

Inhalt

	Seite
Geleitwort	V
Vorwort.....	IX
Inhalt	XI
Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis.....	XXVII
1 Einleitung.....	1
2 Unternehmensziele.....	9
2.1 Unternehmen und ihre Abgrenzung von der Gesellschaft und der Organisation.....	9
2.2 Ziele und ihre Abgrenzung von Interessen und Anliegen	17
2.3 Unternehmensziele und ihre Abgrenzung vom Unternehmensinteresse und von Unternehmensanliegen.....	25
3 Vom Homo Oeconomicus zu einer verhaltenswissenschaftlichen Theorie des menschlichen Verhaltens.....	43
3.1 Der Homo Oeconomicus als Menschenbild der standardökonomischen Theorie	44
3.2 Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse	47
3.2.1 Kritische Würdigung der Rationalitätsannahme	47
3.2.2 Kritische Würdigung der Eigennutzannahme	49
3.2.2.1 Faires, reziprokes und eigennütziges Verhalten	51
3.2.2.2 Intrinsische und extrinsische Motivation	64
3.2.2.3 Zufriedenheit als Meta-Präferenz	81
3.3 Einflussfaktoren auf das menschliche Verhalten aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive	87

3.3.1	Der Einfluss der Präferenzen verschiedener Menschentypen.....	87
3.3.2	Ableitung eines Verhaltens- bzw. Leistungsentstehungsprozesses	93
4	Unternehmerische Anreizsysteme: Allgemeine Gestaltungsaspekte und Wirkungen.....	107
4.1	Allgemeine Aspekte zur Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme	108
4.1.1	Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme als Gegenstand normativen, strategischen und operativen Managements.....	108
4.1.2	Gestaltungsrahmen für unternehmerische Anreizsysteme	116
4.1.3	Abgrenzung zwischen unternehmerischem und personenbezogenem Anreizsystem.....	134
4.2	Analyse bestehender empirischer Erkenntnisse zur Wirkung von Anreizen	147
4.2.1	Vorbetrachtungen	147
4.2.2	Erkenntnisse zur Wirkung von Anreizen auf die empfundene Zufriedenheit.....	150
4.2.3	Erkenntnisse zur Wirkung von Anreizen auf die Motivation	153
4.2.4	Erkenntnisse zur Wirkung von Anreizen auf die Leistung....	160
4.2.4.1	Erkenntnisse unter Berücksichtigung der moderierenden Wirkung von Persönlichkeitseigenschaften	160
4.2.4.2	Erkenntnisse unter Vernachlässigung der moderierenden Wirkung von Persönlichkeitseigenschaften	164
4.2.4.2.1	Erkenntnisse zur Wirkung intrinsischer und fairer Anreize auf die Leistung	165
4.2.4.2.2	Erkenntnisse zur Wirkung extrinsischer Anreize auf die Leistung	169
4.2.4.2.3	Erkenntnisse zu Multi-Tasking-Problemen	184

4.3	Zwischenfazit.....	189
5	Empfehlungen zur Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme.....	193
5.1	Vorgehensweise bei der Gestaltung	193
5.2	Bewertung des intrinsischen Anreizpotenzials und der Rahmenbedingungen für den Einsatz variabler extrinsischer Anreize.....	196
5.3	Effektivität und Effizienz als zentrale Anforderungen an Anreizsysteme.....	200
5.3.1	Effektivität und Effizienz eines wahrgenommenen unternehmerischen Anreizsystems aus Mitarbeiterperspektive	200
5.3.2	Effektivität und Effizienz eines unternehmerischen Anreizsystems aus Unternehmensperspektive	205
5.4	Die Rolle des Menschentyps bei der Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme	211
5.4.1	Homines Oeconomici.....	212
5.4.2	Eigennützige	214
5.4.3	Reziproke	218
5.4.4	Tätigkeitsfokussierte	224
5.5	Konditionale Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme	227
5.5.1	Unternehmerische Anreizsysteme bei hohem intrinsischem Anreizpotenzial	228
5.5.2	Unternehmerische Anreizsysteme bei durchschnittlichem intrinsischem Anreizpotenzial.....	243
5.5.3	Unternehmerische Anreizsysteme bei geringem intrinsischem Anreizpotenzial.....	248
5.6	Zwischenfazit.....	256
6	Empirische Studie	259
6.1	Vorbetrachtungen.....	259
6.2	Empirisch überprüfte konzeptionelle Überlegungen.....	262
6.3	Studiendesign, Vorgehensweise und Stichprobe	267

6.4	Getestete Modelle und Hypothesen.....	272
6.4.1	Untersuchungskategorie I.....	272
6.4.2	Untersuchungskategorie II.....	289
6.4.3	Untersuchungskategorie III.....	296
6.4.4	Untersuchungskategorie IV.....	298
6.5	Operationalisierung.....	303
6.6	Analyse.....	319
6.6.1	Allgemeines.....	319
6.6.2	Untersuchungskategorie I.....	321
6.6.3	Untersuchungskategorie II.....	337
6.6.4	Untersuchungskategorie III.....	344
6.6.5	Untersuchungskategorie IV.....	345
6.7	Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	348
6.8	Diskussion potenzieller Restriktionen.....	353
7	Resümee.....	357
	Literatur.....	365
	Anhang.....	405
	Anhang A: bestehende empirische Erkenntnisse.....	405
	Anhang B: Allgemeiner Analyseteil der Fifa-Studie.....	414
	Anhang C: Ergebnisse zur Untersuchungskategorie I der Fifa-Studie.....	420
	Anhang D: Ergebnisse zur Untersuchungskategorie II der Fifa-Studie.....	440
	Anhang E: Ergebnisse zur Untersuchungskategorie III der Fifa-Studie.....	454
	Anhang F: Ergebnisse zur Untersuchungskategorie IV der Fifa-Studie.....	456

Die Gestaltung unternehmerischer Anreizsysteme aus
verhaltenswissenschaftlicher Perspektive

Willenbacher, P.

2017, XXVII, 459 S. 96 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17745-4