

Dr. Eva Traut-Mattausch

# Die T€uro-Illusion: Urteilsverzerrungen bei Preisvergleichen

HWP-Abschlusskolloquium  
am 13.07.07







## Zentrale Aussage

Neue Informationen werden an bestehende Erwartungen assimiliert, so dass Urteilsverzerrungen resultieren.

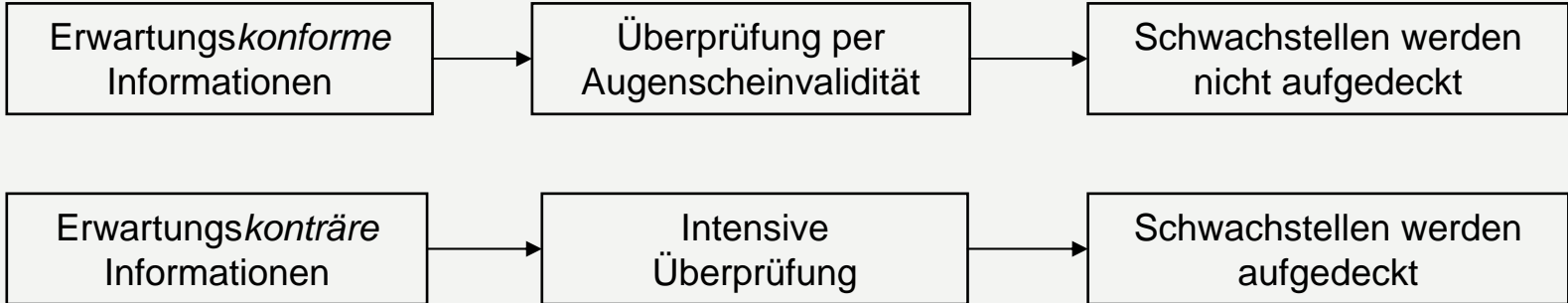
(z.B. Ditto et al., 2003; Hager & Weißmann, 1992; Olson, Roese & Zanna, 1996).

## Voraussetzungen für erwartungskonforme Urteilsverzerrungen

Die neuen Informationen müssen einen Bewertungs- und Interpretationsspielraum aufweisen

(Anderson & Kellam, 1992; Ditto et al., 1998; Olson et al., 1996)

## Grundlage ist eine asymmetrische Informationsbewertung



Edwards & Smith, 1996

## Preisinformationen - Beispiel Restaurant

Pizza Hawaii:      vor der Euro-Einführung    12,60 DM  
                             nach der Euro-Einführung    5,48 Euro



Preissenkung um 15%



Treten erwartungskonforme Urteilsverzerrungen auch dann auf, wenn Informationen vorliegen, die keinen Bewertungs- und Interpretationsspielraum aufweisen?



1.

DM-Speisekarte gültig ab 1. Januar 2001

**PIZZA's**

- 1 Margherita mit Tomaten und Käse
- 2 Funghi mit Tomaten, Käse und Champignons
- 3 Prosciutto mit Tomaten, Käse und Champignons
- 4 Hawaii mit Tomaten, Käse, Ananas und Schinken
- 5 Regina mit Tomaten, Käse, Champignons, Schinken und Peperoni
- 6 Shrimps mit Tomaten, Käse, Champignons und Shrimps
- 7 Quattro Stagioni mit Tomaten, Käse, Artischocken, Oliven und Peperoni
- 8 Calzone mit Tomaten, Käse, Champignons, Salami, Schinken und Peperoni

**SALATE**

- 10 Salat Italia mit Schafskäse, Peperoni und Zwiebeln
- 11 Chefsalat Nach Art des Hauses

2.

Euro-Speisekarte gültig ab 1. Januar 2002

**PIZZA's**

- 1 Margherita mit Tomaten und Käse Euro 5,46
- 2 Funghi mit Tomaten, Käse und Champignons Euro 4,15
- 3 Prosciutto mit Tomaten, Käse, Formvorderschinken Euro 5,85
- 4 Hawaii mit Tomaten, Käse, Ananas und Schinken Euro 7,09
- 5 Regina mit Tomaten, Käse, Champignons, Schinken und Peperoni Euro 5,80
- 6 Shrimps mit Tomaten, Käse, Champignons und Shrimps Euro 5,91
- 7 Quattro Stagioni mit Tomaten, Käse, Artischocken, Oliven und Peperoni Euro 9,91
- 8 Calzone mit Tomaten, Käse, Champignons, Salami, Schinken und Peperoni Euro 11,35

**SALATE**

- 10 Salat Italia mit Schafskäse, Peperoni und Zwiebeln Euro 6,23
- 11 Chefsalat Nach Art des Hauses Euro 6,47

**SUPPEN**

- 20 Tomatensuppe Euro 3,48
- 21 Zwiebelsuppe Euro 3,26
- 22 Minestrone Euro 5,45

**NUDELN**

- 30 Lasagne mit Käse überbacken Euro 7,32
- 31 Tortellini in Schinken-Sahnesauce Euro 8,87
- 32 Spaghetti Bolognese mit Fleischsauce Euro 5,85
- 33 Spaghetti Carbonara mit Schinken, Sahne und Ei Euro 6,47
- 34 Rigatoni mit verschiedenen Käsen (Mozzarella, Gorgonzola, Edamer) Euro 7,57

**DESSERT**

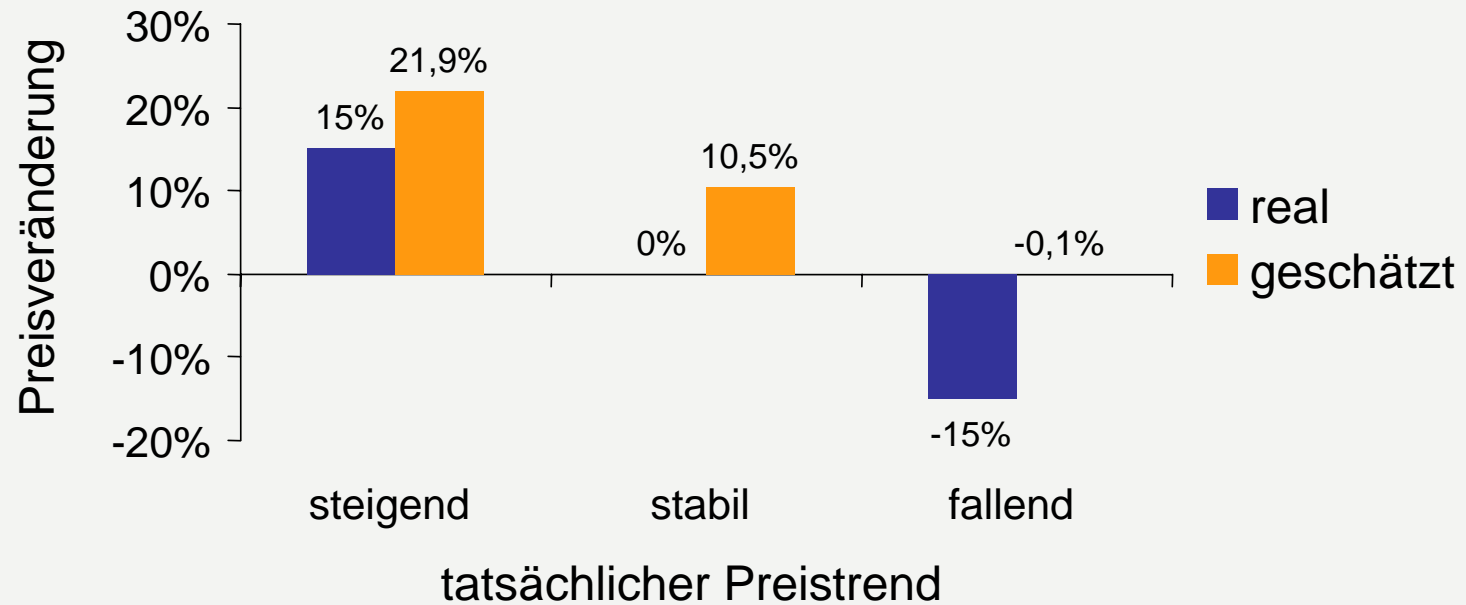
- 40 Tiramisu (hausgemacht) Euro 4,41
- 41 Eisbecher (Vanille, Schoko und Nuss) Euro 3,64
- 42 Spaghetti Eis (Vanille und Himbeersauce) Euro 4,19

k

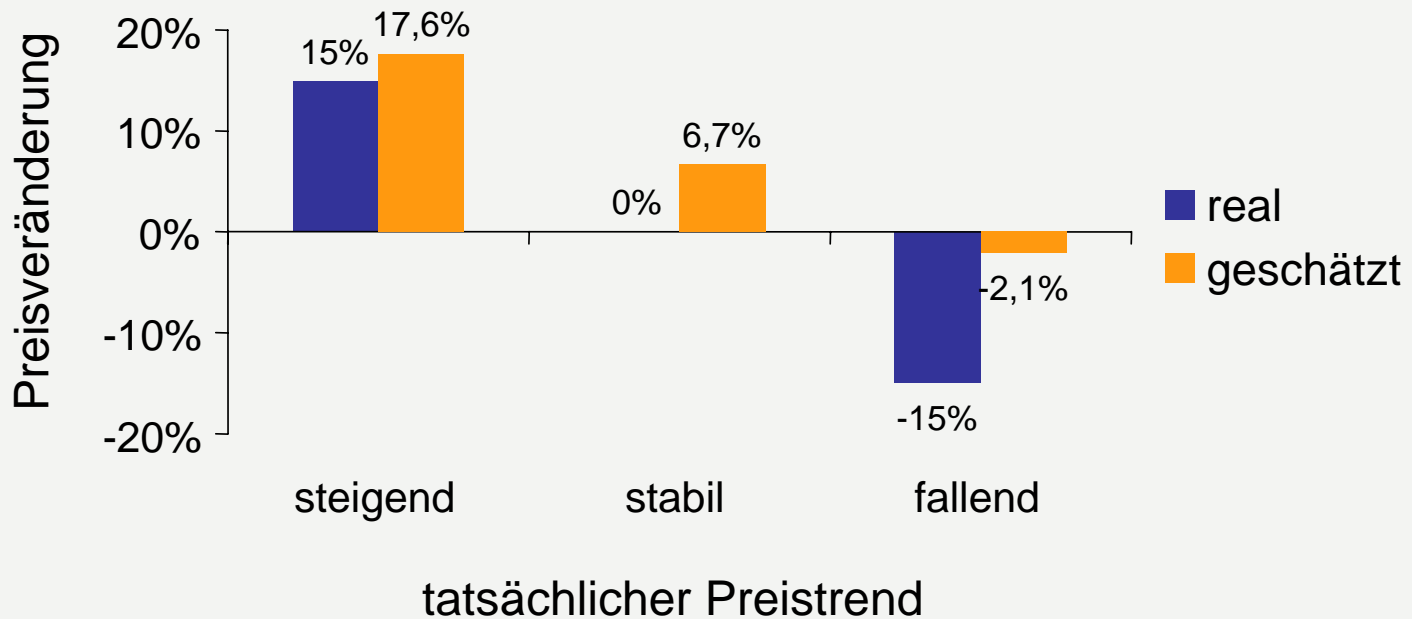


3. Bitte geben Sie die Preisveränderung der Speisen in Prozent an

## „Teuro-Illusion“ bei Berufstätigen



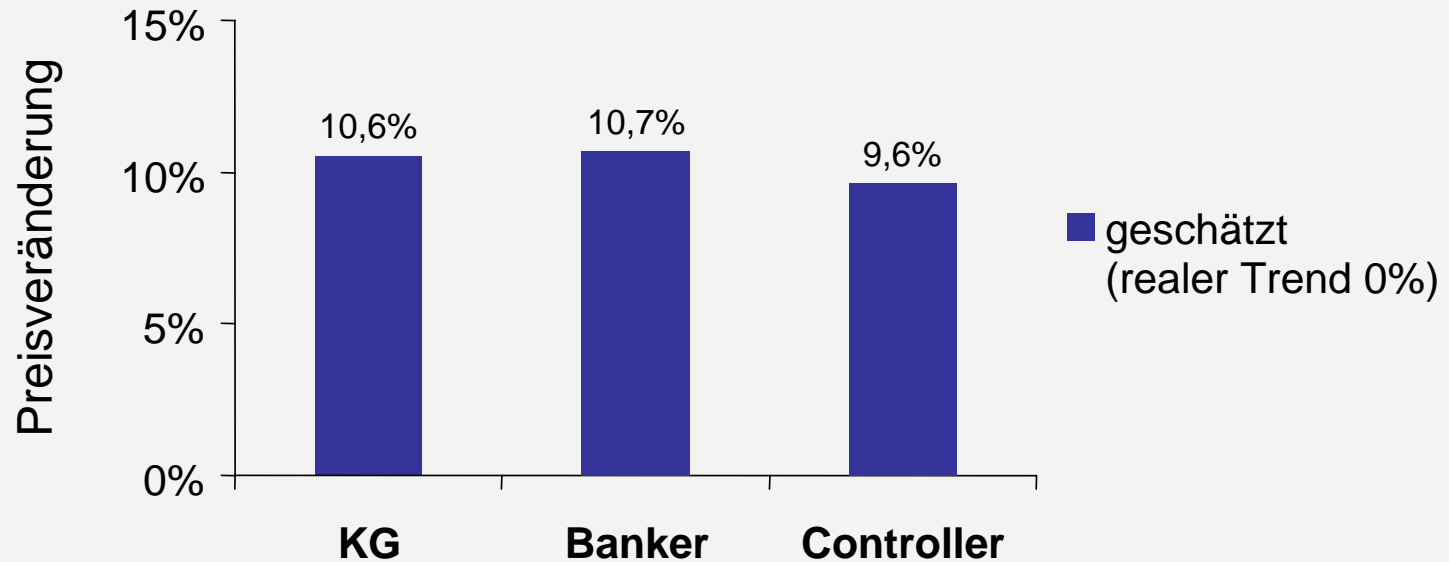
## „Teuro-Illusion“ bei Studenten





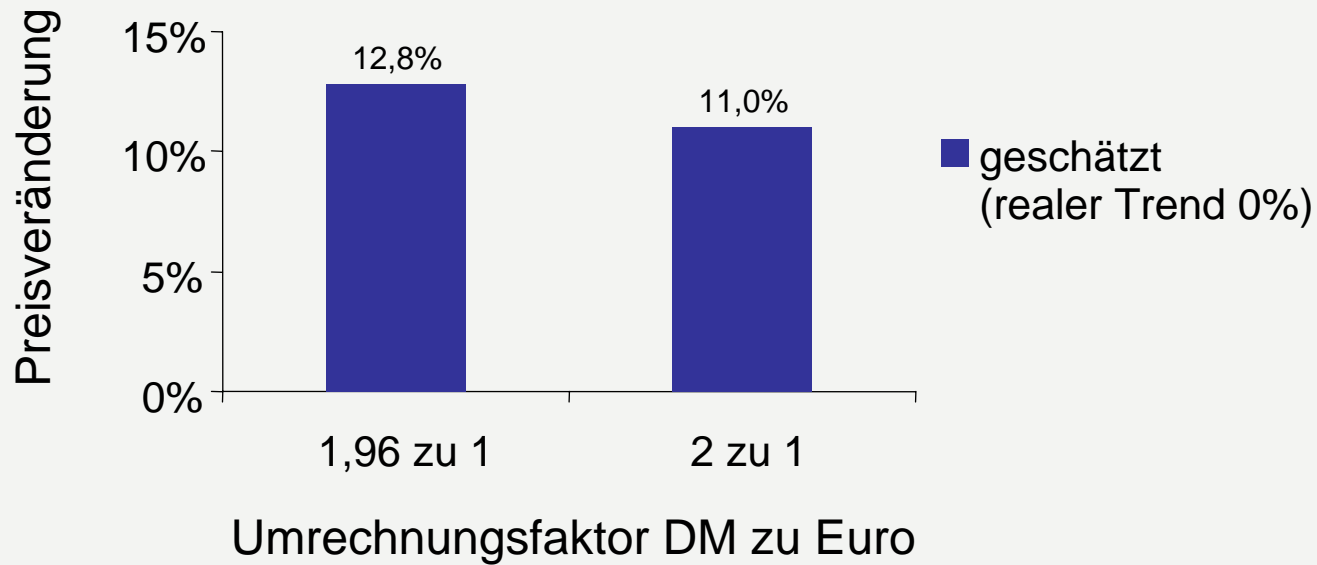


## „Teuro-Illusion“ bei Experten

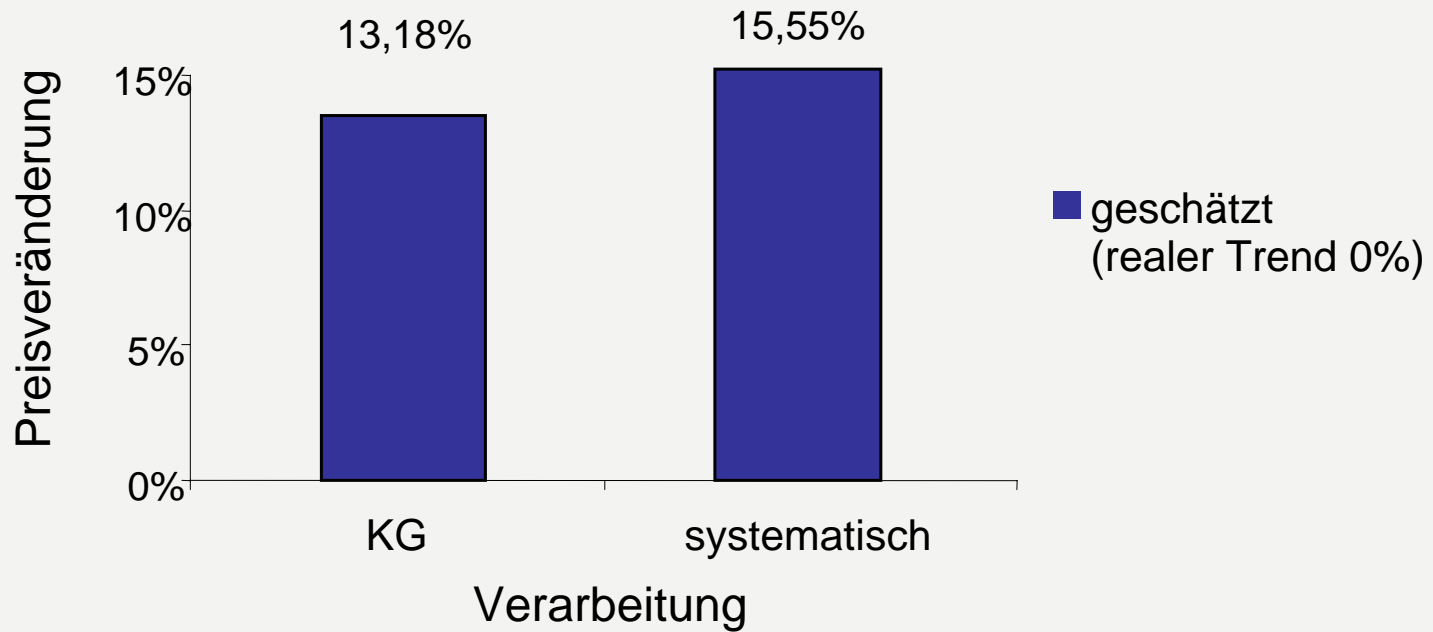




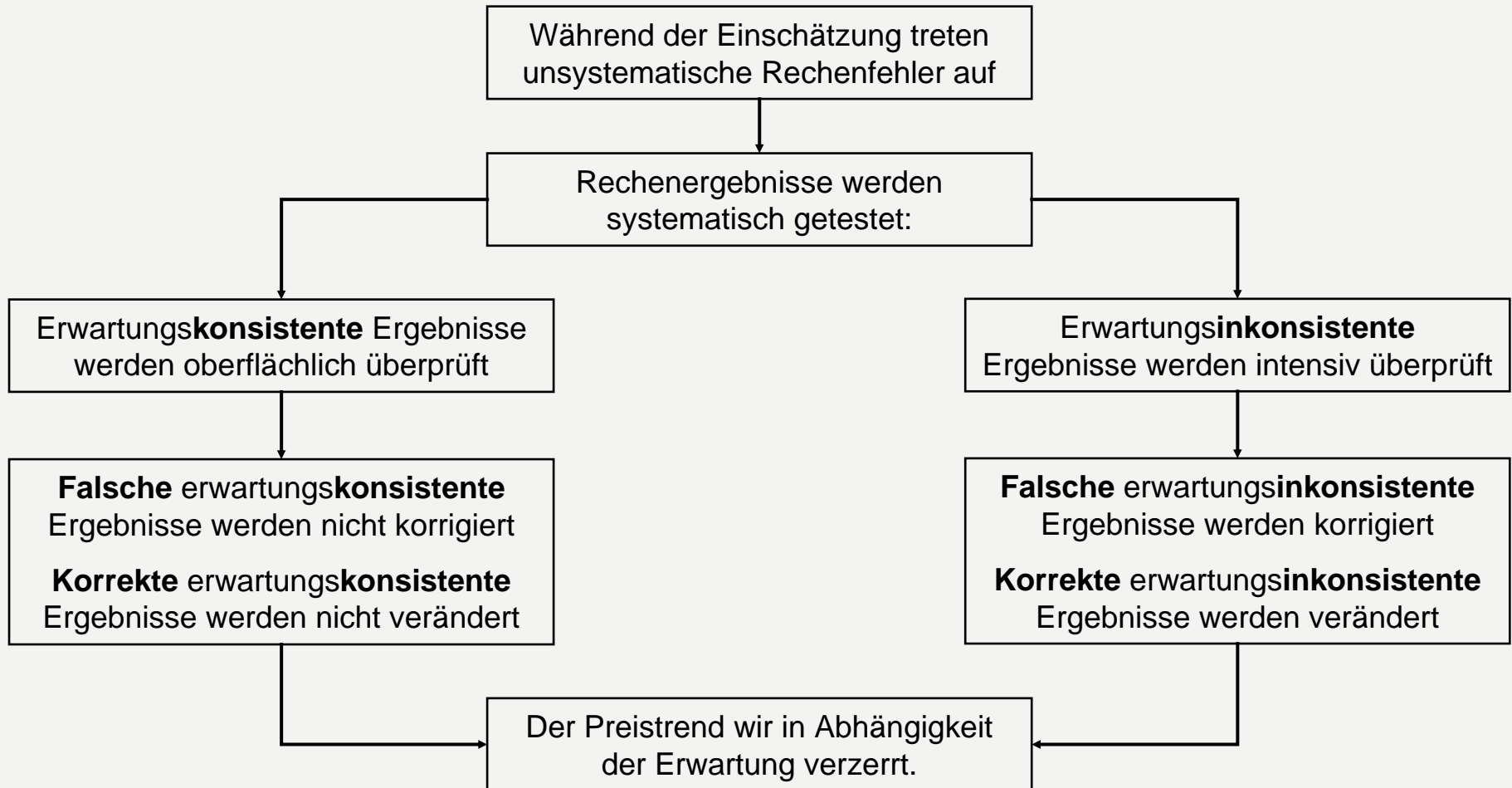
## Umrechnungsfaktor als Erklärung?

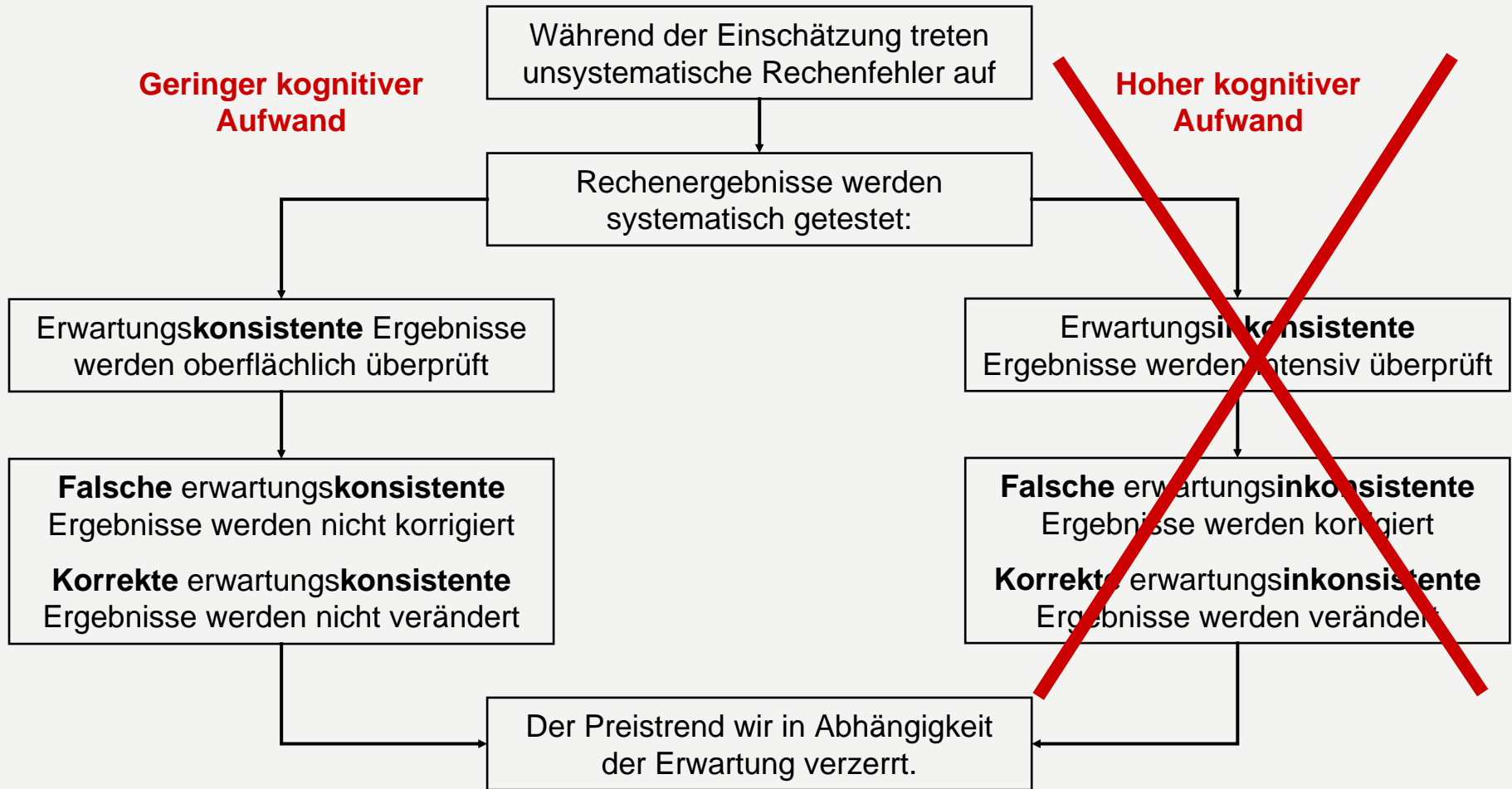


## Nicht-systematische Verarbeitung als Erklärung?



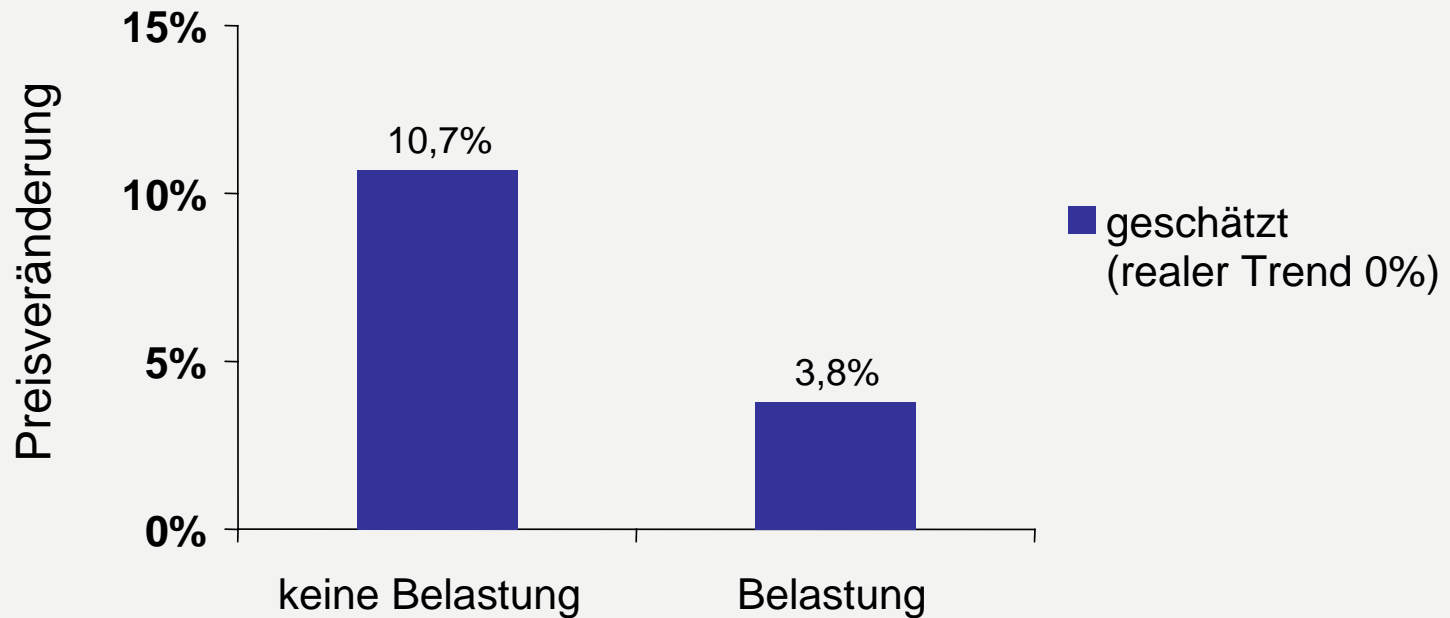
Erwartete Preissteigerung:  $M = 17 \%$   
Korrelation mit Gesamturteil:  $r = .60$  ( $p < .001$ )







## Geschätzte Preisveränderung in Abhängigkeit von kognitiver Belastung





## Theoretisches Fazit

- Auch bei Informationen ohne Bewertungs- oder Interpretationsspielraum („harten Fakten“) können Erwartungen Urteile beeinflussen.
- Hierfür ist eine selektive Korrektur von Rechenergebnisse verantwortlich.

## Praktisches Fazit

- Wenn wir meinen, dass durch den Euro alles teurer geworden ist, und sich dies nicht in den offiziellen Statistiken wieder findet, dann sind nicht zwangsläufig die Statistiken schuld.
- Die „gefühlte Inflation“ nach der Einführung des Euro ist zumindest zum Teil eine „Teuro-Illusion“.

Dr. Eva Traut-Mattausch

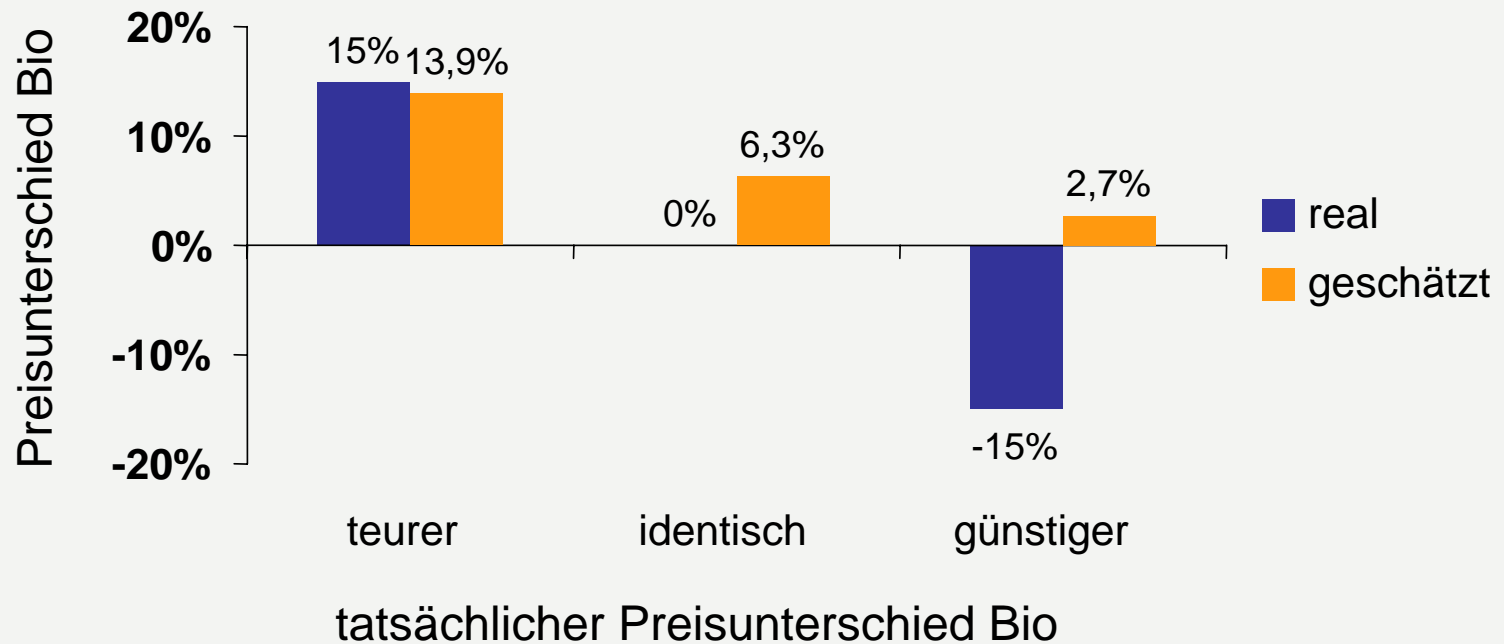
**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

Ludwig-Maximilians-Universität München  
Department Psychologie  
Tel: 089 / 2180-3040  
Traut-Mattausch@lmu.de





## Preisvergleiche Bioprodukte vs. herkömmliche Produkte





## Forschungsbeispiele

Primacy-Effekt (z.B. Hogarth & Einhorn, 1992)

Die Personenwahrnehmung ist abhängig von der Reihenfolge der vorgegebenen Informationen

Wirkung von Stereotypen (z.B. Darley & Gross, 1983)

Stereotype beeinflussen die Aufnahme und das Verständnis neuer Informationen

Prior belief-Effekt (z.B. Edwards & Smith, 1996)

Informationsbewertung in Abhängigkeit der eigenen Präferenz:  
die Qualität präferenzkonsistenter Informationen > -inkonsistenter Informationen

1. Teil:

Probanden erhalten eine DM-Speisekarte

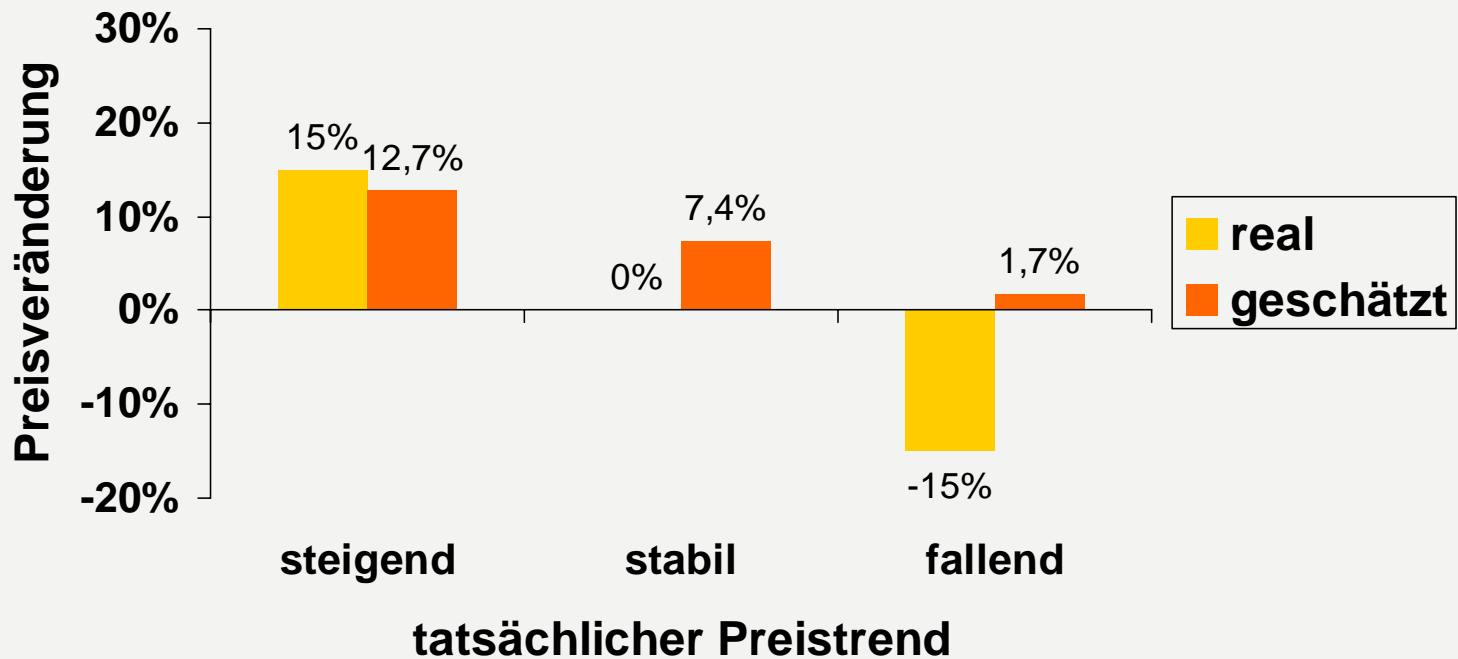


2. Teil:

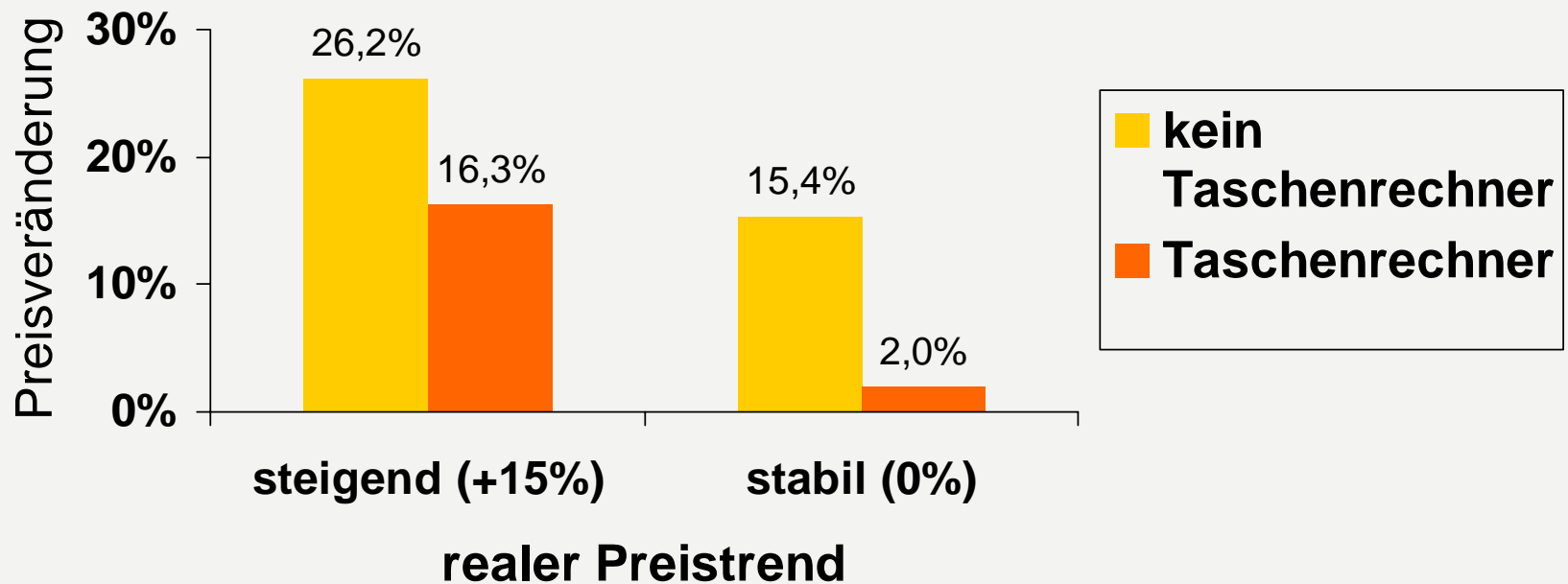
Probanden erhalten nun die Euro-Speisekarte und geben die Preisveränderung der Speisen in Prozent an

## „Teuro-Illusion“ in Österreich

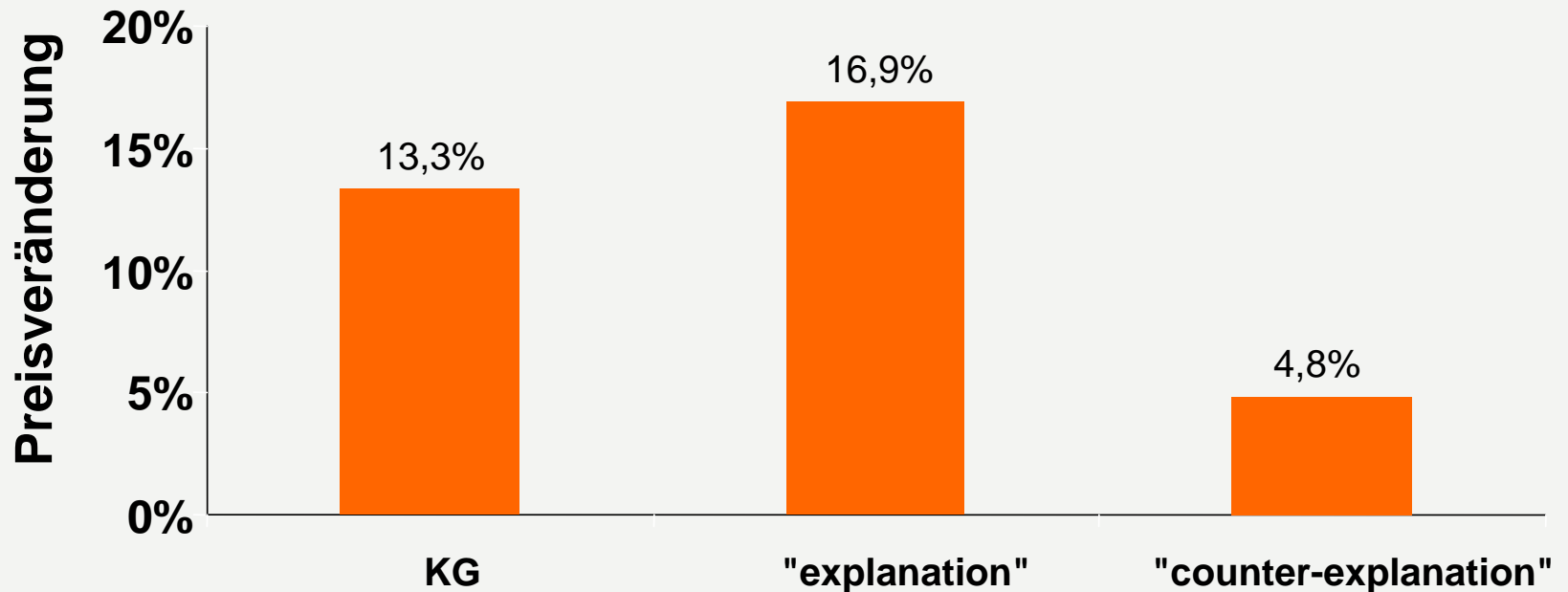
### Studie 3: Replikationsstudie in Österreich



## Studie 10: Geschätzte Preisveränderung in Abhängigkeit vom realen Preistrend und der Verfügbarkeit eines Taschenrechners



## Studie 14: Geschätzte Preisveränderung in Abhängigkeit des Generierens von Argumenten (realer Preistrend 0%)





## Große Diskrepanz zwischen

- Wahrnehmung von Preissteigerungen in der Bevölkerung und
- offiziellen Statistiken über Inflationsraten, Preisindizes usw.

## Gängige Erklärung

Offizielle Statistiken sind nicht aussagekräftig

## Unsere Frage

Sind eventuell die Einschätzungen der Preissteigerungen verzerrt?