

Geleitwort

Aus der Sicht des Controllings ist die Budgetierung eines, wenn nicht das zentrale Instrument zur Steuerung betrieblicher Aktivitäten: Im Zuge der Budgetierung werden Pläne koordiniert, die anschließende Vorgabe von Budgets sichert ab, dass alle Bereiche im Unternehmen den von ihnen geforderten Beitrag zur Erreichung der Unternehmensziele kennen. Budgets sind darüber hinaus ein probates Mittel, um das Verhalten der Mitarbeiter im Unternehmen in die gewünschte Richtung zu lenken. Während die ökonomische Forschung die Anreizwirkungen budgetabhängiger Entlohnungssysteme in den Vordergrund stellt, zeigen empirische Studien aus den Verhaltenswissenschaften, dass von Budgets vielfältige Anreizwirkungen ausgehen, auch wenn daran keine materiellen Anreize geknüpft sind. Das Anliegen der Arbeit von Herrn Dr. Wetjen ist es, eine Brücke zwischen diesen Welten zu schlagen. Seine Überlegungen münden in dem Vorschlag, das Verhalten des Budgetnehmers mit Hilfe der Prospekt Theorie zu beschreiben, und die damit gewonnenen Spielräume für die Erklärung verhaltenswissenschaftlicher Befunde zu nutzen.

Die Arbeit von Herrn Dr. Wetjen ist damit den Bemühungen des Behavioral Management Accounting zuzuordnen, Budgetierungsphänomene mittels verhaltenswissenschaftlicher Ansätze zu erklären. Zwar reicht die diesbezügliche Forschung bis in die siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts zurück, es kann aber noch keine Rede davon sein, dass die erzielten Erkenntnisse zu dem gesicherten Instrumentarium der betriebswirtschaftlichen Forschung gehören. Im Kern hat sich gezeigt, dass es nicht nur die in agencytheoretischen Untersuchungen fokussierten Anreizsysteme sind, die die Leistungsfähigkeit und die Leistungsbereitschaft von Mitarbeitern beeinflussen, dass hierauf vielmehr noch eine Reihe anderer Faktoren einwirkt. Wie Herr Dr. Wetjen zeigt, lassen sich die diesbezüglichen Befunde nicht umfassend erklären, wenn wie üblich davon ausgegangen wird, dass der Budgetnehmer den Axiomen der Erwartungsnutzentheorie folgt. Es liegt nahe, stattdessen die Prospekt Theorie heranzuziehen. Allerdings ist hierfür zunächst eine Reihe von Fragen zu klären. Z. B. sind die empirischen Erkenntnisse zur Bildung von Referenzpunkten in Bezug auf die Budgetierungsproblematik auszuwerten. Fraglich ist auch, wie insbesondere die Wertefunktion des Budgetnehmers konkretisiert werden sollte. Schließlich muss ein multiattributiver Ansatz gewählt werden, woraus sich weitere Fragen im Hinblick auf das zu berücksichtigende Arbeitsleid und

die anzunehmenden Referenzpunkte ergeben. Für den Umgang mit solchen und ähnlichen Fragen hat sich noch kein State of the Art herausgebildet, was den explorativen Charakter der Arbeit unterstreicht.

Die Weichen, die Herr Dr. Wetjen bei der Einbindung des Gedankengutes der Prospekt Theorie stellt, erweisen sich als außerordentlich fruchtbar. Im Ergebnis wird gezeigt, dass die Höhe des Budgets Anreizwirkungen entfaltet, auch wenn die Entlohnung des Agenten in keiner Weise an die Budgetgröße gekoppelt ist und die Budgetgröße keine Information trägt. Ursächlich für dieses, im Rahmen herkömmlicher agencytheoretischer Untersuchungen nicht rekonstruierbare Ergebnis ist die Überlegung, dass die Höhe des Budgets den Referenzpunkt des Agenten bezüglich seiner Entlohnungszahlung beeinflusst. Das theoretisch anreizoptimale Budget liegt – in Übereinstimmung mit den empirischen Befunden – oberhalb des durchschnittlich erzielbaren Ergebnisses und fällt umso höher aus, je höher die Verlustaversion des Agenten und je geringer seine Sensitivität gegenüber zunehmenden Gewinnen oder Verlusten ist. Mit diesem Resultat leistet die Arbeit einen neuen, theoretisch bedeutsamen Beitrag zur Erklärung budgetinduzierter Anreizwirkungen. Darüber hinaus wird der Boden für weitergehende modelltheoretische Untersuchungen und eine unter Motivationsgesichtspunkten bessere Gestaltung des Budgetierungsprozesses bereitet. Insofern ist der Arbeit neben einer guten Aufnahme in der betriebswirtschaftlichen Literatur auch Aufmerksamkeit in der betrieblichen Praxis zu wünschen.

Leipzig, 17. Februar 2016

Prof. Dr. Ralf Diedrich

Behavioral Budgeting

Eine Analyse budgetinduzierter Anreizwirkungen unter
Einbezug der Prospekt-Theorie

Wetjen, F.

2016, XXIII, 211 S. 26 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15265-9