

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Verzeichnis der Abkürzungen.....	XIX
1 Einleitung	1
2 Theoretischer Hintergrund.....	7
2.1 Besonderheiten der Umwelt als Gut.....	7
2.2 Klassifikation der Methoden zur Messung von Zahlungsbereitschaften.....	9
2.3 Die Befragungsmethoden	11
2.3.1 Contingent Valuation	11
2.3.2 Die multiattributiven Ansätze	16
2.3.3 Vergleich von Contingent Valuation und den multiattributiven Ansätzen	23
2.4 Die Schätzung von Zahlungsbereitschaften aus den Befragungsmethoden	25
2.5 Ansätze zur Überprüfung der Validität der Befragungsmethoden	26
2.5.1 Interne Kriteriumsvalidität	27
2.5.2 Externe Kriteriumsvalidität	28
2.5.3 Experimente mit induzierten Präferenzen	29
2.6 Ziele der Arbeit.....	36
3 Studie 1: Die hypothetische Verzerrung. Ein empirischer Vergleich der Genauigkeit verschiedener Befragungsmethoden in Bedingungen mit hypothetischen und realen finanziellen Anreizen	37
3.1 Empirische Evidenz aus Studien mit natürlichen Präferenzen	38
3.2 Empirische Evidenz aus Induzierte-Werte-Experimenten.....	42
3.3 Erklärungsansätze für die hypothetische Verzerrung	44
3.3.1 Inkonsistenzen der Antworten in der hypothetischen Situation	44
3.3.2 Inkonsistenzen der Antworten in der realen Situation	46

3.3.3	Unterschiede in der Konstruktion von Präferenzen	48
3.3.4	Effekte von finanziellen Anreizen auf Verhalten und Leistung	48
3.4	Fragestellungen und Hypothesen	50
3.5	Methode	54
3.5.1	Stichprobe und Studienablauf	54
3.5.2	Studiendesign	55
3.5.3	Schätzen von Präferenzen und Zahlungsbereitschaften in den wahlbasierten Methoden	62
3.5.4	Maße der Genauigkeit und vergleichende Analysen	65
3.6	Ergebnisse zum Induktionserfolg in Studie 1	67
3.6.1	Identifikation von Probanden mit unzureichendem Induktionserfolg	67
3.6.2	Analysen zum Lernerfolg	69
3.6.3	Analysen zum Transfererfolg	71
3.7	Die Güte der Befragungsmethoden in Bedingungen mit hypothetischen vs. realen finanziellen Anreizen	74
3.7.1	Effekte des Anreizes auf Antwortverhalten in den Befragungsmethoden	74
3.7.2	Einfluss des Anreizes auf die ermittelten Präferenzen in den wahlbasierten Befragungsmethoden	79
3.7.3	Genauigkeit der WTP-Schätzungen aus den Befragungsmethoden in der hypothetischen und in der realen Bedingung	84
3.8	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse aus Studie 1	93
3.8.1	Einfluss des hypothetischen und realen finanziellen Anreizes auf Antwortverhalten, Präferenzen und WTP-Schätzungen	94
3.8.2	Stärken und Grenzen der Studie sowie Implikationen der Ergebnisse für Praxis und Forschung	104
4	Studie 2: Wie beeinflussen Risikopräferenzen, Risiko- und Geldeinstellungen die Genauigkeit verschiedener Befragungsmethoden in realen und hypothetischen Bedingungen? Effekte der Person zur Erklärung der hypothetischen Verzerrung in den Befragungsmethoden	109
4.1	Theoretischer Hintergrund	111
4.1.1	Das Modell von Bonner und Sprinkle (2002)	111
4.1.2	Modell zur Wirkung von Personen-, Aufgaben-, Umwelt- und Anreizvariablen auf die Genauigkeit von Wahlen, Präferenzen und WTP	113
4.1.3	Effekte von Personenmerkmalen auf Präferenzen, WTP und die hypothetische Verzerrung in den Befragungsmethoden	115
4.2	Fragestellungen und Hypothesen	121
4.2.1	Risikopräferenzen und -einstellungen	121

4.2.2	Geldeinstellungen	123
4.3	Methode	123
4.3.1	Stichprobe und Studiendesign	123
4.3.2	Bestimmung von Zahlungsbereitschaften und Genauigkeitsmaßen	130
4.3.3	Erfassung von Risiko- und Geldeinstellungen	131
4.3.4	Statistische Analysen	133
4.4	Ergebnisse aus Studie 2	134
4.4.1	Deskriptive Statistiken und Korrelationsanalysen	134
4.4.2	Regressionsanalysen	136
4.5	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse aus Studie 2	140
4.5.1	Einfluss von Risikopräferenzen, Risiko- und Geldeinstellungen auf die Genauigkeit der Befragungsmethoden in realen und hypothetischen Situationen	141
4.5.2	Stärken und Grenzen der Studie sowie Implikationen der Ergebnisse für Praxis und Forschung	145
5	Studie 3: Die strategische Verzerrung in den Befragungsmethoden	149
5.1	Anreizkompatibilität einer Methode und ihre Determinanten	150
5.1.1	Frageformat	150
5.1.2	Zahlungs- und Bereitstellungsregeln	154
5.1.3	Folgerichtigkeit	156
5.2	Untersuchungsansätze und empirische Evidenz	156
5.2.1	Das offene Format	157
5.2.2	Das geschlossene Format	159
5.2.3	Die multiattributiven Ansätze	161
5.3	Strategisches Verhalten in der psychologischen Forschung	165
5.4	Fragestellungen und Hypothesen	168
5.5	Methode	170
5.5.1	Stichprobe und Studienablauf	170
5.5.2	Schätzen von Präferenzen und Zahlungsbereitschaften in den wahlbasierten Methoden	174
5.5.3	Maße der Genauigkeit und vergleichende Analysen	176
5.6	Einführende Analysen	177
5.6.1	Identifikation von Probanden mit unzureichendem Induktionserfolg	177
5.6.2	Manipulation Check	179
5.7	Ergebnisse zum Induktionserfolg in Studie 3	181
5.7.1	Analysen zum Lernerfolg	181
5.7.2	Analysen zum Transfererfolg	183

5.8	Analysen zum Einfluss des Anreizes für strategisches Verhalten auf Antworten, Präferenzen und WTP in den Befragungsmethoden.....	185
5.8.1	Antworten in den Befragungsmethoden in Abhängigkeit vom Anreiz für strategisches Verhalten.....	186
5.8.2	Einfluss des Anreizes für strategisches Verhalten auf die ermittelten Präferenzen in den wahlbasierten Befragungsmethoden	190
5.8.3	Ergebnisse zum Einfluss des Anreizes für strategisches Verhalten auf die WTP-Schätzungen in den Befragungsmethoden.....	197
5.9	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse aus Studie 3	206
5.9.1	Einfluss des Anreizes für strategisches Verhalten auf Antworten, Präferenzen und WTP in den Befragungsmethoden	207
5.9.2	Strategiefälligkeit der Befragungsmethoden	212
5.9.3	Stärken und Grenzen der Studie sowie Implikationen der Ergebnisse für Praxis und Forschung	213
6	Abschließende Zusammenfassung und Diskussion	217
	Literaturverzeichnis.....	227
	Anhang	265
A	Induktion von Präferenzen und WTP	265
A.1	Einführungsszenario	265
A.2	Beispielaufgabe aus dem Trainingsmodul „Selektieren“	269
A.3	Liste der Beurteilungsobjekte mit den zu induzierten Nutzenwerten und Zahlungsbereitschaften.....	270
A.4	Induktion von Zahlungsbereitschaften	271
A.5	Kontrolle des Induktionserfolges	273
B	Instruktionen und eingesetzte Befragungsmethoden in Studie 1 und 2.....	277
B.1	Instruktion für die experimentalen Bedingungen in Studie 1 und 2.....	277
B.2	Instruktion für die Bearbeitung der Befragungsmethoden in Studien 1 und 2....	278
B.3	Beispiel für den Einsatz der Befragungsmethoden in Studie 1 und 2	283
C	Fragebögen in Studie 2	284
C.1	DOSPERT – eingesetzte Skalen und Instruktionen	284
C.2	MAS - Original im Englischen und Übersetzung ins Deutsche; Interne Konsistenz der Skalen in der vorliegenden Studie	285
D	Instruktionen und eingesetzte Befragungsmethoden in Studie 3.....	287
D.1	Einführung in den Testblock von Studie 3	287
D.2	Instruktion für die drei experimentalen Bedingungen in Studie 3	287

D.3	Instruktion für die Bearbeitung der Befragungsmethoden in Studie 3.....	291
D.4	Beispiel für den Einsatz der Befragungsmethoden in Studie 3.....	293
E	SAS-Syntaxen und Aufgabendesigns für CE, DC und CA.....	296
E.1	Studie 1 und 2.....	296
E.2	Studie 3.....	300

Die Güte verschiedener Befragungsmethoden zur
Umweltbewertung
Ein Vergleich der Validität von Contingent Valuation,
Conjoint- und Discrete Choice-Analyse
Todorova, M.
2016, XX, 304 S. 17 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-13517-1