



universität  
wien

# Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Optimismus in Zeiten der Wirtschaftskrise:  
Soziale Repräsentationen von Experten und Laien

Verfasser

Michael Zehetner

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im November 2012

Studienkennzahl: 298

Studienrichtung: Psychologie

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler





## **Danksagung**

Zu Beginn möchte ich Herrn Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler für die Ermöglichung dieser Arbeit danken, sowie Frau Mag. Katharina Gangl für die Unterstützung während des gesamten Arbeitsprozesses und das, mit hohem Zeitaufwand verbundene, sehr hilfreiche Feedback zur Arbeit. Außerdem bedanke ich mich bei den TeilnehmerInnen des Projektstudiums 2009/2010, aus dem die vorliegende Arbeit entstanden ist, für die produktive Zusammenarbeit.

Besonderer Dank gilt meiner Familie, allen voran meinen Eltern Rudolf und Josefine, die mich während meiner ganzen Studienzeit unterstützt haben und durch die stetige Motivation und Inspiration großen Anteil am Entstehen dieser Arbeit haben.



## Zusammenfassung

Die vorliegende Studie erforscht soziale Repräsentationen zur Wirtschaftskrise und zu politischen und wirtschaftlichen Akteuren der Krise. Ziel ist es, zu untersuchen, wie wirtschaftliche Experten und Laien und – hinsichtlich wirtschaftlicher Entwicklung – optimistische und nicht optimistische Personen das Phänomen Wirtschaftskrise wahrnehmen und interpretieren und welche Rollen in diesem Zusammenhang einzelnen Akteuren zugesprochen werden. Zu diesem Zweck wurden freie Assoziationen zu den fünf Stimulusbegriffen „Finanz/Wirtschaftskrise“, „Regierung/Politik“, „Geldinstitute/Banken“, „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ sowie „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ erhoben, die zu inhaltlichen Kategorien gruppiert und mittels Korrespondenzanalyse ausgewertet wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass zwischen Experten und Laien und optimistischen und nicht optimistischen Personen Unterschiede in den sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise bestehen. Experten assoziieren in Verbindung mit der Krise vermehrt komplexe und systemische Vorgänge, während Laien versuchen, Schuldige auszumachen und die Entwicklungen vor allem an einzelnen Personen und Unternehmen festmachen. Gegen Ende des Assoziationsprozesses zur Finanzkrise gehen die Nennungen bei allen Gruppen in Richtung sozial verknüpfter Inhalte in Form von Kategorien wie „Ungerechtigkeit“ oder „Soziale Probleme“. Die sozialen Repräsentationen zu den Akteuren sind abhängig von der sozialen Nähe der Untersuchungsteilnehmer zur jeweiligen, durch den Stimulus repräsentierten Gruppe. Dadurch sind Unterschiede zwischen Experten und Laien vor allem bei Banken und Managern zu beobachten. Aus diesem Grund wird auch „Regierung/Politik“ am negativsten bewertet, während „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ in einer sehr passiven Rolle empfunden werden. Vor allem der Politik scheint eine zentrale Bedeutung für den Wiederaufbau von Vertrauen und Optimismus in der Wirtschaft zuzukommen. Nur wenn die Politik als vertrauenswürdig und wirtschaftskompetent wahrgenommen wird, kann sich auch Vertrauen in die Wirtschaft entwickeln. Ein wichtiger Punkt ist dabei eine gegenüber der Bevölkerung transparent kommunizierte ethisch-moralische Grundhaltung aller politischen Vertreter.



## **Abstract**

The present study explores social representations of the economic crisis and the political and economic stakeholders of the crisis. It examines how economic experts and laypeople, and - in terms of economic development - optimistic and less optimistic people perceive and interpret the economic crisis and related economic and political actors. For this purpose, free associations to five stimulus words "financial/economic crisis", "government/politics", "financial institutions/banks", "managers/entrepreneurs" and "consumers/customers" were collected, combined into categories and evaluated through correspondence analysis. The results show differences in social representations of the economic crisis in all four groups. Experts see more complex and systemic events as causes, while laypeople seek to find culprits and in particular, blame individuals and corporations. Towards the end of the association process, social representations of the financial and economic crisis are linked towards a social context, given by such categories as „unfairness“ and „social problems“. The social representations of the actors are influenced by the social proximity to the group represented by the stimulus. Thus, differences between experts and laypeople can be observed, in particular concerning the social representations of banks and managers. For the same reason, government and politicians are rated most negatively, while consumers and customers are perceived in a passive role regarding the crisis. Results indicate that for restoring people's optimism and confidence in the economic system the public perception of government and politicians is crucial. Only if politicians are perceived as trustworthy and competent partners, confidence in the economy can be regained. Therefore, the transparent communication of ethical and moral attitudes of all political representatives is essential.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	2
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Theorie .....</b>	<b>8</b>
2.1 Die Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008-2009 .....	9
2.1.1 Ursachen und Entstehung der Finanzkrise .....	10
2.1.2 Die Entwicklung zur Weltwirtschaftskrise.....	11
2.1.3 Vertrauenskrise zwischen den Banken.....	13
2.1.4 Auswirkungen der Wirtschaftskrise .....	15
2.2 Akteure der Finanz- und Wirtschaftskrise .....	18
2.2.1 Regierung und Politik .....	19
2.2.2 Geldinstitute und Banken.....	20
2.2.3 MangerInnen und UnternehmerInnen.....	20
2.2.4 KonsumentInnen und VerbraucherInnen.....	21
2.3 Vertrauen und Optimismus.....	23
2.3.1 Vertrauen.....	23
2.3.2 Optimismus.....	26
2.4 Experten und Laien .....	31
2.5 Soziale Repräsentationen.....	36
2.5.1 Definitionen .....	36
2.5.2 Operationalisierung von sozialen Repräsentationen .....	39
2.5.3 Freie Assoziationen .....	40
2.5.4 Zusammenfassung.....	41
<b>3. Empirie .....</b>	<b>43</b>
3.1 Forschungsfragen und Hypothesen .....	44
3.1.1 Soziale Repräsentationen zur Finanz- und Wirtschaftskrise .....	44
3.1.2 Soziale Repräsentationen zu den Akteuren der Krise.....	46
3.2 Methode .....	49
3.2.1 Beschreibung der Stichprobe.....	49
3.2.2 Material .....	51

3.2.3 Durchführung .....	52
3.3 Aufbereitung der Daten und vorbereitende Analysen .....	53
3.3.1 Die Skala „Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklung“ .....	53
3.3.2 Datenbereinigung.....	57
3.3.3 Kategorienbildung .....	58
3.4 Ergebnisse .....	63
3.4.1 Deskriptive Analyse .....	63
3.4.2 Korrespondenzanalyse .....	67
3.4.3 Ergebnisse zur Finanz- und Wirtschaftskrise.....	70
3.4.3.1 Soziale Repräsentationen .....	70
3.4.3.2 Verlauf der sozialen Repräsentationen .....	75
3.4.3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	77
3.4.4 Ergebnisse der Akteure .....	79
3.4.4.1 Regierung/Politik.....	79
3.4.4.2 Geldinstitute/Banken .....	84
3.4.4.3 ManagerInnen/UnternehmerInnen.....	87
3.4.4.4 KonsumentInnen/VerbraucherInnen.....	91
3.4.4.5 Zusammenfassung der Ergebnisse .....	94
<b>4. Diskussion .....</b>	<b>96</b>
4.1 Interpretation der Ergebnisse .....	96
4.2 Kritik und Ausblick.....	102
<b>5. Literaturverzeichnis .....</b>	<b>106</b>
<b>6. Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>113</b>
<b>7. Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>114</b>
<b>8. Anhang .....</b>	<b>115</b>
Anhang A – Fragebogen .....	115
Anhang B – Lebenslauf.....	125



## **Vorwort**

Diese Diplomarbeit ist im Rahmen eines Forschungsprojektes zum Thema Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 am Institut für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung, Wirtschaft an der Universität Wien entstanden. Der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit basiert dabei auf einem Projektstudium der Wirtschaftspsychologie im Winter- und Sommersemester 2009/2010. Aus dieser Projektgruppe entstanden neben der vorliegenden Arbeit noch drei weitere Diplomarbeiten (von Claudia Karin Ehrentraut, Christian Enöckl sowie Christine Scharrer) sowie ein publizierter Artikel des Institutes für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung, Wirtschaft (von Katharina Gangl, Barbara Kastlunger und Erich Kirchler) zu diesem Thema. Die genannten Arbeiten unterscheiden sich dabei durch verschiedene Forschungsschwerpunkte und Fragestellungen und daraus resultierenden, abweichenden Auswertungsmethoden. Da sich alle Arbeiten jedoch auf denselben Datensatz beziehen, muss mit Ähnlichkeiten, Überschneidungen oder - etwa im Falle von Stichprobendarstellungen – mit teilweise identen Ausführungen gerechnet werden.

### **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

„The 2008–2009 financial crisis is ... to a significant extent a crisis in trust, with perceptions by the public affecting public policy and conversely, it is also a systemic crisis, one that affected all branches of the economy, and an international one, in which household prices in California affected the economy of Iceland“ (Leiser, Bourgeois-Gironde & Benita, 2010, S.133).

Die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise, die 2008 ihren Ausgang nahm, ist auch jetzt noch – im Jahr 2012 – in vielen Bereichen allgegenwärtig und bestimmt politische Maßnahmen, wirtschaftliche Entscheidungen und ebenso mediale Berichterstattungen. Auch wenn nicht alle Menschen in gleicher Weise durch die Krise betroffen sind, ergibt sich durch die Tragweite dieses globalen Phänomens, dass der Großteil der Menschen in irgendeiner Weise damit in Berührung steht.

Für die Forschung eröffnen sich dadurch interessante Betätigungsfelder – in den Wirtschaftswissenschaften genauso wie in Bereichen der Psychologie. Auch wenn Krisen unterschiedlichster Art zur Menschheitsgeschichte gehören und die aktuelle Finanzkrise nur die letzte in einer langen Reihe von wirtschaftlichen Krisen darstellt, ergibt sich bereits durch die Art der Entstehung und weltweiten Verbreitung ein neues Phänomen. In der Wirtschaftspsychologie zählt sie deswegen zu einem jungen Thema, dem noch keine zahlreichen Studienergebnisse zu Grunde liegen. Dennoch herrscht Einigkeit über den Umstand, dass die Wirtschaftskrise das Vertrauen der Menschen in die Märkte und in das Wirtschaftssystem als Ganzes erschüttert hat (Earle, 2009). Diese Dynamik macht es deswegen notwendig, nicht nur die wirtschaftlichen Aspekte zu untersuchen, sondern auch besonderes Augenmerk auf soziale und psychologische Komponenten zu legen (Akerlof & Shiller, 2009). Das umfangreiche Angebot und die Geschwindigkeit der Informationen, die die verschiedenen Medien bereitstellen, tragen ebenso dazu bei, dass diese Krise ein sehr spezielles Untersuchungsthema darstellt. Die breit gefächerte öffentliche Berichterstattung bzw. Aufarbeitung lässt vermuten, dass die

meisten Menschen zum Thema Wirtschaftskrise auch eine Meinung haben. Die durch Medien bewerkstelligte ständige Präsenz von Informationen mit Bezug auf die Krise selbst oder auf die daraus folgenden globalen Entwicklungen, haben nach wie vor Einfluss darauf, wie damit zusammenhängende soziale Phänomene wahrgenommen, interpretiert und in verschiedenen sozialen Gruppen kommuniziert werden (Roland-Lévy et al., 2010).

Die vorliegende Arbeit möchte daher versuchen, Wahrnehmungen und Einstellungen der Menschen zur Krise näher zu beleuchten. Um ein ausgeprägtes Verständnis zu fördern, wird darüber hinaus die Rolle der politischen und wirtschaftlichen Akteure der Krise untersucht. Diese Akteure werden in der vorliegenden Arbeit durch die vier Gruppen Regierung und Politik, Geldinstitute und Banken, ManagerInnen und UnternehmerInnen sowie KonsumentInnen und VerbraucherInnen repräsentiert.

Eingangs angeführtes Zitat steht als Beispiel dafür, dass in Verbindung mit der Wirtschaftskrise immer wieder auch von einer „Vertrauenskrise“ die Rede ist. Vertrauen gilt als wichtiger Faktor für die Aufrechterhaltung der Funktionalität von wirtschaftlichen Systemen und Gesellschaften. „Ein umfassender Verlust an Vertrauen wäre für eine funktionierende Marktwirtschaft gleichbedeutend mit der Einbuße eines der wichtigsten Elemente des gesellschaftlichen Sozialkapitals“ (Sell, Göbler, Goldschmidt & Schäfer, 2004, S. 480). Ebenso entscheidend ist der Optimismus bezüglich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen. Dieses Merkmal leitet sich aus dem Verständnis von Vertrauen ab und kann als positive Zukunftserwartung zusammengefasst werden. In anderen Worten bedeutet Optimismus in diesem Zusammenhang so etwas wie ein „allgemeines Vertrauen in die Volkswirtschaft“. Es stellt sich also die Frage, welche Rolle Optimismus bei der Wahrnehmung und Meinungsbildung zur Wirtschaftskrise einnimmt und welche Lehren für die Zukunft daraus abgeleitet werden können.

Um ein umfassendes Bild der Finanzkrise zu erhalten, wird darüber hinaus die Meinung von ökonomischen Experten und Laien in der Analyse beachtet. Nicht nur Ökonomen geben die wirtschaftliche Richtung vor, sondern auch Laien haben

maßgeblich am alltäglichen Wirtschaftsleben Anteil und beeinflussen dieses somit. Erkenntnisse über die Wahrnehmung der Krise durch Laien spielen dabei eine große Rolle (Leiser et al., 2010), da Wahrnehmungen und Meinungen vor dem Hintergrund der Finanzkrise als Ausgangspunkte darüber anzusehen sind, wie wirtschaftliche Gegebenheiten, Ereignisse und Situationen nicht nur von Experten, sondern auch von Laien interpretiert werden und welche Handlungen diese daraus ableiten (Roland-Lévy, Boumelki & Guillet, 2010).

Die Arbeit folgt dabei der von Serge Moscovici etablierten Theorie der sozialen Repräsentationen. Diese werden verstanden als ein Netzwerk von Ideen, Werten, Gedanken, Bildern und Wissen über spezifische soziale Objekte oder Situationen (Moscovici, 2000). Diese Alltagsmeinungen bilden soziale Realitäten und liefern die Grundlage für die Kommunikation zu sozialen Objekten oder Situationen innerhalb einer Gruppe. Demnach soll sich in diesen sozialen Repräsentationen ein Stimmungsbild zur Finanz- und Wirtschaftskrise beziehungsweise gegenüber der Erwartung der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung widerspiegeln und Unterschiede betreffend dieser Einstellungen zwischen Experten und Laien und optimistischen und nicht optimistischen Personen aufzeigen. In Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise sind soziale Repräsentationen von großer Bedeutung, da sich dadurch besonders Prozesse allgemeiner Veränderung und Umbrüche abbilden lassen (Roland-Lévy, 2003).

Die vorliegende Arbeit besteht aus drei Teilen - einem Theorieteil, einem Methodenteil und einer abschließenden Diskussion. Im ersten Teil erfolgt neben einer Zusammenfassung der Ursachen und Charakteristiken der Wirtschaftskrise ein Überblick über relevante theoretische Konzepte zum Thema. Diese Überlegungen sollen dabei einen Einblick in die theoretischen Grundlagen der Arbeit gewähren und die einzelnen Modelle miteinander in Verbindung bringen.

Der zweite Teil hat die empirische Untersuchung zum Inhalt. Diese umfasst die Erhebung von freien Assoziationen zu den fünf Stimulusworten „Finanz-/Wirtschaftskrise“, „Politik/Regierung“, „Geldinstitute/Banken“, „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ und „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ von vier verschiedenen Personenkreisen, nämlich - bezüglich zukünftiger

wirtschaftlicher Entwicklungen – optimistischer und nicht optimistischer Experten und Laien. Die so erhaltenen Assoziationen werden zu inhaltlichen Kategorien gebündelt und in dieser Form mittels Korrespondenzanalysen ausgewertet. Auf diese Weise soll dargestellt werden, inwiefern Unterschiede zwischen den genannten Gruppen in den sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise und deren Akteuren bestehen. Im dritten Teil werden die gefundenen Ergebnisse diskutiert, interpretiert und zu abschließenden Anregungen für zukünftige Forschungen und Handlungsempfehlungen für die Praxis herangezogen. Die Ergebnisse in Bezug auf die Wirtschaftskrise zeigen dabei Unterschiede zwischen allen vier Teilnehmergruppen in den sozialen Repräsentationen, die sich vor allem in der Art der Ursachenzuschreibungen äußern. Auch die einzelnen Akteure werden von den verschiedenen Personengruppen unterschiedlich wahrgenommen. In diesem Zusammenhang hat vor allem die jeweilige Identifikation mit der durch das Stimuluswort dargestellten Gruppe Einfluss auf die Wahrnehmung und Interpretation.

## 2. Theorie

Dieses Kapitel soll einen Überblick über das der Arbeit zugrunde liegende theoretische Wissen geben. Auf Basis dieser Erkenntnisse soll die Ableitung von Forschungsfragen ermöglicht werden.

Dazu wird zu Beginn detailliert auf die Finanz- und Wirtschaftskrise eingegangen. Eine Skizzierung von ursächlichen Rahmenbedingungen und die Darstellung wichtiger Faktoren in Zusammenhang mit der Entwicklung zu einer weltweiten Krise sind hierbei entscheidend für ein weitergehendes Verständnis der an der aktuellen Wirtschaftskrise so besonderen Charakteristiken (Neubäumer, 2008). Diese Merkmale, die die Krise von vergangenen wirtschaftlichen Krisenszenarien unterscheiden, werden im darauf folgenden Kapitel aufbereitet. Um Erkenntnisse für die Zukunft aus den gemachten Erfahrungen gewinnen zu können, scheint es darüber hinaus von großer Bedeutung zu sein, auf die Rolle der politischen und wirtschaftlichen Akteure rund um die Krise einzugehen (Leiser, Bourgeois-Gironde & Benita, 2010). Wie Regierung und Politik, Geldinstitute und Banken, ManagerInnen und UnternehmerInnen sowie KonsumentInnen und VerbraucherInnen mit der Wirtschaftskrise in Verbindung stehen, ist deshalb Thema im folgenden Abschnitt. Später soll gezeigt werden, welchen Einfluss Vertrauen und Optimismus auf die individuelle Wahrnehmung und Interpretation von wirtschaftlichen Entwicklungen haben kann. In der vorliegenden Arbeit wird jedoch nicht nur dieser Einfluss anhand der verschiedenen optimistischen Einstellungen untersucht, es soll auch gezeigt werden, wie sich unterschiedliches wirtschaftliches Wissen auf die Interpretationen von Individuen unterschiedlich auswirkt (Leiser & Aroch, 2009). Deswegen wird auf die Denkmuster von ökonomischen Experten und Laien eingegangen. Den theoretischen und methodischen Rahmen dieser Überlegungen bilden soziale Repräsentationen (Moscovici, 2000), deren Konzept zum Abschluss des Theorieteils erklärt wird.

## **2.1 Die Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008-2009**

Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass Krisen in den verschiedensten Formen die Menschheit immer wieder begleiten. Die Tulpenmanie in Holland im 17. Jhdt., der Börsencrash 1929 und die anschließende große Depression, die Asien-Krise Mitte der 1990er Jahre und in jüngerer Vergangenheit der Zusammenbruch der „New Economy“ im Jahr 2000 sind nur einige Beispiele für Entwicklungen, die - weitläufig bekannt - mit dem Platzen einer Blase verglichen werden. Diese Spekulationsblasen entstehen durch Gier und impulsiven Konsum und werden von übersteigerter Zuversicht und Optimismus angeheizt (Gärling, Kirchler, Lewis, van Raaij, 2010; Lastra & Wood, 2010).

Die Finanzkrise von 2008 und der darauffolgenden Jahre wird von vielen Ökonomen als die schlimmste Weltwirtschaftskrise seit der großen Rezession in den 1930er Jahren bezeichnet (Burghof, Prothmann, Hartmann-Wendels, Paul, Heise & Polleit, 2008; Congleton, 2009; Zaleskiewicz, 2011). Gegenüber den bereits erwähnten Krisen ergibt sich eine (vielleicht) größere Dimension durch die Tatsache, dass diese Wirtschaftskrise nicht auf eine Region beschränkt blieb, sondern alle Märkte und Länder annähernd gleich stark getroffen wurden. Die Krise nahm dabei ihren Ausgang in den USA und beeinträchtigte in weiterer Folge, durch teilweise verzögerte Effekte, Europa und auch andere Märkte wie Russland oder China (Burghof et al., 2008).

Beginnend mit der Darstellung der Ursachen der Finanzkrise, klärt dieses Kapitel über wichtige Ereignisse im Verlauf der Krise auf. Danach soll hervorgehoben werden, warum in Verbindung mit der Wirtschaftskrise oft von einer „Vertrauenskrise“ gesprochen wird und welche Konsequenzen aus den Entwicklungen zusammengefasst werden können.

### **2.1.1 Ursachen und Entstehung der Finanzkrise**

Als Ursprung einer globalen Krise werden die Entwicklungen am US-Immobilienmarkt angesehen, genauer dem Kreditmarkt für Hypothekendarlehen. Zur zeitlichen Festmachung erster sich abzeichnender Signale für eine Wirtschaftskrise gehen die Angaben in der Literatur auseinander. Bartmann, Buhl und Hertel (2009) sehen den Beginn im Jahr 2006. Dem eigentlichen Ausbruch im Jahr 2008 ging ein längerer Zeitraum niedriger Zinsen voraus. Besonders die US-Notenbank betrieb nach Platzen der „Dotcom-Blase“ bzw. nach den Anschlägen vom 11. September 2001 eine Niedrigzinspolitik, um die Konjunktur im Land zu stimulieren. Gleichzeitig konnten am US-Immobilienmarkt konstant steigende Preise beobachtet werden. Im Zeitraum 2000 – 2003 stiegen die Häuserpreise etwa um 30%, während die Hypothekenzinsen in dieser Zeit auf einem historischen Tiefstand waren: bei 5,5% für auf 30 Jahre festgeschriebene Hypotheken (Neubäumer, 2008).

Durch die hohen Preissteigerungen am Immobilienmarkt – in manchen Regionen 250% in 6 Jahren (Bartmann et al., 2009) - und der gleichzeitigen Möglichkeit einer günstigen Refinanzierung ergaben sich für die Hypothekenbanken aussichtsreiche Geschäftsfelder. Um weitere Kredite verkaufen zu können, wurden mehr Produkte auf die einkommensschwächeren Schichten zugeschnitten. Diese Situation ermöglichte es auch Kunden mit mäßiger Bonität, Eigenheime zu erwerben und diese über Kredite zu finanzieren. Aus solchen „Lockangeboten“, die für die Kreditnehmer scheinbar geringe anfängliche Belastungen versprachen, erhofften sich die Banken weitere Gewinne. In Aussicht großer Ertragsmöglichkeiten wurden die Kreditvergabestandards immer weiter gesenkt, bis schließlich in vielen Fällen einzig die Einkommensangabe des Kreditnehmers als Sicherheitsleistung relevant war, die noch dazu in den meisten Fällen erst gar nicht überprüft wurde (Neubäumer, 2008).

Dieses sogenannte „Subprime“-Segment (damit gemeint sind Schuldner mit geringer Bonität) war aber nur auf der Spekulation steigender Immobilienpreise aufgebaut. Den hohen Renditeerwartungen durch steigende Immobilienpreise

standen höhere Ausfallrisiken durch die mangelnden Sicherheiten der Kunden gegenüber. Da viele Häuser jedoch nicht dazu gebaut wurden, um aktuell benötigten Wohnraum zu schaffen, sondern diese später gewinnbringend verkauft werden sollten, lag der Tilgung des Hauskredits oft nicht das Einkommen des Kreditnehmers zu Grunde, sondern ein steigender Wert der Immobilie (Burghof et al., 2008). In der Folge wurden schließlich weit mehr Häuser gebaut, als dafür Bedarf bestand. In Verbindung mit einem gestiegenen Leitzins - 1% im Jahr 2003 und 5% 2006 (Bartmann et al., 2009) - konnten viele Kreditnehmer jedoch ihre nun teureren Raten nicht mehr bedienen, was zahlreiche Zwangsversteigerungen zur Folge hatte. Ende 2008 waren 25% der Subprime-Kreditnehmer mit ihren Zahlungen 90 Tage rückständig, oder bereits in einer Zwangsversteigerung (Congleton, 2009). So verloren allein im Jahr 2008 über 3 Millionen Amerikaner ihr Haus durch eine Zwangsversteigerung (Ross & Squires, 2011). Diese Entwicklung und - eben beschriebenes - ohnehin schon bestehendes Überangebot an Häusern führte schließlich zu stark fallenden Preisen am Immobilienmarkt. Nach dem der Höchststand an Immobilienpreisen 2006 erreicht war, verloren die Eigenheime in den USA in den darauffolgenden zwei Jahren durchschnittlich 18% an Wert, was damals einer Kapitalminderung von 3,4 Billionen Dollar entsprach (Congleton, 2009).

### **2.1.2 Die Entwicklung zur Weltwirtschaftskrise**

Die eben beschriebenen Prozesse beschränkten sich auf bestimmte Regionen in den USA und ließen deshalb anfangs nur Konsequenzen für den amerikanischen Immobiliensektor erkennen. Im folgenden Abschnitt soll erklärt werden, wie diese lokal eingrenzbar Ursachen Einfluss auf weitere Bereiche des Finanzmarktes nehmen konnten und dadurch eine globale Ausbreitung der Finanzkrise stattfand, die letztendlich auf viele Bereiche der Wirtschaft negative Auswirkungen hatte.

Der sogenannte „Leverage-Effekt“ spielt dabei eine wichtige Rolle. Banken wurden zunehmend an deren Eigenkapitalrenditen gemessen, auch die Gehälter von Bankvorständen und Investmentbankern waren an die kurzfristigen Erfolge der

Banken geknüpft (Neubäumer, 2008). Eine Erhöhung der Eigenkapitalrendite war also ein wichtiges Ziel. Dieses konnte mit der Ausnutzung des „Leverage-Effektes“ erreicht werden. Das bedeutet, dass unter bestimmten Voraussetzungen durch vermehrten Einsatz von Fremdkapital die Verzinsung des eingesetzten Eigenkapitals gesteigert werden kann (Burghof et al., 2008). Da Eigenkapital jedoch die Funktion eines Puffers gegen mögliche Verluste erfüllen soll, sorgen enge gesetzliche Regelungen dafür, den Fremdkapitalanteil einer Bank zu begrenzen. Die kreditgebenden Banken lagerten deswegen das durch die „Subprime-Darlehen“ entstandene Risiko in Form von komplexen Finanzinstrumenten auf internationale Zweckgesellschaften aus. Diese Zweckgesellschaften, sogenannte „Special Purpose Vehicles“ (kurz: SPV) wurden eigens – von den Banken selbst oder von Investmentbanken - dazu gegründet, die gesetzlichen Regelungen zum Eigenkapitalanteil zu umgehen (Bartmann et. al, 2009). Die Bedeutung dieses Effekts wird anhand folgender Zahlen deutlich: Deutsche Großbanken erreichten mit Hilfe solcher SPVs etwa 2005 durchschnittlich eine Eigenkapitalrentabilität von 31,7% und 2007 26,0% (Neubäumer, 2008).

Die Aufgabe der SPVs bestand darin, die verbrieften Kreditforderungen von den Hypothekenbanken zu kaufen. Diese konnten dadurch weitere Kredite vergeben, da ihr Eigenkapital durch die vergebenen Kredite auf diese Weise nicht mehr belastet wurde (Neubäumer, 2008). Bartmann et al. (2009) nennen als entscheidenden Mechanismus bei dieser Vorgehensweise die Trennung von Vermögenswerten und Insolvenzrisiko der Hypothekenbanken. Durch den Kauf der Verbriefungen gehen Kreditforderungen und –risiko an die Zweckgesellschaften über. Diese finanzierten die Käufe, indem sie diese Forderungen in großer Anzahl bündelten und am Geldmarkt in Form von Wertpapieren weiterverkauften. Diese als „Asset Backed Securities“ bezeichneten Papiere wurden von internationalen Ratingagenturen entsprechend ihres Risikos bewertet und konnten dadurch als alternative Anlageform weltweit verkauft werden (Burghof et al., 2008). Für die Investoren schienen diese Geldanlagen auf Grund hoher Renditeerwartungen, verteilter Ausfallrisiken, Absicherung durch Grundpfandrechte und der scheinbar guten Bewertungen durch Ratingagenturen sehr interessant. In Wahrheit war jedoch

durch die geschilderten Verbriefungen und der Entkoppelung von Wertpapieren und deren zugrundeliegenden Einzelkrediten keine Möglichkeit gegeben, die entsprechenden Risiken realitätsnah abzuschätzen. Man weiß heute auch, dass es zum damaligen Zeitpunkt seitens der Ratingagenturen dabei zu eklatanten Fehlbewertungen kam, da nur Einzelfälle überprüft wurden und das Risiko durch die Abhängigkeit der einzelnen Objekte zueinander unterschätzt wurde (Neubäumer, 2008).

Wie bereits skizziert, hatten die gestiegenen Zinsen massenhafte Zwangsversteigerungen von Häusern zur Folge, da viele Kreditnehmer nun nicht mehr in der Lage waren, die laufenden Kreditzinsen zu zahlen. Damit einhergehend war auch ein immenser Preisverfall am Immobilienmarkt zu verzeichnen, wodurch die Banken, auch im Falle einer Verwertung der Immobilie, nur einen Teil des Darlehensbetrages tilgen konnten (Bartmann et al., 2009).

Die Wertpapiere, in denen die Kredite verbrieft waren, wurden nicht nur in den USA sondern international verkauft und hatten besonders bei ausländischen Banken, Versicherungen und Fonds zahlreiche Abnehmer gefunden. Durch den beschriebenen Preisverfall am Immobilienmarkt verloren die Papiere stark an Wert oder wurden überhaupt wertlos. Als Konsequenz mussten die Ratingagenturen diese Papiere massiv abstufen. Diese Wertberichtigungen setzten in vielen Ländern alle jene Banken, Unternehmen und Versicherungen unter Druck, die - in Erwartung hoher Zinserträge - in besagte Wertpapiere investiert hatten. Diese Problematik bedeutete die Ausweitung der Finanzkrise von den USA ins Ausland (Neubäumer, 2008).

### **2.1.3 Vertrauenskrise zwischen den Banken**

Im vorigen Abschnitt wurde versucht, jene Prozesse darzustellen, die dazu führten, dass aus Entwicklungen am regionalen Immobilienmarkt eine weltweite Finanzkrise entstehen konnte. Es reicht jedoch nicht, Finanzinstrumente und deren komplizierte Vernetzung darzustellen, um sich ein umfassendes Bild davon zu machen, wie aus

dieser Dynamik die größte Wirtschaftskrise seit der großen Depression der 1930er Jahre entstehen konnte (Zaleskiewicz, 2011). Eine wesentliche Besonderheit der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise stellt die Notwendigkeit dar, auch psychologische Faktoren in die Analysen miteinzubeziehen. Entgegen vergangener Krisen, bei deren Aufbereitung eine Betrachtung ökonomischer Aspekte im Vordergrund stand, liefert die aktuelle Krise auch viele soziale und psychologische Fragestellungen. Das Verständnis von psychologischen Prozessen auf den Finanzmärkten oder die Wahrnehmungen der Wirtschaftskrise und deren Konsequenzen bilden dabei nicht nur ein zentrales Thema bei der Aufarbeitung der Krise, sondern auch wichtige Informationen für die Zukunft (Akerlof & Shiller, 2009).

In diesem Zusammenhang kommt dem Begriff des Vertrauens besondere Bedeutung zu. Während das Konstrukt „Vertrauen“ in späterer Folge genauer behandelt und in Zusammenhang mit „Optimismus“ erläutert wird, sollen hier die wesentlichsten Einflüsse von Vertrauen und dessen Verlust auf dem Finanzmarkt im Rahmen der Wirtschaftskrise dargestellt werden.

Der Stellenwert des Vertrauens bei der Entstehung bzw. Ausweitung der Krise lässt sich besonders an den damaligen Entwicklungen am Interbankenmarkt ablesen. Das Misstrauen der Banken untereinander wurde durch Meldungen und Gerüchte über verschiedene Unternehmen, Versicherungen und Investmentfirmen, die in Liquiditätsprobleme gerieten oder Gewinnwarnungen veröffentlichten, ständig verstärkt. Risiken und bilanzielle Verluste waren gegenseitig nicht mehr nachvollziehbar, was dazu führte, dass sich die Banken durch gegenseitige Kredite am Interbankenmarkt schließlich kaum mehr mit neuer Liquidität versorgen konnten (Bartmann et al., 2009).

Die Ursachen für den Verlust des Vertrauens der Banken untereinander können dabei in mehreren Faktoren gesehen werden. Ein Grund lag in den wachsenden Ausfallraten, den dadurch gestiegenen Ausfallrisiken und somit höheren Risikoprämien einiger Kreditinstitute, in Verbindung mit den notwendig gewordenen und massiven Korrekturen der Ratingagenturen (Bartmann et al., 2009). Besonders hervorzuheben ist dabei die mangelnde Transparenz bei den

Transaktionen (Neubäumer, 2008). Durch undurchsichtig gewordene Kombinationen von unterschiedlichen Forderungsarten mit unterschiedlichen Risiken, verteilt auf eine Vielzahl von Wertpapieren, konnten letztendlich die Investoren die tatsächlichen Risiken in ihren Investitionen nicht mehr nachvollziehen. Die dadurch entstandene Unsicherheit bei den Anlegern, führte schließlich zu einem weitreichenden Vertrauensverlust am gesamten Finanzmarkt, so dass auch gegenüber eigentlich soliden Forderungen das Vertrauen verloren ging (Bartmann et al., 2009). Dieser Vertrauensverlust beschränkte sich damit also nicht allein auf den Subprime-Markt und die damit in Verbindung stehenden Verbriefungen, sondern griff letztlich auf den gesamten Finanzmarkt über. Burghof et al. (2008) nennen den hohen Leveragegrad und die breite Streuung der Subprime-Risiken als Grund für den weltweiten Einbruch des Vertrauens in die Finanzakteure.

Die Funktionstüchtigkeit des Finanzsystems ist jedoch stark von Vertrauen abhängig. Dieses System ist nur solange intakt, solange Einleger den Banken vertrauen und sich Banken und Geldinstitute untereinander vertrauen. Fehlt dieses Vertrauen, gehen den Banken die Einlagen der Sparer verloren. Darüber hinaus sind die Banken in diesem Fall auch nicht mehr bereit, sich untereinander mit Geld zu versorgen (Neubäumer, 2008).

Als Höhepunkt eben beschriebener Entwicklungen kann die Insolvenz der Investmentbank Lehman Brothers am 15. September 2008 und der darauffolgende Kollaps des Interbankenmarktes angesehen werden. Diesen Vorfall beschreiben Burghof et al. (2008) so: „Die Schockwellen der Lehman-Pleite gefährdeten in den Folgetagen nicht nur die Stabilität ganzer Banksysteme, sondern auch die Kreditwürdigkeit ganzer Nationen“ (S. 705).

#### **2.1.4 Auswirkungen der Wirtschaftskrise**

Die Auswirkungen der Finanzkrise auf weite Bereiche des wirtschaftlichen Alltags waren spätestens ab dem Jahr 2008 zu erkennen. Höhere Refinanzierungszinsen für

Banken bedeuteten höhere Kreditzinsen für Finanzdienstleister, Unternehmen und Privatpersonen. Die teurere und schwierigere Aufnahme von Fremdkapital hatte dann eine Senkung des Investitionsvolumens von Unternehmen zur Folge und einen Rückgang im Konsum (Bartmann et al., 2009).

Die Wirtschaftskrise hatte direkte Auswirkungen auf die Entscheidungen, die in betroffenen Unternehmen in Bezug auf Investitionen, Technologien, Marketing und Beschäftigung getätigt wurden (Campello, Graham & Harvey, 2010). Als Maßnahmen der Regierungen gegen die Krise wurden Banken und auch andere Unternehmen teilweise oder zur Gänze verstaatlicht, neue Finanzregulierungen eingeführt und die Zentralbanken zu marktstabilisierenden Maßnahmen aufgefordert (Moshirian, 2011).

Die US-Notenbank reagierte unmittelbar auf die Insolvenz von Lehman Brothers mit einer Verdoppelung der Geldbasis (El-Shagi, 2012). Die Europäische Zentralbank folgte mit einer 30%igen Erhöhung ihrerseits, um ein Übergreifen der Krise auf Europa einzudämmen (El-Shagi, 2012). Der US-Leitzins wurde von 5,25% Anfang des Jahres 2007 schrittweise auf 0,25% Ende 2008 gesenkt, um die notwendig gewordene Liquidität zu gewährleisten (Congleton, 2009). Diese Zahlen sollen verdeutlichen, dass sich weltweit die Regierungen gegen einen Zusammenbruch des Finanzsystems stemmten, wobei das Verhältnis zwischen Einzelmaßnahmen zur Rettung bestimmter angeschlagener Institute und einer generellen Restrukturierung des Finanzmarktes mittels Formulierung neuer umfassender Regulierungen viele Spannungen erzeugte (Burghof et al., 2008). Aus dieser Zeit bleiben Schlagworte wie „Einlagensicherung“, „bad banks“, oder auch „Basel II“ in Erinnerung.

Alle diese Maßnahmen hatten im Wesentlichen zum Ziel, das Vertrauen in das Finanzsystem wieder herzustellen. Auf einzelne Unternehmen bezogene Maßnahmen erzeugten zunächst nicht jenes gewünschte Vertrauen bei den Banken, das notwendig war, um den Interbankenmarkt funktionstüchtig zu machen. Zu Rettungspaketen zusammengefasste, in der Breite wirksame Maßnahmen, sollten das Vertrauen der Bürger in einen funktionierenden Finanzmarkt wieder herstellen.

Die ökonomischen und politischen Auswirkungen eben beschriebener Entwicklungen lassen sich bis ins Jahr 2012 verfolgen. Durch die massiven Aufkäufe ausfallgefährdeter Kredite, staatlich gestützte Notverkäufe und die zahlreichen Bankenpleiten wurden die Staatshaushalte im Bemühen, weiterhin für Liquidität zu sorgen, schwer belastet (Schneider & Kirchgässner, 2009). Dies kann im Euroraum mitverantwortlich gemacht werden für die steigende Staatsverschuldung verschiedener Länder und die darauf folgende und immer noch andauernde Schuldenkrise in Europa.

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008-2009 fügt sich damit in die einleitend erwähnte Reihe von geplatzten Blasen ein. Mit der Schilderung der Problematiken in diesem Kapitel sollte aufgezeigt werden, dass wirtschaftstechnische Rahmenbedingungen wie Leit- oder Kreditzinsen allgemeine Voraussetzungen für das Entstehen einer Krise darstellen. Die dargestellten Vorgänge rund um die aktuelle Finanzkrise zeigen aber gleichzeitig, dass auch psychologische Größen, wie die beschriebene Dynamik des Vertrauensverlustes, einen immensen Einfluss an Ausbruch und Verlauf einer Krise haben.

Das nächste Kapitel widmet sich vor diesem Hintergrund der Rolle von politischen und wirtschaftlichen Akteuren im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise.

## 2.2 Akteure der Finanz- und Wirtschaftskrise

Die Wirtschaftskrise 2008-2009 hat, wie geschildert, das gesamte globale Wirtschaftssystem in Mitleidenschaft gezogen. Alle politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Akteure sind mehr oder weniger betroffen. Weltweit agierende Unternehmen sehen sich ebenso finanziellen Einbußen gegenüber, wie einzelne Bürger (Lang, 2009).

Die Ursachenzuschreibungen der Krise in der Bevölkerung lassen sich anhand zweier unterschiedlicher Perspektiven einteilen. Jene Ansichten, die die Entstehung der Krise mit moralischen und vorsätzlichen Motiven einzelner Akteure in Verbindung bringen, stehen dabei in klarem Gegensatz zu einer Sicht auf die Wirtschaft als ein komplexes, unpersönliches System, das versagt hat und so die Krise verursacht hat (Leiser, Bourgeois-Gironde & Benita, 2010). Abhängig von Faktoren wie sozio-ökonomischem Status und wirtschaftlicher Ausbildung kann dabei die Versuchung entstehen, objektive und kausale Mechanismen zu personalisieren und die Ursachen vor einem moralischen Kontext zu interpretieren. Auf wirtschaftlicher und sozialer Ebene höher situierte Personen tendieren zu einer eher unpersönlichen, systemischen oder gar analytischen Betrachtung. Dagegen ist bei wirtschaftlich weniger gebildeten Personen eine Tendenz dahingehend zu erkennen, dass Personen oder Akteure als Schuldige gesehen werden. Bei Menschen mit niedrigem wirtschaftlichen Wissen und gleichzeitigem niedrigem sozio-ökonomischem Status kann das bis hin zur Annahme reichen, dass Verschwörungen einzelner Akteure für die Wirtschaftskrise verantwortlich gemacht werden (Leiser et al., 2010).

Burghof et al. (2008) bezeichnen die Krise als Ergebnis eines Zusammenspiels mehrerer Akteure. Deshalb, und aufgrund der eben beschriebenen unterschiedlichen Ursachenzuschreibungen, kann eine Aufarbeitung ursächlicher und auch folgender Entwicklungen nur in Verbindung mit einer Betrachtung einzelner Akteure des wirtschaftlichen Gefüges erfolgen. Hierbei interessiert deren Beziehung zueinander, welche Rollen diese Akteure im Rahmen der Krise einnehmen und welche Bedeutung ihnen aus Sicht der Bevölkerung zugeschrieben wird. In dieser Arbeit wird dabei das Augenmerk auf vier Gruppen gelegt, die einen

Querschnitt von an der Wirtschaftskrise beteiligten Akteuren repräsentieren sollen: Regierung und Politik, Geldinstitute und Banken, ManagerInnen und UnternehmerInnen, sowie KonsumentInnen und VerbraucherInnen.

### **2.2.1 Regierung und Politik**

Regierungen und PolitikerInnen sind in Zusammenhang mit der Krise als wesentliche Akteure zu nennen, weil sie in erster Linie durch Gestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen die wirtschaftlichen Ausgangssituationen vorgeben. In diesem Zusammenhang erfüllen sie auch eine entscheidende Rolle im Hinblick auf die Aufrechterhaltung des Vertrauens seitens der BürgerInnen gegenüber dem Wirtschafts- oder Rechtssystem (Arai, 2007). Die Regierungen und deren Politiker werden von den Bürgern gewählt, um die Wirtschaft stabil zu halten und damit die Bevölkerung zu schützen. Bürger vertrauen darauf, dass die Regierung im Bedarfsfall aktiv wird und durch systematische Eingriffe die Funktionalität des wirtschaftlichen Gefüges sichert. Falls Regierungen es verabsäumen, notwendige Maßnahmen zu setzen, kann das negative Folgen auf das Vertrauen der Bevölkerung haben (Arai, 2007). In der jüngeren österreichischen Vergangenheit kann an mehreren Korruptionsfällen deutlich gemacht werden, dass das Vertrauen der Bevölkerung in die staatlichen Organe schnell zerstört werden kann.

Als Akteure des Finanzmarktes wird die Rolle der Staaten von Usslar (2010) beschrieben. Hervorzuheben sind einerseits die Aufgaben des Staates, als Regulator und Träger von Notenbanken zu fungieren, andererseits als Schuldner und Kontrolleure der Kreditinstitute zu wirken.

Nach Ausbruch der Krise wurde durch die Regierungen der verschiedenen Staaten regulierend in das Finanzmarktsystem eingegriffen. Staatliche Garantien oder die Ausweitung der Überwachung des Finanzsektors durch staatliche Organe zählen dabei zu jenen vertrauensbildenden Maßnahmen die oben dargestellten Zusammenhang wiedergeben. Durch die Schuldenkrise in Europa ist der dringende

staatenübergreifende Handlungsbedarf zur Wiederherstellung eines leistungsfähigen Wirtschaftssystems besonders ersichtlich und durch die laufende mediale Berichterstattung die Rolle von Regierung und Politik als bedeutende wirtschaftliche Akteure nachvollziehbar.

### **2.2.2 Geldinstitute und Banken**

Sowohl Medien als auch wissenschaftliche Literatur widmen sich dem Thema Bankenkrise (Bartmann et al., 2009; Behr, 2008; Moshirian, 2011) bereits über einen längeren Zeitraum. In der Öffentlichkeit kann daher die Annahme über eine Beteiligung der Banken an der Krise angenommen werden. Die Rolle von Banken und Finanzdienstleistern beim Ausbruch der Finanzkrise wurde schon in Kapitel 2.1 skizziert. Die darin geschilderten Entwicklungen in Bezug auf Kreditvergaben stellen eine zentrale Rolle der Banken und Geldinstitute bei der Auslösung der Krise dar. Die durch Medien zu diesen Ereignissen präsentierten Informationen, können als eine Ursache dafür gesehen werden, dass in der Öffentlichkeit die Meinung weit verbreitet ist, dass Banken oder weite Teile des Finanzsektors an der Verursachung und Verbreitung der Krise als maßgeblich beteiligt anzusehen sind. Eingangs wurde bereits angeführt, dass aus dieser Sichtweise auch die Benennung einzelner Schuldiger folgen kann (Leiser et al., 2010). Öffentlich geführte Diskussionen um die Einführungen oder Wirksamkeit von unterschiedlich gearteten Regulativen, wie beispielsweise Basel II oder einer Bankensteuer, tragen dazu bei, dass Geldinstitute und Banken als Akteure der Krise wahrgenommen werden können.

### **2.2.3 MangerInnen und UnternehmerInnen**

Manager können vor allem in ihrer Funktion als Entscheidungsträger in den Unternehmen als Akteure im Wirtschaftssystem angesehen werden. Auch wenn sie dabei im Auftrag einer Organisation agieren, werden im Allgemeinen die Entscheidungen und Handlungen einzelner Personen, die an Schlüsselstellen im Wirtschaftssystem sitzen, mit Ereignissen zur Krise in Verbindung gebracht. Fassin

und Gosselin (2011) sehen bei diesen Akteuren besonders die scheinbare Außerachtlassung von moralischen Prinzipien wie Ethik und Gerechtigkeit als mitverantwortlich dafür, wie sich die Krise entwickelt und verbreitet hat. Verschiedene vergangene Handlungen von Unternehmensvorständen, Aufsichtsräten und anderen Akteuren, die manchmal scheinbar nur im eigenen Interesse agieren, sind auch Teil des oft erwähnten Vertrauensverlustes. Die Wahrnehmung von Manager als Teil der Wirtschaftskrise wird in der Öffentlichkeit darüber hinaus durch viele publik gewordene Bonus- oder Gehaltszahlungen bestimmt.

#### **2.2.4 KonsumentInnen und VerbraucherInnen**

Die Rolle der KonsumentInnen und VerbraucherInnen in Zusammenhang mit der Krise lässt sich schon bei deren Entstehung erkennen. Wie bereits skizziert, können Spekulationsblasen nur durch bestimmte gesellschaftliche Stimmungen ausgelöst werden, die wiederum in impulsiven Wirtschaftshandlungen, Gier und nicht gerechtfertigtem Optimismus begründet liegen (Gärling et. al, 2010). Durch die hohe Nachfrage nach billigen Krediten sind KonsumentInnen daher ebenso an der Entstehung der Krise beteiligt. In weiterer Folge nehmen KonsumentInnen auch eine wichtige Position in Bezug auf die wirtschaftliche Entwicklung oder Erholung nach der Krise ein. Roland-Lévy, Boumelki & Guillet (2010) konnten zeigen, dass die Wirtschaftskrise viele Effekte auf die einzelnen Entscheidungen der Konsumhaushalte in Bezug auf Sparmaßnahmen, Kreditaufnahmen oder Kaufentscheidungen hat. Diese Handlungen lassen sich schließlich zu einer gesamtgesellschaftlichen Stimmung zur Wirtschaftslage aggregieren. Sell et al. (2004) fassen die Erkenntnisse dazu zusammen und behaupten, dass sich im Konsumentenvertrauen nicht nur die aktuelle wirtschaftliche Lage widerspiegelt, sondern, durch deren Stimmung, auch Schwankungen des Bruttosozialproduktes verursacht werden.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise kann demnach sowohl in Bezug auf ihre Wahrnehmung als auch der daraus abgeleiteten Konsequenzen vor dem Hintergrund eines dichten Beziehungsnetzwerkes zwischen Staatsregierungen, dem Finanzmarkt, ManagerInnen und KonsumentInnen betrachtet werden.

## **2.3 Vertrauen und Optimismus**

Vertrauen und Zuversicht spielten nach der Meinung vieler Experten Schlüsselrollen bei der Entstehung der Wirtschaftskrise und gelten als zentraler Faktor bei der Umsetzung von ökonomischen Plänen für die nächsten Jahre (Earle, 2009). Sowohl in der wissenschaftlichen Literatur als auch in den Medien wird in Zusammenhang mit der Finanzkrise auch gerne von einer „Vertrauenskrise“ gesprochen (Leiser et al., 2010; Neubäumer, 2008). Verschiedene Fragestellungen im Kontext von Vertrauen und damit in Verbindung stehenden Emotionen wie Optimismus sind nicht nur in Zusammenhang mit der Ursachenforschung zur Wirtschaftskrise interessant. Ebenso gilt es, die Mechanismen hinter diesen Begriffen zu verstehen. Dieses Verständnis kann helfen, diese Faktoren nach einer Krise wieder aufzubauen, was für ein funktionierendes Wirtschaftssystem von großer Bedeutung ist (Sell et al., 2004).

Seligman (2010) nennt als positive Emotionen im Hinblick auf die Zukunft u.a. Vertrauen, Zuversicht, Selbstvertrauen und Optimismus. Als weitere verwandte Begriffe lassen sich noch Vertrauenswürdigkeit und Reputation aufzählen. In der Literatur werden die genannten Begriffe mitunter nicht immer einheitlich verwendet, meist aber finden sich in den zugrundeliegenden Definitionen inhaltliche Überschneidungen.

Im folgenden Kapitel sollen, stellvertretend für mögliche Bezeichnungen, die für die vorliegende Arbeit ausschlaggebenden Konstrukte, nämlich Vertrauen und Optimismus skizziert werden. Hierbei interessiert vor allem deren Rolle im wirtschaftlichen Kontext, deren Zusammenhang und daraus resultierende mögliche Überlegungen und Erfahrungen, die bei zukünftigen Ereignissen von Nutzen sein können.

### **2.3.1 Vertrauen**

Das wechselseitige Vertrauen von Interaktionspartnern als Erfolgsfaktor in der Wirtschaft und Politik beschreibt Kirchler (2009) als:

„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).

Ebenso bezeichnet Schweer (2003) Vertrauen als Grundlage für wirtschaftliche Beziehungen, als Bedingung für das Zustandekommen von Transaktionen. Die Bedeutung von Vertrauen im ökonomischen Kontext erschließt sich auch bei Betrachtung der „Kehrseite“: nicht vorhandenes Vertrauen oder Misstrauen ist im Wirtschaftsleben nämlich mit hohen Kosten verbunden. Partner, die sich nicht vertrauen, müssen sich bei ihrer Geschäftsbeziehung durch Verträge absichern. (Kirchler, 2009; Pirson & Malhotra, 2008; Sell, Göbel, Goldschmidt & Schäfer, 2004). Als „Transaktionskosten“ zusammengefasst versteht man darunter alle Kosten, die bei der „...Anbahnung, Vereinbarung, Durchsetzung und Anpassung eines Vertrages...“ (Neubäumer, 2008, S. 738) anfallen. Unabhängig von Verträgen ist die vollständige Kontrolle einer Interaktion zur Absicherung der Interaktionspartner jedoch auf vielen Ebenen gar nicht möglich, weil nicht alle relevanten Sachverhalte überprüft werden können, oder aber sehr ineffizient. Interaktionen zwischen Staatsbürgern und staatlichen Institutionen, als Beispiel, stellen sich sehr komplex dar, da meistens ein direkter Austausch fehlt. Dabei ist Vertrauen von relevanter Bedeutung, da bei der Umsetzung von politischen Programmen stets die Kooperation der Bürger gefragt ist (Kirchler, 2009).

Der Begriff des Vertrauens wird in der Literatur auf vielfältige Weise definiert. Je nach Perspektive und Kontext der Betrachtung, werden dem Konzept des Vertrauens dabei unterschiedliche Dimensionen zugrunde gelegt. Nachfolgend soll ein kurzer Überblick darüber gegeben werden, welche Variablen im Zusammenhang mit Vertrauen eine Rolle spielen können.

Die Beschreibung von Vertrauen als Einstellung, die entweder *generalisiert* oder *spezifisch* gegenüber bestimmten Personen oder Systemen beobachtbar ist, findet sich bei Luhmann (1989) und in ähnlicher Form bei Freitag und Bühlmann (2009),

wo soziales Vertrauen unterschieden wird in „*particularistic*“ - jener Teil von Vertrauen, der durch persönliche Beziehungen und gemeinsame Erfahrungen zustande kommt – und „*generalized trust*“, verstanden als allgemeines Vertrauen gegenüber Fremden.

Vertrauen kann auch als eine Form von Reduktion der Komplexität betrachtet werden. Dazu beschreibt Ripperger (2007) Vertrauen als „...Mechanismus zur Stabilisierung unsicherer Erwartungen und zur Verringerung der damit einhergehenden Komplexität menschlichen Handelns und Entscheidens“ (S. 49). Diese Reduktion von sozialer Komplexität stellt Luhmann (1989) als Funktion von Vertrauen in den Vordergrund und betont, dass durch die nicht mehr notwendige Absicherung und Kontrolle der eigene Handlungsspielraum erweitert wird und somit das Agieren in komplexen Situationen erleichtert wird.

Clases et al. (2008) sehen Vertrauen als psychologischen Zustand, der die Bereitschaft bewirkt, sich in Situationen beschränkter Antizipierbarkeit zukünftiger Ereignisse, Risiken auszusetzen - also sich in eine Position eigener Verletzbarkeit zu begeben. Vertrauen begründet sich demnach aus einer positiven Zukunftserwartung, die aus einer sowohl kognitiven als auch emotional-affektiven Bewertung des Vertrauensgegenstandes entsteht.

Vertrauen setzt Unsicherheit voraus. Zwar wird auf Erfahrungen aus ähnlichen Kontexten zurückgegriffen und diese auf die aktuelle Situation übertragen, der Vertrauende geht aber immer auch das Risiko negativer Konsequenzen ein, wenn die antizipierten Ereignisse nicht eintreten, d.h. wenn sich jemand, dem man vertraut, nicht so verhält wie gehofft. Vertrauen ist daher nicht rein rational erklärbar, sondern auch von einer emotional-affektiven Komponente beeinflusst (Clases et al., 2008). Die Dimension der Unsicherheit findet sich auch in der Definition von Koller (1990): „Vertrauen ist die Erwartung, dass ein Interaktionspartner wohlwollendes Verhalten zeigen wird, obwohl dieser die Möglichkeit hat andere, nicht wohlwollende Verhaltensweisen zu wählen“ (S. 1).

Ein anderes Verständnis von Vertrauen rückt das Vertrauensobjekt ins Zentrum. Dabei wird differenziert zwischen Vertrauen gegenüber Personen („*personales*

Vertrauen“) und dem Vertrauen gegenüber Organisationen oder Institutionen („*systemisches Vertrauen*“). Im Falle von Regierungen und Parteien wird systemisches Vertrauen mitunter auch als „*öffentliches Vertrauen*“ bezeichnet (Schweer, 2003).

Interaktion und Reziprozität bilden zwei Punkte, in denen sich systemisches Vertrauen zentral von dem Vertrauen, das Personen einander entgegenbringen, unterscheidet. Das Kernproblem, mit dem sich Organisationen, Unternehmen oder Institutionen bei dem Versuch, Vertrauen zu erlangen, konfrontiert sehen, besteht im Mangel an den vertrauensrelevanten Faktoren der Interaktion und Reziprozität. Die Möglichkeit der Interaktion zur Vertrauensbildung ist seitens der Organisation in den seltensten Fällen gegeben, oder besteht nur gegenüber einzelnen Personen innerhalb des Unternehmens, wodurch eher personales Vertrauen entsteht (Schweer, 2003).

Reziprozität beschreibt das Problem, dass eine Institution ihre Vertrauenswürdigkeit nicht durch unmittelbare Vertrauenshandlungen zeigen kann, wie das zwischen zwei Personen möglich ist. Das Vertrauen eines Individuums in eine Organisation kann sich daher nur langsam entwickeln und muss von dieser laufend wieder unter Beweis gestellt werden. Die fehlende Reziprozität, die für den Vertrauensprozess wichtig ist, muss dabei seitens der Institutionen durch eine nach innen und außen transparent gemachte ethisch-moralische Grundhaltung kompensiert werden (Schweer, 2003).

Nachdem das Konstrukt des Vertrauens erläutert wurde, soll im folgenden Abschnitt der Begriff des „Optimismus“ erklärt werden und wie diese beiden Konzepte zusammenhängen.

### **2.3.2 Optimismus**

Den meisten Definitionen von Optimismus liegt eine Sichtweise zugrunde, die Optimismus als generalisierte und stabile Persönlichkeitseigenschaft versteht.

Scheier und Carver (1985) zählen mit ihren Bemühungen, dispositionellen Optimismus messbar zu machen und der Entwicklung des Life-Orientations-Tests zu den Pionieren der Optimismusforschung. Sie sehen Optimismus als ein Persönlichkeitsmerkmal, das sich durch inhaltlich generalisierte und zeitlich stabile positive bzw. negative Ergebniserwartungen kennzeichnet (Scheier & Carver, 1985).

Im Allgemeinen kann Optimismus als positive, generalisierte Erwartung gegenüber zukünftigen Ereignissen angesehen werden. Zentraler Punkt ist dabei, dass Optimismus als eine psychologische Eigenschaft eines Individuums angesehen wird, welche stabil und über die Zeit konstant ist. Optimismus kann manchmal auch situationsspezifisch variabel ausfallen, in diesem Fall wird meist von einer „optimistischen Tendenz“ gesprochen (Puri & Robinson, 2007).

Für ein differenziertes Verständnis von Optimismus ist weiters die Abgrenzung zu Pessimismus von Bedeutung. Scheier und Carver (1985) betrachteten in ihrem Konzept Optimismus zunächst als eindimensionales Konstrukt, mit den beiden Polen Optimismus und Pessimismus. Weitere Studien zum Thema konnten diese Annahme jedoch nicht bestätigen. Verschiedene Analysen lassen eher auf Optimismus und Pessimismus als zwei voneinander unabhängigen Faktoren schließen. (Herzberg, Glaesmer & Hoyer, 2006; Robinson-Whelan, Kim, Mac Callum & Kiecolt-Glaser, 1997). Das bedeutet, dass geringer Optimismus nicht zwangsläufig mit hohem Pessimismus verbunden ist, sondern dass beide Faktoren unterschiedlich und unabhängig voneinander ausgeprägt sein können. (Glaesmer, Hoyer, Klotsche & Herzberg, 2008). Die Unabhängigkeit von Optimismus und Pessimismus scheint mit zunehmendem Alter einer Person zuzunehmen (Herzberg et al., 2006).

Der positive Einfluss von Optimismus auf eine Vielzahl von physischen Faktoren, wie Wohlbefinden, körperlicher Gesundheit, Gesundheitsverhalten und Genesungsverläufen ist durch mehrere Studien gut belegt (Glaesmer et al., 2008). Optimistische Personen zeichnen sich in den genannten Fällen oder allgemein in stressreichen Situationen dadurch aus, dass sie über besonders entwickelte

Bewältigungsstrategien oder entsprechend angepasstes Verhalten verfügen (Puri & Robinson, 2007).

Die Relevanz und Tragweite von Optimismus, auch in Bezug auf viele ökonomische Phänomene, wird anhand folgender beispielhafter Effekte deutlich: Optimistische Personen glauben eher, dass ihr Einkommen in den nächsten Jahren steigen wird. Darüber hinaus sind die Arbeitstage optimistischer Personen durchschnittlich länger als die von pessimistischen. Gleichzeitig planen Optimisten ihre berufliche Karriere länger im Voraus und gehen dabei von einem späteren Pensionsantritt aus, oder wollen überhaupt nicht in Pension. Auch bei finanziellen Entscheidungen können Unterschiede zwischen optimistisch und pessimistisch eingestellten Personen beobachtet werden. Optimisten sparen mehr und neigen zu einer individuelleren Streuung ihres Aktienbesitzes (Puri & Robinson, 2007).

Optimistisches Verhalten kann auch Auswirkungen auf den Märkten zur Folge haben. Optimistische Akteure zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihr Level von wirtschaftlicher Aktivität erhöhen, wohingegen Pessimisten dadurch gekennzeichnet sind, dass sie ihren Konsum, ihre Investitionen und Produktionsvorhaben unter ein normales Ausgangsniveau zurückfahren (Kurz, Jin und Motolese, 2005). Sell et al. (2004) unterstreichen die Bedeutung von Optimismus als einen Teil von Risiko im Sinne eines Produktionsfaktors. Auf der Grundlage von mehr oder weniger begründetem Optimismus beruhen marktwirtschaftliche Entscheidungen von einzelnen ökonomischen Akteuren, beispielsweise Unternehmensgründungen oder der Eintritt in neue Märkte.

Die vier Phasen des Konjunkturzykluses (Boom, Abschwung, Rezession und Aufschwung) lassen sich als unterschiedliche Kombinationen der Variablen „aktuelle konjunkturelle Lage“ und „Erwartungen gegenüber der zukünftigen Entwicklung“ einordnen (Sell et al., 2004). Diese Variablen beziehen sich auf die Wahrnehmung bzw. die Einschätzung von ökonomischen Akteuren. Ein Boom liegt dann vor, wenn sowohl aktuelle Lage als auch Zukunftserwartungen positiv eingestuft werden. In einer Rezession werden diese beiden Parameter dagegen als negativ eingestuft. Ein Aufschwung ist gekennzeichnet durch eine negative momentane Situation, bei

gleichzeitigem optimistischem Blick in die Zukunft. Dieser Logik folgend, besteht die Phase Abschwung aus der Umkehr eben genannter Bewertungen (Sell et al., 2004).

Die Berührungspunkte von Vertrauen und Optimismus – in Form von Zukunftserwartungen - können in drei Punkten zusammengefasst werden (Sell et al., 2004):

- 1.) Vertrauen wird immer dann erschüttert, wenn Erwartungen als verlässliche Informationen ausgegeben werden. Dies passiert etwa bei Renditeversprechen, wenn ein Vertrauensnehmer den eigenen Optimismus als Fakt handelt, also unsichere Ausgänge als sicher verkauft, und somit Garantien im Hinblick auf risikoreiche Ereignisse gegeben werden, die so gar nicht existieren.
- 2.) Die zweite Erklärung von Vertrauensverlust bezieht sich auf Informationen, die Einfluss auf die Erwartungsbildung haben. Hier wird angeführt, dass Vertrauen dann verloren geht, wenn wesentliche (negative) Informationen gefälscht oder zurückgehalten werden. Darunter fallen beispielsweise Bilanzfälschungsskandale.
- 3.) Schließlich kann ein Bruch im Vertrauen dann entstehen, wenn Erwartungen gegenüber Institutionen oder gegenüber deren Vertretern enttäuscht werden und beispielsweise ethische Verpflichtungen verletzt werden. Diese liegen etwa dann vor, wenn Personen des Aufsichtsrates den Mitarbeitern den Kauf von Unternehmensaktien empfehlen, während sie diese selbst schon abstoßen (Sell et al., 2004).

Vorhandener oder fehlender Optimismus und die Bildung oder der Verlust von Vertrauen sind demzufolge eng miteinander verknüpft. Als gemeinsamer Nenner dieser Faktoren kann die „Zukunftsgerichtetheit“ bezeichnet werden. Rousseau, Sitkin, Burt & Camerer (1998) drücken Vertrauen in diesem Zusammenhang aus als „...the willingness to be vulnerable under conditions of risk and interdependence ... based upon positive expectations of the intentions or behavior of another“ (Rousseau et al., 1998, S. 395).

Im vorangegangenen Abschnitt wurde versucht zu zeigen, dass Optimismus und Vertrauen in einem engen Zusammenhang stehen, da sich eine optimistische Grundeinstellung direkt auf das Ausmaß an entgegengebrachtem Vertrauen auswirkt. Vertrauen kann demnach umso leichter entstehen, je optimistischer jemand eingestellt ist (Pulford, 2009).

Ein weiterer wichtiger Faktor beim Zustandekommen von Vertrauen und der möglichen Ausprägung einer optimistischen Einstellung ist das Ausmaß an Wissen. Leiser et al. (2010) führen dazu an, dass ökonomisch ungebildete Personen ein, im Vergleich zu ökonomischen Experten, düsteres Bild davon haben, welche Auswirkungen die Wirtschaftskrise bei verschiedenen betroffenen Gruppen hatte. Außerdem folgt die allgemeine Einschätzung der Bevölkerung von der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung einer pessimistischeren Sichtweise, als jene von Ökonomen, die über mehr Wissen verfügen dürften.

Es scheinen somit nicht nur, wie eben dargestellt, der Grad der optimistischen Einstellung Einfluss auf die Interpretation und Einordnung der Wirtschaftskrise zu haben, sondern auch die Art und Weise der persönlichen wirtschaftlichen Kenntnisse. Das anschließende Kapitel widmet sich der möglichen Unterschiede zwischen ökonomischen Experten und ökonomischen Laien und versucht diese zu strukturieren.

## 2.4 Experten und Laien

Ansichten und Meinungen von Experten und Laien zu einem Thema gehen oft weit auseinander. Dass dabei die Unterschiede nicht ausschließlich auf den jeweiligen Wissensstand zurückgeführt werden können, sondern auch in den ungleichen Denkmustern von Experten und Laien begründet sind, wird in mehreren Studien gezeigt. (z.B. Christandl & Fetchenhauer, 2009; Haferkamp, Fetchenhauer, Belschak, & Enste, 2009; Leiser & Drori, 2005).

Diese Unterschiede müssen auch bei der Untersuchung der Vorgänge rund um die Wirtschaftskrise berücksichtigt werden. Vorrangiges Interesse hat dabei die Art und Weise, wie ökonomische Laien wirtschaftliche Belange wahrnehmen und interpretieren, da allein diese Wahrnehmung schon wirtschaftliche Relevanz hat (Leiser, Bourgeois-Gironde & Benita, 2010). Die Unterschiede zwischen Experten und Laien sind gerade auch deshalb interessant, weil nicht ausschließlich Experten Einfluss auf das Wirtschaftssystem haben. Laien wirken nicht nur in ihrer Rolle als Konsumenten, sondern beeinflussen auch als Wähler die politische Richtung im Staat und damit einen wesentlichen Teil des ökonomischen Gefüges (Enste et. al., 2009). Dazu führen Bastounis, Leiser & Roland-Lévy (2004) an: „Unquestionably, lay theories about the economy provide information that is important for the definition and advancement of economic policies and practice“ (S.264).

Leiser et al. (2010) widmeten sich möglichen Faktoren, aus denen sich die Differenzen zwischen wirtschaftlich trainierten Personen und der restlichen Bevölkerung ableiten lassen. Sozio-ökonomischer Status, das individuelle Ausbildungsniveau in Wirtschaft, die persönliche Betroffenheit durch die Krise und Religion machen die Autoren als Einflüsse aus, die dazu führen, dass die Öffentlichkeit (bzw. die Laien) im Allgemeinen ein trostloseres Bild von der Wirtschaftskrise und ihren Konsequenzen zeichnen als dies Experten tun. Dies lässt sich an einem pessimistischeren Ausblick der zukünftigen Entwicklung gegenüber festmachen.

Die Unterschiede zwischen Experten und Laien auf Ebene der erworbenen wirtschaftlichen Kompetenz werden von Seeber und Remmele (2008) beschrieben. Die Autoren sehen die kognitive Entwicklung ökonomischen Wissens u.a. in einem entwicklungspsychologischen Zusammenhang und nennen Alter und Schulzeit als einflussreichste Faktoren beim Verstehen von wirtschaftlichen Zusammenhängen. Interpretationen ökonomischer Gegebenheiten entwickeln sich so mit zunehmendem Alter von anfangs subjektiven, auf den eigenen Erfahrungshorizont bezogene Konzepte, zu einem System von Beziehungen und Verbindungen, die nicht mehr nur isoliert betrachtet werden (Furnham & Lewis, 1986; zitiert nach Seeber & Remmele, 2008). Weitere Faktoren, die Einfluss auf die wirtschaftliche Kompetenz haben, lassen sich mit Geschlecht, sozio-ökonomischem Status und Ausbildung aufzählen (Seeber & Remmele, 2009).

Bei der Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Belangen machen sich aber, wie eingangs erwähnt, bei Durchschnittsbürgern nicht nur die gegenüber Experten fehlende Information oder die fehlende Fachkenntnis ökonomischer Zusammenhänge bemerkbar, darüber hinaus verwenden sie auch generell ein anderes Bewertungsschema als ökonomische Experten. Enste, Haferkamp und Fetchenhauer (2009) führen dazu an, dass Experten in wirtschaftlichen Belangen größtenteils nach ökonomischen Theorien urteilen, wobei hier primär Effizienzüberlegungen stattfinden. Bei Nicht-Ökonomen stehen dagegen Fairness und ethische Prinzipien bei der Beurteilung im Vordergrund. Das Verständnis ökonomischer Laien über wirtschaftliche Zusammenhänge wird dabei auf die Anwendung impliziter Theorien über die Funktionsweise der Wirtschaft zurückgeführt. Diese Theorien unterliegen jedoch bestimmten „Verzerrungen“ oder „kognitiven Biases“, beruhen also u. a. auf Fehlwahrnehmungen (Fetchenhauer, 2009).

Arthur (2000) zitiert nach Leiser & Aroch (2009) fasst dies folgendermaßen zusammen: „economics is inherently difficult. If the public tries to make sense of it nonetheless, it must impose some simpler structure or rely on heuristics“ (S.3). Einige dieser Biases oder Heuristiken, denen Laien unterliegen, werden auch von

Fetchenhauer, Enste & Köneke (2010) angeführt: „die Vernachlässigung dynamischer Effekte“, die „Fixed-Pie-Annahme“, und der „Anti-Foreign-Bias“.

Die Vernachlässigung dynamischer Effekte wird auch von Christandl und Fetchenhauer (2009) in deren Studie gezeigt, wo die Schwierigkeit, Wachstumseffekte richtig einzuschätzen, ersichtlich wird und von Nicht-Experten Effekte starken Wachstums massiv unterschätzt werden. Mit der Vernachlässigung dynamischer Effekte ist dabei aber auch die Nichtbeachtung von Folgeeffekten und Konsequenzen gemeint. Als Beispiel sei hier angeführt, dass Laien nicht daran denken, dass die Einführung von Mindestlöhnen den Verlust einiger Arbeitsplätze bedeuten kann, ebenso wie begrenzte Höchstlöhne dazu führen können, dass hochqualifizierte Mitarbeiter abwandern, was beides der Wettbewerbsfähigkeit eines Landes schadet (Fetchenhauer et. al., 2010).

Die Fixed-Pie-Annahme beschreibt ebenfalls eine von Laien angewandte Heuristik, nämlich die Annahme, dass beispielsweise bei Arbeitsplätzen oder Vermögen, nur ein fixes Volumen zur Verteilung zur Verfügung steht. Diese Annahme führt dazu, dass ein Gewinn einer Gruppe gleichzeitig als Verlust einer anderen Gruppe wahrgenommen wird. Oben erwähntem Fairness-Grundgedanken folgend, stellen sich Laien in weiter Folge somit hauptsächlich die Frage, wie dieses Volumen möglichst gerecht verteilt werden kann, während für Ökonomen Überlegungen im Vordergrund stehen, wie das Volumen vergrößert werden kann (Fetchenhauer et al., 2010).

Unter Anti-Foreign-Bias kann eine Erweiterung dieser Annahme verstanden werden, nämlich dann, wenn Personen annehmen, dass eine Gruppe, zu der sie sich zugehörig fühlen, eine Nutzeneinbuße erleidet, weil Außenstehende gerade einen Nutzengewinn erleben (Fetchenhauer et al., 2010).

In ihrer Studie zum ökonomischen Verständnis naiver Personen finden Leiser und Aroch (2009) auf den ersten Blick scheinbar paradoxe Ergebnisse. Wirtschaftliche ungebildete Personen geben einerseits überwiegend an, wirtschaftliche Konzepte nicht gut zu verstehen, sind aber auf der anderen Seite auskunftsbereit über zukünftige Entwicklungen ökonomischer Variablen. Ereignisse, die die Wirtschaft

betreffen, scheinen von Laien nicht als Komponenten eines kausalen Systems angesehen zu werden. Vielmehr werden sie als gut oder schlecht klassifiziert. Die implizite Theorie, dass die wirtschaftliche Welt entweder in einer rechtschaffenen Weise oder in bösartiger Manier funktioniert, wird als „good-begets-good“-Heuristik bezeichnet (Leiser & Aroch, 2009).

Neben der ökonomischen Ausbildung spielt der sozio-ökonomische Status eine wichtige Rolle im Bewertungsprozess der Wirtschaftskrise. Personen mit niedrigerem Status und geringerer Wirtschaftskompetenz tendieren dazu, die Krise zu personalisieren und Ursachen auf einer moralischen Ebene im Kontext von Gier und Skrupellosigkeit zu suchen (Leiser & Aroch, 2009). Emotional besetzte Begriffe wie „Kapitalismus“ und „Globalisierung“ werden zu Charakterisierungen, die stellvertretend für die Ursachen der Krise angesehen werden. Personen wie Bernard Madoff und dessen im Schneeballsystem geführte Investmentfonds spielen bei Erklärungsversuchen von Laien demnach eine wesentliche Rolle (Leiser, Bourgeois-Gironde und Benita, 2010). Ökonomisch höher gebildete Personen bewerten dagegen eher nach einem systemischen Ansatz, wo Ursachen nicht auf einzelne Personen bezogen werden. Diese Gruppe hat allgemein einen optimistischeren Blick in die wirtschaftliche Zukunft und mehr Vertrauen in die Leistungsfähigkeit des ökonomischen Systems (Leiser et al., 2010).

Bei jenen Fragestellungen, die mit den verschiedensten Entwicklungen zur Wirtschaftskrise zusammenhängen, scheinen Unterschiede zwischen Experten und Laien besonders einnehmend zu sein. Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Politik in Form von politischen Wahlen wurde bereits angesprochen. In Demokratien ist die politische Richtung stark beeinflusst von den Ansichten und Meinungen der Bevölkerung. Es stellt sich dabei die Frage, wie diese Systeme funktionieren können, wenn die Bevölkerung darauf bezogene Themen nicht versteht, oder in den meisten Teilen von der Meinung der Spezialisten abweicht (Leiser & Aroch, 2009).

Wirtschaftliche Themen können hierbei als Spezialfall angesehen werden, weil ökonomische Argumente und Erklärungen nicht einzig den Experten vorbehalten

sind, wie das beispielsweise im Ingenieurwesen der Fall ist. Im Gegenteil, Wirtschaft ist auch für Laien ein alltägliches Thema, dessen Inhalte über verschiedene Medienkanäle Verbreitung finden und auf ein wirtschaftlich nicht ausgebildetes Publikum ausgerichtet sind. Dies reicht von Artikeln in Zeitungen über Börsenberichte bis zu Büchern in Form von Finanzratgebern (Leiser & Aroch, 2009).

Die Finanz- und Wirtschaftskrise stellt über einen großen Zeitraum hinweg ein sehr komplexes und gleichzeitig medial äußerst präsent Thema dar. Laien sind bei ihren diesbezüglichen Bewertungen verschiedener Sachverhalte hierbei besonders von den Medien und deren Informationen abhängig (Leiser & Aroch, 2009). Die oftmals negativen Schlagzeilen nehmen dabei genauso Einfluss auf die Bewertungsschemata von Laien, wie die Komplexität des Themas und die damit einhergehende - stark komprimierte - zur Verfügung stehende Information. Experten hingegen profitieren von einem Einblick ins Wirtschaftssystem, der über diese Informationen hinausgeht.

Nachdem in den vorigen Abschnitten die Unterschiede von optimistischen und nicht optimistischen Personen und ökonomischen Experten und Laien aufgezeigt wurden und wie sich diese Diskrepanz auf eine voneinander abweichende Wahrnehmung und Interpretation wirtschaftlicher Entwicklungen auswirken kann, soll im nächsten Kapitel die Theorie der sozialen Repräsentationen erläutert werden. Ziel ist es dabei, Verständnis dafür zu schaffen, wie innerhalb der eben genannten Gruppen gemeinsame Ideen, Bilder und Werte (Moscovici, 2000) bestehen und welche Rolle diese bei Interaktionsprozessen erfüllen.

## 2.5 Soziale Repräsentationen

Die Theorie der sozialen Repräsentationen geht auf Serge Moscovici (1961) zurück und hat Werte, Normen und Einstellungen zum Inhalt, die zu einem Thema innerhalb von sozialen Gruppen bestehen. Aus dem französischen Sprachraum kommend, gelingt die Übersetzung der Theoriebezeichnung ins Deutsche mit dem eher unüblichen Begriff „Repräsentation“ zwar nicht optimal – möglich wäre ebenso die Wahl verwandter Begrifflichkeiten wie „Vorstellung“ oder „Darstellung“ (vgl. El Sehity & Kirchler, 2006), trotzdem wird – dem überwiegenden Trend der zum Thema vorhandenen und in dieser Arbeit zitierten (vorrangig englischsprachigen) Literatur folgend - der Bezeichnung „Repräsentation“ der Vorzug gegeben.

Wesentliche Bedeutung scheint der Theorie der sozialen Repräsentationen in Prozessen allgemeiner Veränderung zuzukommen. Roland-Lévy (2003) hierzu: „...most of the time, it is possible to distinguish different social representations corresponding to particular groups, and/or at specific epochs, when specific changes occur (S.1). Die Wirtschaftskrise kann als ein solcher Prozess der Veränderung bzw. als eine Zeit des Wandels erachtet werden. Die Krise hat durch all ihre Auswirkungen neue Verhaltensweisen in Bezug auf wirtschaftliches Handeln notwendig gemacht, die wiederum die anfängliche Repräsentation beeinflussen können (Flament, 1994; Abric, 1994; zitiert nach Roland-Lévy, 2010).

Der folgende Überblick über verschiedene Erklärungs- und Formulierungsversuche zur Theorie der sozialen Repräsentationen in der Literatur soll dabei versuchen, zum Verständnis der zugrundeliegenden Überlegungen beizutragen. Hierbei werden anfangs verschiedene Definitionen von sozialen Repräsentationen gegenübergestellt, um im Anschluss daran auf mögliche Formen der Operationalisierung einzugehen.

### 2.5.1 Definitionen

Moscovici erklärte sein Konzept der sozialen Repräsentationen als:

„...system of values, ideas and practices with a twofold function: first to establish an order which will enable individuals to orient themselves in their material and social world and to master it; and secondly to enable communication . . . by providing a code for social exchange and a code for naming and classifying unambiguously the various aspects of their worlds and their individual and group history“ (Moscovici, 1973; zitiert nach Wagner et al., 1999, S.96).

Wagner et al. (1999) beschreiben die Theorie als ein Netzwerk von Konzepten und Ideen zur Untersuchung von sozialpsychologischen Phänomenen in modernen Gesellschaften. Diese Vorgänge, so die Behauptung, können nur dann richtig verstanden werden, wenn sie im Kontext von historischen, kulturellen und makrosozialen Gegebenheiten betrachtet werden. Soziale Repräsentationen dürfen nicht als Abbildungen der Wirklichkeit verstanden werden. Vielmehr sind sie „...eine Form von sozialem Wissen, das von Mitgliedern einer Gruppe geteilt wird“ (Knoblauch, 2005, S.319).

Anhand nachfolgender Definitionen können die Funktionen von sozialen Repräsentationen erklärt werden. Die Funktion, unbekannte Inhalte vertraut zu machen, hebt Kulich, El Sehity und Kirchler (2005) hervor. Sie fassen soziale Repräsentationen zusammen als Meinungs-, Glaubens-, und Wissenssysteme, die sich auf Objekte sozialer Interaktion beziehen und eine Grundlage für den Alltagsdiskurs darstellen. Die Integration von nicht vertrauten Inhalten in bekannte Wertesysteme unserer Umwelt führt auch Moscovici (2000) als wichtigste Funktion von sozialen Repräsentationen an. Die Umwandlung von Neuem und Unbekanntem in Gewohntes und Alltägliches ist die Grundlage für eine Gesprächsbasis in einer sozialen Gruppe. In dem wir uns mit der Umwelt, in der wir leben, auseinandersetzen bilden wir bestimmte „Repräsentationen“ eben dieser Umwelt aus. Diese verbinden wir mit unserem bereits bestehenden Wissen und Wertesystem, was uns dabei hilft, uns in der Welt zurechtzufinden und Sinnzusammenhänge zu erkennen (Howarth, 2006).

Im Hinblick auf die Entstehung von sozialen Repräsentationen sah Moscovicis Konzept dabei zwei Prozesse beteiligt: Den Prozess des Objektivierens und den

Prozess der Verankerung. Während der Objektivierung werden Charakteristiken eines ungewohnten Objektes oder einer unbekanntem Situation in die bestehenden Wirklichkeiten einer Gruppe übertragen. Mit anderen Worten werden abstrakte Inhalte in konkrete Vorstellungen umgewandelt, so dass diese anschaulich werden. Bei diesem Vorgang wählt das Individuum einige Merkmale des unvertrauten Objektes aus („Informationsselektion“) und reorganisiert damit das bisherige Wissen („Dekontextualisierung“). Danach kann das Unbekannte in etwas eher Bekanntes und Gewöhnlicheres umgewandelt werden (Roland-Lévy, 2003). Der Verankerungsprozess setzt sich aus zwei Faktoren zusammen, nämlich einem kognitiven Aspekt, der das Objekt oder die Situation in bekannte, zurückliegende Erfahrungen eines Individuums integriert, und einem sozialen Aspekt, bei dem die Repräsentation durch die Gruppe mit einer Bedeutung verknüpft wird. Die Interpretation einzelner Situationen oder Objekte kann dabei zwischen den verschiedenen Gruppen differieren (Roland-Levy, Boumelki & Guillet, 2010).

Vor dem Hintergrund, dass soziale Repräsentationen eines Objektes verstanden werden als eine Beschreibung, wie dieses Objekt von Individuen einer Gruppe wahrgenommen wird, kann in weiterer Folge postuliert werden, dass ein starker Zusammenhang zwischen der Repräsentation eben dieses Objektes und der diesbezüglichen Einstellungen von Individuen und deren Verhalten besteht (Roland-Lévy, 2003). Dieser Zusammenhang muss nicht unbedingt kausaler Natur sein. Soziale Repräsentation können sich auf das Verhalten auswirken, genauso ist es aber auch möglich, dass die zu Netzwerken verknüpften Bilder, Ideen, Werte und Meinungen durch Verhalten modifiziert werden (Roland-Lévy et al., 2010).

Die kognitive Organisation von sozialen Repräsentationen passiert mittels zweier Arten von Elementen, nämlich zentraler Kernelemente und solchen der Peripherie. Die Kernelemente haben dabei eine kreative und generierende Funktion, in dem sie für die Bedeutungszuschreibung einer Repräsentation sorgen (Abric 1976, 1984; Flament, 1987; zitiert nach Molinari, 1993). Im Kern finden sich einige Schlüsselemente, die die Struktur einer Repräsentation organisieren und die historisch und ideologisch stark verwurzelt sind. Aufgrund dessen stimmen Mitglieder einer Gruppe in diesen Elementen überein (Wachelke, 2012, in press).

Der zentrale Kern wird einerseits durch die Charakteristiken des Objektes selbst bestimmt, andererseits spielt aber auch die Beziehung zwischen Objekt und Individuum eine Rolle. Diese dynamische Verbindung bestimmt, welche Elemente den zentralen Kern bilden und damit stabil und nicht leicht veränderbar sind (Molinari, 1993).

Das periphere System bildet in diesem Zusammenhang den flexiblen Teil der Repräsentationsstruktur. Diese Elemente werden nicht notwendiger Weise von der ganzen Gruppe übereinstimmend aufgefasst, vielmehr findet durch sie eine Integration von besonderen Informationen in die Struktur statt. Hiermit wird eine Beziehung der Repräsentationsstruktur zu umgebenden Bedingungen hergestellt (Abric 1994; zitiert nach Wachelke, 2012, in press). Den peripheren Vorstellungen kommt des Weiteren eine den Kern stabilisierende Funktion zu. An die zeitliche Entwicklung des Kontextes angepasste Peripherieelemente verhindern eine Veralterung der sozialen Repräsentation. Außerdem erfüllen sie eine Mediationsleistung zwischen den konstanten Inhalten des Kerns und den variablen Teilen des Kontextes (El Sehity, Kirchler, 2006).

### **2.5.2 Operationalisierung von sozialen Repräsentationen**

Eine breite Palette an Erhebungsmethoden ermöglicht Untersuchungen auf Basis von sozialen Repräsentationen. El Sehity und Kirchler (2006) zählen hierzu Ethnografie, Focus-Gruppen, Inhaltsanalysen, Befragungen, Fragebogenstudien und die Analyse freier Assoziationen. Wagner et al. (1999) skizzieren viele der eben genannten Methoden anhand von Beispielen, weisen aber darauf hin, dass die Strategien dabei der Vielschichtigkeit und Komplexität des Konzeptes der sozialen Repräsentationen Rechnung tragen sollen. Fragebögen, strukturierte Interviews oder ein experimentelles Setting sind daher nicht als optimale Untersuchungsmethode anzusehen. Besser geeignet scheinen Vorgehensweisen, die den Probanden ein freies Antwortformat erlauben, beispielsweise durch die Erhebung von spontanen Assoziationen zu einem vorgegebenen Stimulus (Kirchler et al., 2003).

### 2.5.3 Freie Assoziationen

Bei der Methode der freien Assoziationen wird den Probanden schriftlich oder mündlich ein Stimulus oder Reizwort vorgegeben. Im Anschluss haben die Personen die Aufgabe, alle Wörter zu nennen, die ihnen in Verbindung mit dem vorgegebenen Begriff spontan und ohne nachzudenken in den Sinn kommen. In den meisten Fällen wird dabei die Anzahl an möglichen Antworten auf eine vorher festgelegte Maximalzahl begrenzt. Üblicherweise wird dieser Ablauf im Rahmen einer Untersuchung mehrmals zu unterschiedlichen Stimuluswörtern wiederholt (Nelson, McEvoy & Dennis, 2000).

Freie Assoziationen ermöglichen einen Einblick in unstrukturierte Vorstellungen, die von sozialer Erwünschtheit weitgehend unberührt bleiben. Assoziationen sind „...über soziale Lernprozesse erworben und erscheinen daher geeignet, um soziale Vorstellungen empirisch zu untersuchen“ (Kulich et al., 2005, S.2).

Roland-Lévy et al. (2010) nennen als Grund für die Wahl freier Assoziationen als Erhebungsmethode die Möglichkeit, den Inhalt von sozialen Repräsentationen zu erkennen und dabei die verschiedenen Elemente identifizieren zu können. Je nach Häufigkeit der Nennungen und deren Position in der Assoziationsreihenfolge lassen sich die Begriffe dem Kern bzw. der Peripherie einer Repräsentation zuordnen.

Von der hierarchischen Struktur einer sozialen Repräsentation ausgehend, werden jene Elemente, die den zentralen Kern bilden, von den meisten Personen assoziiert und sind damit am häufigsten. Da diese Begriffe für die Gruppe von Bedeutung sind, werden diese spontan genannt, finden sich am Anfang der Nennungen zu einem Stimuluswort. Periphere Elemente bilden gleichsam die Individualität ab und zeichnen sich deshalb dadurch aus, dass sie aus Assoziationen bestehen, die einerseits nicht so häufig genannt werden, andererseits üblicherweise auch weiter hinten in der Reihenfolge stehen (Roland-Lévy, 2003).

## 2.5.4 Zusammenfassung

Soziale Repräsentationen erlauben die Identifizierung von Faktoren, die für Verhalten und Gedanken relevant sind und können daher als ideales Instrument erachtet werden, die Wahrnehmung zu bestimmten Themen zu untersuchen. Als Grundlage für die Wahrnehmung und Interpretation von Situationen in der Realität, bilden soziale Repräsentationen auch die Wurzel sozialer Kommunikation und gelten damit als wichtige Determinanten für menschliches Verhalten (Moscovici, 1961; Roland-Lévy et al., 2010).

Unter diesem Gesichtspunkt entstanden seit den ersten Entwürfen Moscovicis zahlreiche Studien, die sich Fragestellungen zu den verschiedensten Themen widmen und dabei unterschiedlichste methodische Zugänge wählen. Auf Basis der Theorie der sozialen Repräsentationen lassen sich beispielsweise Fragen zur Wahrnehmung des Euro in Österreich (Meier & Kirchler, 1998), zum Steuerverhalten (Kirchler, Maciejovsky & Schneider, 2003) und zur internationalen Marktforschung (Penz, 2006) untersuchen.

Roland-Lévy et al. (2010) untersuchten die sozialen Repräsentationen zur Finanzkrise im Hinblick auf Auswirkungen auf Spar- und Kreditverhalten. Die Autoren betrachten das Konzept bei Analysen im Kontext der Finanzkrise deswegen als nützlich, weil es eine Untersuchung dessen, wie eine Situation wahrgenommen wird, möglich macht.

Die vorliegende Studie will an diesem Punkt anknüpfen und somit untersuchen, wie das „Alltagswissen“ über die Krise und deren Kontext in Form von sozialen Repräsentationen organisiert ist. Da wie erwähnt die Interpretationen einer Situation die Kommunikationsbasis innerhalb einer Gruppe bilden, diese Einordnungen je nach Gruppe jedoch anders ausfallen können, interessieren vor allem die feststellbaren Unterschiede hinsichtlich sozialer Repräsentationen. Diese Abweichungen in den sozialen Repräsentationen sollen Einblick darüber geben, wie die Individuen innerhalb der Gruppen Experten und Laien, also abhängig vom spezifischen Wissensstand, und in Anbetracht unterschiedlicher Ausprägung von

optimistischer Einstellung die Hintergründe der Finanzkrise wahrnehmen, bewerten und schließlich ihr Verhalten anpassen.

Auf Basis dieses Untersuchungsgegenstandes wurden im ersten Teil der Arbeit die diesbezüglichen theoretischen Erkenntnisse dargestellt und zueinander in Verbindung gebracht. Neben einer Aufbereitung der Geschehnisse der Krise wurde die Rolle der Akteure erklärt und der Stellenwert von Vertrauen und Optimismus mit Charakteristiken der Wirtschaftskrise in Zusammenhang gebracht. Danach erfolgte eine Darlegung von Unterschieden in Denkmustern zwischen wirtschaftlichen Experten und Laien und ein Überblick über die Theorie der sozialen Repräsentationen. Dieses theoretische Wissen soll im nun folgenden zweiten Abschnitt als Ausgangslage dienen, um Forschungsfragen zu formulieren und daraus Hypothesen abzuleiten, die im Rahmen einer empirischen Untersuchung getestet und beantwortet werden sollen.

### 3. Empirie

Der zweite Teil der Arbeit widmet sich zunächst der Ableitung von Forschungsfragen aus dem, im vorigen Abschnitt vorgestellten, theoretischen Hintergrund. Im Kern der Arbeit steht die Wahrnehmung der Wirtschaftskrise durch die verschiedenen Personenkreise aus Experten und Laien bzw. optimistischen und nicht optimistischen Personen. Die weiteren Forschungsfragen widmen sich dem Bild, das eben diese Gruppen in Bezug auf die Rollenverteilung der wirtschaftlichen Akteure haben. Es soll dabei herausgearbeitet werden, welche sozialen Repräsentationen optimistische Experten, nicht optimistische Experten, optimistische Laien und nicht optimistische Laien zu den Begriffen „Staat und Regierung“, „Geldinstitute und Banken“, „ManagerInnen und UnternehmerInnen“ und „KonsumentInnen und VerbraucherInnen“ in Verbindung mit der Wirtschaftskrise haben. Ziel dabei ist es auch, mögliche Maßnahmen abzuleiten, die einen Aufbau von Optimismus nach der Wirtschaftskrise ermöglichen.

Im Anschluss an die Formulierung von Forschungsfragen werden im Abschnitt „Methode“ Einzelheiten der durchgeführten Untersuchung näher erläutert. Dazu zählen eine Übersicht über die teilnehmende Stichprobe, eine Vorstellung des bei der Erhebung verwendeten Fragebogens, sowie die Erklärung der Durchführung. Danach folgt die Darstellung von Arbeitsschritten, die sich auf die Aufbereitung der verwendeten Daten beziehen, und eine Beschreibung von vorbereitenden Analysen, die bei der Untersuchung notwendig waren.

Abschließend werden in Kapitel 3.4 die bei der Studie gefunden Ergebnisse dargestellt. Nach einer deskriptiven Betrachtung wird auf die Ergebnisse der einzelnen Korrespondenzanalysen eingegangen, anhand derer die Meinungen der Untersuchungsteilnehmer zu den fünf Stimulusbegriffen erforscht wurden. Dabei werden die formulierten Forschungsfragen beantwortet.

## **3.1 Forschungsfragen und Hypothesen**

Die im Theorieteil vorgenommene Sammlung und Gegenüberstellung der relevanten Literatur zum Thema dient im folgenden Abschnitt als Basis, um daraus Forschungsfragen und Hypothesen zu formulieren. Hierbei wird ein explorativer Zugang verfolgt. Da die Wirtschaftskrise, mit den im Theorieteil erwähnten Merkmalen, für die Forschung ein neues Phänomen darstellt, zu dem nur relativ wenig empirische Studien vorliegen, liegt der vorliegenden Arbeit eine eher Hypothesen generierende Vorgangsweise zu Grunde. Obwohl die vorgestellte Theorie zu den weiter unten angeführten Fragestellungen Unterschiede zwischen den Meinungen der Gruppen vermuten lässt, steht im Kern der Arbeit eine inhaltliche Analyse. Das Ziel ist dabei, Ergebnisse zu gewinnen, die vor allem ein qualitatives Bild der Meinungen zeichnen, mögliche Unterschiede aufzeigen und Ansatzpunkte für weiterführende Studien ermöglichen.

Begonnen wird nachfolgend unter Punkt 3.1.1 mit der Erklärung der Forschungsfragen betreffend der Finanz- und Wirtschaftskrise. Die Forschungsfragen, die sich auf die Untersuchung der Akteure der Krise beziehen, folgen darauf anschließend im Abschnitt 3.1.2.

### **3.1.1 Soziale Repräsentationen zur Finanz- und Wirtschaftskrise**

Hinsichtlich der Finanz- und Wirtschaftskrise soll ein umfangreicher Vergleich Aufschluss über eventuelle Unterschiede in den sozialen Repräsentationen zwischen den Gruppen geben. Eine Differenzierung erfolgt dabei sowohl in Bezug auf Experten und Laien als auch in hinsichtlich der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung optimistische und nicht optimistische Personen. Das bedeutet, dass optimistische und nicht optimistische Experten optimistischen und nicht optimistischen Laien gegenüber gestellt werden.

## **Forschungsfrage 1**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. - hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in deren sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise?*

Der besprochenen Theorie folgend, sollen sich hier die unterschiedlichen Interpretationen der einzelnen Gruppen in Bezug auf die Wirtschaftskrise in den genannten Assoziationen und den daraus gebildeten Kategorien widerspiegeln. Die Literatur liefert hierbei Anhaltspunkte für die Annahme von Unterschieden in den sozialen Repräsentationen zwischen den Personenkreisen. Experten sollen beispielweise eine optimistischere Einstellung erkennen lassen als Laien (Leiser & Aroch 2009; Leiser et al., 2010). Jedoch können auf Grund der insgesamt wenigen existierenden Studienergebnisse zum sehr komplexen Thema Wirtschaftskrise nur Vermutungen über Art und Weise der Abweichungen angestellt werden. Deswegen wird die aus Forschungsfrage 1 abgeleitete Hypothese ungerichtet formuliert.

**H1(1):** Die sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

## **Forschungsfrage 2**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. - hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in Bezug auf den Verlauf der sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise?*

Die Untersuchung dieser Forschungsfrage soll eine genauere Analyse der Charakteristiken von sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise ermöglichen. Es soll dabei gezeigt werden, welche Kategorien den Beginn der Assoziationsreihenfolge bilden und welche am Ende genannt werden, und ob sich dieser Umstand zwischen den untersuchten Gruppierungen unterscheidet. Begriffe, die den Kern einer sozialen Repräsentation bilden, stehen am Anfang der genannten Assoziationen und gelten als für eine Gruppe bedeutend. Assoziationen,

die später im Verlauf genannt werden, bilden die Peripherie und damit Individualität ab (Roland-Lévy, 2003). Vor diesem Hintergrund wird angenommen, dass sich dabei auch Experten von Laien bzw. optimistische von nicht optimistischen Personen unterscheiden lassen.

**H1(2):** Der Verlauf der sozialen Repräsentationen in der Assoziationskette unterscheidet sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

### **3.1.2 Soziale Repräsentationen zu den Akteuren der Krise**

Die inhaltliche Analyse der Wirtschaftskrise soll dahingehend komplettiert werden, dass weiters die Rollen der Krisenakteure untersucht werden. Auch bei der Untersuchung der Akteure interessiert eine Gegenüberstellung von (in Bezug auf zukünftige Wirtschaftsentwicklungen) optimistischen und nicht optimistischen Experten mit optimistischen und nicht optimistischen Laien. Dieser Vergleich erfolgt zu jedem Stimuluswort separat.

Auch in Bezug auf die Akteure stützen sich die vermuteten Unterschiede auf die gesammelten Überlegungen des theoretischen Teils. Aufgrund der relativ geringen Anzahl an vergleichbaren Studien werden alle Hypothesen ungerichtet formuliert, was bedeutet, dass Art und Weise der angenommenen Unterschiede in den sozialen Repräsentationen vorab nicht präzisiert werden. Um ein besseres Verständnis der Forschungsfragen und daraus abgeleiteten Untersuchungshypothesen zu ermöglichen, werden die Annahmen kurz zusammengefasst. Generell ist festzuhalten, dass unterschiedliche Wahrnehmungen und Interpretationen der Akteure und der ihnen zugesprochenen Rolle in Verbindung mit der Krise seitens der Experten und Laien sich in unterschiedlichen sozialen Repräsentationen darstellen lassen sollten. Am ehesten können in Bezug auf die Stimuluswörter „Banken/Geldinstitute“ und „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ Diskrepanzen zwischen Experten und Laien angenommen werden. Es ist anzunehmen, dass die Expertengruppe, zusammengesetzt aus Mitarbeitern eines Geldinstitutes, Vertreter

der eigenen Branche anders beurteilen, als das branchenfremde Laien tun. Hier wird vermutet, dass Experten positivere oder neutrale Kategorien verwenden als Laien. Das unterschiedlich ausgeprägte wirtschaftliche Wissen und ein damit vermutetes komplexeres Berufsbild von Unternehmern sollte sich darüber hinaus auf die Einschätzung von Managern auswirken. Im gleichen Kontext betrachtet kann aber bei den Stimuluswörtern „Regierung/Politik“ und „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ kein ebenso großer Unterschied angenommen werden. Die Art des Einflusses einer optimistischen oder nicht optimistischen Grundhaltung auf die sozialen Repräsentationen zu den einzelnen Akteuren bleibt ebenso offen, in weiterer Folge damit auch die Ergebnisse zu einer kombinierten Untersuchung der Gegenüberstellung von Experten und Laien und optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Die Forschungsfragen und Hypothesen betreffend der Untersuchung der Krisenakteure werden daher wie folgt festgelegt:

### **Forschungsfrage 3**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. – hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in deren sozialen Repräsentationen zu Regierung und Politik?*

**H1(3):** Die Wahrnehmungen zu Regierung und Politik unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

### **Forschungsfrage 4**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. – hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in deren sozialen Repräsentationen zu Geldinstituten und Banken?*

**H1(4):** Die Wahrnehmungen zu Geldinstituten und Banken unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

### **Forschungsfrage 5**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. – hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in deren sozialen Repräsentationen zu ManagerInnen und UnternehmerInnen?*

**H1(5):** Die Wahrnehmungen zu ManagerInnen und UnternehmerInnen unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

### **Forschungsfrage 6**

*Gibt es einen Unterschied zwischen Experten und Laien bzw. – hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen - optimistischen und nicht optimistischen Personen in deren sozialen Repräsentationen zu KonsumentInnen und VerbraucherInnen?*

**H1(6):** Die Wahrnehmungen zu KonsumentInnen und VerbraucherInnen unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

## 3.2 Methode

In diesem Kapitel erfolgt die Vorstellung der teilnehmenden Stichprobe, des verwendeten Materials sowie die Darstellung der Vorgehensweise bei der Durchführung der vorliegenden Untersuchung.

### 3.2.1 Beschreibung der Stichprobe

Die vorliegende Stichprobe setzt sich aus 156 Experten und 153 Laien zusammen. Die Gruppe der „Experten“ wird dabei von Mitarbeitern eines großen österreichischen Finanzinstituts repräsentiert. Die Erhebung der Experten erfolgte dabei zeitlich vor jener der wirtschaftlichen Laien-Stichprobe, die in Bezug auf wichtige demographische Daten parallelisiert wurde. Durch diese Vorgehensweise konnte im Hinblick auf die Verteilung von Alter und Geschlecht eine repräsentative Stichprobe gewonnen werden. In Bezug auf das Alter kann dabei zwischen der Gruppe der Experten ( $M = 40.90$ ,  $SD = 10.21$ ) und jener der Laien ( $M = 41.07$ ,  $SD = 9.97$ ) kein signifikanter Unterschied festgestellt werden ( $t(307) = -0.14$ , bei  $p > .05$  sodass  $p = .89$ ). Auch ein Vergleich bezogen auf die Verteilung der Geschlechter bei Experten (53.20 % männlich, 46.80 % weiblich) und Laien (56.90 % männlich, 43.10 % weiblich) ergibt keine signifikanten Unterschiede ( $\chi^2(1, N = 309) = .42$ ,  $p = .52$ ). Tabelle 1 gibt einen Überblick über die demographischen Daten der erhobenen Stichprobe.

Tabelle 1: Soziodemographische Daten getrennt nach Experten und Laien

		Experten n=156	Laien n=153	$\Sigma$ N=309
Geschlecht	männlich	83	87	170
	weiblich	73	66	139
Altersdurchschnitt	<i>M</i>	40.9	41.07	40.98
	<i>SD</i>	10.21	9.97	10.08
Schulbildung	Hochschule	28	31	59
	Matura	86	80	166
	Lehrabschluss	41	42	83
	Pflichtschule	1	0	1
Art der Beschäftigung	selbstständig	0	1	1
	leitende Angestellte	24	20	44
	qualifizierte Angestellte	84	78	162
	nicht leitende Angestellte	45	50	95
	Lehrling/PraktikantIn	3	0	3
	Karenz	0	3	3
	arbeitslos	0	1	1
berufliche Verbindung zum Finanzdienstleistungssektor	ja	156	0	156
	nein	0	153	153
Nationalität Österreich		154	152	306
Muttersprache Deutsch		152	150	302

Alle Teilnehmer wurden im Rahmen des Fragebogens aufgefordert, eine Selbsteinschätzung bezüglich ihrer wirtschaftlichen Kompetenz zu treffen. Dazu wurde folgende Frage gestellt: „Wie würden Sie Ihr persönliches Verständnis von wirtschaftlichen Zusammenhängen einschätzen?“ Dieses Item im Fragebogen diente der Kontrolle, ob die Gruppe der Experten in Bezug auf wirtschaftliches Wissen auch als solche betrachtet werden können. Die Antworten auf einer vierstufigen Skala (von 1 = *sehr gut* bis 4 = *sehr schlecht*) brachten folgende Ergebnisse: Mit einem arithmetischen Mittel der Expertengruppe von  $M = 1.81$  ( $SD = .56$ ,  $N = 156$ ), gegenüber einem Mittelwert von  $M = 2.23$  ( $SD = .63$ ,  $N = 153$ ) bei der Laiengruppe zeigt sich, dass sich die Experten als überdurchschnittlich einschätzen. Die Laien schätzen ihr ökonomisches Verständnis dem gegenüber schlechter ein. Ein T-Test für unabhängige Stichproben ergibt für diesen Unterschied ein signifikantes Ergebnis ( $t(307) = -6.20$ ,  $p < .00$ ).

### 3.2.2 Material

Die Datenerhebung erfolgte mittels Onlinefragebogen, der in mehrere Abschnitte unterteilt war. Die mit diesem Instrument erhobenen Daten und deren Analyse gehen dabei – wie zu Beginn erwähnt – über das Thema und die Fragestellungen der hier vorliegenden Arbeit hinaus. Zum leichteren Verständnis wird deshalb an dieser Stelle nur auf jene Teile des Fragebogens eingegangen, die auch hier zur Anwendung kommen. Eine vollständige Version des verwendeten Fragebogens findet sich im Anhang A.

Zu Beginn wurden den Probanden fünf Stimulusworte vorgegeben, zu denen sie jeweils bis zu acht freie Assoziationen nennen sollten. Der Fragebogen begann dabei für alle Personen mit dem Stimulus „Finanz-Wirtschaftskrise“, der dem Thema entsprechend die Ausgangslage für die weiteren Fragen liefern sollte. Die vier weiteren Stimuli betrafen die Akteure der Wirtschaftskrise und waren „Politik/Regierung“, „Geldinstitute/Banken“, „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ und „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“. Diese Begriffe wurden dabei randomisiert vorgegeben, um Reihenfolgeeffekte zu vermeiden.

Zur Erfassung von wirtschaftlich optimistischen und nicht optimistischen Personen wurde eine Skala herangezogen, deren Items am Institut für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung Wirtschaft entwickelt wurden und ursprünglich die Erhebung von Vertrauen in die Wirtschaft im weitesten Sinne zum Ziel hatten (Näheres dazu unter Kapitel 3.3.1). Die siebenstufige Skala sah Antworten von 1 („ich stimme vollkommen zu“) bis 7 („ich stimme überhaupt nicht zu“) vor.

Den Abschluss der Erhebung bildeten Fragen zur Erfassung soziodemographischer Daten, wie Geschlecht, Alter, Nationalität, Muttersprache, Schulbildung, Berufstätigkeit, einer eventuellen beruflichen Verbindung zum Finanzdienstleistungssektor und die Personenanzahl des Haushaltes.

### **3.2.3 Durchführung**

Die Erhebung der Daten erfolgte durch ein österreichisches Marktforschungsinstitut im März 2010. Die Vorgehensweise bestand dabei darin, Angestellte eines österreichischen Finanzinstitutes mittels Emails - und einem darin enthaltenen Link zum online verfügbaren Fragebogen – zur Teilnahme aufzurufen. Ausgehend von dieser Stichprobe, die die Experten repräsentieren, wurden danach entsprechend der vorhanden Alters- und Geschlechtsverteilung eine parallelisierte Laiengruppe befragt. Auch hier erfolgte das Ansuchen um die Teilnahme via Email und die Bearbeitung des Fragebogens selbst online.

Nach der Vorstellung der zur Anwendung gekommenen Methode werden im nächsten Kapitel Analyseschritte erklärt, die vorab für eine Ergebnisberechnung notwendig waren.

## **3.3 Aufbereitung der Daten und vorbereitende Analysen**

In diesem Abschnitt sollen jene Analysen erläutert werden, die notwendig waren, um die Daten aus dem Onlinefragebogen dahingehend aufzubereiten, dass eine Auswertung der Forschungsfragen möglich wurde.

### **3.3.1 Die Skala „Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklung“**

Die Unterteilung der Stichprobe in wirtschaftliche Experten und Laien wurde bereits unter Punkt 3.2.1 erwähnt. Da aber zusätzlich innerhalb dieser beiden Gruppen auch zwischen (bezogen auf die Wirtschaft) optimistischen und nicht optimistischen Personen unterschieden werden sollte, war zu diesem Zweck die Abwandlung einer am Institut für Angewandte Psychologie: Arbeit, Bildung Wirtschaft entwickelten Skala notwendig. Die Items dieser Skala wurden dabei im weitesten Sinne mit der Absicht konstruiert, das „Vertrauen in die Wirtschaft“ zu erfassen, was jedoch Inhalt anderer Arbeiten ist. Im Verlauf der Entstehung dieser (und weiterer) Arbeiten, welche die vorliegende Stichprobe analysieren, wurde von einer alleinigen Betrachtung von Vertrauen im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise Abstand genommen und stattdessen eine Untersuchung in Bezug auf Optimismus angestrebt. (Anm: Zur Abgrenzung der Konstrukte „Vertrauen“ und „Optimismus“ siehe Kapitel 2.3). Dies wurde durch eine Anpassung dieser Skala ermöglicht.

In der ursprünglichen Version bestand die Skala aus elf Items, von denen drei aufgrund inhaltlicher Überlegungen zu Beginn ausgeschlossen werden konnten. 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 können.

1. Ich befürworte die aktuellen Subventionen des Staates in die Wirtschaft
2. Staat und Wirtschaft müssen kooperieren, um die Krise zu überwinden.

3. Die österreichische Wirtschaft ist von der Finanzkrise weniger betroffen als andere Länder.

Die acht übrig gebliebenen Items der Skala wurden einer konfirmatorischen Faktorenanalyse unterzogen. Die Ergebnisse dazu sind in Tabelle 2 dargestellt.

Tabelle 2: Faktorenanalyse zur Skala „Optimismus in zukünftige wirtschaftliche Entwicklung“

Item	Faktor		
	1	2	3
<i>Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald von der Finanzkrise erholen wird.*</i>	0.80	0.08	0.24
<i>Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.*</i>	0.79	0.18	0.12
<i>Ich würde keine großen Investitionen im derzeitigen Markt unternehmen.</i>	-0.08	-0.85	-0.06
<i>Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.*</i>	0.69	0.09	-0.06
<i>Ich vertraue darauf, dass der Staat die Wirtschaft saniert.</i>	0.09	-0.02	0.81
<i>Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.*</i>	0.82	0.23	0.14
<i>Ich vertraue darauf, dass die Banken korrekt/sorgfältig mit dem Geld der BürgerInnen umgehen.</i>	0.27	0.72	0.08
<i>Die Krise kann weder durch die Wirtschaft selbst saniert, noch durch die Hilfe des Staates überwunden werden.</i>	-0.11	-0.15	-0.70

Anmerkung: Die Items die hoch (> 0.5) in Faktor 1 laden, sind in Tabelle 2 mit „\*“ markiert und stellen die erhaltene Skala „Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklung“ dar, anhand derer die Trennung zwischen

optimistischen und nicht optimistischen Personen in dieser Studie erfolgen soll. Die restlichen Items wurden ausgeschlossen.

Die Items der Skala „Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklung“ lassen dabei erkennen, dass der berechnete Faktor auch inhaltlich begründet werden kann, da alle Items einen inhaltlichen Bezug zur Zukunft aufweisen und gleichzeitig wirtschaftliche Entwicklungen thematisieren. Um diese Skala zu überprüfen, wurde eine Reliabilitätsanalyse durchgeführt. Das dabei erhaltene Cronbachsalph von  $\alpha = .81$  kann als hoch eingestuft werden. Für die durch die eben beschriebenen Berechnungsschritte gewonnene Skala „Optimismus hinsichtlich zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen“ ergibt sich ein Mittelwert von  $M = 3.96$  und eine Standardabweichung von  $SD = 1.24$  bei  $N = 309$ .

Eine Unterteilung der Untersuchungsteilnehmer in optimistische und nicht optimistische Personen folgte im Anschluss durch die Bildung eines additiven Indexes. Nach dem die Antworten zu den einzelnen Items der 7-stufigen Antwortskala für jede ProbandIn summiert wurden, wurde anhand eines Mediansplits ( $Mdn = 4.00$ ) die Stichprobe in zwei Gruppen geteilt. Die Stichprobe wurde mit dieser Vorgehensweise in 172 optimistische Personen und 137 nicht optimistische Personen aufgeteilt. Um zu verhindern, dass 22 Versuchspersonen aus der Stichprobe ausgeschlossen werden, wurden jene, die exakt auf dem Median von 4.00 liegen, der Gruppe von optimistischen Personen zugerechnet. Diese Vorgehensweise wird einerseits mit der positiven Formulierung der Items begründet und der damit einhergehenden Abbildung von Optimismus im Gegensatz zu Pessimismus. Andererseits liegt das arithmetische Mittel der Skala mit  $M = 3.96$  ( $SD = 1.24$ ;  $N = 309$ ) näher am optimistischen Pol der Skala, was die entstandenen, leicht ungleich großen, Teilstichproben rechtfertigt. Die aus dieser Skala erhaltene Unterteilung in optimistische und nicht optimistische Experten und in optimistische und nicht optimistische Laien ist - inklusive der jeweiligen demographischen Daten - in Tabelle 3 dargestellt.

Tabelle 3: Soziodemographische Auswertung getrennt nach Experten und Laien beziehungsweise optimistisch und wenig optimistisch eingestellten Personen

		Experten	Laien	optimistisch	nicht optimistisch	optimistische Experten	nicht optimistische Experten	optimistische Laien	nicht optimistische Laien	$\Sigma$
		<i>n</i> = 156	<i>n</i> = 153	<i>n</i> = 172	<i>n</i> = 137	<i>n</i> = 90	<i>n</i> = 66	<i>n</i> = 82	<i>n</i> = 71	<i>N</i> = 309
Geschlecht	männlich	83	87	94	76	46	37	48	39	170
	weiblich	73	66	78	61	44	29	34	32	139
Alter	<i>M</i>	40.90	41.07	39.71	42.58	39.80	42.41	39.61	42.75	40.98
	<i>SD</i>	10.21	9.97	10.41	9.44	10.62	9.49	10.23	9.46	10.08
Höchste Ausbildung	Hochschule	28	31	34	25	17	11	17	14	59
	Matura	86	80	90	76	46	40	44	36	166
	Lehre	41	42	47	36	26	15	21	21	83
	Pflichtschule	1	0	1	0	1	0	0	0	1
Berufstätigkeit	selbstständig	0	1	0	1	0	0	0	1	1
	leitende Angestellte	24	20	22	22	11	13	11	9	44
	qualifizierte Angestellte	84	78	91	71	47	37	44	34	162
	nicht leitende Angestellte	45	50	56	39	30	15	26	24	95
	Lehrling/PraktikantIn	3	0	2	1	2	1	0	0	3
	Karenz	0	3	1	2	0	0	1	2	3
	arbeitslos	0	1	0	1	0	0	0	1	1

### 3.3.2 Datenbereinigung

Dieser Abschnitt fasst die Arbeitsschritte zusammen, die die Rohdaten aus der Onlineumfrage in für die vorliegenden Fragestellungen verwertbare Informationen brachten.

Während der Analyse von qualitativen Daten gilt es darauf zu achten, den Eingriff durch die Forscher möglichst gering zu halten. Besonders bei der Datenaufbereitung von freien Assoziationen muss dafür gesorgt werden, nicht allzu manipulativ in das Material einzugreifen (Kulich et al., 2005). Deswegen wurde bei dieser Aufbereitung in mehreren Schritten vorgegangen.

Das Rohdatenmaterial aus dem Onlinefragebogen beinhaltete bei einer Gesamtanzahl von 7550 Assoziationen 3955 unterschiedliche Nennungen. Die Datenbereinigung sah in einem ersten Schritt vor, Tipp- bzw. Rechtschreibfehler zu korrigieren und unnötige Leerzeichen zu entfernen. Außerdem wurde die Groß- und Kleinschreibung angepasst sowie Singular- und Pluralformen vereinheitlicht bzw. Adjektive in Substantive umgeändert. Soweit es ohne Informationsverlust zulässig schien, wurden die Assoziationen auf den Singular ohne fallspezifische Endung gebracht. Als Ausnahmen gelten hierbei z.B. „Steuern“ auf „Steuer“ auszubessern, oder „Nachrichten“ in den Singular zu ändern. Da hier die verschiedenen Formen nicht zweifelsfrei dieselbe Bedeutung haben, wurde in diesen Fällen auf eine Vereinheitlichung verzichtet. Neben einer Angleichung von Abkürzungen und Eigennamen (beispielsweise „U.S.A.“ und „USA“ u. dgl.) erfolgte im darauf folgenden Schritt auch die Anpassung unterschiedlicher Schreibweisen von eindeutig gleichbedeutenden Begriffen. Dies beinhaltete sowohl geringfügigere Korrekturen der Assoziationen wie etwa - als Beispiel – den eher umgangssprachlichen Begriff „Banker“ auf „Bankmanager“ zu ändern, als auch umfangreichere Zusammenführungen von Begriffsgruppen mit der gleichen Bedeutung („Arbeitslosigkeit steigt“ ist etwa die Vereinheitlichung von Nennungen wie „steigende Arbeitslosigkeit“, „mehr Arbeitslose“, „höhere Arbeitslosenraten“ und dgl.). Um auch bei diesem Bereinigungsschritt etwaigen Informationsverlust möglichst gering zu halten, wurden dazu Themengruppen gebildet, in denen die zu

vereinheitlichenden Assoziationen einander gegenüber gestellt wurden. Die verwandten Begriffe wurden danach ausführlich inhaltlich analysiert, um in der Diskussion Konventionen in Bezug auf die finale Form der Assoziationen festzulegen. Durch den beschriebenen Datenbereinigungsprozess wurde die Zahl der unterschiedlichen Nennungen auf 3022 reduziert.

### **3.3.3 Kategorienbildung**

Im Anschluss an die Datenbereinigung wurden die Assoziationen in Kategorien zusammengefasst. Entgegen einer deduktiven Strukturierung, bei der die Kategorien theoriegeleitet vor der Analyse entwickelt werden, wurde in dieser Untersuchung ein induktives Vorgehen gewählt (Bortz & Döring, 2006). Dem Anspruch einer qualitativen Inhaltsanalyse folgend, bildet im vorliegenden Fall das erhobene Datenmaterial – also die freien Assoziationen – den Ausgangspunkt für die Bestimmung eines Kategoriensystems. Damit soll erreicht werden, dass eine möglichst konkrete und materialnahe Festlegung der Auswertungsaspekte gelingt (Mayring, 2005). Anhaltspunkte lieferten dabei die bereits unter Punkt Datenbereinigung erwähnten „Themengruppen“, die zur Erleichterung der Gegenüberstellung ähnlicher Assoziationen gebildet wurden. Davon ausgehend wurden Kategorien gebildet, in die die Assoziationen eingeordnet wurden. Das endgültige Kategoriensystem entstand durch mehrmaliges Durchlaufen dieses Zuordnungsprozesses und die gleichzeitige fortlaufende Optimierung und Umformulierung der einzelnen Kategorien und ihrer Bedeutungen oder in anderen Worten durch eine kontinuierliche Anpassung des Abstraktionsniveaus.

Das Stimuluswort „Finanz-/Wirtschaftskrise“ nimmt in diesem Zusammenhang einen anderen Stellenwert ein als die Stimuli der Akteure, weswegen sich die genannten Assoziationen in diesen beiden Gruppen erheblich unterscheiden. Diesem Umstand wurde dahingehend Rechnung getragen, dass schließlich zwei voneinander unabhängige Kategoriensysteme entwickelt wurden, eines in Bezug auf den Begriff Krise und ein zweites für die restlichen vier Stimuluswörter, die sich

auf die Akteure beziehen. Tabelle 4 gibt einen Überblick über die entwickelten Kategorien betreffend dem Stimulus Krise.

In Summe ergeben sich somit für das Stimuluswort „Finanz-/Wirtschaftskrise“ 29 Kategorien, wobei die Kategorie „Sonstiges“ als Hilfs- bzw. Restkategorie anzusehen ist. Die in dieser Kategorie eingeordneten Assoziationen beziehen sich in den meisten Fällen auf eine einfache Nennung von gängigen Floskeln rund um die Wirtschaft, die sich nicht genauer zuordnen lassen und haben wenig Erklärungswert. Um die Kategorienbezeichnungen inhaltlich zu präzisieren, sind in Tabelle 4 darüber hinaus jeweils die drei häufigsten Assoziationen jeder Kategorie angeführt.

Tabelle 4: Kategoriensystem Finanz-/Wirtschaftskrise

Kategorienbezeichnung	häufigste		zweithäufigste		dritthäufigste		$\Sigma$
	Assoziation	<i>n</i>	Assoziation	<i>n</i>	Assoziation	<i>n</i>	
<i>Akteure</i>	Lehman Brothers	13	Bernie Madoff	8	Hypo Alpe Adria	4	39
<i>Bedrohung</i>	Unsicherheit	20	Angst	16	Existenzangst	4	72
<i>Betrug</i>	Betrug	7	Korruption	7	Verbrecher	4	39
<i>Börse/Finanzmarkt</i>	Spekulation	37	Aktienkursverlust	33	Immobilien	19	259
<i>fehlende Betroffenheit</i>	Übertreibung	4	trifft nicht alle	2	spiegelt nicht das wahre Leben	1	18
<i>Gehalt/Bonus</i>	Bonuszahlung	14	Gehalt Manager	9	Gehaltseinbußen	9	52
<i>Geld</i>	Geld	12	Euro	5	Eigenkapital	2	29
<i>Geldwertänderung</i>	Inflation	22	Teuerung	13	weniger Geld	9	94
<i>Gesetze/ Reglementierung</i>	Regelung	3	ungeregelte Finanzmärkte	1	Regulierung für Banken gilt nur in EU	1	24
<i>Gier</i>	Gier	25	Rücksichtslosigkeit	2	ihre Bösen	1	43
<i>Inkompetenz</i>	Schulduweisung	3	Kontrollsystemversagen	3	Steuerverschwendung	2	46
<i>Internationales</i>	USA	43	Globalisierung	13	Griechenland	10	108
<i>Medien</i>	aufgebauscht	3	Medien	3	Panikmache der Medien	2	31
<i>negative Rahmenbedingungen</i>	Arbeitslosigkeit	107	Arbeitslosigkeit steigt	15	Kurzarbeit	12	177
<i>Pessimismus</i>	noch nicht vorbei	2	weitreichend	1	wird noch viel schlimmer kommen	1	11
<i>Rezession</i>	Rezession	8	schlechte Ertragslage	4	Umsatzrückgang	4	39
<i>Sonstiges</i>	Versicherung	3	unzufriedene Kunden	2	Kapitalismus	2	53
<i>Soziale Probleme</i>	Armut	12	soziale Probleme	4	Armut steigt	4	27
<i>Sparen/ Einsparungsmaßnahmen</i>	Sparen	15	Einsparung	8	Sparmaßnahmen	7	63
<i>Staatshilfe</i>	Bankenrettung	12	Staatshilfe	8	Staatshaftung	4	43
<i>Steuern</i>	Steuer	13	Steuererhöhung	13	Zinsen niedrig	8	73
<i>Synonyme Bank</i>	Bank	65	bad bank	2	Bankenskandal	1	76
<i>Synonyme Krise</i>	Bankenkrise	26	Immobilienkrise	9	Börsenkrach	8	63
<i>Synonyme Politik</i>	Politik	6	Politiker	4	Regierung	3	15
<i>Synonyme UnternehmerInnen</i>	Manager	12	Bankmanager	3	Fondsmanager	1	17
<i>Umbruch</i>	Chance	8	Umdenken	2	bewusstere Lebenseinstellung	1	32
<i>Ungerechtigkeit</i>	Ungerechtigkeit	4	Ausbeutung	2	Macht	2	44
<i>Verluste</i>	Konkurs	18	Verlust	17	Schulden	14	120
<i>Vertrauensverlust</i>	Vertrauensverlust	14	Misstrauen	4	Imageverlust der Banken	4	36

*n* = Anzahl der Nennungen der Assoziation;  $\Sigma$  = Gesamtanzahl der Nennungen einer Kategorie

Wie erwähnt wurden im Sinne einer differenzierten Betrachtung der vorhandenen Daten zwei unterschiedliche Kategorisierungen vorgenommen. Die freien Assoziationen, die von den Untersuchungsteilnehmern zu den Akteuren der Wirtschaftskrise genannt wurden, also zu den Stimulusbegriffen „Regierung und Politik“, „Geldinstitute und Banken“, „ManagerInnen und UnternehmerInnen“ sowie „KonsumentInnen und VerbraucherInnen“, lassen sich in das in Tabelle 5 ersichtliche Kategoriensystem unterteilen. Dieses System umfasst 21 Kategorien, wobei in diesem Fall die beiden letzten Kategorien Hilfskategorien beschreiben und ebenfalls Eigennamen und Nennungen ohne Erklärungsgehalt in Bezug auf die Fragestellung beinhalten.

Die induktive Vorgehensweise bei der Kategorienbildung und die damit mögliche Beeinflussung der Kategorienformulierung durch die Erwartungen der Forscher macht eine Überprüfung dieser Kategoriensysteme durch unabhängige Rater notwendig. Zwei unabhängigen Beurteilern wurden deswegen die verschiedenen Assoziationen vorgelegt, die diese dann im jeweiligen Kategoriensystem den unterschiedlichen Kategorien zuordneten. Für das Kategoriensystem zur Finanz- und Wirtschaftskrise ergibt sich aus dem Vergleich der beiden Beurteiler eine Interraterreliabilität (Cohen's Kappa) von 0.75. Beim Kategoriensystem der Akteure ergibt sich eine Übereinstimmung von 0.60. Kappa-Werte zwischen 0.60 und 0.75 gelten hierbei als gute Übereinstimmung (Fleiss & Cohen, 1973, zitiert nach Bortz & Döring, 2006).

Tabelle 5: Kategoriensystem Akteure

Kategorienbezeichnung	häufigste		zweithäufigste		dritthäufigste		$\Sigma$
	Assoziation	<i>n</i>	Assoziation	<i>n</i>	Assoziation	<i>n</i>	
<i>Akteure</i>	Partei	23	Erste Bank	21	Arbeitgeber	19	453
<i>Aktienmarkt/Spekulation</i>	Kredit	46	Spekulation	23	Risiko	18	244
<i>Angst/Sorge</i>	Vertrauensverlust	23	Unsicherheit	11	Verunsicherung	7	93
<i>Einsparungsmaßnahmen</i>	Sparen	38	Sparsmaßnahmen	8	Personalabbau	7	135
<i>Gehalt/Bonus</i>	Gehalt hoch	70	Gehalt zu hoch	54	Bonuszahlung	54	340
<i>Internationales</i>	EU	10	Globalisierung	5	Osteuropa	5	62
<i>Kommunikation</i>	Werbung	14	Beratung	13	Information	6	148
<i>Kompetenzen</i>	Macht	24	Leistung	12	Rückgrat der Wirtschaft	9	325
<i>Konkurs/Schulden</i>	Konkurs	18	Kaufkraftverlust	8	Staatsverschuldung	7	89
<i>Kritik</i>	Gier	61	Inkompetenz	33	Unehrllichkeit	31	1419
<i>negative</i>	Arbeitslosigkeit	14	Stress	9	Arbeit	7	142
<i>Rahmenbedingungen</i>	Konsumentenschutz	43	Wahl	36	Geld	34	1052
<i>neutrale Beschreibung</i>	Nachhaltigkeit	8	keine Nachhaltigkeit	7	Qualität	7	132
<i>Ökologisches/Soziales</i>	Wirtschaftsbelebung	8	richtungsweisend	4	Veränderung	4	73
<i>Preissteigerungen</i>	Teuerung	38	Preisvergleich	14	Inflation	10	165
<i>Schutz/Sicherheit</i>	Sicherheit	14	Schutz	8	Vorsorge	5	53
<i>Sonstiges</i>	Liquidität	3	große Unterschiede	2	Mehrheit	2	92
<i>Staatshilfe</i>	Bankenrettung	10	Staatshilfe	9	Staatsunterstützung	9	69
<i>Steuern</i>	Zinsen	41	Steuer	32	Bankensteuer	15	224
<i>Ungerechtigkeit</i>	Leidtragende	13	Machtlosigkeit	11	Ausnutzung	11	239
<i>Verantwortung</i>	Verantwortung	85	Vertrauen	31	hohe Verantwortung	22	258

*n* = Anzahl der Nennungen der Assoziation;  $\Sigma$  = Gesamtanzahl der Nennungen einer Kategorie

## 3.4 Ergebnisse

In den letzten Kapiteln wurde der Fragebogen erklärt, mit dem im März 2010 die Online-Umfrage mit österreichischen Bankangestellten und wirtschaftlichen Laien durchgeführt worden ist und wie sich die Stichprobe in optimistische und wenig optimistische Experten und Laien aufteilt. Darüber hinaus wurde die Aufbereitung der Rohdaten beschrieben und welche vorbereitenden Analysen im Anschluss durchgeführt wurden.

Dieses Kapitel hat die Präsentation der Ergebnisse zum Inhalt. Zu Beginn wird auf die deskriptiven Ergebnisse eingegangen. Daran anschließend erfolgt die Darstellung der verschiedenen Auswertungen zu den formulierten Forschungsfragen. Diese werden in Beibehaltung der Reihenfolge aus Abschnitt 3.1 vorgestellt und erfolgen in Bezug auf eine Beibehaltung oder Verwerfung der dazugehörigen Hypothesen.

### 3.4.1 Deskriptive Analyse

Nachfolgend werden die gewonnenen Daten aus der Untersuchung einer deskriptiven Analyse unterzogen, beginnend mit den Ergebnissen zur Finanz- und Wirtschaftskrise. Zum Stimuluswort „Finanz- und Wirtschaftskrise“ wurden insgesamt 1743 Assoziationen genannt, die sich in 689 unterschiedliche Begriffe unterteilen. Bei einer Gesamtanzahl von 309 Teilnehmern ergibt sich eine durchschnittliche Assoziationsanzahl pro Teilnehmer von  $M = 5.64$  ( $SD = 2.12$ ;  $N = 309$ ) für den Stimulus „Finanz-/Wirtschaftskrise“. Dabei unterscheiden sich Experten ( $M = 5.87$ ;  $SD = 2.02$ ;  $N = 156$ ) und Laien ( $M = 5.41$ ;  $SD = 2.20$ ;  $N = 153$ ) zwar nicht signifikant voneinander ( $t_{(307)} = 1.94$ ;  $p = 0.05$ ), die Ergebnisse lassen aber darauf schließen, dass Experten tendenziell mehr Assoziationen zur Wirtschaftskrise nennen. Bei einem Vergleich von optimistischen Personen ( $M = 5.72$ ;  $SD = 2.12$ ;  $N = 172$ ) mit weniger optimistischen ( $M = 5.54$ ;  $SD = 2.13$ ;  $N = 137$ ) finden sich keine signifikanten Unterschiede ( $t_{(307)} = 0.743$ ,  $p = 0.46$ ) in der Anzahl der Nennungen. Eine Übersicht über die Gesamtanzahlen der Wortnennungen und

unterschiedlichen Assoziationen je Kategorie findet sich in Tabelle 6. Aus dieser Tabelle können auch die Häufigkeiten der Kategorien, verteilt auf die zu untersuchenden Personenkreise entnommen werden.

Die deskriptive Analyse zu den Akteuren der Wirtschaftskrise wird nachstehend erklärt. Insgesamt wurden zu den vier vorgegebenen Stimuluswörtern 5807 Worte assoziiert, bestehend aus insgesamt 2570 unterschiedlichen Begriffen. Auf „Politik/Regierung“ entfallen dabei 1534 Nennungen, auf „Geldinstitute/Banken“ 1533, auf „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ 1434 und 1306 auf „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“. Diese Ergebnisse sind in Tabelle 7 dargestellt. Analog zur Analyse der Krise wurde ein Vergleich der Assoziationsanzahl der jeweiligen Gruppen durchgeführt. Die durchschnittliche Anzahl an Nennungen je Stimulus liegt bei  $M = 4.70$  ( $SD = 2.09$ ;  $N = 309$ ). Hierbei kann beobachtet werden, dass Experten ( $M = 4.95$ ;  $SD = 2.06$ ;  $N = 156$ ) signifikant mehr  $t(307) = 2.14$ ,  $p < 0.05$ ) Wörter genannt haben, als Laien ( $M = 4.44$ ;  $SD = 2.09$ ;  $N = 153$ ). Der Vergleich von optimistischen ( $M = 4.70$ ;  $SD = 2.11$ ;  $N = 172$ ) und nicht optimistischen Personen ( $M = 4.70$ ;  $SD = 2.06$ ;  $N = 137$ ) ergibt jedoch keine signifikanten Unterschiede ( $t(307) = 0.02$ ;  $p = 0.98$ ).

Tabelle 6: Deskriptive Analyse Finanz-/Wirtschaftskrise

Kategorienbezeichnung	Anzahl der Assoziationen			Gruppen		
	Gesamt	unterschiedliche	Experten nicht optimistisch	Experten optimistisch	Laien nicht optimistisch	Laien optimistisch
<i>Akteure</i>	39	13	11	5	6	17
<i>Bedrohung</i>	72	30	20	32	5	15
<i>Betrug</i>	39	23	6	4	14	15
<i>Börse/Finanzmarkt</i>	259	85	50	75	66	68
<i>fehlende Betroffenheit</i>	18	14	3	9	0	6
<i>Gehalt/Bonus</i>	52	16	15	7	14	16
<i>Geld</i>	29	12	7	7	7	8
<i>Geldwertänderung</i>	94	35	27	31	18	18
<i>Gesetze/ Reglementierung</i>	24	22	5	5	7	7
<i>Gier</i>	43	18	9	9	13	12
<i>Inkompetenz</i>	46	39	11	15	10	10
<i>Internationales</i>	108	34	31	37	19	21
<i>Medien</i>	31	23	8	17	1	5
<i>negative Rahmenbedingungen</i>	177	21	40	63	33	41
<i>Pessimismus</i>	11	10	4	5	1	1
<i>Rezession</i>	39	23	1	15	7	16
<i>Sonstiges</i>	53	48	15	17	11	10
<i>Soziale Probleme</i>	27	10	9	5	6	7
<i>Sparen/ Einsparungsmaßnahmen</i>	63	32	14	15	12	22
<i>Staatshilfe</i>	43	17	10	10	9	14
<i>Steuern</i>	73	20	9	21	18	25
<i>Synonyme Bank</i>	76	11	12	16	24	24
<i>Synonyme Krise</i>	63	17	10	20	10	23
<i>Synonyme Politik</i>	15	4	3	1	7	4
<i>Synonyme UnternehmerInnen</i>	17	4	2	1	12	2
<i>Umbruch</i>	32	24	4	21	0	7
<i>Ungerechtigkeit</i>	44	39	11	11	16	6
<i>Verluste</i>	120	33	31	31	23	35
<i>Vertrauensverlust</i>	36	12	12	21	0	3
<b>Σ</b>	<b>1743</b>	<b>689</b>	<b>390</b>	<b>526</b>	<b>369</b>	<b>458</b>

Tabelle 7: Häufigkeiten der Kategorien getrennt nach Akteuren

Kategorienbezeichnung	Anzahl der Assoziationen			Stimulus		
	Gesamt	unterschiedliche	Politik/ Regierung	Geldinstitute/ Banken	ManagerInnen/ UnternehmerInnen	KonsumentInnen/ VerbraucherInnen
<i>Akteure</i>	453	134	194	163	53	43
<i>Aktienmarkt/Spekulation</i>	244	82	1	182	46	15
<i>Angst/Sorge</i>	93	34	17	28	15	33
<i>Einsparungsmaßnahmen</i>	135	68	18	40	16	61
<i>Gehalt/Bonus</i>	340	74	23	46	261	10
<i>Internationales</i>	62	41	18	26	6	12
<i>Kommunikation</i>	148	86	21	53	13	61
<i>Kompetenzen/Fähigkeiten</i>	325	195	60	79	135	51
<i>Konkurs/Schulden</i>	89	42	14	28	21	26
<i>Kritik</i>	1419	778	692	253	324	150
<i>negative Rahmenbedingungen</i>	142	71	9	15	87	31
<i>neutrale Beschreibung</i>	1052	380	230	288	201	333
<i>Ökologisches/Soziales</i>	132	89	27	10	20	75
<i>Optimismus</i>	73	46	21	12	18	22
<i>Preissteigerungen</i>	165	50	6	21	1	137
<i>Schutz/Sicherheit</i>	53	20	4	21	6	22
<i>Sonstiges</i>	92	86	15	16	27	34
<i>Staatshilfe</i>	69	31	23	40	1	5
<i>Steuern</i>	224	50	59	122	9	34
<i>Ungerechtigkeit</i>	239	144	35	38	36	130
<i>Verantwortung</i>	258	69	47	52	138	21
$\Sigma$	5807	2570	1534	1533	1434	1306

### 3.4.2 Korrespondenzanalyse

Zum besseren Verständnis wird in diesem Kapitel das Verfahren der Korrespondenzanalyse vorgestellt, bevor in den nachfolgenden Kapiteln auf die Ergebnisse eingegangen wird.

Die Korrespondenzanalyse ist ein Verfahren zur grafischen Darstellung von Datentabellen und dient der Vereinfachung komplexer Sachverhalte (Backhaus, Erichson & Weiber, 2011). Ausgangspunkt ist hierbei eine Kreuztabelle mit Häufigkeiten qualitativer Merkmale. Das Ziel der Korrespondenzanalyse ist es, diese Merkmalsgruppen, gegeben durch die Zeilen- und Spaltenprofile der Häufigkeitstabelle, in einem gemeinsamen Raum grafisch darzustellen, womit Aussagen über Ähnlichkeiten und Dimensionen (Hauptkomponenten) in den Daten möglich werden. Der damit einhergehende Informationsverlust soll gleichzeitig möglichst gering gehalten werden. Backhaus, et al. (2011) fassen die Korrespondenzanalyse zusammen: „...als die Gewinnung einer Darstellung der Zeilen- und Spaltenprofile in einem gemeinsamen Raum (Korrespondenzraum) mit möglichst geringer Dimensionalität, und zwar so, dass die in den Daten enthaltene Streuung (Information) möglichst weitgehend erhalten bleibt“ (S. 282).

In Zusammenhang mit der Erhebung von freien Assoziationen zu einem oder mehreren Stimuluswörtern können dabei die Häufigkeiten der genannten Antwortbegriffe durch eine Korrespondenzanalyse zu einer „kognitiven Landkarte“ zusammengefasst werden, die es erlauben, typische Charakteristiken der Stimuli und deren Abweichungen untereinander aufzuzeigen (Kirchler et al., 2003).

Die Interpretation einer Korrespondenzanalyse kann unter folgenden Gesichtspunkten erfolgen (Backhaus et al., 2011):

#### 1.) *Wichtigkeit und Interpretation der Dimensionen*

Informationen liefern der Anteil an Streuung, den eine Dimension erklärt und die Position der Zeilen- und Spaltenelemente im Korrespondenzraum. Anhand der Extremtypen lassen sich die Dimensionen inhaltlich interpretieren.

## 2.) *Distanzen der Elemente zum Nullpunkt*

Der Ursprung des Koordinatensystems repräsentiert die Durchschnittsprofile. Die Distanz eines Punktes zum Ursprung gibt Auskunft darüber, wie weit sich dieses Profil vom Durchschnittsprofil unterscheidet.

## 3.) *Distanzen zwischen den Elementen*

Diese lassen Aussagen über die Ähnlichkeit der Elemente zu. Große Distanzen bedeuten starke Unterschiede in den Profilen, geringe Distanzen symbolisieren große Ähnlichkeit.

## 4.) *Distanzen zwischen Elementen und Merkmalen*

Obwohl der Vergleich von Elementen und Merkmalen (Zeilen- und Spaltenelemente) bei der Darstellung im gemeinsamen Raum nahe liegt, können diese Distanzen nicht ohne weiteres als Ähnlichkeitsmaß interpretiert werden, da Distanzen zwischen Zeilen und Spaltenprofilen nicht definiert sind. Dies ergibt sich daraus, dass diese Distanzen nicht auf euklidischen Distanzen beruhen, sondern  $\chi^2$ -basierte Distanzen repräsentieren. Aussagen betreffend eines Vergleiches zwischen diesen Elementen können jedoch dahingehend getroffen werden, dass die Achsen im Koordinatensystem für Zeilen- und Spaltenelemente die gleiche Bedeutung haben müssen. Die Lage der Elemente ist deshalb analog zu denen der Merkmale, womit gewisse Korrespondenzen angenommen werden können (Mortensen, 2011).

## 5.) *Zeilen-Prinzipal-Normalisierung bzw. Spalten-Prinzipal-Normalisierung*

Eine asymmetrische Normalisierung ist nur dann sinnvoll, wenn jeweils Zeilen- oder Spaltenprofile von besonderem Interesse der Untersuchung stehen. Dies ist in der vorliegenden Studie nicht der Fall, wo eine symmetrische Normalisierung (Zeilen- und Spalten) zur Anwendung kommt.

Auf Basis dieser Ausführungen erfolgt die Auswertung der Korrespondenzanalysen auch in der vorliegenden Studie. Angemerkt sei, dass im vorliegenden Fall die unter Punkt 1.) angeführte inhaltliche Interpretation der Dimensionen anhand der

Extremprofile der Merkmale keine praktikable Methodik darstellt. Diese Vorgehensweise ist nur bei Merkmalen sinnvoll, die gegensätzliche Pole ausbilden können, wie etwa Eigenschaften, und damit die Dimension als spezifisches Kontinuum erklären. Beim vorliegenden Datenmaterial ist nicht davon auszugehen, dass jene Kategorien, die extreme Ausprägungen auf einer Dimension einnehmen, als gegensätzliche Eigenschaften beschrieben werden können. Von einer Benennung der Dimensionen wird aus diesem Grund abgesehen. Die inhaltliche Interpretation orientiert sich in der vorliegenden Arbeit auf die Trägheitsgewichte und an am Erklärungswert wesentlich beteiligten Kategorien und Gruppen.

Die verschiedenen Häufigkeitsmatrizen, die für die jeweiligen Korrespondenzanalysen den Ausgangspunkt bilden, ergeben sich aus der Unterteilung in die Gruppen Experten und Laien, bzw. - in Bezug auf die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung - optimistische und nicht optimistische Personen und die Verteilung der jeweiligen Kategorien zu den verschiedenen Stimuluswörtern. Die Kategorien präsentieren, wie bereits beschrieben, inhaltlich zusammengefasste freie Assoziationen.

An dieser Stelle sei nochmals darauf hingewiesen, dass den folgenden Korrespondenzanalysen zwei unterschiedliche Kategorisierungen zu Grunde liegen. Die Trennung in ein System für den Stimulus „Finanz- und Wirtschaftskrise“ und eines für die Krisenakteure erfolgte aufgrund der induktiven Vorgehensweise bei der Kategorisierung der Assoziationen und im Sinne eines möglichst geringen Eingriffs in die Reduktion der Daten. Eine Übersicht über die vollständigen Kategorien beider Ordnungen bieten die Tabellen 3 und 4, die in Kapitel 3.3.3 dargestellt sind.

In die einzelnen Korrespondenzanalysen wurden aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht alle Kategorien aufgenommen, da abhängig vom jeweiligen Stimuluswort, nicht alle Kategorien zusätzlichen Informationsgewinn bedeuten. Der Ausschluss von Kategorien erfolgte dabei aufgrund von inhaltlichen Überlegungen. Auf die an der Berechnung nicht beteiligten Kategorien wird jeweils zu Beginn der nächsten beiden Kapitel verwiesen.

Vor diesem Hintergrund haben die beiden folgenden Abschnitte die Darstellung der Ergebnisse aus den Korrespondenzanalysen zum Inhalt. Die gewonnenen Resultate sollen es ermöglichen, die jeweils untersuchte Hypothese zu testen und damit die dazugehörige Forschungsfrage zu beantworten.

### **3.4.3 Ergebnisse zur Finanz- und Wirtschaftskrise**

Das nun folgende Kapitel widmet sich den Forschungsfragen 1 und 2, die sich auf eine Untersuchung der sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise beziehen. Die daran anknüpfenden Kapitel beschäftigen sich mit den Forschungsfragen 3-6 betreffend der Akteure der Krise. In allen Kapiteln wird jeweils zuerst auf die gefundenen Ergebnisse eingegangen und mit der Beantwortung der bereits vorgestellten Forschungsfragen und -hypothesen abgeschlossen.

#### **3.4.3.1 Soziale Repräsentationen**

Bei der Korrespondenzanalyse zum Stimulus Finanz-/Wirtschaftskrise wurden die Kategorien „*Synonyme Krise*“ und „*Sonstiges*“ in der Berechnung ausgeschlossen. Die Nennung von gleichbedeutenden Begriffen zum Wort „Krise“ bei diesem Stimulus ist nahe liegend, kann jedoch wenig zu einer inhaltlichen Analyse beitragen. Ebenso wurde – und das trifft auf alle folgenden Auswertungen zu – die Hilfskategorie „*Sonstiges*“ nicht in die weitere Untersuchung mit einbezogen, da diese Kategorie ausnahmslos nicht zuordenbare Begriffe oder mitunter ganze Sätze enthält, die ebenso wenig einer übersichtlichen Darstellung der Daten helfen.

Eine Aufstellung über die Häufigkeiten der assoziierten Kategorien zum Stimulus Finanz-/Wirtschaftskrise findet sich in Tabelle 8. Diese Häufigkeitstabelle ist gleichzeitig als Berechnungsgrundlage für die beiden Korrespondenzanalysen zur Wirtschaftskrise zu verstehen. In der ersten der beiden dargestellten Grafiken, die sich auf Forschungsfrage 1 bezieht, erfolgen die Berechnungen auf Basis der Gesamthäufigkeiten einer Kategorie verteilt über optimistische und nicht optimistische Experten und optimistische und nicht optimistische Laien.

Forschungsfrage 2 soll durch die zweite Korrespondenzanalyse beantwortet werden. Dabei wird zusätzlich zur Unterteilung in die vier Gruppen die Position der genannten Kategorien in der Assoziationsreihenfolge berücksichtigt (siehe Tabelle 8).

Tabelle 8: Häufigkeiten der Kategorien zu Finanz/Wirtschaftskrise verteilt auf Gruppen und Positionen

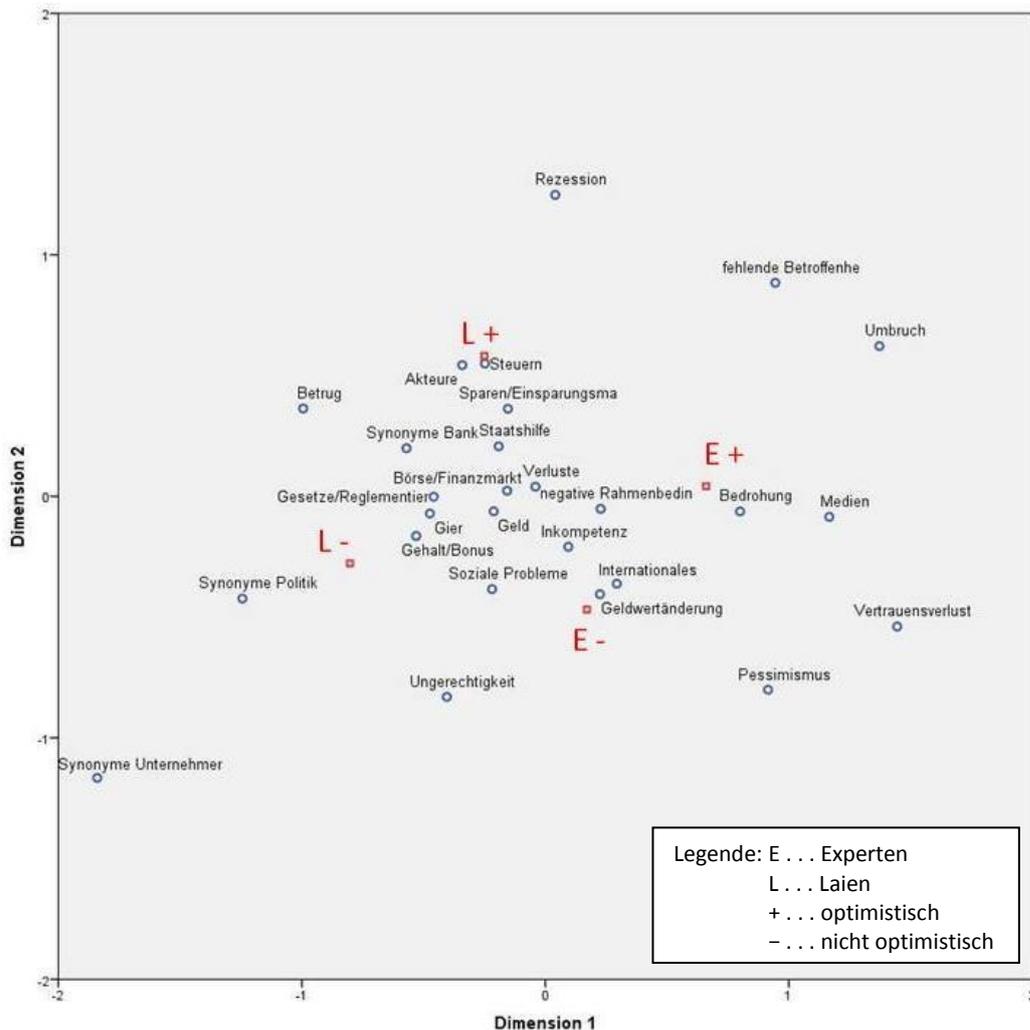
Kategorien	Experten optimistisch					Experten nicht optimistisch					Laien optimistisch					Laien nicht optimistisch					Gesamt N = 309
	n=76					n=80					n=83					n=70					
	1	2	3	4	Σ	1	2	3	4	Σ	1	2	3	4	Σ	1	2	3	4	Σ	
Akteure	2	0	1	2	5	2	3	3	3	11	3	5	1	8	17	1	0	2	3	6	39
Bedrohung	2	7	5	18	32	3	4	4	9	20	4	2	2	7	15	0	1	1	3	5	72
Betrug	0	0	0	4	4	1	1	0	4	6	0	1	5	9	15	3	4	1	6	14	39
Börse/Finanzmarkt	12	9	15	39	75	12	11	10	17	50	10	17	20	21	68	12	22	11	21	66	259
fehlende Betroffenheit	2	2	2	3	9	1	0	0	2	3	2	0	0	4	6	0	0	0	0	0	18
Gehalt/Bonus	0	2	2	3	7	1	1	4	9	15	0	3	3	10	16	1	2	5	6	14	52
Geld	3	2	0	2	7	2	2	0	3	7	2	1	2	3	8	2	2	1	2	7	29
Geldwertänderung	4	7	4	16	31	4	6	5	12	27	6	5	1	6	18	6	4	2	6	18	94
Gesetze/Reglementierung	1	0	1	3	5	0	0	0	5	5	0	1	0	6	7	1	0	1	5	7	24
Gier	1	2	2	4	9	2	1	2	4	9	1	1	1	9	12	1	2	4	6	13	43
Inkompetenz	0	4	3	8	15	2	1	3	5	11	0	1	1	8	10	1	3	1	5	10	46
Internationales	7	9	3	18	37	3	4	5	19	31	4	3	3	11	21	5	2	3	9	19	108
Medien	5	4	2	6	17	1	3	2	2	8	2	1	0	2	5	0	0	0	1	1	31
negative Rahmenbedingungen	15	12	9	27	63	12	5	6	17	40	17	9	5	10	41	7	5	7	14	33	177
Pessimismus	2	1	0	2	5	0	2	1	1	4	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	11
Rezession	1	4	3	7	15	0	0	1	0	1	2	2	1	11	16	2	1	0	4	7	39
Sonstiges	1	0	3	13	17	4	4	1	6	15	0	0	4	6	10	0	1	1	9	11	53
Soziale Probleme	0	0	0	5	5	0	3	1	5	9	0	1	0	6	7	0	0	0	6	6	27
Sparen	1	2	3	9	15	3	2	2	7	14	2	4	5	11	22	2	1	3	6	12	63
Staatshilfe	0	1	4	5	10	1	0	1	8	10	2	0	1	11	14	0	5	0	4	9	43
Steuern	0	2	6	13	21	2	0	0	7	9	4	4	6	11	25	3	3	3	9	18	73
Synonyme Bank	9	4	0	3	16	4	2	1	5	12	12	6	1	5	24	13	4	1	6	24	76
Synonyme Krise	7	3	5	5	20	1	3	1	5	10	2	4	7	10	23	2	1	2	5	10	63
Synonyme Politik	0	0	0	1	1	0	1	0	2	3	1	2	0	1	4	0	0	3	4	7	15
Synonyme Unternehmer	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	1	0	0	1	2	4	2	4	2	12	17
Umbruch	3	2	4	12	21	0	0	2	2	4	1	0	0	6	7	0	0	0	0	0	32
Ungerechtigkeit	0	1	2	8	11	1	1	3	6	11	0	0	0	6	6	1	2	1	12	16	44
Verluste	5	5	3	18	31	2	4	5	20	31	4	5	6	20	35	4	1	6	12	23	120
Vertrauensverlust	7	4	2	8	21	2	2	0	8	12	0	0	1	2	3	0	0	0	0	0	36
Σ	90	89	84	263	526	66	66	64	194	390	82	79	76	221	458	71	68	63	167	369	1743

Die Korrespondenzanalyse zum Stimulus Finanz/-Wirtschaftskrise ergab 3 Dimensionen. Die Trägheitswerte (Anteile am Erklärungswert in den Daten) betragen dabei 67,5% für Dimension 1, 18,9% für Dimension 2 und 13,6% für Dimension 3. Damit erklären die ersten beiden Dimensionen zusammen 86,4% der Gesamtträgheit. Dimension 3 gibt den Anteil der Trägheit aus, der durch die Darstellung im zweidimensionalen Raum nicht dargestellt werden kann. Da dieser mit 13,6% gering ausfällt, kann die Darstellung (Abbildung 1) ohne große Einschränkungen weiter interpretiert werden. Die in der Grafik auf der x-Achse veranschaulichte Dimension 1 ist mit einem Anteil von 67,5% der Gesamtvarianz in den Daten der wichtigste Anhaltspunkt bei der Interpretation. Jene Kategorien, die auf dieser Achse die äußeren Positionen einnehmen, erklären – relativ zu den anderen - auch den größeren Anteil an der Dimension. Diese Extremausprägungen werden von der Kategorie „Synonyme Unternehmer“ auf der einen Seite und „Vertrauensverlust“ auf der anderen gebildet. Des Weiteren tragen die Kategorien „Umbruch“ und „Ungerechtigkeit“ am stärksten zur Trägheit bei. Dimension 2 wird durch die Kategorien „Rezession“ und „Synonyme Unternehmer“ in den extremen Ausprägungen repräsentiert. Diese beiden Kategorien tragen neben „Ungerechtigkeit“ auch am meisten zur Trägheit bei.

Jene Kategorien, die in Abbildung 1 nahe um den Ursprung des Koordinatensystems im Korrespondenzraum streuen, können als Durchschnittsprofile angesehen werden. Das bedeutet, dass diese Kategorien von den vier verschiedenen Gruppen annähernd gleich genannt werden und damit auch nicht wesentlich zur Interpretation beitragen. Interessant sind dagegen die weit vom Ursprung entfernt liegenden Kategorien, da diese von den Gruppen als unterschiedlich wahrgenommen werden. Experten nennen eher Kategorien, die unpersönliche Assoziationen zusammenfassen, wie z.B. „negative Rahmenbedingungen“, „Internationales“, „Geldwertänderung“ oder „Medien“. Bei Laien lassen sich höhere Gewichtungen bei den Kategorien „Synonyme Bank“, „Gier“ und „Betrug“ feststellen. Die Darstellung in Abbildung 1 zeigt, dass die einzelnen Gruppen „Experten optimistisch“, „Experten nicht optimistisch“, „Laien optimistisch“ und „Laien nicht optimistisch“ sehr unterschiedlich ausgeprägt sind, da sie sich alle weit

voneinander entfernt im Korrespondenzraum befinden und dabei annähernd auf den Achsen des Koordinatensystems liegen. Dieses Ergebnis lässt vermuten, dass die vorliegenden Daten und die darin enthaltene Streuung sehr gut durch die vorgenommene Unterscheidung in optimistische und nicht optimistische Experten und optimistische und nicht optimistische Laien erklärt werden kann. In Zahlen ausgedrückt erklären „Experten optimistisch“ 44,5% und „Laien nicht optimistisch“ 47,2% der Dimension 1. Die zweite Dimension wird dagegen durch die anderen beiden Personengruppen geprägt, nämlich mit einem Anteil von 31,9% bei „nicht optimistischen ExpertInnen“ und 57,0% bei „Laien optimistisch“. Es kann damit angenommen werden, dass wirtschaftliches Wissen in ähnlicher Weise wie eine optimistische Einstellung die sozialen Repräsentationen zur Finanz- und Wirtschaftskrise beeinflussen.

Abbildung 1: Korrespondenzanalyse Finanz/Wirtschaftskrise



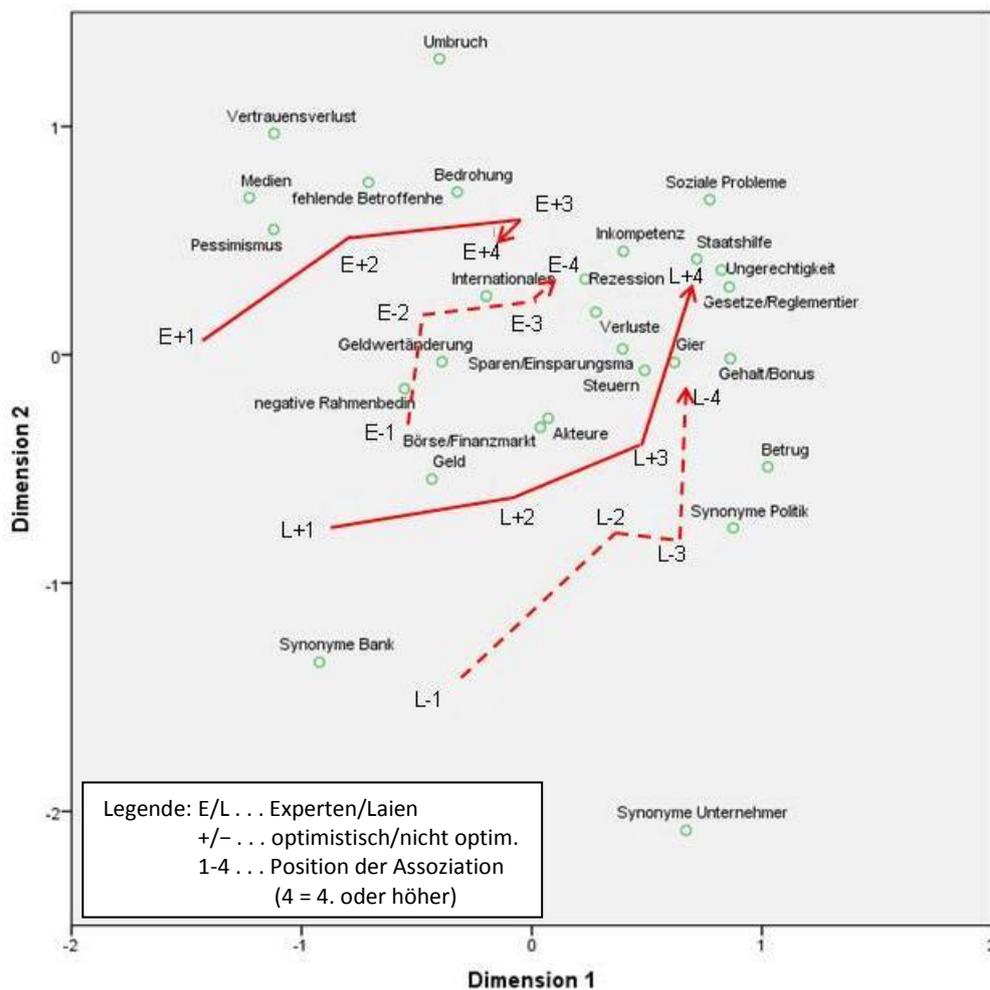
### 3.4.3.2 Verlauf der sozialen Repräsentationen

Um eine differenziertere inhaltliche Interpretation der sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise zu ermöglichen, wurde zu diesem Stimulus eine weitere Korrespondenzanalyse durchgeführt. Diese Auswertung berücksichtigt dabei die Reihenfolge, in der die Teilnehmer die freien Assoziationen zur Krise genannt haben. Vor dem Hintergrund, dass frühe Nennungen inhaltlich eine größere Nähe zum Induktionswort aufweisen, als später genannte (Vergès, 1992; 1994; Vergès & Bastounis, 2001, zitiert nach Kulich, El Sehity & Kirchler, 2005), interessiert dabei besonders, durch welche Kategorien die zu Beginn genannten Begriffe erklärt werden können, und inwiefern sich diese zwischen Experten und Laien bzw. optimistischen und nicht optimistischen Personen unterscheiden. Als Grundlage der Berechnung dienen die in Tabelle 8 ersichtlichen Positionen 1 bis 4 in den verschiedenen Gruppen. Position 1 steht für die Kategorie die als erstes genannt wurde, Position 4 umfasst die Kategorien jener Begriffe, die an 4. Stelle oder später genannt wurden.

Das Ergebnis dieser Korrespondenzanalyse ist grafisch in Abbildung 2 dargestellt. Dimension 1 hat hier einen Anteil von 26,5% an der Gesamtträgheit und Dimension 2 22,6%, was zusammen einen Erklärungswert von 49,1% ergibt. Als Randpositionen auf Dimension 1 können „Medien“, „Vertrauensverlust“, Pessimismus“ auf der einen Seite und „Betrug“ und „Gehalt/Bonus“ auf der anderen ausgemacht werden. Hohen Erklärungswert in Dimension 1 haben zusätzlich noch die Kategorien „negative Rahmenbedingungen“ sowie „Synonyme Bank“. Dimension 2 kann anhand der Kategorien „Synonyme ManagerInnen/UnternehmerInnen“ bzw. „Umbruch“ als Randpositionen erklärt werden, ergänzt von „Synonyme Bank“ und „Vertrauensverlust“ die ebenfalls hohen Erklärungswert haben. Diese Ergebnisse geben noch einmal den durch die vorige Analyse erklärten Sachverhalt wieder.

Weitere Aussagen sind durch die Betrachtung der Verläufe der Gruppen innerhalb der Assoziationsreihenfolge zum Stimulus Krise möglich, die in Abbildung 2 durch Pfeile symbolisiert sind. Diese sollen verdeutlichen, welche Kategorien eher an erster Stelle genannt werden, und welche Kategorien überwiegend zum Schluss vorkommen.

Abbildung 2: Korrespondenzanalyse zur Finanz-/Wirtschaftskrise mit Verlauf der Kategorien



Die abgebildeten Ergebnisse lassen hier vermuten, dass Kategorien wie „Synonyme Bank“ und „Synonyme Unternehmer“ von Laien häufiger zu Beginn genannt werden, und damit für Laien in Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise höhere Bedeutung haben. Experten nennen, im Gegensatz dazu, zu Beginn vermehrt eher „neutralere“ Kategorien, also solche die keine konkreten Akteure oder Personenmerkmale zum Inhalt haben. Diese Kategorien sind etwa „negative Rahmenbedingungen“, „Medien“ oder „Geldwertänderung“ oder „Internationales“. Experten verwenden stärker als Laien sachliche, systemische Kategorien, während bei Laien eine häufigere Verwendung von Epersonalisierten - auf konkrete Akteure, Personen und Unternehmen festgemachte - Kategorien zu erkennen ist. Die

gekennzeichneten Verläufe zeigen darüber hinaus, dass Kategorien mit sozialem Hintergrund wie „Ungerechtigkeit“ oder „Soziale Probleme“ eher spät in der Assoziationskette auftreten. Allgemein kann beobachtet werden, dass in allen Gruppen gegen Ende der Assoziationsreihenfolge negative Affekte, Bewertungen oder Emotionen an Bedeutung gewinnen. Auch wenn damit für alle Teilnehmer ein mit zunehmender Dauer emotionaler werdender Assoziationsprozess festgestellt werden kann, lassen sich darin auch wieder Unterschiede zwischen Experten und Laien feststellen. Bei Experten beinhalten die Kategorien an den späten Positionen zwar ebenso affektive Komponenten, aber auf einer allgemeineren Ebene. Beispiele dafür sind die Kategorien „Bedrohung“ oder „Rezession“. Die von Laien später genannten und emotionaleren Assoziationen lassen sich dagegen vermehrt in personenbezogene Kategorien einteilen, wie etwa „Gier“ oder „Ungerechtigkeit“.

### **3.4.3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse**

Die soeben dargestellten Ergebnisse sollen nun zusammengefasst werden und zur Beantwortung der Forschungsfragen herangezogen werden.

Betreffend der Wirtschaftskrise wurden die Forschungsfragen 1 und 2 formuliert und daraus nachstehende Hypothesen abgeleitet. Die Hypothese zu Forschungsfrage 1 lautet wie folgt:

**H1(1):** Die sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Die Korrespondenzanalyse zur Finanz- und Wirtschaftskrise liefert dazu wie dargestellt Ergebnisse, die Unterschiede zwischen wirtschaftlichen Experten und Laien einerseits und optimistisch und nicht optimistisch eingestellten Personen andererseits in deren sozialen Repräsentationen zeigen. Experten zeichnen sich dadurch aus, dass sie hauptsächlich Kategorien nennen, die in einem sachlichen, systemischen Kontext gesehen werden können. Beispiele dafür sind „Medien“, „Internationales“ und „negative Rahmenbedingungen“. Die Assoziationen von

Experten folgen also eher einer relativ neutralen, auf allgemeine wirtschaftliche Entwicklungen und Bedingungen, fokussierten Sichtweise. Experten sehen die Wirtschaftskrise teilweise sogar durch Medien übertrieben dargestellt. Laien dagegen sind vermehrt durch Kategorien repräsentiert, die sich auf das Verhalten einzelner Personen oder Unternehmen beziehen. Der Umstand, dass alle vier Gruppen deutlich voneinander entfernt liegen, deutet darauf hin, dass sowohl Unterschiede zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen vorliegen, als auch zwischen Experten und Laien. Es kann festgestellt werden, dass optimistische Experten und Laien die Krise eher mit externen Faktoren in Verbindung bringen, als nicht optimistische Experten und Laien, die sich an Personen, Unternehmen, an der Politik, oder - allgemeiner - an den Akteuren orientieren.

Aus diesem Grund wird die Hypothese H0(1) (es bestehen keine Unterschiede) verworfen und die oben angeführte H1(1) beibehalten. Zur Forschungsfrage 2 lautet die Hypothese:

**H1(2):** Der Verlauf der sozialen Repräsentationen in der Assoziationskette unterscheidet sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Die Analyse der Verläufe der sozialen Repräsentationen lässt ebenfalls Unterschiede erkennen. Auch hier können Einflüsse sowohl durch wirtschaftliches Wissen als auch durch die optimistische Einstellung gegenüber der Wirtschaft angenommen werden. Während die Gegenüberstellung jener Kategorien, die am Anfang genannt werden, die bereits genannten Unterschiede in den sozialen Repräsentationen wiedergeben, zeigen die weiteren Positionen auch andere Verläufe. Hier kann beobachtet werden, dass sich Laien gegen Ende stärker zu sozialen Kategorien orientieren, wie beispielsweise „Soziale Probleme“ oder „Ungerechtigkeit“. Auch Experten nennen gegen Ende der Assoziationen verstärkt emotional besetzte Kategorien – etwa „Bedrohung“, „Internationales“ oder „Rezession“. Diese Inhalte bleiben dabei aber unspezifischer und nicht so personenbezogen, wie bei Laien, bei denen Kategorien wie „Gier“, „Ungerechtigkeit“ und „Soziale Probleme“ stärker

vertreten sind. Da auch in diesem Fall optimistische Experten, nicht optimistische Experten, optimistische Laien und nicht optimistische Laien deutlich voneinander abgegrenzt werden können, kann auch hier die H0(2) verworfen werden und H1(2) beibehalten werden.

### **3.4.4 Ergebnisse der Akteure**

Nach dem die Ergebnisse zur Finanz- und Wirtschaftskrise beschrieben und in Verbindung mit den Forschungsfragen gestellt wurden, sollen in den folgenden Kapiteln die Ergebnisse betreffend der Akteure zur Wirtschaftskrise ausgewertet werden. Wie bereits erklärt, kommt dabei das Kategoriensystem der Akteure zur Anwendung, das insgesamt 21 Kategorien umfasst (siehe Tabelle 5). Hierbei ist anzumerken, dass die beiden Kategorien „neutrale Beschreibungen“ und „Sonstiges“ nicht mit in die Berechnungen einfließen. Assoziationen in der Kategorie „neutrale Beschreibungen“ stellen Nennungen dar, die wenig Wertungscharakter besitzen und inhaltlich kaum Deutungen zulassen. Die Kategorie „Sonstiges“ kann wie erwähnt als Restkategorie verstanden werden, deren verschiedene Nennungen teils aus sinnfreien, ganzen Satzkonstruktionen bestehen und damit eine Zuordnung unmöglich machen.

Die Gliederung für die folgenden Abschnitte erfolgt dabei dem Aufbau aus Kapitel 3.4.3. Zu Beginn werden die gefundenen Ergebnisse berichtet, diese werden abschließend zusammengefasst und mit den Forschungsfragen und der Beantwortung der jeweiligen Hypothesen in Bezug gebracht.

#### **3.4.4.1 Regierung/Politik**

Der folgende Abschnitt widmet sich der Ergebnisdarstellung der Korrespondenzanalyse zum Stimulus „Regierung/Politik“.

Die Berechnung der Anteile der einzelnen Dimensionen an der Gesamtträgheit der Daten ergibt Werte von 44,1% für Dimension 1, 30,9% für Dimension 2 und

schließlich 24,9% für Dimension 3. Das bedeutet, dass durch die vorliegende zweidimensionale Darstellung durch die beiden erstgenannten Dimensionen zusammen eine Trägheit von 75% erklärt wird und ein Rest an Varianz, gegeben durch Dimension 3, im Ausmaß von ca. 25% nicht abgebildet wird.

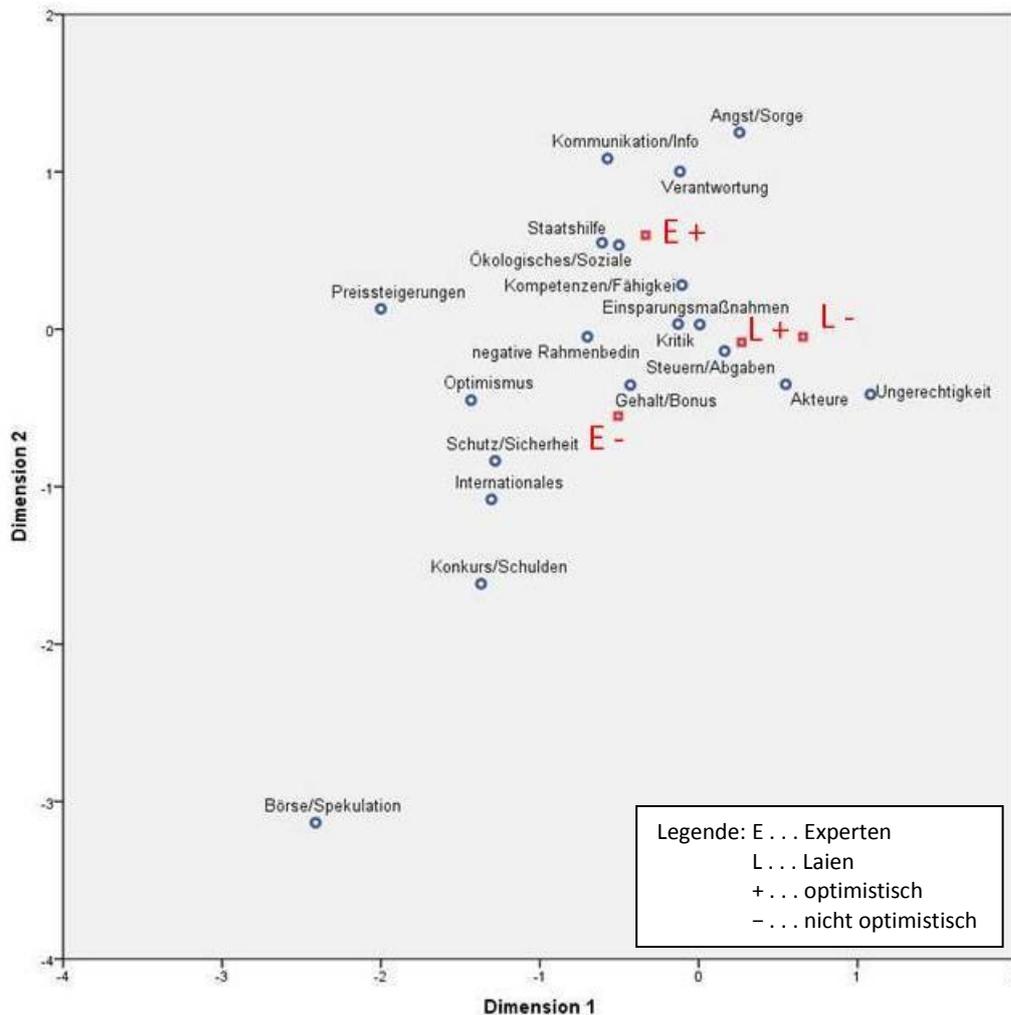
Für Dimension 1 können „Ungerechtigkeit“ und „Preissteigerungen“ als Randprofile festgestellt werden. Einen hohen Erklärungswert zur Dimension 1 haben weiters die Kategorien „Akteure“, „Ungerechtigkeit“, „Optimismus“ und „Internationales“. Die zweite Dimension verläuft zwischen den Kategorien „Angst/Sorge“ und „Konkurs/Schulden“ als Extremausprägungen, mit hohen Trägheitsgewichten bei „Verantwortung“ und „Konkurs“.

Das Ergebnis der Korrespondenzanalyse zu „Regierung/Politik“ ist in Abbildung 2 ersichtlich. Die Häufigkeitsverteilung, die der grafischen Darstellung als Berechnungsbasis dient, kann aus Tabelle 9 entnommen werden. Sowohl die Gruppen als auch die Kategorien streuen relativ zentral und annähernd gleichmäßig um den Ursprung. Als einziger Ausreißer sticht die Kategorie „Börse/Spekulation“ ins Auge. Dieser Umstand erklärt sich dadurch, dass nur eine einzige Assoziation zum Stimulus „Regierung/Politik“ in diese Kategorie fällt, bzw. „Börse/Spekulation“ nur durch eine einzelne Assoziation aus der Gruppe der nicht optimistischen Experten repräsentiert wird. Diese Gruppe ist deswegen auch, in Relation gesehen, die nächst gelegene in der Grafik. „Börse/Spekulation“ kann deswegen auch nicht wesentlich zu einer Interpretation beitragen. Obwohl die Kategorie durch dieses Übergewicht in Richtung einer Gruppe den Korrespondenzraum verzerrt, wurde es trotzdem vorgezogen, diese Kategorie nicht auszuschließen. Damit ist der Modus ident mit den anderen Korrespondenzanalysen und die nicht in der Berechnung berücksichtigten Daten beschränken sich auf jene, die bereits vor der Analyse aus inhaltlichen Überlegungen ausgeschlossen wurden.

Tabelle 9: Korrespondenztabelle Regierung/Politik

Kategorienbezeichnung	Gruppen				$\Sigma$
	Experten optimistisch	Experten nicht optimistisch	Laien optimistisch	Laien nicht optimistisch	
Akteure	31	40	72	51	194
Angst/Sorge	8	1	3	5	17
Börse/Spekulation	0	1	0	0	1
Einsparungsmaßnahmen	5	4	7	2	18
Gehalt/Bonus	6	8	5	4	23
Internationales	4	10	3	1	18
Kommunikation/Info	11	4	2	4	21
Kompetenzen/Fähigkeiten	20	13	15	12	60
Konkurs/Schulden	2	9	2	1	14
Kritik	197	168	163	164	692
negative Rahmenbedingung	3	3	2	1	9
Ökologisches/Soziales	11	6	7	3	27
Optimismus	7	10	4	0	21
Preissteigerungen	3	3	0	0	6
Schutz/Sicherheit	1	2	1	0	4
Staatshilfe	10	6	3	4	23
Steuern/Abgaben	14	14	17	14	59
Ungerechtigkeit	5	8	2	20	35
Verantwortung	21	5	14	7	47
$\Sigma$	359	315	322	293	1289

Abbildung 3: Korrespondenzanalyse Regierung/Politik



In Bezug auf die Gruppen kann angeführt werden, dass die Dimension 1 vor allem durch die Profile der wenig optimistischen Personen bestimmt ist. „Experten nicht optimistisch“ und „Laien nicht optimistisch“ haben zusammen genommen 76,6% Anteil an der gesamten Trägheit dieser Dimension. Dimension 2 und damit die Verteilung auf der y-Achse wird fast ausschließlich von den Experten beeinflusst, sowohl optimistischen, als auch nicht optimistischen. Diese beiden sind für 98,8% der Trägheit verantwortlich. In der Korrespondenzanalyse lässt sich dies daran erkennen, dass die beiden Laien-Gruppen, horizontal fast auf gleicher Höhe liegen, Experten dagegen weit auseinander bzw. oben und unten.

Allgemein lässt sich feststellen, dass sehr ausgeglichene Kategorienverteilungen zwischen den Gruppen bestehen (siehe auch Tabelle 9), mit der Konsequenz eines relativ gleichförmigen runden Schwarmes. Außerdem sind insgesamt wenige Nennungen in den einzelnen Kategorien zu beobachten. Die mit Abstand am häufigsten vertretene Kategorie ist „Kritik“. Mit 692 dazu zugeordneten Assoziationen entfallen mehr als die Hälfte der Antworten auf diese Kategorie. Diese ist ebenso äußerst gleichmäßig über die Gruppen verteilt und liegt deswegen fast exakt auf dem Ursprung.

Nachfolgend werden die Ergebnisse in Verbindung mit der Forschungsfrage betrachtet, beziehungsweise soll die entsprechend abgeleitete Hypothese beantwortet werden:

**H1(3):** Die Wahrnehmungen zu Regierung und Politik unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Unterschiede zwischen den Gruppen gefunden wurden. Grundsätzlich sind diese Ergebnisse dabei ähnlich denen der Wirtschaftskrise. Auch die Regierung/Politik sehen Laien in einem persönlicheren Kontext als dies bei Experten der Fall ist. Die Assoziationen von Experten zu diesem Stimulus lassen sich verstärkt in Kategorien zusammenfassen, die externe Ursachen der Krise beschreiben und nicht Verbindungen einzelner Personen oder Akteure zur Finanzkrise herstellen. Laien treten nur in zwei Kategorien deutlich hervor, nämlich „Akteure“ und „Ungerechtigkeit“, was eben beschriebenen Umstand verdeutlicht. Die Annahme, dass die sozialen Repräsentationen von Laien eher auf einer personaleren Ebene angesiedelt sind, und in dieser Gruppe die Festmachung eines „Sündenbocks“ eine stärkere Rolle spielt als bei Experten, kann damit bestätigt werden. Zwischen optimistisch und nicht optimistisch eingestellten Gruppen scheint ein nicht so deutlicher Unterschied auf. Es ist aber zu erkennen, dass in Kategorien mit sozialen Inhalten („Ökologisches/Soziales“, „Verantwortung“) optimistische Personen stärker vertreten sind. Optimistische und nicht optimistische Laien liegen in der Korrespondenzanalyse näher beisammen, als die beiden Gruppen der

Experten, das kann bedeuten, dass Optimismus besonders in Verbindung mit wirtschaftlichem Wissen einen starken Einfluss auf die sozialen Repräsentationen hat.

In Bezug auf die Hypothesenprüfung führen diese festgestellten Unterschiede damit zu einer Verwerfung von  $H_0(3)$  und einer Beibehaltung von  $H_1(3)$ .

#### **3.4.4.2 Geldinstitute/Banken**

Der folgende Abschnitt widmet sich der Ergebnisdarstellung der Korrespondenzanalyse zum Stimulus „Geldinstitute/Banken“. Die Häufigkeitsverteilung hierzu ist in Tabelle 10 dargestellt, das Ergebnis der Korrespondenzanalyse findet sich in Abbildung 4.

Die drei erhaltenen Dimensionen tragen – in absteigender Reihenfolge – 73,2%, 18,7% und 8,1% zur Gesamtträgheit bei. Das bedeutet, dass Dimension 1 (73,2%) und Dimension 2 (18,7%) zusammen eine kumulierte Trägheit von 91,9% haben. Die zweidimensionale Darstellung ist demnach eine gute Möglichkeit, die Daten darzustellen, da der Informationsverlust in Form von Dimension 3 gering ausfällt.

Die weit außen gelegenen Kategorien sowie die Kategorien, die als Zeilenpunkte hohe Trägheitsgewichte aufweisen, sind für die Interpretation bedeutend. Im Fall von Dimension 1 sind das „negative Rahmenbedingungen“, „Optimismus“, „Ungerechtigkeit“ und „Steuern“ bzw. „Kompetenzen“ und „Kritik“. In Bezug auf die zweite Dimension sind nach demselben Schema die Kategorien „Konkurs“, „Ungerechtigkeit“, „Kritik“ und „Preissteigerungen“ zu nennen.

Die verschiedenen Gruppen werden auch hier durch die Spaltenprofile gebildet. Deren Einfluss auf die Konstellation der Dimension 1 geschieht hauptsächlich durch die Unterschiede von „Experten optimistisch“ gegenüber „Laien nicht optimistisch“. In der Korrespondenzanalyse in Abbildung 4 ist das daran zu erkennen, dass diese beiden Punkte auf der x-Achse am weitesten auseinanderliegen. Die beiden Gruppen „Experten optimistisch“ und „Laien nicht optimistisch“ erklären 75,9% der Trägheit von Dimension 1. Noch deutlicher prägen Personenkreise jedoch

Dimension 2. Optimistische und nicht optimistische Laien zusammen genommen erklären 95,1% von Dimension 2 oder anders ausgedrückt, der vertikalen Ausprägung in der Grafik.

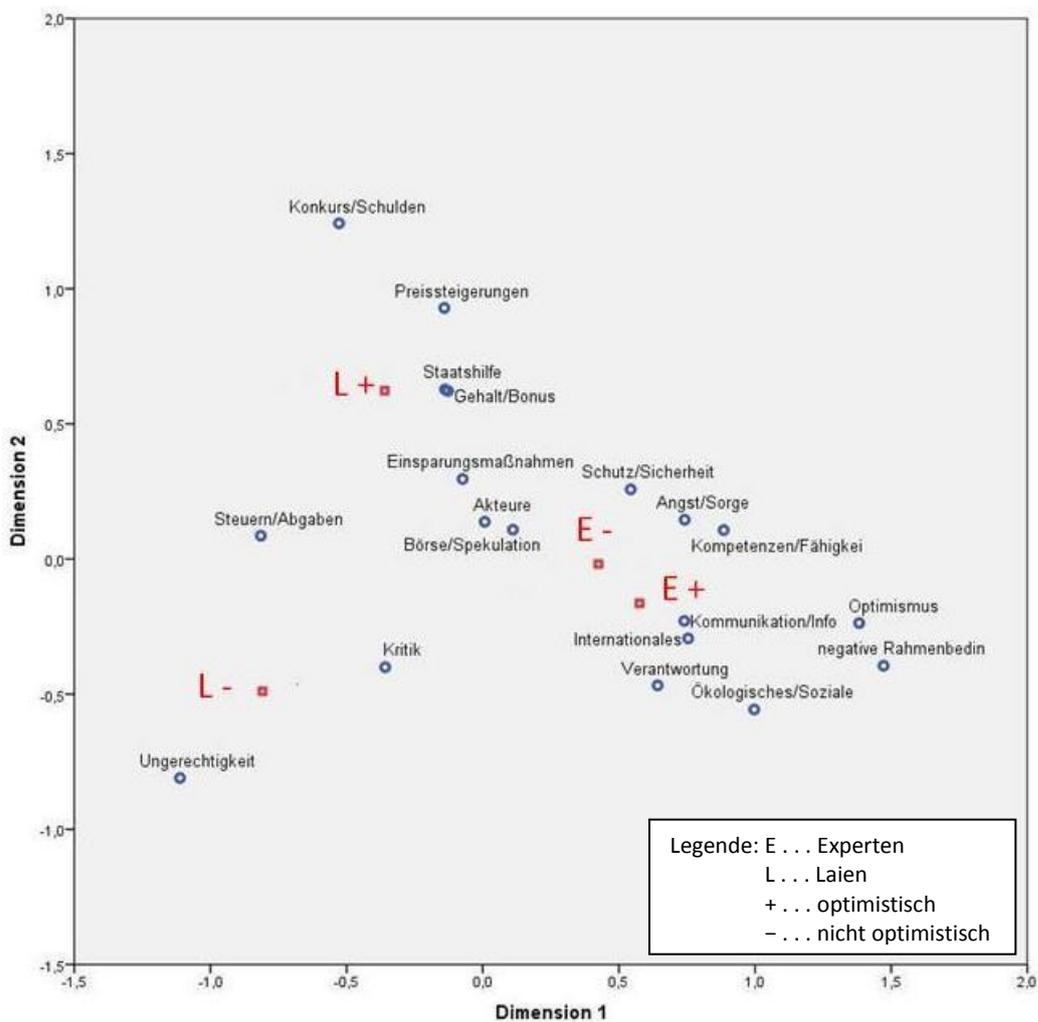
Tabelle 10: Korrespondenztabelle Geldinstitute/Banken

Kategorienbezeichnung	Gruppen				$\Sigma$
	Experten optimistisch	Experten nicht optimistisch	Laien optimistisch	Laien nicht optimistisch	
Akteure	42	44	44	33	163
Angst/Sorge	12	8	6	2	28
Börse/Spekulation	57	43	48	34	182
Einsparungsmaßnahmen	9	11	12	8	40
Gehalt/Bonus	12	9	17	8	46
Internationales	13	6	4	3	26
Kommunikation/Info	18	22	7	6	53
Kompetenzen/Fähigkeiten	34	26	15	4	79
Konkurs/Schulden	4	5	14	5	28
Kritik	60	55	56	82	253
negative Rahmenbedingung	9	5	1	0	15
Ökologisches/Soziales	6	2	1	1	10
Optimismus	6	5	1	0	12
Preissteigerungen	6	3	9	3	21
Schutz/Sicherheit	7	7	5	2	21
Staatshilfe	11	7	15	7	40
Steuern/Abgaben	19	18	42	43	122
Ungerechtigkeit	7	3	9	19	38
Verantwortung	25	12	7	8	52
$\Sigma$	357	291	313	268	1229

Allgemein fällt in Abbildung 4 auf, dass wenige Kategorien um den Ursprung streuen, lediglich „Akteure“ und „Banken“ werden von den vier Personenkreisen als annähernd einheitlich beurteilt. Die meisten Punkte streuen nahe um eine Linie

vom linken oberen Rand in den rechten unteren Bereich. Dieser Sachverhalt spiegelt die bereits skizzierte Situation, dass Dimension 1 zum überwiegenden Teil von der Gegenüberstellung „Laien nicht optimistisch“ und „Experten optimistisch“ aufgespannt wird, während Dimension 2 fast ausschließlich durch die unterschiedlichen Auffassungen von „Laien optimistisch“ und „Laien nicht optimistisch“ abgebildet wird.

Abbildung 4: Korrespondenzanalyse Geldinstitute/Banken



Im Hinblick auf die Beantwortung der Forschungsfrage können auch hier Unterschiede beobachtet werden.

**H1(4):** Die Wahrnehmungen zu Geldinstituten und Banken unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Da die Gegenüberstellung von nicht optimistischen Laien mit optimistischen Experten sehr viel von der Streuung der Daten erklärt, ist anzunehmen, dass sowohl wirtschaftliches Wissen als auch die optimistische Einstellung auf die sozialen Repräsentationen Einfluss nehmen. Die Gruppe der nicht optimistischen Laien ist stark repräsentiert in den Kategorien „Kritik“, „Steuern“ und „Ungerechtigkeit“. Optimistische Experten bilden die Mehrheit in den Kategorien „Internationales“, „negative Rahmenbedingungen“ und „Verantwortung“. Es ist anzumerken, dass auch hier optimistische und nicht optimistische Experten größere Ähnlichkeit aufweisen als optimistische Laien gegenüber nicht optimistischen Laien.

Aus den aufgezeigten Ergebnissen ergibt sich damit, dass  $H_0(4)$  zugunsten der  $H_1(4)$  verworfen werden kann.

#### **3.4.4.3 ManagerInnen/UnternehmerInnen**

Nachfolgend werden die Ergebnisse zum Stimulus ManagerInnen/UnternehmerInnen dargestellt. In Tabelle 11 sind wieder die durch die Kategorien repräsentierten Assoziationen und die entstandenen Häufigkeiten aufgelistet.

Die aus der Korrespondenzanalyse zu ManagerInnen/UnternehmerInnen erhaltene Dimension 1 erklärt 63,8% der Gesamtträgheit und Dimension 2 24,0%, was eine kumulierte Trägheit von 87,8% ergibt. Diese beiden Dimensionen bilden damit in sehr guter Weise die in den Daten zu Grunde liegende Varianz ab.

Tabelle 11: Korrespondenztabelle ManagerInnen/UnternehmerInnen

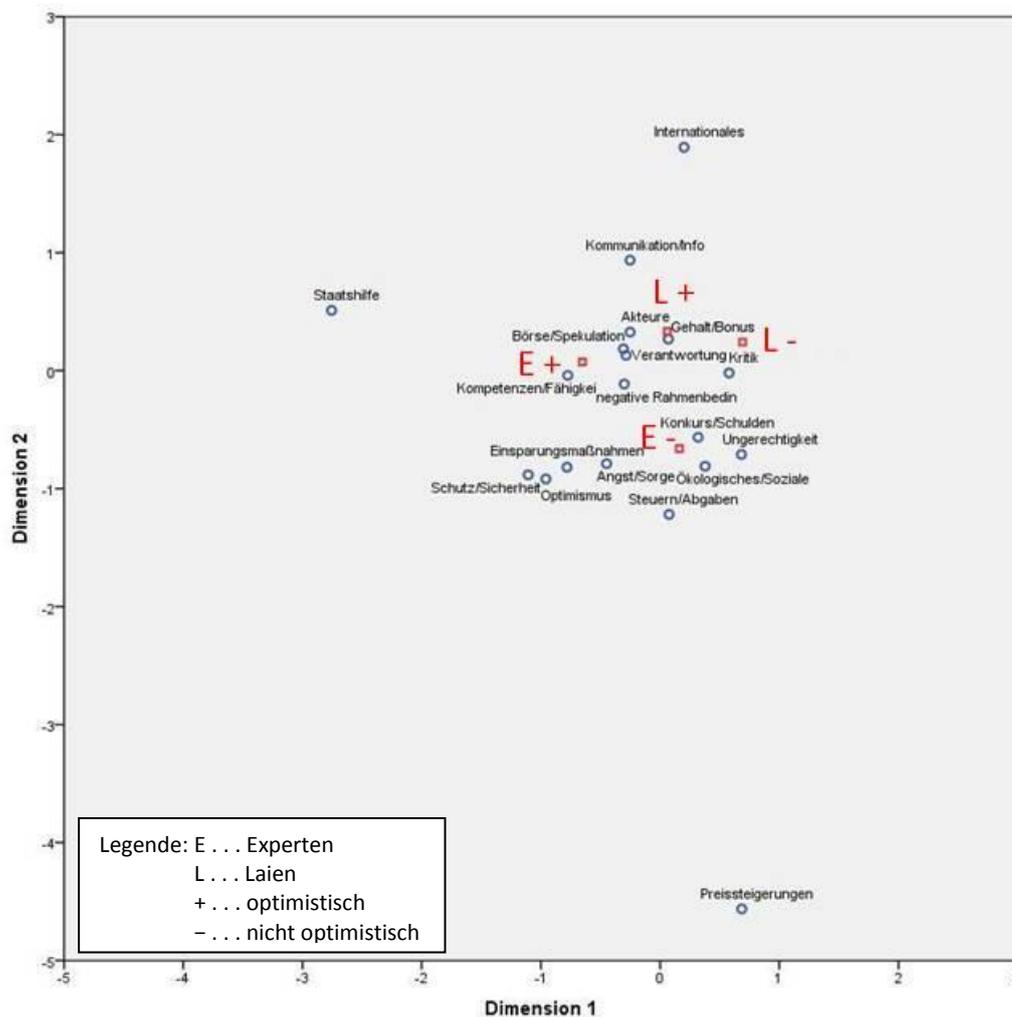
Kategorienbezeichnung	Gruppen				$\Sigma$
	Experten optimistisch	Experten nicht optimistisch	Laien optimistisch	Laien nicht optimistisch	
Akteure	20	9	13	11	53
Angst/Sorge	6	5	2	2	15
Börse/Spekulation	17	9	12	8	46
Einsparungsmaßnahmen	8	5	1	2	16
Gehalt/Bonus	76	52	74	59	261
Internationales	1	0	4	1	6
Kommunikation/Info	5	1	4	3	13
Kompetenzen/Fähigkeiten	61	29	33	12	135
Konkurs/Schulden	5	7	4	5	21
Kritik	66	83	75	100	324
negative Rahmenbedingung	29	22	25	11	87
Ökologisches/Soziales	3	8	6	3	20
Optimismus	9	6	2	1	18
Preissteigerungen	0	1	0	0	1
Schutz/Sicherheit	3	2	1	0	6
Staatshilfe	1	0	0	0	1
Steuern/Abgaben	2	4	2	1	9
Ungerechtigkeit	4	14	10	8	36
Verantwortung	51	28	34	25	138
$\Sigma$	367	285	302	252	1206

Die Darstellung in Abbildung 5 liefert das Ergebnis der Korrespondenzanalyse und gibt wieder Aufschluss über die inhaltlichen Interpretationen von Dimensionen, Gruppen und Kategorien.

Dimension 1 auf der x-Achse liegend, lässt sich durch die extremen Ausprägungen beschreiben, die durch die Kategorien „Ungerechtigkeit“ und „Staatshilfe“ gegeben sind. In dieser Dimension lassen sich außerdem sehr hohe Ladungen bei den Kategorien „Kritik“ und „Kompetenzen“ beobachten. Die vertikale Achse im Korrespondenzraum repräsentiert Dimension 2, deren Extrempunkte liegen in den Kategorien „Internationales“ einerseits und „Preissteigerungen“ andererseits. Auf

Grund der Tatsache, dass letztgenannte Kategorie lediglich aus einer Nennung besteht, wird bei der Interpretation dieser Kategorie kein großer Stellenwert eingeräumt. Darüber hinaus tragen „Gehalt/Bonus“, „Ungerechtigkeit“ und auch „Ökologisches/Soziales“ viel zur Trägheit der Dimension 2 bei.

Abbildung 5: Korrespondenzanalyse ManagerInnen/UnternehmerInnen



Dimension 1 wird von den Gruppen „Experten optimistisch“ (54,6%) und „Laien nicht optimistisch“ (42,4%) am stärksten beeinflusst. In Dimension 2 haben „Experten nicht optimistisch einen Einfluss von 71,3% und „Laien optimistisch“ 19,1%. Die 4 Gruppen bilden recht genau die Achsen des Korrespondenzraumes ab, was auf Unterschiede zwischen allen Gruppen hindeutet. Die Wahrnehmung

betreffend ManagerInnen/UnternehmerInnen gehen besonders zwischen Experten optimistisch und Laien nicht optimistisch auseinander. In den Kategorien „Börse/Spekulation“, „Verantwortung“, „Kompetenzen“ und „negative Rahmenbedingungen“ erreichen jeweils die optimistischen Experten die häufigsten Nennungen. In diesen Kategorien sind gleichzeitig bei „Laien nicht optimistisch“ die wenigsten Assoziationen von allen Personen zu finden. Diese führen wiederum die Kategorie „Kritik“ an, in der „Experten optimistisch“ das Schlusslicht in Bezug auf die Häufigkeit bilden. Die anderen beiden Gruppen assoziieren dagegen relativ ähnlich.

Darauf aufbauend erfolgt nun die Anknüpfung der Ergebnisse auf die Forschungsfrage.

**H1(5):** Die Wahrnehmungen zu ManagerInnen und UnternehmerInnen unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Die gefundenen Unterschiede fallen in Vergleich zu den bisherigen Auswertungen weniger deutlich aus, da viele Kategorien über die vier Gruppen gleichmäßig verteilt sind. Differenzen können jedoch in einigen wenigen Kategorien beobachtet werden. Die Kategorien „Kompetenzen“, „Optimismus“ und „Verantwortung“, werden am stärksten von Experten genannt, hierbei überwiegen optimistische Experten die weniger optimistischen, was vermuten lässt, dass von diesen Gruppen ManagerInnen/UnternehmerInnen am ehesten positiv wahrgenommen werden. Auch die Erwartung, dass die Rolle der ManagerInnen von nicht optimistischen Laien in eher negativem Kontext interpretiert wird, kann durch die Ausprägung der Kategorie „Kritik“ als zutreffend betrachtet werden.

Auch wenn insgesamt die Unterschiede geringer ausfallen, wird vor allem durch den Umstand, dass sich in manchen Kategorien entweder optimistische Experten oder optimistische Laien von den jeweils anderen Gruppen abgrenzen, Hypothese H0(5) verworfen und H1(5) beibehalten.

#### **3.4.4.4 KonsumentInnen/VerbraucherInnen**

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zum Stimulus „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ dargestellt. Auch bei dieser Korrespondenzanalyse ergibt sich eine Lösung, bei der die dritte Dimension mit 7,3% sehr wenig Erklärungswert enthält. Die beiden ersten Dimensionen erklären zusammen somit 92,7% der Gesamtträgheit, aufgeteilt auf 70% in der Dimension 1 und 22,7% in Dimension 2. Folglich kann auch in diesem Fall die zweidimensionale Darstellung als repräsentativ angesehen werden. Bezogen auf Dimension 1, bilden „Angst/Sorge“ und „Ungerechtigkeit“ die Extrempunkte der Kategorien und sind deswegen auch in Bezug auf den Erklärungswert relevant. Diese Positionen sind bei Dimension 2 durch „negative Rahmenbedingungen“ und „Schutz/Sicherheit“ besetzt, wobei gleichzeitig die Kategorien „Akteure“ und „Optimismus“ zu den Kategorien mit den größten Trägheitswerten zählen.

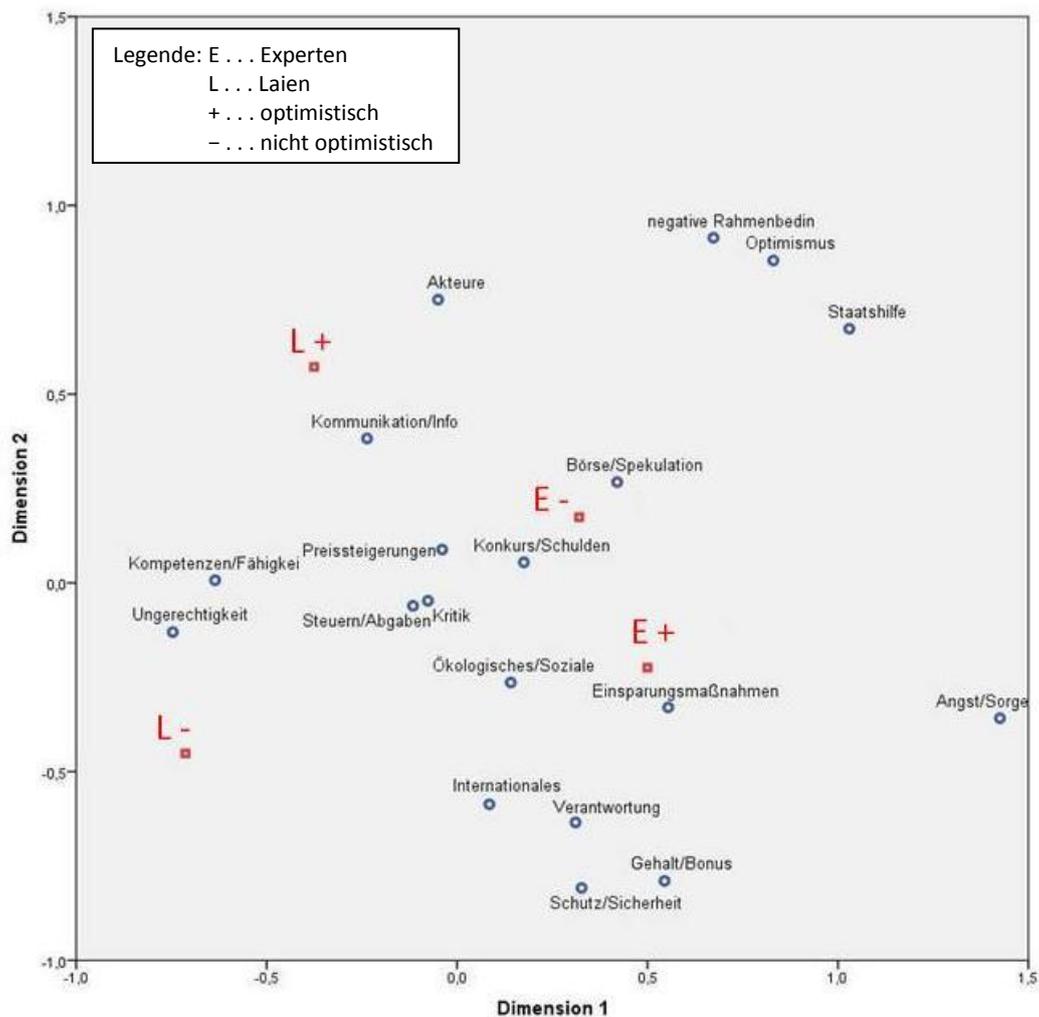
Bei einem Vergleich der Positionen von den Expertenprofilen gegenüber jenen der Laien in Abbildung 6 fällt auf, dass Experten jeweils näher am Ursprung zentriert sind, und Laien weiter außen liegen, was darauf hindeutet, dass Experten eher einem Durchschnittsprofil entsprechen. Experten optimistisch und Laien nicht optimistisch bilden die äußeren Punkte unter allen Gruppen auf der x-Achse oder Dimension 1, Laien optimistisch und Laien nicht optimistisch sind als höchste bzw. niedrigste Formation auf der y-Achse bzw. Dimension 2 zu erkennen.

Im Wesentlichen bewirken zwei Faktoren die erhaltenen Dimensionen. Dimension 1 wird zu 77,1% von Experten optimistisch (32,4%) und Laien nicht optimistisch (44,7%) beeinflusst. Dimension 2 ergibt sich durch die Zusammensetzung der Profile der beiden Laien-Gruppen. Optimistische Laien liefern einen Beitrag von 51,7% und nicht optimistische 31,5% (83,2% zusammen). Die Häufigkeiten der genannten Kategorien zu „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ sind in Tabelle 12 dargestellt. Abbildung 6 stellt das Ergebnis der Korrespondenzanalyse dar.

Tabelle 12: Korrespondenztabelle KonsumentInnen/VerbraucherInnen

Kategorienbezeichnung	Gruppen				$\Sigma$
	Experten optimistisch	Experten nicht optimistisch	Laien optimistisch	Laien nicht optimistisch	
Akteure	13	9	15	6	43
Angst/Sorge	19	11	2	1	33
Börse/Spekulation	5	5	3	2	15
Einsparungsmaßnahmen	26	17	8	10	61
Gehalt/Bonus	5	2	1	2	10
Internationales	5	2	2	3	12
Kommunikation/Info	16	14	18	13	61
Kompetenzen/Fähigkeiten	11	10	14	16	51
Konkurs/Schulden	8	8	5	5	26
Kritik	46	36	33	35	150
negative Rahmenbedingung	10	12	8	1	31
Ökologisches/Soziales	25	21	12	17	75
Optimismus	9	7	6	0	22
Preissteigerungen	43	32	33	29	137
Schutz/Sicherheit	11	3	3	5	22
Staatshilfe	2	2	1	0	5
Steuern/Abgaben	11	7	8	8	34
Ungerechtigkeit	26	25	34	45	130
Verantwortung	8	6	2	5	21
$\Sigma$	299	229	208	203	939

Abbildung 6: Korrespondenzanalyse KonsumentInnen/VerbraucherInnen



Die Ergebnisse werden nun im Hinblick auf die Forschungsfrage analysiert. Die zu untersuchende Hypothese betreffend der „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ lautet:

**H1(6):** Die Wahrnehmungen zu KonsumentInnen und VerbraucherInnen unterscheiden sich zwischen Experten und Laien sowie zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen.

Diese Hypothese kann ebenfalls bestätigt werden, vor allem da sich erneut die sozialen Repräsentationen optimistischer Experten von jenen der nicht optimistischen Laien unterscheiden lassen. Differenzen finden sich besonders in den Kategorien „Angst/Sorge“, „Kritik“ und „Schutz/Sicherheit“, bei denen jeweils von

Experten – vermehrt optimistischen – die meisten Nennungen stammen. Dies lässt vermuten, dass Experten auch Konsumenten und Verbraucher in Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise als beteiligte Akteure betrachten. Die Meinungen von Laien gegenüber dem Stimulus „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ können dagegen eher passiv ausgelegt werden, etwa anhand der Kategorie „Ungerechtigkeit“. Einflüsse von wirtschaftlichem Wissen und optimistischer Einstellung können hier eher durch die Kombination dieser beiden Faktoren angenommen werden, da sich hauptsächlich optimistische Experten von nicht optimistischen Laien unterscheiden, während nicht optimistisch eingestellte Experten den optimistischen Laien in Relation dazu ähnlicher sind.

Dennoch kann durch die gefundenen Ergebnisse die  $H_0(6)$  verworfen werden und die durch  $H_1(6)$  ausgedrückten Unterschiede angenommen werden.

#### **3.4.4.5 Zusammenfassung der Ergebnisse**

Die Ergebnisse der Akteure können somit dahingehend zusammengefasst werden, dass betreffend aller Forschungsfragen Unterschiede zwischen optimistischen Experten, nicht optimistischen Experten, optimistischen Laien und nicht optimistischen Laien gefunden wurden. Dabei deuten die vorliegenden Ergebnisse darauf hin, dass diese Unterschiede je nach Stimulus unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Die Akteure der Wirtschaftskrise werden von den Gruppen ähnlich interpretiert wie die Krise selbst. Es kann generell beobachtet werden, dass Laien Schuldige für die Krise suchen und versuchen, konkrete Verursacher festzumachen. Daher finden sich in Nennungen von Laien vermehrt Namen von konkreten Personen oder Unternehmen, die sie mit der Entwicklung der Wirtschaftskrise in Zusammenhang bringen. Wirtschaftliche Zusammenhänge und allgemeine, äußere wirtschaftliche Einflüsse scheinen die sozialen Repräsentationen von Laien nicht so stark zu prägen, wie jene der Experten. Regierung und Politiker werden von den Untersuchungsteilnehmern am negativsten dargestellt, während bei Konsumenten der Zusammenhang mit der Krise scheinbar als nicht so eindeutig empfunden wird. Sowohl Geldinstitute und Banken als auch Manager und Unternehmer werden

allgemein weniger negativ gesehen, als zu Beginn der Studie angenommen. Eine Ursache dafür kann in der Vernetzung von sozialen Repräsentationen und den sozialen Identitäten der Teilnehmer liegen (Lo Monaco & Guimelli, 2011). Die sozialen Repräsentationen zu den verschiedenen wirtschaftlichen und politischen Akteuren scheinen davon beeinflusst zu werden, wie sehr sich die Probanden mit dem Stimulus identifizieren oder verbunden fühlen.

Im nächsten Abschnitt sollen die in diesem Kapitel beschriebenen Ergebnisse mit der vorgestellten Literatur und Resultaten aus bisherigen Studien in Verbindung gebracht werden. Vor diesem Hintergrund werden die Auswertungen der vorliegenden Arbeit interpretiert und diskutiert.

## **4. Diskussion**

Das Ziel dieser Arbeit war die Erforschung von sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise und zu deren Akteuren. Neben einer Darstellung von Meinungen zum Phänomen Wirtschaftskrise sollten die den Akteuren zugeschriebenen Rollen analysiert werden. Diese Wahrnehmungen wurden auf vermutete Unterschiede zwischen Experten und Laien bzw. in Bezug auf die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung optimistische und nicht optimistische Personen untersucht. Das folgende Kapitel dient in diesem Zusammenhang der Interpretation der im letzten Kapitel dargestellten Untersuchungsergebnisse und soll eine Verknüpfung mit dem bestehenden theoretischen Wissen ermöglichen. Darüber hinaus wird die durchgeführte Studie kritisch betrachtet, in dem auf Schwierigkeiten und Problemstellungen bei der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema eingegangen wird. Abschließend werden die während der Studie gemachten Erfahrungen zu Anregungen für weitere Forschungstätigkeiten abgeleitet und außerdem Empfehlungen für die Praxis gegeben.

### **4.1 Interpretation der Ergebnisse**

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die eingangs postulierten Vermutungen in den Unterschieden der sozialen Repräsentationen zwischen wirtschaftlichen Experten und Laien und wirtschaftlich optimistischen und nicht optimistischen Personen durch die berichteten Resultate bestätigt werden können. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sowohl die Meinungen gegenüber der Wirtschaftskrise als auch die Rollenwahrnehmung von politischen und wirtschaftlichen Akteuren beeinflusst werden von dem jeweiligen wirtschaftlichem Wissen und dem Grad an optimistischer Einstellung gegenüber der Wirtschaftsentwicklung.

Besonders klar haben sich diese Vermutungen in Bezug auf die Finanz- und Wirtschaftskrise bestätigt. Der Umstand, dass unter allen Stimuluswörtern zur

Wirtschaftskrise insgesamt die meisten Begriffe assoziiert wurden, deutet darauf hin, dass die Krise ein globales Phänomen ist, von dem fast alle Menschen betroffen sind und demnach dazu auch eine Meinung haben (Roland-Lévy et al., 2010). Auch in der Anzahl der Nennungen zu den Stimuluswörtern zeigen sich Unterschiede zwischen Experten und Laien. Sowohl zur Wirtschaftskrise, als auch zu den Akteuren, nennen Experten mehr Assoziationen als Laien. Dieser Unterschied ist bei optimistischen und nicht optimistischen Personen nicht gegeben.

Die inhaltliche Interpretation der Assoziationskategorien lässt darauf schließen, dass sich die Wahrnehmungen der Wirtschaftskrise sowohl zwischen Experten und Laien, als auch zwischen optimistischen und nicht optimistischen Personen unterscheiden. Es ist dabei zu erkennen, dass Experten mit der Wirtschaftskrise eher Umgebungsfaktoren in Verbindung bringen. In jenen Kategorien, die Assoziationen von ökonomischen Zusammenhängen und Kenngrößen zusammenfassen, sind Experten überwiegend stärker vertreten als Laien. Diese stärkere Charakterisierung durch Kategorien wie „negative Rahmenbedingungen“, „Internationales“, „Geldwertänderung“ oder etwa „Medien“ steht auch im Einklang mit der besprochenen Theorie, dass wirtschaftliche Experten großteils nach wirtschaftlichen Mustern bewerten und urteilen (Enste, Haferkamp & Fetchenhauer, 2009). Hier kann man schlussfolgern, dass bei Experten die Ursachenzuschreibung zum Thema Wirtschaftskrise auf einer externen oder sachlichen Ebene erfolgt. Was damit gemeint ist, wird bei einem Blick auf die Laien deutlicher. Diese assoziieren viel stärker als Experten auf einer persönlichen Ebene (Leiser & Aroch, 2009). Die Kategorien, in denen die Laien den größeren Anteil bilden, sind dabei entweder geprägt von Emotionen („Ungerechtigkeit“, „Betrug“ oder „Gier“), oder bilden die Entstehungsursachen an konkreten Personen oder Organisationen ab („Gehalt/Bonus“, „Ungerechtigkeit“, „Synonyme Unternehmer“ und „Synonyme Bank“).

Auch der Einfluss von optimistischer Einstellung auf die sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise lässt sich nachzeichnen. Optimistische Experten und optimistische Laien nennen vielfach Kategorien, die sich inhaltlich in einem (ökonomisch-) zeitlichen Kontext interpretieren lassen („Rezession“, „Sparen“ der

„Umbruch“), also eine zeitliche Komponente zum Inhalt haben. Das kann damit erklärt werden, dass die Konstrukte Vertrauen und Optimismus als Sichtweisen zu verstehen sind, die stark in die Zukunft gerichtet sind (Rousseau, Sitkin, Burt & Camerer, 1998).

Es kann außerdem beobachtet werden, dass die unterschiedlichen Wahrnehmungen der Gruppen vor allem am Anfang des Assoziationsprozesses zu erkennen sind. Zum Stimulus „Finanz-/Wirtschaftskrise“ unterscheiden sich die Nennungen von Experten und Laien bzw. optimistischen und nicht optimistischen Personen inhaltlich vor allem in den ersten Positionen. Mit zunehmender Dauer des Assoziationsprozesses wandern die sozialen Repräsentationen zu jenen Kategorien, die starke negative Affekte thematisieren, beispielsweise „Soziale Probleme“, „Bedrohung“ oder „Ungerechtigkeit“. Dieser Assoziationsverlauf hin zu emotional besetzten Inhalten kann bei allen Gruppen beobachtet werden. Während Experten hierbei wieder eher solche Kategorien verwenden, die allgemeine Zustände oder Entwicklungen beschreiben („Rezession“ oder „Internationales“), sind bei Laien verstärkt Assoziation auf einer persönlichen Ebene zu verzeichnen („Gier“, „Ungerechtigkeit“).

Die Untersuchung von sozialen Repräsentationen zu den Akteuren der Wirtschaftskrise - „Regierung/Politik“, „Geldinstitute/Banken“, „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ und „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ - sollte die Analyse der sozialen Repräsentationen zur Wirtschaftskrise ergänzen. Auch in Bezug auf die Rollenwahrnehmung der einzelnen Akteure, die für sich genommen untersucht wurden, ergeben sich verschieden ausgeprägte soziale Repräsentationen, die auf unterschiedliche Meinungen der vier gegenübergestellten Personengruppen hindeuten.

Die Ergebnisse zu Regierung/Politik bestätigen im Allgemeinen den Trend, dass die Unterschiede am deutlichsten zwischen Experten und Laien zu erkennen sind. Diese sind auch in diesem Fall gekennzeichnet von einer vermehrten Argumentation sachlicher Art auf Seite der Experten, während Laien wieder jene Gruppe darstellen, die stärker personenbezogene Inhalte zur Krise argumentiert. Auffallend ist hier,

dass von insgesamt 1289 Assoziationen 692 auf die Kategorie „Kritik“ entfallen, und diese Assoziationen sehr einheitlich über alle vier Gruppen genannt werden. Die freien Assoziationen sind somit stark geprägt von Äußerungen der Unzufriedenheit mit der politischen Führung, was darauf hindeuten kann, dass die Regierungen und Politiker als wichtige Akteure im Rahmen der Wirtschaftskrise wahrgenommen werden. Mit anderen Worten könnte die Öffentlichkeit in erster Linie die Regierung in der Verantwortung sehen, rasch und effizient auf die Wirtschaftskrise reagieren zu müssen. Es wird von der Politik erwartet, die ihr zugeschriebene Aufgabe, die Wirtschaft „gesund“ zu halten, gewissenhaft wahrzunehmen. Gerade wie Arai (2007) betont, liegt eine Schlüsselrolle in Bezug auf Vertrauen bei den Regierungen. Regierungen und Politiker müssen demnach vertrauensvolles Verhalten vorgeben.

Die Ergebnisse zu Regierung und Politik geben auch die Problematik der vertrauensbildenden Faktoren von fehlender Interaktion und Reziprozität wieder (Schweer, 2003). Einer Regierung ist es kaum möglich, durch fortwährende, direkte Interaktionen oder Vertrauenshandlungen gegenüber der Bevölkerung, aktiv zu einer vertrauensvollen Wahrnehmung beizutragen. Durch die seltene Möglichkeit eines direkten Kontaktes mit den Bürgern, sind Politiker auch in hohem Maße von einer positiven öffentlichen Berichterstattung abhängig. Das Vertrauen der Bevölkerung in die Regierung und in weiterer Folge eine optimistische Einstellung gegenüber dadurch beeinflusste, zukünftige Entwicklungen kann sich deshalb nur langsam aufbauen, gleichzeitig aber sehr leicht zerstört werden (Schweer, 2003). Auch diese Entwicklungen können eine mögliche Ursache dafür darstellen, dass Regierung und Politiker als eine Art Schuldige in Verbindung mit der Krise beschrieben werden.

Aufgrund fehlender Interaktionen fällt es auch schwer, sich mit der Regierung und deren Vertretern zu identifizieren. Die schlechte Bewertung von Politikern und Politikerinnen in Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise und die gleichzeitig etwas überraschende, relativ neutrale Wahrnehmung von Managern und Banken kann auf die Identifikation der Untersuchungsteilnehmer mit der jeweiligen Gruppe zurückgeführt werden (Joffe, 2003; Lo Monaco & Guimelli, 2011).

Da die Gruppe der wirtschaftlichen Experten in der vorliegenden Studie aus Angestellten einer österreichischen Finanzinstitution bestehen, war anzunehmen, dass sich deren Bild von denen der ökonomischen Laien bezogen auf den Stimulus „Geldinstitute/Banken“ unterscheidet. Diese Ergebnisse können durch die Vernetzung von sozialen Repräsentationen mit der sozialen Identität (Joffe, 2003; Lo Monaco & Guimelli, 2011) erklärt werden. Eine zentrale Rolle von sozialen Repräsentationen wird damit verdeutlicht, nämlich der Schutz der Identifikation mit einer Gruppe. Wird diese Identifikation durch äußere Umstände gefährdet, treten bei den Gruppenmitgliedern jene Elemente in den Vordergrund, die mit den Gruppenwerten in Einklang stehen (Joffe, 2008). Im vorliegenden Fall sind das die Kategorien „Kompetenzen“, „Kommunikation“ und „Verantwortung“, die inhaltlich im Kontext von Fähigkeiten interpretiert werden können. Auf Grund dieser Umstände kann auch erklärt werden, dass entgegen der ursprünglichen Annahme Geldinstitute und Banken relativ neutral erklärt wurden, etwa im Vergleich zur Wahrnehmung von Regierung und Politik.

Die Ergebnisse zum Stimulus „ManagerInnen/UnternehmerInnen“ verhalten sich in diesem Punkt ähnlich. Häufige Nennungen von Kategorien wie „Kompetenzen“, „Verantwortung“ und „Optimismus“ von Experten-Seite können darauf hindeuten, dass sich wirtschaftlich höher gebildete Personen stärker zur Gruppe der Manager zugehörig fühlen, und damit auch Assoziationen geben, die diese Identifikation aufrecht erhalten und gegen ein negatives Öffentlichkeitsbild, transportiert durch Medien, schützen (Joffe, 2003; Howarth, 2002).

Da die Rolle der Akteure in Bezug auf die Wirtschaftskrise erfragt wurde und damit in Verbindung mit einem eindeutig negativen und sogar gravierenden Ereignis steht, ist auch nicht verwunderlich, dass die überwiegende Anzahl der Assoziationen aus negativ besetzten Begriffen besteht. Damit repräsentieren auch viele Kategorien eine solche Zusammensetzung. Trotzdem lässt sich inhaltlich in dieser Richtung eine Aussage treffen. Die Kategorien, die in den Bereich der „gesellschaftlichen Verantwortlichkeit“ oder auch „Pflicht“ fallen und damit eher den nicht negativen Bereich der freien Assoziationen abdecken, werden in überwiegender Mehrzahl von

den Experten genannt. Zu diesen Kategorien gehören „Kompetenzen“, „Verantwortung“, „Schutz/Sicherheit“ oder etwa „Ökologisches/Soziales“.

Damit kann auch erklärt werden, warum in Bezug auf den Stimulus „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ zwar Unterschiede feststellbar sind, diese aber im Vergleich zu den anderen Akteuren geringer ausfallen und auf wenige Inhalte eingeschränkt werden können. Die Empfindung von „Ungerechtigkeit“ kann am stärksten bei nicht optimistischen Laien beobachtet werden. Die vermehrte Nennung von „Angst/Sorge“ bei Experten kann dahingehend ausgelegt werden, dass Experten die wahrgenommene Stimmung in der Bevölkerung für nicht angebracht halten und etwa durch Medien verursacht sehen. Gleichzeitig sind zu „KonsumentInnen/VerbraucherInnen“ insgesamt die wenigsten Nennungen (939) zu vermerken, was darauf hin deutet, dass dieser Gruppe in Verbindung mit der Krise eher eine passive Rolle zugeschrieben wird.

Während sich die untersuchten Unterschiede zwischen den Gruppen Experten und Laien in Bezug auf die Wahrnehmung der Akteure relativ gut abbilden lassen, fußt die Interpretation der Gegenüberstellung von optimistischen und nicht optimistischen Personen auf geringeren Unterschieden. Mit Ausnahme des Stimulus „Regierung/Politik“, bei dem alle Gruppen relativ ähnlich verteilt allgemeine Unmutsäußerungen assoziieren, wird der größte Erklärungswert immer durch die Differenz von optimistischen Experten zu, in Bezug auf wirtschaftliche Entwicklung, nicht optimistischen Laien hergestellt. Dies könnte darauf hindeuten, dass optimistische Einstellung und wirtschaftliches Wissen vor allem gemeinsam verstärkten Einfluss auf die sozialen Repräsentationen zur Krise haben.

Neben den beschriebenen Unterschieden sticht auch eine Gemeinsamkeit in den sozialen Repräsentationen von optimistischen und nicht optimistischen Experten und optimistischen und nicht optimistischen Laien hervor. Alle Gruppen sind dadurch gekennzeichnet, dass generell Unsicherheiten am Arbeitsmarkt, und die damit einhergehende Angst um den eigenen Arbeitsplatz, eine große Rolle spielen. Diese Ergebnisse konnten in ähnlichem Zusammenhang in der Literatur bereits beschrieben werden (Roland-Lévy et al., 2010).

## 4.2 Kritik und Ausblick

Im abschließenden Kapitel wird die vorliegende Studie kritisch betrachtet und auf Schwierigkeiten während des Arbeitsprozesses hingewiesen. Die gewonnenen Erfahrungen und Ergebnisse aus dieser Untersuchung dienen als Basis für die Formulierung von Ideen für weitere Forschungstätigkeiten zum Thema. Außerdem werden die aus der Studie ermittelten Ergebnisse zu Anregungen für die Praxis abgeleitet.

Das in der vorliegenden Arbeit untersuchte Thema der Finanz- und Wirtschaftskrise stellt ein neues soziales Phänomen dar. Um diesem relativ unbekanntem Terrain gerecht zu werden, wurde bei der Untersuchung ein explorativer Zugang gewählt, was sowohl Vor- als auch Nachteile mit sich bringt. So wurde im Hinblick auf eine größtmögliche Freiheit im Antwortformat die Erhebungsmethode der freien Assoziationen gewählt, die es Untersuchungsteilnehmern erlaubt, eigene Gedanken und Meinungen auszudrücken. Auf diese Weise sollten die untersuchten sozialen Repräsentationen bestmöglich abgebildet werden. Die Anwendung von freien Assoziationen ermöglicht jedoch keine quantitative Abbildung von Effekten oder Vergleichen, etwa im Hinblick auf die Unterschiede zwischen den Akteuren. Dieser Nachteil ergibt sich in gleicher Weise bezogen auf die Auswertung der Daten mittels Korrespondenzanalyse. Die berichteten Ergebnisse sind somit zum großen Teil Interpretationen des Forschers und lassen damit auch Raum für Spekulationen.

Bei der durchgeführten Studie muss darüber hinaus auf einzelne Aspekte der Untersuchung kritisch eingegangen werden, vor allem in Bezug auf den verwendeten Fragebogen. Bei eingehender Betrachtung der Assoziationen - und besonders deren Reihenfolge der Nennungen - fällt auf, dass gegen Ende einer Assoziationskette der Teilnehmer viele Begriffe genannt wurden, die nur mehr entfernt mit dem entsprechenden Stimuluswort in Verbindung gebracht werden können. Der Fragebogen bot die Möglichkeit, zu jedem Stimulus acht Assoziationen zu notieren. Neben dem dafür vorgesehenen Platz war gleichzeitig die Stelle mit der Möglichkeit zur Bewertung der einzelnen Assoziationen ersichtlich (siehe dazu Fragebogen im Anhang). Diese Präsentationsweise hatte für viele Teilnehmer

offensichtlich Aufforderungscharakter, so dass sie sich gezwungen sahen, alle Felder auszufüllen. Als Konsequenz daraus wurden am Schluss oft Begriffe genannt, über die die Probanden scheinbar lange nachgedacht haben, was klar gegen die Grundidee der „freien Assoziation“ und der damit beabsichtigten Erfassung von sozialen Repräsentationen läuft.

Bezogen auf die Zusammensetzung der Stichprobe kann die Auswahl der Experten hinterfragt werden. Diese Gruppe setzte sich aus Mitarbeitern eines großen österreichischen Finanzinstitutes zusammen. Der Umstand, dass somit alle Vertreter der Expertengruppe aus einem einzigen Unternehmen kommen, lässt keine uneingeschränkte Verallgemeinerung der Ergebnisse zu. Für zukünftige Untersuchungen sollte deshalb nach Möglichkeit eine Auswahl von wirtschaftlichen Experten aus verschiedenen Unternehmen oder auch Branchen in Betracht gezogen werden.

Ein weiteres Problem stellen die bei der Studie notwendigen Datenbereinigungen und Aufbereitungsschritte dar. Die Zusammenfassung der Assoziationen zu übergeordneten Kategorien soll der Vereinfachung der Daten dienen und macht eine Korrespondenzanalyse in der vorliegenden Form erst überhaupt möglich. Die vorhandene Stichprobe mit einer Größe von  $N = 309$  und die heterogenen Daten machen es dabei jedoch zu einer großen Herausforderung, einen geeigneten Mittelweg zu finden, bei dem sowohl auf ein richtiges Maß an Reduzierung von Komplexität geachtet wird, während gleichzeitig nicht zu viele relevante Daten der Kategorisierung zum Opfer fallen. Auch wenn versucht wurde, diesem Problem mit der Entwicklung zweier unterschiedlicher Kategoriensystem entgegen zu wirken, kann die Bildung von sogenannten „Hilfskategorien“, und damit die Nichtbeachtung vieler Assoziationen bei der Analyse, durchaus kritisiert werden. Jedoch ergäben sich auch bei einer differenzierten Vorgehensweise unterschiedliche Probleme. Ein weiter ausdifferenziertes Kategoriensystem würde womöglich die Verarbeitung eines größeren Teils der Assoziationen ermöglichen, gleichzeitig aber auch bedeuten, dass, neben einem erheblich gesteigerten Aufwand, auch dahingehend Schwierigkeiten auftreten können, mit einem mehrere Kategorien umfassenden System, eine noch akzeptable Interraterübereinstimmung zu erreichen. Die

Rücksichtnahme auf die in den Daten enthaltene Information, bei einer gleichzeitigen übersichtlichen Darstellung, bleibt deshalb auch für zukünftige qualitative Forschungen ein Thema, dem es sich gewissenhaft zu widmen gilt.

Auf Basis der vorliegenden qualitativen Studie können auch Anregungen für weiterführende, konfirmatorische Untersuchungen zum Thema Wirtschaftskrise gewonnen werden. Im Hinblick auf eine Reduktion des Datenmaterials wäre etwa eine isolierte Betrachtung einzelner Akteure denkbar. Besonders interessant scheint es, die berichteten Ergebnisse zu Regierung und Politik genauer zu untersuchen, um eventuelle quantifizierbare Effekte von vertrauensbildenden Maßnahmen zu identifizieren. Die Kritik in Bezug auf die Zusammensetzung der Expertengruppe aus lediglich einem Unternehmen gibt darüber hinaus Anlass, die gefundenen Ergebnisse der Experten einem Vergleich zu unterziehen. In weiteren Studien könnten etwa Experten unterschiedlicher Unternehmen oder auch Branchen mit einbezogen werden, was möglicherweise detailliertere Ergebnisse zur Folge hätte.

Trotz der eben aufgezählten Kritikpunkte, können aus der vorliegenden Arbeit aber auch wichtige Erkenntnisse darüber entnommen werden, wie die Wirtschaftskrise in den Köpfen der Menschen unterschiedlich wahrgenommen und interpretiert wird und welche Rückschlüsse daraus für die politische und wirtschaftliche Praxis gezogen werden können.

Die gefundenen Ergebnisse können Hinweise dafür geben, auf welche Art und Weise das Vertrauen und der Optimismus in die Wirtschaft wieder erlangt werden können. Entscheidend für Vertrauen scheint zu sein, wie die Öffentlichkeit die durch die Medien transportierten wirtschaftlichen Daten versteht und interpretiert. Je mehr die Öffentlichkeit den Eindruck hat, über die ökonomischen Umstände Bescheid zu wissen bzw. sie zu verstehen, desto mehr Vertrauen kann sich entwickeln. Besonders wichtig für Vertrauen und Optimismus in die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung ist die Wahrnehmung der Regierung und Politiker. Die Ergebnisse deuten an, dass je mehr diesen Akteuren vertraut werden kann, desto eher herrscht Vertrauen in die wirtschaftliche Funktionstüchtigkeit eines Staates oder Optimismus gegenüber der zukünftigen Entwicklung. Vor allem die Bewertung

von politischen Vertretern durch Laien orientiert sich an Personenmerkmalen wie Egoismus oder Gier. Politiker und Politikerinnen können jedoch kaum auf diese Wahrnehmung aktiv Einfluss nehmen, da direkte Interaktionen nur selten möglich sind. Um das zu kompensieren, scheint es besonders relevant zu sein, dass gegenüber der Bevölkerung klare, transparent gemachte, ethisch-moralische Haltungen kommuniziert und vorgelebt werden (Schweer, 2003).

Vertrauen ist immer dort am geringsten, wo Korruption auftritt. Durch zahlreiche Fälle in der jüngeren österreichischen Vergangenheit, die bis heute sowohl Medien als auch die Justiz beschäftigen, wird deutlich, wie leicht es ist, vorhandenes Vertrauen zu verlieren und wie schwer es ist, dieses wieder aufzubauen.

Die Herstellung von Vertrauen oder Optimismus nach der Wirtschaftskrise ist eine besonders bedeutende und gleichzeitig mit hohem Aufwand verbundene Maßnahme, die Sell et al. (2004) so beschreiben:

*„Der möglicherweise langwierige Prozess der Wiedergewinnung von Vertrauen ... geht häufig mit der Zunahme der Regulierungsdichte und mit höheren Transaktionskosten einher. Nicht nur der Verlust, auch die Wiedergewinnung von Vertrauen ist für die Marktwirtschaft teuer. Alternativen dazu allerdings gibt es nicht“ (S.483).*

## 5. Literaturverzeichnis

- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2009). *Animal spirits: How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Arai, K. (2007). Trust and trustworthiness in the economy: How they function and how they should be promoted. *Hitotsubashi Journal of Economics* 48, 225-240.
- Arthur, W.B. (2000). Cognition: The black box of economics. In D. Colander (Hrsg.): *The complexity vision and the teaching of economics*, 19–28. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Backhaus, K., Erichson, B. & Weiber, R. (2011). *Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden*. Heidelberg: Springer.
- Bartmann, P., Buhl, H. U. & Hertel, M. (2009). Ursachen und Auswirkungen der Subprime-Krise. *Informatik-Spektrum*, 32, 127-145.
- Bastounis, M., Leiser, D. & Roland-Lévy, C. (2004). Psychosocial variables involved in the construction of lay thinking about the economy: Results of a cross-national survey. *Journal of Economic Psychology*, 25, 263-278.
- Behr, P. (2008). Bankenkrise: Die Ratingagenturen. *Wirtschaftsdienst*, 88 (10), 628-628.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4., überarbeitete Aufl.). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Burghof, H-P., Prothmann, F., Hartmann-Wendels, T., Paul, S., Heise, M. & Polleit, T. (2008). Bankenkrise: Ursachen und Maßnahmen. *Wirtschaftsdienst*, 88 (11), 703-722.

- Campello, M., Graham, J. R., Harvey, C. R. (2010,). The real effects of financial constraints: evidence from a financial crisis. *Journal of Financial Economics* 97 (3), 470-487.
- Christandl, F. & Fetchenhauer, D. (2009). How laypeople and experts misperceive the effect of economic growth. *Journal of Economic Psychology*, 30 (3), 381-392.
- Clases, C., Ryser, T., Jevic, M. (2008). Prozessvertrauen - Missing-Link zwischen interpersonalem Vertrauen und Systemvertrauen. *Wirtschaftspsychologie, Heft 1*, 20-26.
- Congleton, R. D. (2009). On the political economy of the financial crisis and bailout of 2008-2009. *Public Choice*, 140 (3-4), 287-317.
- Earle, T.C. (2009). Trust, confidence and the 2008 global financial crisis. *Risk Analysis*, 29 (6), 785-792.
- El Sehity, T. & Kirchler, E. (2006). Soziale Repräsentationen (Vorstellungen). In Bierhoff, H. W. (Hrsg.), *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie* (Handbuch der Psychologie, Band 3, S. 486-493). Göttingen: Hogrefe.
- El-Shagi, M. (2012). Geldschöpfung in der Krise. *Wirtschaftsdienst*, 92 (8), 572-574.
- Enste, D., 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.
- Fetchenhauer, D., Enste, D. & Köneke, V. (2010). *Fairness oder Effizienz? Die Sicht ökonomischer Laien und Experten*. München: Roman Herzog Institut.
- Freitag, M., Bühlmann, M. (2009). Crafting trust: The role of political institutions in a comparative perspective. *Comparative Political Studies*, 42 (12), 1537-1566.

- Gärling, K., Kirchler, E., Lewis, A., van Raaij, F. (2010). Psychology, financial decision making, and financial crisis. *Psychology in the Public Interest*, 10, 1-47.
- Glaesmer, H., Hoyer, J., Klotsche, J. & Herzberg, P. Y. (2008). Die deutsche Version des Life-Orientation-Tests (LOT-R) zum dispositionellen Optimismus und Pessimismus. *Zeitschrift für Gesundheitspsychologie*, 16 (1), 26-31.
- Haferkamp, A., Fetchenhauer, D., Belschak F. & Enste, D. (2009). Efficiency versus fairness: The evaluation of labor market policies by economists and laypeople. *Journal of Economic Psychology*, 30 (4), 527-539.
- Howarth, C. (2002). Identity in whose eyes?: The role of representations in identity construction. *Journal for Theory of Social Behaviour*, 32, 145-162.
- Howarth, C. (2006). A social representation is not a quiet thing: Exploring the critical potential of social representations theory. *British Journal of Social Psychology*, 45 (1), 65-86.
- Joffe, H. (2003). Risk: From perception to social representation. *British Journal of Social Psychology*, 42, 55-73.
- Kirchler, E. (2009). Vertrauen in der Wirtschaft: Regeln und Kontrollen oder Verhaltensprinzipien und Kooperation, in: Lucius, O. (Hrsg.): *Zeitschrift für das gesamte Bank- und Börsenwesen*, 2009, 57.Jg., 776-785.
- Kirchler, E., Maciejovsky, B. & Schneider, F. (2003). Everyday representations of tax avoidance, tax evasion, and tax flight: Do legal differences matter? *Journal of Economic Psychology*, 24 (4), 535-553.
- Knoblauch, H. (2005). *Wissenssoziologie*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Koller, M. (1990). Sozialpsychologie des Vertrauens. Ein Überblick über theoretische Ansätze. *Psychologische Beiträge*, 34, 98-112.
- Kulich, C., El Sehity, T. & Kirchler, E. (2005). *Zur strukturellen Analyse sozialer Vorstellungen: Lexikographische Analyse von freien Assoziationen* (Beiträge

zur Qualitativen Inhaltsanalyse des Instituts für Psychologie der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt Nr. 1). Klagenfurt: Universität, Institut für Psychologie.

- Kurz, M., Jin, H., Motolese, M. (2005). The role of expectations in economic fluctuations and the efficacy of monetary policy. *Journal of Economic Dynamics & Control*, 29 (11), 2017-2065.
- Lang, E. (2009). Die aktuelle Wirtschaftskrise und der ökologische Umbau der Wirtschaft. *Wirtschaftsdienst*. 89 (11), 743-747.
- Lastra, R. M. & Wood, G. (2010). The crisis of 2007-2009: Nature, causes, reactions. *Journal of International Economic Law*, 13 (3), 531-550.
- Leiser, D. & Aroch, R. (2009). Lay understanding of macroeconomic causation: The good-begets-good heuristic. *Applied Psychology: an international Review*, 58 (3), 370-384.
- Leiser, D., Bourgeois-Gironde, S. & Benita, R. (2010). Human foibles or systematic failure - Lay perceptions of the 2008-2009 financial crisis. *Journal of Socio-Economics*, 39 (2), 132-141.
- Leiser, D. & Drori, S. (2010). Naive understanding of inflation. *Journal of Socio-Economics*, 34 (2), 179-198.
- Lo Monaco, G., & Guimelli, C. (2011). Hegemonic and polemical beliefs: Culture and consumption in the social representations of wine. *Spanish Journal of Psychology*, 14, 237-250.
- Luhmann, N. (1989). *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität* (3.Aufl.). Stuttgart: Enke.
- Mayring, P., Gläser-Zikuda, M. (2005). *Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse*. Weinheim: Beltz UTB.
- Meier, K. & Kirchler, E. (1998). Social representations of the Euro in Austria. *Journal of Economic Psychology*, 19 (6), 755-774.

- Molinari, L., Emiliani, F. (1993). Structure and functions of social representations: Theories of development, images of child and pupil. *Papers on Social Representations*, 2 (2), 95-106.
- Mortensen, U. (2011). *Einführung in die Korrespondenzanalyse*. Münster: Universität, FB Psychologie und Sportwissenschaften.
- Moscovici, S. (2000). *Social representations. Explorations in social psychology*. Cambridge: Polity Press.
- Moshirian, F. (2011). The global financial crisis and the evolution of markets, institutions and regulation. *Journal of Banking and Finance*, 35 (3), 502-511.
- Nelson, D.L., Mc Evoy, C.L. & Dennis, S. (2000). What is free association and what does it measure? *Memory & Cognition*, 28, 887-899.
- Neubäumer, R. (2008). Ursachen und Wirkungen der Finanzkrise – eine ökonomische Analyse. *Wirtschaftsdienst*, 88 (11), 732-740.
- Penz, E. (2006). Researching the socio-cultural context: Putting social representations theory into action. *International Marketing Review*, 23 (4), 418-437.
- Pirson, M. & Malhotra, D. (2008). Unconventional insights for managing stakeholder trust. *MIT Sloan Management Review*, 49 (4), 43-50.
- Pulford, D. (2009). Is luck on my side? Optimism, pessimism and ambiguity aversion. *Journal of Experimental psychology*, 62 (6), 1079-1087.
- Puri, M. & Robinson, D.T. (2007). Optimism and economic choice. *Journal of Financial Economics*, 86 (1), 71-99.
- Robinson-Whelen, S., Kim, C., MacCallum, R.C. & Kiecolt-Glaser, J.K. (1997). Distinguishing optimism from pessimism in older adults: Is it more important to be optimistic or not to be pessimistic? *Journal of Personality and Social Psychology*, 73 (6), 1345-1353.

- Roland-Lévy, C. (2003). Genesis and Evolution of the Representations of the Euro. Euro-Workshop (IAREP), Wien, Österreich, 3.-5. Juli 2003, Zugriff am 27.6.2012, von:  
<http://homepage.univie.ac.at/stephan.muehlbacher/euro/papers/Roland-Levy-proc.pdf>
- Roland-Lévy, C., Boumelki, F.E.P. & Guillet, E. (2010). Representation of the financial crisis – effect on social representations of savings and credit. *The Journal of Socio-Economics*, 39, 142-149.
- Ross, L. M. & Squires, G. D. (2011). The personal costs of subprime lending and the foreclosure crisis: A matter of trust, insecurity, and institutional deception. *Social Science Quarterly*, 92 (1), 140-163.
- Rousseau, D., Sitkin, S. B., Burt, R., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23, 393-404.
- Scheier, M. F. & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4, 219-247.
- Schneider, F. & Kirchgässner, G. (2009). Financial an world economic crisis: What did economists contribute? *Public Choice*, 140, 319-327.
- Schweer, M. (2003). Vertrauen als Organisationsprinzip: Vertrauensförderung im Spannungsfeld zwischen personalem und systemischen Vertrauen. *Erwägen, Wissen, Ethik* (Bd.14, S. 323-332). Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Seeber, G. & Remmele, B. (2008). Does economic competence indicate the individual level of agreement with market economy? *Diskussionspapier Nr. 16*, Wissenschaftliche Hochschule Lahr.
- Seeber, G. & Remmele, B. (2009). On the relationship between economic competence an the individual level of agreement with market economy. *US-China Education Review*, 6 (2), 13-24.

- Seligman, M.E.P. (2010). *Der Glücks-Faktor. Warum Optimisten länger leben.* (7. Aufl.). Köln: Bastei Lübbe Taschenbuch.
- Sell, F. L., Göbel, E., Goldschmidt, N. & Schäfer, H-B. (2004). Erodiert die Marktwirtschaft durch Vertrauensverlust?. *Wirtschaftsdienst*, 84 (8), 479-496.
- Usslar, L. (2010). Der Staat als Akteur am Finanzmarkt im Lichte der Krise. *Wirtschaftsdienst*, 90 (1), 36-43.
- Wachelke, J. (2012, in press). Social representations. A review of theory and research from the structural approach. *Universitas Psychologica*. Zugriff am 4.7.2012, von:  
[http://ufu.academia.edu/Jo%C3%A3oWachelke/Papers/855840/Social\\_representations\\_a\\_review\\_of\\_theory\\_and\\_research\\_from\\_the\\_structural\\_approach](http://ufu.academia.edu/Jo%C3%A3oWachelke/Papers/855840/Social_representations_a_review_of_theory_and_research_from_the_structural_approach)
- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., Lorenzi-Cioldi, F., Markova, I. & Rose, D. (1999). Theory and method of social representations. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 95-125.
- Zaleskiewicz, T. (2011). Financial forecasts during the crisis: Were experts more accurate than laypeople? *Journal of Economic Psychology*, 32, 384-390.

## 6. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Soziodemographische Daten getrennt nach Experten und Laien.....	50
Tabelle 2:	Faktorenanalyse zur Skala „Optimismus in zukünftige wirtschaftliche Entwicklung“ .....	54
Tabelle 3:	Soziodemographische Auswertung getrennt nach Experten und Laien beziehungsweise optimistisch und wenig optimistisch eingestellten Personen .....	56
Tabelle 4:	Kategoriensystem Finanz-/Wirtschaftskrise.....	60
Tabelle 5:	Kategoriensystem Akteure.....	62
Tabelle 6:	Deskriptive Analyse Finanz-/Wirtschaftskrise.....	65
Tabelle 7:	Häufigkeiten der Kategorien getrennt nach Akteuren.....	66
Tabelle 8:	Häufigkeiten der Kategorien zu Finanz/Wirtschaftskrise verteilt auf Gruppen und Positionen.....	72
Tabelle 9:	Korrespondenztabelle Regierung/Politik.....	81
Tabelle 10:	Korrespondenztabelle Geldinstitute/Banken.....	85
Tabelle 11:	Korrespondenztabelle ManagerInnen/UnternehmerInnen.....	88
Tabelle 12:	Korrespondenztabelle KonsumentInnen/VerbraucherInnen.....	92

## 7. **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Korrespondenzanalyse Finanz-/Wirtschaftskrise.....	74
Abbildung 2: Korrespondenzanalyse Finanz-/Wirtschaftskrise mit Verlauf der Kategorien.....	76
Abbildung 3: Korrespondenzanalyse Regierung/Politik.....	82
Abbildung 4: Korrespondenzanalyse Geldinstitute/Banken.....	86
Abbildung 5: Korrespondenzanalyse ManagerInnen/UnternehmerInnen.....	89
Abbildung 6: Korrespondenzanalyse KonsumentInnen/VerbraucherInnen.....	93

# 8. Anhang

## Anhang A – Fragebogen

### 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**

	<b>+</b>	<b>0</b>	<b>-</b>
1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*\*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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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\*\***

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

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)
Ich glaube, dass sich die Wirtschaft bald von der Finanzkrise erholen wird.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich vertraue auf eine starke Wirtschaft in den kommenden Jahren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich vertraue darauf, dass die Banken korrekt/sorgfältig mit dem Geld der BürgerInnen umgehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich würde keine großen Investitionen im derzeitigen Markt unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die österreichische Wirtschaft ist von der Finanzkrise weniger betroffen als andere Länder.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich vertraue darauf, dass sich die Wirtschaft selbst saniert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich vertraue darauf, dass der Staat die Wirtschaft saniert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Staat und Wirtschaft müssen kooperieren, um die Krise zu überwinden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Krise kann weder durch die Wirtschaft selbst saniert, noch durch die Hilfe des Staates überwunden werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich befürworte die aktuellen Subventionen des Staates in die Wirtschaft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Was die Wirtschaftskrise betrifft, schaue ich optimistisch in die Zukunft.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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	(6 )	(5 )	(4 )	(3 )	(2 )	Stimme vollkommen zu
	(7)	(6 )	(5 )	(4 )	(3 )	(2 )	(1)
Im Allgemeinen glaube ich, dass den meisten Menschen vertraut werden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auch in ungewissen Zeiten erwarte ich normalerweise das Beste.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fällt mir leicht, mich zu entspannen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn bei mir etwas schief laufen kann, dann tut es das auch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Zukunft sehe ich immer optimistisch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In meinem Freundeskreis fühle ich mich wohl.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es ist wichtig für mich, ständig beschäftigt zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fast nie entwickeln sich die Dinge nach meinen Vorstellungen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin nicht allzu leicht aus der Fassung zu bringen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich zähle selten darauf, dass mir etwas Gutes widerfährt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alles in allem erwarte ich, dass mir mehr gute als schlechte Dinge widerfahren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

SP

Ja, und zwar: \_\_\_\_\_

nein

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

SP \*\*verpflichtende Eingabe\*\*

viel mehr leisten als im Vorjahr

etwas mehr

genauso viel

etwas weniger

viel weniger leisten als im Vorjahr

Ich weiß es nicht

Frage 15: Wie schätzen Sie die wirtschaftliche Situation ihres Haushalts in den kommenden

zwei Jahren ein?

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, sehr verbessern

Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, eher verbessern

Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, nicht verändern

Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, eher verschlechtern

Sie wird sich, im Vergleich zur Gegenwart, sehr verschlechtern

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\*\***

Ich habe die Berichterstattung sehr interessiert und bewusst verfolgt.

Ich habe gelegentlich ein paar Berichte interessiert mit verfolgt.

Ich habe nur am Rande davon gehört, aber mich nicht weiter damit beschäftigt.

Ich habe davon eigentlich so gut wie nichts mitbekommen.

Ich habe noch gar nichts davon gehört.

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

MP

Tageszeitungen, und zwar: \_\_\_\_\_

Zeitschriften, Magazine, und zwar: \_\_\_\_\_

Fernsehen, und zwar: \_\_\_\_\_

Radio, und zwar: \_\_\_\_\_

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*

Tageszeitungen

Zeitschriften, Magazine

Fernsehen

Radio

Internet

persönliche Gespräche

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

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

viel schlimmer

eher schlimmer

weniger schlimm  
deutlich weniger schlimm  
Genauso wie ich sie ursprünglich eingeschätzt habe  
Weiß nicht

Frage 20: Wie würden Sie Ihr persönliches Verständnis von wirtschaftlichen Zusammenhängen einschätzen?  
SP \*\*verpflichtende Eingabe\*\*

sehr gut  
eher gut  
eher schlecht  
sehr schlecht

#### STATISTIK

Abschließend bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person:

Stat 1: Geschlecht  
SP \*\*verpflichtende Eingabe\*\*

weiblich  
männlich

Stat 2: Alter (in Jahren)  
\*\*verpflichtende Eingabe\*\*  
\*\*Nummernfeld von 1-99\*\*

Stat 3: Muttersprache  
SP \*\*verpflichtende Eingabe\*\*

Deutsch  
Englisch  
Andere und zwar: \_\_\_\_\_

Stat 4: Nationalität  
SP \*\*verpflichtende Eingabe\*\*

Österreich  
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\*\***

Pflichtschule/Grundschule

Lehrabschluss / Berufsbildende Schule (ohne Matura)

Matura / Kolleg

Fach-/Hochschule / Universität

Andere und zwar: \_\_\_\_\_

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

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

bis 2.000 Einwohner

bis 5.000 Einwohner

bis 50.000 Einwohner

bis 1 Mio. Einwohner

1 Mio. und mehr (Wien)

Stat 7b: In welchem Bundesland leben Sie?

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

Vorarlberg

Tirol

Salzburg

Oberösterreich

Kärnten

Steiermark

Burgenland

Niederösterreich

Wien

AN ALLE

Stat 8: Bitte geben Sie ihre derzeitige Beschäftigung an:

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

selbstständig / freie Berufe (NICHT angestellt)

leitende Angestellte / Beamte / Manager

qualifizierte Angestellte / Beamte

nicht leitende Angestellte / Beamte

un-/angelernte Arbeiter

Lehrling, PraktikantIn, StudentIn

Hausfrau, unterstützender EhepartnerIn

derzeitige Freistellung, z.B.: Karenz

arbeitslos

Andere und zwar: \_\_\_\_\_

STAT 8A+B NUR FÜR LAIENSTICHPROBE

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

SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

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

Stat 8b: Sind Sie derzeit im öffentlichen Dienst beschäftigt?  
SP **\*\*verpflichtende Eingabe\*\***

ja  
nein

STAT 9 NUR FÜR EXPERTENSTICHPROBE

Stat 9: In welchem Bereich sind Sie tätig:

SP

Frontoffice/ im direkten Kundenkontakt/ KundenberaterIn

Backoffice

Produktentwicklung

Strategieentwicklung

Anderer und zwar: \_\_\_\_\_

Ausleitung:

Vielen Dank für die Teilnahme!

## Anhang B – Lebenslauf

### Michael Zehetner

---

Persönliche Daten	Vor- und Zuname: Geburtsdaten: Staatsbürgerschaft:	Michael Alexander Zehetner 15.10.1980, Wien Österreich
-------------------	--	--

---

Schulbildung	1991-1999	Bundesrealgymnasium Stockerau Matura Juni 1999
--------------	-----------	---

---

Studium	2000-	Studium der Psychologie Universität Wien Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie
	2000-2004	Studium der Betriebswirtschaftslehre Wirtschaftsuniversität Wien (ohne Abschluss) Schwerpunkt Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

---

Berufserfahrung	09/2009:	Mitarbeit bei der 6. Fachtagung für Arbeits-, Organisations- & Wirtschaftspsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie
	09/2012-	Psychologisches Praktikum bei datenwerk innovationsagentur GmbH Usability-Testing und Analysen im Bereich Social Media Monitoring

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 26.11.2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Michael", written over a horizontal line.

(Unterschrift)