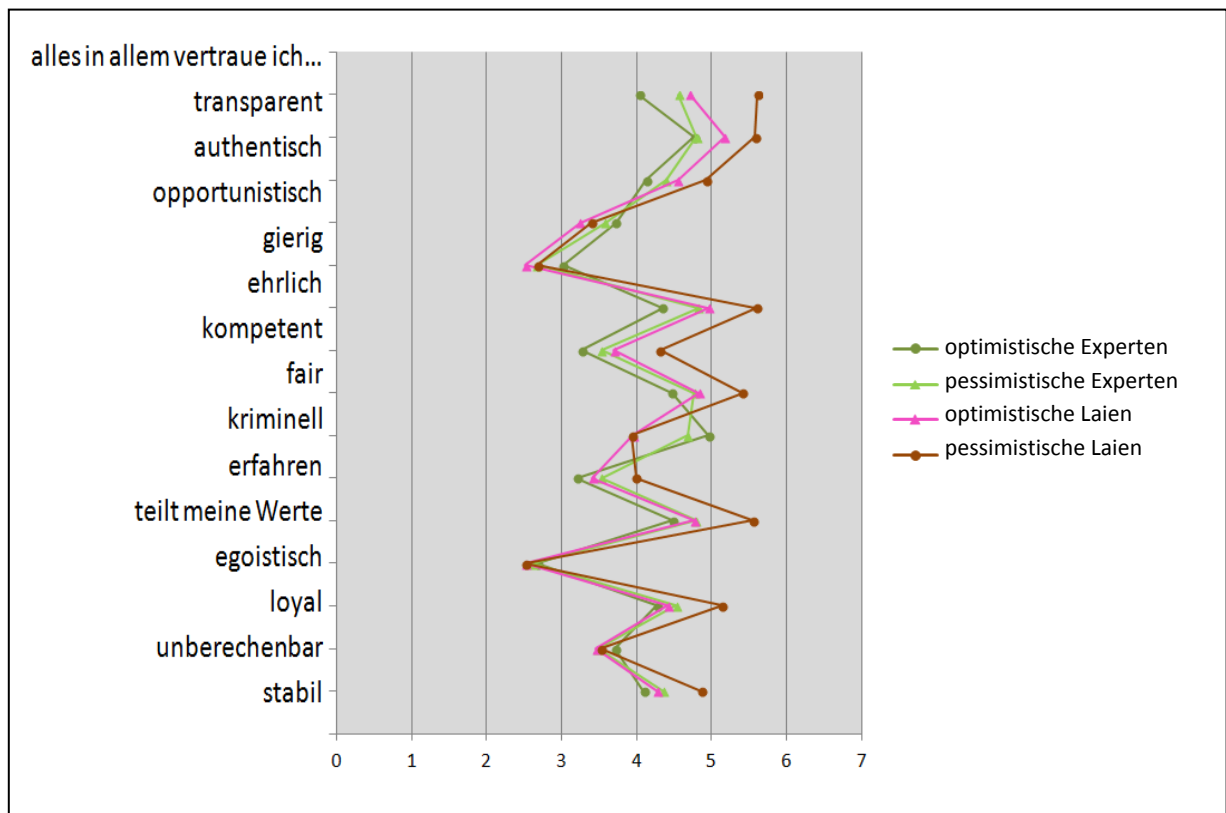


Abbildung 11: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „ManagerInnen / UnternehmerInnen“ Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Tabelle 20 : Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“

	optimistische		pessimistische		optimistische		pessimistische	
	Experten	SD	Experten	SD	Laien	SD	Laien	SD
stabil	4.11	1.15	4.11	1.01	3.89	1.27	3.75	1.27
unberechenbar	3.86	1.56	4.33	1.53	4.16	1.61	4.17	1.72
loyal	4.21	1.22	4.06	1.18	4.02	1.28	3.96	1.38
egoistisch	3.11	1.65	3.12	1.48	3.04	1.61	3.37	1.75
teilt meine Werte	3.82	1.12	4.09	1.24	3.76	1.17	3.82	1.60
erfahren	4.01		4.3		3.83		3.68	
kriminell	5.11	1.53	5.38	1.44	5.15	1.47	5.69	1.33
fair	4.22	1.23	4.42	1.15	3.83	1.22	3.92	1.37
kompetent	4.23	1.12	4.59	1.01	3.98	1.14	3.99	1.38
ehrlich	3.82	1.21	3.89	1.19	3.76	1.20	3.51	1.21
gierig	3.22	1.68	3.29	1.55	3.33	1.60	3.92	1.62
opportunistisch	3.88	1.44	3.89	1.23	3.68	1.36	3.93	1.50
authentisch	3.6		3.83		3.4		3.86	
transparent	3.83	1.25	3.68	1.30	3.76	1.48	3.8	1.45
alles in allem vertraue ich...	3.72	1.22	3.91	1.11	3.62	1.11	3.63	1.30

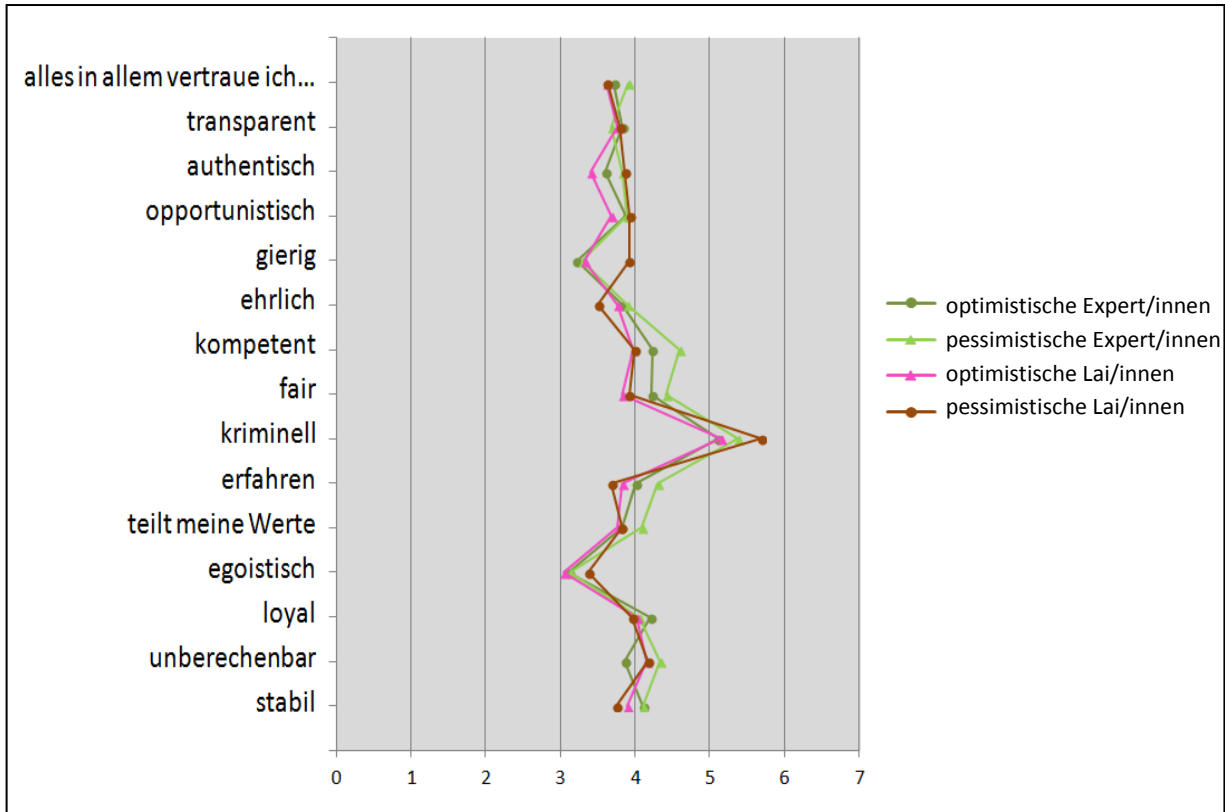


Abbildung 12: Mittelwerte der Angaben der befragten Personengruppen zu „KonsumentInnen / VerbraucherInnen“ Auf der Bewertungsskala bedeutet 1 – „trifft vollkommen zu“ und 7 – „trifft überhaupt nicht zu“.

Anhang E – Lebenslauf

CHRISTINE SCHARRER

PERSÖNLICHE INFORMATION

Geburtsdatum: 6. Juli 1982
Geburtsort: Eisenstadt
Familienstand: ledig
Nationalität: Österreich



ARBEITS- UND BERUFSERFAHRUNG

02/2011 – laufend **ÖAG AG** Human Resources, Lehrlings- und Traineeausbildung, Personalentwicklung

10/2010 – 04/2011 Projektarbeit mit der **Finanzmarktaufsicht** im Rahmen der Talents Community 2010/2011 von uniport

02/2010 – 06/2010 Praktikum **Trigon** Entwicklungsberatung (Recherchearbeit zum Thema „corporate universities - ausgezeichnete Curricula zur unternehmensinternen Führungskräfteentwicklung“, AG Planspiel, Entwicklung eines Modells zur Erfassung von Angeboten und Aufträgen, Unterstützung der BeraterInnen bei der Konzeption, Vor- und Nachbereitung von Seminaren)

09/2005 – 12/2009 **Theater i. d. Josefstadt** (Publikumsdienst)

09/2008 - 10/2008 freiwilliges Praktikum im Frauengesundheitszentrum **FEM** (Telefonberatung, Empfang und Backoffice)

Sommer 2007 Praktikum in der Psychologischen Beratungsstelle des Amts der **burgenländischen Landesregierung** (Arbeitsbereiche: Systemische Beratung, Hilfestellungen bei familiären Krisen, Hilfen nach dem Jugendwohlfahrtsgesetz, Projektarbeit)

12/2002 – 06/2005 **Café Maria Treu** (Lotte Reiter GmbH)
Sommer 2004 Ferialpraxis **Wirtschaftskammer Burgenland**
Sommer 1999 Ferialpraxis **Begas**, Eisenstadt
Sommer 1998 Ferialpraxis **Bewag**, Eisenstadt

AUSBILDUNG

09/2010 – 12/2010 Diplomlehrgang HR-Assistenz bfi Wien
Seit 2002 Universität Wien, Studium der Psychologie, Schwerpunkt: Wirtschaftspsychologie und Bildungspsychologie/Evaluation/Training, Projektarbeit: „IMPULSe gegen Arbeitsstress“ bei create Mediendesign GmbH
2001 – 2002 FH Joanneum Graz, Studiengang für Informationsmanagement
1996 – 2001 Handelsakademie Eisenstadt, Ausbildungsschwerpunkt Informationsmanagement & Informationstechnologie, Maturaabschluss

SONSTIGE KENNTNISSE

Sprachen: Englisch (FCE), Französisch (Grundkenntnisse), Führerschein (A, B)

Ich versichere, dass ich die Diplomarbeit ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt habe, und dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen hat. Alle Ausführungen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, sind als solche gekennzeichnet.

Wien, den

Unterschrift