

## 2 Nutzenorientierte Einführung in das Beratungskonzept

*„Nutzen und Schaden sind die besten  
Interpreten des Lebens.“*

J. C. Friedrich von Schiller (1799)\*

W. Fürst (2006)\*

Dem Autor dieser Arbeit ist bewusst, dass die potentiellen Nutzer/innen (im Folgenden Buchleser/innen) einen Nutzen (z. B. Beratungskompetenz im Sinne von Wissenszuwachs) erzielen möchten. Somit handelt es sich bei dieser gegebenen Situation per Definition auch um ein Problem (s. erster Absatz der Einleitung), da der Autor nicht weiß, wie er sein Ziel, also die Buchleser/innen dazu zu bringen, das Buch weiter zu lesen, erreichen soll. Die Buchleser/innen haben jedoch auch ein „Problem“. Sie investieren im Vorfeld viel Zeit und ggf. Geld (= Aufwand), ohne zu wissen, ob sie tatsächlich einen Wissenszuwachs durch das Lesen erzielen.

Der Autor geht im Folgenden davon aus, dass die Buchleser/innen mit möglichst wenig (Lese-)Aufwand einen möglichst großen Wissenszuwachs erzielen möchten. Somit handeln die Buchleser/innen im Sinne des ökonomischen Prinzips (s. folgender Absatz), womit wiederum das Menschenbild „Homo Oeconomicus“<sup>5</sup> unterstellt wird, dem auch der Autor glaubt unterlegen zu sein. Somit sollte der Autor sich überlegen, wie er die Buchleser/innen dazu bringt, das Buch weiter zu lesen. Da dieses Konzept, wie bereits erwähnt, kontextunabhängig ist, kann es selbst zu diesem Zweck (Leser überzeugen) angewendet werden.

Die folgenden Erläuterungen stellen, wie sich noch zeigen wird, bereits eine Methode des Beratungskonzeptes dar, um z. B. auch die Buchleser/innen vom weiteren Lesen zu überzeugen. Im vorliegenden Kapitel wird ein anschaulicher und einführender Überblick des Beratungskonzeptes vorgestellt. Die/der Buchleser/in erlangt hierdurch ein grundlegendes Konzeptverständnis und kann mit

---

\* Quelle: URL: <http://www.aporismen.de/zitat/128922> und 1439 [Stand: 12.08.2013, 12:12]

5 Der Homo Oeconomicus spiegelt das Menschenbild der Klassischen Ökonomie wieder, welches im Gegensatz zum Homo Sociologicus nur individuelle und keine gesellschaftlichen Zwänge empfindet (vgl. Weise, Brandes, Eger & Kraft, 2002, S. 50).

einem relativ geringem (Lese-)Aufwand einschätzen, ob das vorliegende Konzept und deren (praktische) Vorgehensweise einen für sie/ihn individuellen (!) Nutzen stiftet. Die individuelle Nutzenbewertung stellt beim vorliegenden Beratungskonzept eine grundlegende Methode zur Identifikation und Analyse einer (Problem-)Situation dar.

## 2.1 Grundannahmen und Problemstellung

Im folgenden Abschnitt werden zunächst die in dieser Arbeit angenommenen und somit zugrunde gelegten Menschenbilder erläutert. Beratungskonzepte setzen grundsätzlich ein bestimmtes Menschenbild voraus, da nach Wagner (2007) „Beratung immer mit Menschen zu tun hat“ (S. 663). Das vorliegende Konzept bezieht unterschiedliche sowohl rationalistische als auch konstruktivistische Menschenbilder ein. Das rationalistische Menschenbild geht von einem vollkommen rationalen Menschen aus. (Kognitions-)psychologisch, meist konstruktivistisch orientierte Ansätze, zeigen jedoch, dass dies nicht der Fall ist. Menschen besitzen irrationale Präferenzen und Gedanken und sind auch nicht grundsätzlich in der Lage und bereit, rational und logisch zu denken. Diese entscheidungs- und verhaltensrelevanten Einflussfaktoren gilt es, in der vorliegenden Arbeit zu berücksichtigen (Problemstellung), um eine effektive Vorgehensweise zur Problemlösung zu ermöglichen (Ziel). Wagner (2007) argumentiert, dass die zugrunde gelegten Menschenbilder einen Einfluss auf den Beratungsprozess ausüben und das jeweilige Problem „in unterschiedlichem Licht betrachten“ (S. 663). Integrative Beratung bedeutet in diesem Zusammenhang, dass unterschiedliche Methoden, welchen wiederum unterschiedliche Menschenbilder zugrunde liegen, miteinander verknüpft werden, um die Vielfalt menschlichen Denkens und Handelns zu berücksichtigen (ebd.).

### 2.1.1 Zugrundeliegende Menschenbilder

Nach dem rationalistischen Menschenbild ist die Maximierung des Nutzens ein grundlegendes Ziel eines Individuums. Unter **Nutzen** versteht man einen subjektiv wahrgenommenen Gewinn (= positiver Nutzen) oder Verlust (= negativer Nutzen). Dieser kann sowohl materiell (z. B. Geld), als auch immateriell (z. B. Zeitaufwand) sein. Anknüpfungspunkte bietet an dieser Stelle die Theorie der Ressourcenerhaltung. Diese geht davon aus, dass ein Mangel an Ressourcen zu Problemen führen kann (vgl. Nestmann, 2007, S. 728 f.). Dabei werden Ressourcen nach:

- (1) materiellen Objekten (z. B. ein Auto),
- (2) Lebensbedingungen (z. B. Sicherheit),
- (3) Personenmerkmalen (z. B. Kontrollbewusstsein) und
- (4) Energieressourcen (z. B. Geld) als Mittel zum Erwerb von den in (1) und (2) genannten Ressourcen unterschieden (ebd.).

Das vorliegende nutzen- und somit auch ressourcenorientierte Beratungskonzept wird nach Mandl, Friedrich und Hron (1993, S. 197) der Gruppe der Ansätze zur Förderung allgemeiner kontextübergreifender Problemlösungsstrategien zugeordnet. Somit kann das vorliegende Beratungskonzept für Probleme unterschiedlicher Art in verschiedenen Lebensbereichen (z. B. Familie, Schule, Arbeit, Forensik u. v. m.) und (Problem-)Situationen (z. B. Ehestreit, Schulumüdigkeit, Mobbing, Kriminalitätsbekämpfung usw.) angewendet werden.

Im Folgenden wird ein Überblick über die wesentlichen Annahmen und Inhalte dieser Arbeit mithilfe nachvollziehbarer Fallbeispiele vorgestellt. Die/der Buchleser/in soll sich hierdurch in die gegenwärtigen (Problem-)Situationen hineinversetzen, um das grundlegende Lösungsprinzip dieses interdisziplinären und kontextunabhängigen Beratungsansatzes leicht und logisch nachvollziehen zu können.

Das vorliegende Beratungskonzept soll letztendlich dazu dienen, alltägliche Probleme wirksam und nachhaltig mit möglichst geringem Aufwand lösen zu können. Dabei spielen die im Folgenden vorgestellten **ökonomischen Prinzipien**<sup>6</sup> für die Problemidentifikation und -analyse eine tragende Rolle: Jeder Mensch versucht, nach dem:

- (1) **Maximalprinzip** mit gegebenen Mitteln (z. B. 20,00 Euro = Aufwand, Verlust oder Kosten) so viel wie möglich zu erhalten oder
- (2) **Minimalprinzip** für ein bestimmtes Gut (z. B. ein Buch = Nutzen oder Gewinn) so wenig wie möglich auszugeben.

Anknüpfungspunkte zu diesen beiden Prinzipien bietet an dieser Stelle auch die (nicht-ökonomisch orientierte) Psychoanalyse, nach der Individuen Vergnügen maximieren und unangenehme Zustände minimieren (vgl. Epstein, 2003, S. 9). Nach Freud (1925, S. 368 und 1962, S. 25) existiert ein Wesen (Instanz oder Per-

---

6 Diese Prinzipien sind auch vielen Schüler/innen bekannt. Beispielsweise ist in den Jahrgangsstufen 7 und 8 das ökonomische Prinzip als erster Lerninhalt im Lehrplan verankert: Die Schüler/innen „nennen das ökonomische Prinzip und wenden es an“ (Berliner Rahmenlehrplan für die Sekundarstufe I, Jahrgangsstufe 7 - 8, Integrierte Sekundarschule, Fach: Wirtschaft-Arbeit-Technik, 2010, S. 16). Somit wird deutlich, dass Schüler/innen kognitiv in der Lage sein sollten, dieses Prinzip zu verstehen und im vorliegenden Konzept anzuwenden.

sönlichkeit) im Menschen, das sogenannte Es, welches uneingeschränkt vom **Lustprinzip** (engl.: pleasure principle) dominiert wird. Die Psychoanalyse wird gemäß Wagner (2007, S. 666) auch als „Dampfkessel“-Modell bezeichnet, da (Lust-)Triebe eine zentrale Rolle im Menschen einnehmen. Hedonistische Ansätze gehen ebenfalls davon aus, dass „behavior is directed toward pleasure and away from pain“ (Vroom, 1995, S. 11). Lust bzw. Vergnügen (engl.: pleasure) wird in der vorliegenden Arbeit als positiver Nutzen (Gewinn) und Leid als negativer Nutzen (Verlust) definiert.

Im alltäglichen Leben verhalten sich Menschen jedoch nicht immer nach den eben vorgestellten beiden ökonomischen Prinzipien. Sie wählen Alternativen (z. B. Verhaltensweisen), die ihnen nicht den größten Nutzen bzw. größte Lust versprechen. Sie bewerten den Nutzen einer Alternative aus unterschiedlichen **persönlichen, zeitlichen (dynamischen) und situativen** Gründen irrational. Dem Es wird ebenfalls unterstellt, dass „es sich aus der irrationalen Kraft des Instinktes nährt“ (Lambertino, 1994, S. 157). Daher müssen gezielt Möglichkeiten geschaffen werden, um diese irrationalen Verhaltensweisen in bestimmten Situationen zu unterbinden.

An dieser Stelle könnte bereits (die durchaus berechtigte) Kritik aufkommen, dass dieses Konzept zu rationalistisch ist und aus der konstruktivistischen Perspektive zur Erklärung und Analyse von menschlichem Verhalten nicht realistisch und plausibel erscheint. Wie sich allerdings noch zeigen wird, ist das vorliegende Konzept auch konstruktivistisch orientiert. Menschen besitzen eine eigene subjektive Weltsicht und somit auch eine individuelle Interpretation der Rationalität. Sie nehmen die reale Umwelt, also die Wirklichkeit, aufgrund konstruktiver Prozesse (z. B. Selektion, Fokussierung und Kategorisierung), unterschiedlich wahr (vgl. Prinz, 2004, S. 200). Daher bezieht der vorliegende Ansatz auch verhaltensökonomische und andere konstruktivistisch orientierte Ansätze zur Analyse und Erklärung von Verhalten explizit mit ein.

Aber welche persönlichen und situativen Faktoren beeinflussen Verhalten? Die folgende Abbildung 2.1 verdeutlicht, welche entscheidungs- und verhaltensrelevanten Faktoren aus der Perspektive unterschiedlicher Menschenbilder, (ir)rationales Verhalten beeinflussen. Durch diese pluralistische Betrachtungsweise wird versucht, die Ursachen für irrationale Entscheidungs- und Verhaltensmuster zu ergründen, um diese anschließend durch geeignete Methoden zu korrigieren.

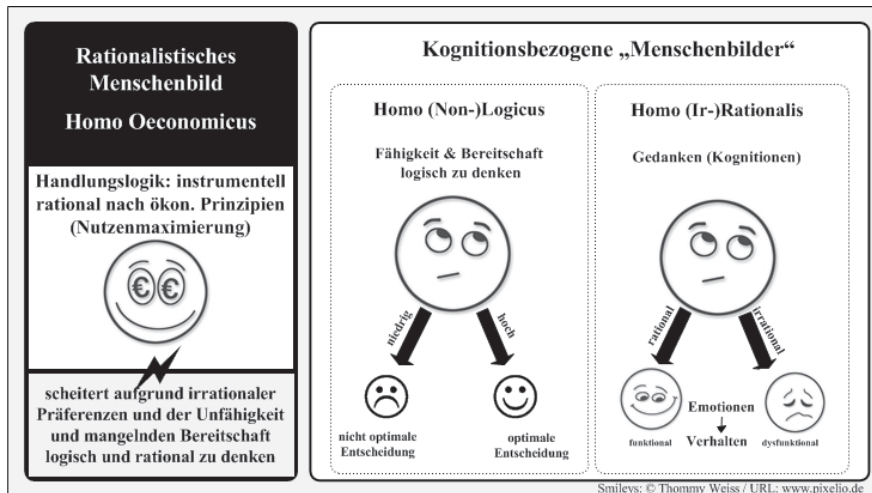


Abbildung 2.1: Menschenbilder und deren entscheidungs- und verhaltensrelevanten Einflussfaktoren

Der „**Homo Oeconomicus**“ verhält sich stets instrumentell rational und maximiert zu jeder Zeit seinen Nutzen, was ihn durchschaubar und berechenbar macht (s. Kap. 4.2.1.2). Gemäß Risse (2003) verhalten sich Menschen „instrumentell rational, indem sie Kosten und Nutzen verschiedener Verhaltensweisen kalkulieren“ (S. 9). Der Autor geht **zunächst** davon aus, dass viele Menschen und somit auch Buchleser/innen nach dieser Handlungslogik Entscheidungen treffen. Das im Sinne dieses Menschenbildes angewandte Nutzenkonzept (s. folgender Abschnitt) eignet sich hierdurch sehr gut für die formale Identifikation und Analyse von Verhalten bzw. Problemen, da es sehr einfach, gradlinig und verständlich ist.

Da Menschen, wie bereits erläutert wurde, jedoch nicht immer nach dieser Handlungslogik Entscheidungen treffen, werden auch verhaltensökonomische Erkenntnisse bezüglich irrationaler Entscheidungs- und Verhaltensmuster im vorliegenden Konzept berücksichtigt. Die Verhaltensökonomie (s. Kap. 4.3.3) bezieht explizit situative Einflussfaktoren mit ein. Aufgrund dieser neigen Menschen zu unbewussten irrationalen Präferenzen (s. u. a. Kap. 5.1.2.1.3), die zu irrationalen Verhaltensmustern führen.

Dies wird in ähnlicher Weise auch dem Es, welches nach Freud das ursprüngliche Wesen des Menschen darstellt, unterstellt, da es größtenteils unbewusst ist und sich jeglicher Logik entzieht (vgl. Lambertino, 1994, S. 157). Das Es „fordert sofortige und volle Befriedigung, ignoriert zeitliche und räumliche Grenzen“ (ebd., S. 157). Das Es ist nicht fähig oder bereit logisch und rational zu

„denken“, Es gehorcht ausschließlich dem Lustprinzip, womit die menschliche Psyche nach Freud einen „nicht-rationalen Ursprung“ (ebd., S. 157) aufweist. Die im Folgenden vorgestellten Menschenbilder „Homo (Non-)Logicus“<sup>7</sup> und „Homo (Ir-)Rationalis“<sup>8</sup> berücksichtigen diesen Sachverhalt anhand von messbaren personenbezogenen Konstrukten.

Der „**Homo (Non-)Logicus**“ definiert sich in Anlehnung an die *Cognitive-Experiential Self-Therapy* (CEST) insbesondere durch die Verhaltensdisposition „kognitive Rationalität“. Dieses messbare Persönlichkeitskonstrukt kann bei einer Person stark oder niedrig ausgeprägt sein. Eine hohe kognitive Rationalität (Fähigkeit und Bereitschaft rational zu denken) führt zu optimaleren Entscheidungen, als eine niedrige. Dieser Sachverhalt konnte bereits in unterschiedlichen Studien und auch in dieser Arbeit (s. Kap. 5.2.1.3.3) empirisch bestätigt werden. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Ausprägung der kognitiven Rationalität einen Einfluss auf die (instrumentelle) Rationalität einer Person ausübt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Personen mit einer geringen kognitiven Rationalität weder in der Lage noch dazu bereit sind, den Nutzen und die Kosten im Sinne von Risse (2003, S. 9) angemessen zu kalkulieren. Daher ist bei Personen mit einer geringen individuellen Fähigkeit und Bereitschaft rational zu denken, ein intensiverer direkter Einfluss seitens des Beraters bezüglich der Problemanalyse und Motivation notwendig. Dies setzt natürlich voraus, dass der Berater selbst eine hohe kognitive Rationalität besitzt.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurde daher ein valider Fragebogen zur Messung der kognitiven Rationalität entwickelt (s. Kap. 5.2.1). Mithilfe der individuellen Ergebnisse kann die kognitive Rationalität einer Person diagnostiziert werden. Hoch kognitiv Rationale erzielen, wie eben deutlich wurde, häufiger optimale Ergebnisse. Sie sind in der Lage und verfügen über eine hinreichend hohe Bereitschaft, eine Entscheidung nach einer instrumentell rationalen Handlungslogik zu treffen. Des Weiteren besteht ein negativer Zusammenhang zwischen der Höhe der Ausprägungen der kognitiven Rationalität und den „irrationalen Gedanken“ des folgenden Menschenbildes „Homo (Ir-)Rationalis“ (s. Ergebnisse der Studie in Kap. 5.2.2.1). Irrationale Gedanken führen zu unangemessenen Emotionen sowie zu selbstschädigendem (dysfunktionalem) und somit irrationalen Verhalten.

Der „**Homo (Ir-)Rationalis**“, kann gemäß der *Rational-Emotiven Verhaltenstherapie* (REVT) nach Ellis sowohl rationale Gedanken besitzen, die zu rati-

---

7 Steven Edward Penã nutzt den Term „Homo Logicus“ in einer Publikation (Homo Logicus: Introduction, inquiry, and reflection in the art of right reasoning [2004])

8 Diese Bezeichnung lehnt sich an eine übersetzte Schrift des bekanntesten Forschers zum Thema „(ir-)rationales Verhalten“, Herbert Alexander Simon, mit dem Titel „Homo rationalis: Die Vernunft im menschlichen Leben“ (1993) an.

onalen (adaptiven) Emotionen und funktionalem Verhalten, als auch irrationale Gedanken, die zu irrationalen (maladaptiven) Emotionen und dysfunktionalem Verhalten führen (s. Kap. 4.1). Ein irrationaler Gedanke ist z. B., dass man der Ansicht ist, dass es besser ist, Schwierigkeiten aus dem Weg zu gehen, als sich ihnen zu stellen (s. Kap. 4.1.1.3). Irrationale Gedanken müssen identifiziert und anschließend disputiert (hinterfragt) werden, um die hierdurch resultierenden unangebrachten verhaltensbezogenen und emotionellen Konsequenzen zu verhindern.

Auf eine ausführliche Erläuterung der methodischen Vorgehensweise wird an dieser Stelle verzichtet, da diese sehr detailliert in Kapitel 4.1.2 beschrieben wird. Die Methoden dienen allgemein dazu, irrationale Gedanken zu identifizieren und ggf. zu disputieren. Nach dem Psychotherapeuten Ellis (1977, S. 208) ist bereits schon die Identifizierung der eigenen Irrationalität ein Erfolg für die Rationalität. Diese Überlegungen stehen auch im Einklang mit ökonomischen Erkenntnissen. In Anlehnung an Frederick, Loewenstein und O'Donoghue (2003, S. 34 f.) und López (2006, S. 7 ff.) verhalten sich Durchdachte weniger impulsiv i. S. v. selbstkontrolliert und somit rationaler.

### *2.1.2 Grundlegende Problemstellung*

Im Folgenden Kapitel werden zunächst einige für die Beratung bedeutende (verhaltens-)ökonomische Konzepte und Erkenntnisse vorgestellt. Ökonomische Konzepte wurden in der Vergangenheit nicht oder nur implizit in die Beratung einbezogen. Mit deren Methoden kann jedoch fast jede beliebige (Problem-) Situation anschaulich analysiert und Verhalten erklärt werden. Mithilfe der gewonnenen Informationen werden anschließend Strategien, wie z. B. die Einführung von Regeln, zur Problemlösung auf der Grundlage nutzentheoretischer Aspekte erarbeitet. Ökonomische Konzepte gehen jedoch grundsätzlich davon aus, dass Menschen stets bestrebt sind, ihren individuellen Nutzen zu maximieren. An dieser Stelle werden bereits zwei wesentliche Probleme bzw. Fragen deutlich:

- (1) Kann man den individuellen Nutzen einer Person präzise erfassen?
- (2) Sind Menschen grundsätzlich Nutzenmaximierer und somit auch rational?

Sowohl die erste als auch zweite Frage müssen nach dem derzeitigen Forschungsstand mit „nein“ beantwortet werden. Aus diesem Grund wurde der ökonomische Erklärungsansatz vermutlich auch noch nicht explizit in der Beratung angewendet.

Um den Nutzen maximieren zu können (s. Punkt 2), muss man den Nutzen einer bzw. mehrerer möglicher Alternativen zunächst präzise (valide) erfassen. Mithilfe einer sogenannten Nutzwertanalyse (s. folgender Absatz) wird der individuelle Nutzen für alle möglichen Handlungsalternativen, wie z. B. „Buch lesen“ und „Buch nicht lesen“, ermittelt. Anschließend wird die ordinale Präferenzordnung durch einen direkten Nutzwertvergleich beider Alternativen bestimmt. Beispielsweise kann der Nutzen der Alternative „Buch lesen“ größer sein, als der der Alternative „Buch nicht lesen“, womit der rationale (!) Entscheider die höher bewertete Alternative wählt und dementsprechend weiter liest.

Kritisch zu betrachten ist allerdings die Tatsache, dass weitere Einflussgrößen wie individuelle **Kognitionen** (Gedanken) und **Emotionen** (Gefühle) unberücksichtigt bleiben und das **System** (z. B. Buchhandel) und deren möglichen (situativen) Systemzwänge, wie z. B. die Buchpreisbindung, bestenfalls implizit einbezogen werden. Daher werden in der vorliegenden Arbeit sowohl kognitiv-emotive als auch verhaltensökonomische und spieltheoretische Konzepte einbezogen, um die Nutzenbewertung durch die Berücksichtigung weiterer personenbezogener und situativer Einflussgrößen zu präzisieren (s. Fragestellung [1]).

Die zweite Fragestellung, ob Menschen generell ihren Nutzen rational maximieren, muss ebenfalls mit „nein“ beantwortet werden. Verhaltensökonomische Studien (s. Kap. 4.3.3) belegen, dass Menschen nicht immer rationale Entscheidungen treffen. Sie neigen aufgrund unbewusster irrationaler Präferenzen (s. Kap. 5.1.2.1.3) zu irrationalen Verhaltensmustern. Sind den Entscheidern diese bewusst, gehören sie, wie sich noch zeigen wird, der Gruppe der „Durchdachten“ an (vgl. Frederick, Loewenstein & O'Donoghue, 2003, S. 34; López, 2006, S. 7 ff.). Die Durchdachten treffen, im Gegensatz zu den Naiven, Entscheidungen auf Grundlage einer instrumentell rationalen Handlungslogik. Sie handeln weniger impulsiv und verfügen daher über mehr Selbstkontrolle (ebd.).

Weiterhin ist bekannt, dass die Entscheidungsfindung auch von situativen Faktoren beeinflusst wird. Diese können irrationale Präferenzen infolge kognitiver Verzerrungen (engl.: *cognitiv bias*) hervorrufen. Genauer betrachtet, sind nicht die Präferenzen irrational, sondern die Bewertungen der entscheidungs- und verhaltensrelevanten Attribute, wie z. B. „Leseaufwand“ oder „Wissenszuwachs“ (s. Abs. 2.2.2). Für das vorliegende Beratungskonzept ist dieser Sachverhalt von entscheidender Bedeutung. Präferenzen kann man nur durch eine Handlung eindeutig erfassen. Beispielsweise präferiert eine Person die Alternative „Buch lesen“, indem sie einfach das Buch weiter liest (= Handlung).

Die alles entscheidende Frage ist allerdings: Warum macht sie das? Warum entscheidet sie sich für die Alternative „Buch lesen“? Um dies herauszufinden, müssen die Motive des Handelns betrachtet werden. Die Motive können in diesem Zusammenhang durch eine individuelle Nutzenbewertung der für sie ent-



scheidungs- und verhaltensrelevanten Attribute, wie z. B. „Leseaufwand“ oder „Wissenszuwachs“, offengelegt werden. Beispielsweise wird bei der Wahl der Alternative „Buch lesen“ vermutlich der Nutzen durch den erwarteten Wissenszuwachs höher eingeschätzt, als die Kosten, also der Leseaufwand. Diese instrumentell rationale Bewertung wird jedoch, wie eben deutlich wurde, nicht nur durch persönliche Motive, sondern auch durch situative Faktoren beeinflusst. Verhaltensökonomische Untersuchungen konnten diesbezüglich belegen, dass die Präferenzen infolge dynamischer und situativer Gegebenheiten entgegen der Auffassung der Klassischen Ökonomie irrational und somit:

- (1) inkonsistent bzw.
- (2) instabil sein können.

**Inkonsistente (Zeit-)Präferenzen**<sup>9</sup>, erklären Selbstkontrollprobleme infolge irrationaler Denk- bzw. Bewertungsprozesse (s. Kap. 4.3.2). Menschen neigen dazu, Handlungsalternativen bzw. deren entscheidungsrelevanten Attribute unter dynamischen Aspekten nicht so zu bewerten, wie die klassische Ökonomie annimmt (vgl. u. a. Thaler, 1981, S. 201). Positive Attribute, wie z. B. „Wissenszuwachs“, werden nach dem Motto „lieber weniger gleich als mehr später“ und negative, wie z. B. „Leseaufwand“, „lieber mehr später als weniger sofort“ unangemessen und somit irrational bewertet.

Unter **instabile Präferenzen**<sup>10</sup> versteht man hingegen, dass sich die Präferenzordnung (die Alternative „Buch lesen“ ist besser, als die Alternative „Buch nicht lesen“, womit die Alternative „Buch lesen“ präferiert wird) entgegen der Annahme der klassischen Ökonomie kontextbedingt ändert (vgl. Beckert & Münnich, 2013).

Die Bewertung bestimmter Attribute wie z. B. „Buchkosten“ und die daraus resultierende Entscheidung für eine Alternative, wird durch situative (Kontext-) Faktoren beeinflusst. Die (neue) Erwartungstheorie (engl.: prospect theory) untersucht diesbezüglich unterschiedliche Phänomene und kommt zu dem Entschluss, dass Menschen irrationale Entscheidungen aufgrund einer z. B. wech-

---

9 Weitere Bezeichnungen: dynamically inconsistent preferences gemäß Wertenbroch (2003, S. 492), dynamic inconsistency in Anlehnung an Thaler (1981) und Gul und Pesendorfer (2001, S. 1405) oder time-inconsistent preferences gemäß O'Donoghue und Rabin (1999, S. 103).

10 Die Unterscheidung zwischen inkonsistenten und instabilen Präferenzen trägt nicht selten zu Verwirrungen bei. Inkonsistente Präferenzen sind unter testtheoretischen Gesichtspunkten instabil, da sie über einen gewissen Zeitraum variieren (s. z. B. Test-Retest-Reliabilitätsanalyse in Kap. 5.2.1.3.2). Wohingegen instabile Präferenzen im Sinne einer z. B. Konsistenzanalyse wohl eher inkonsistent sind. Häufig werden inkonsistente Präferenzen auch zu den instabilen Präferenzen subsumiert. In der vorliegenden Arbeit sprechen wir vereinfacht auch von irrationalen Präferenzen.

selnden Entscheidungsperspektive treffen (vgl. Bechara & Damasio, 2005, S. 358). In der vorliegenden Arbeit wurde eine empirische Untersuchung zu diversen irrationalen Verhaltensweisen durchgeführt (s. Kap. 5.2.2.2), um die Erkenntnisse auch im Beratungskontext einbeziehen zu können.

Weiterhin wurde in Abbildung 2.1 deutlich, dass Menschen irrationale Gedanken und/oder eine geringe rationale Fähigkeit oder Bereitschaft aufweisen können, die zu nicht optimalen Entscheidungen oder selbstschädigendem und somit irrationalen Verhalten führen. Somit kann auch unter Einbeziehung persönlicher entscheidungs- und verhaltensrelevanter Einflussfaktoren nicht per se von stets nutzenmaximierenden und somit auch nicht von einem instrumentell rational handelnden Menschen ausgegangen werden.

**Fazit:** Dieses (Motivations-)Konzept kann, wie bereits deutlich wurde, für fast jede erdenkliche (Problem-)Situation in unterschiedlichen Lebensbereichen nach der im Folgenden kurz vorgestellten Vorgehensweise angewendet werden. Im nächsten Abschnitt wird ein Fallbeispiel vorgestellt, in welchem der Autor dieser Arbeit unter Berücksichtigung der beiden oben dargestellten Kritikpunkte (invalide Nutzenbewertung und -maximierung) versucht, seinen eigenen Nutzen durch die explizite Einbeziehung des vermuteten Nutzens der Leser/innen zu maximieren (= Ziel des Autors).

Der Autor analysiert durch unterschiedliche Analysetechniken den Erwartungsnutzen der beiden Alternativen „Buch lesen oder nicht lesen“ und leitet daraus die Präferenzen der Buchleser/innen ab. Anschließend kann der Autor ggf. durch geeignete Methoden die potentiellen Buchleser/innen zum lesen überzeugen bzw. motivieren, indem er die Präferenzen der Buchleser/innen durch geeignete Lösungsstrategien beeinflusst. Hierzu müssen jedoch, wie eben deutlich wurde, sowohl persönliche als auch situative entscheidungs- und verhaltensrelevante Einflussfaktoren bei der Analyse und Beeinflussung von Präferenzen berücksichtigt werden.

## 2.2 Nutzenorientierte Methoden zur Analyse von Präferenzen

Dem **Autor** dieser Arbeit ist bewusst, dass er seinen Nutzen, in Form von z. B. Reputation, Zufriedenheit oder Tantiemen nur unter der Voraussetzung maximieren kann, dass das vorliegende Konzept erfolgreich ist und somit viele potentielle **Buchleser/innen** begeistert. An dieser Stelle wird zunächst unterstellt, dass sowohl der Autor als auch die potentiellen Buchleser/innen stets bestrebt sind, ihren persönlichen Nutzen zu maximieren und sich somit rational verhalten. Rationales Verhalten führt zur Zielerreichung und somit Nutzenmaximierung. Irra-

Entwicklung eines Beratungskonzeptes für Schulen  
Ein integratives Konzept zur Erlangung von rationalen  
Problemlösungskompetenzen

Balla, D.

2016, XVI, 296 S. 19 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11986-7