

Fairness, Reziprozität und Motivation

Eine empirische Untersuchung des Verhaltens in Arbeitsverhältnissen

Bearbeitet von
Matthias Weber

1. Auflage 2016. Taschenbuch. 314 S. Softcover

ISBN 978 3 8487 3183 1

Gewicht: 480 g

[Wirtschaft > Volkswirtschaft > Verhaltensökonomik](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Matthias Weber

Fairness, Reziprozität und Motivation

Eine empirische Untersuchung des
Verhaltens in Arbeitsverhältnissen



Nomos

Nomos Universitätsschriften

Volkswirtschaftslehre

Band 5

Matthias Weber

Fairness, Reziprozität und Motivation

Eine empirische Untersuchung des
Verhaltens in Arbeitsverhältnissen



Nomos

Zugleich: an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg unter dem Titel „Fairness, Reziprozität und Motivation – eine empirische Untersuchung des Verhaltens in Arbeitsverhältnissen“ vorgelegte und angenommene Inauguraldissertation.

Datum der Disputation: 03.02.2016

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Magdeburg, Univ., Diss., 2016

ISBN 978-3-8487-3183-1 (Print)

ISBN 978-3-8452-7547-5 (ePDF)

1. Auflage 2016

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2016. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	23
1.1 Vorbemerkung	23
1.2 Ausgangslage und Problemstellung	23
1.3 Konzeption der Untersuchung und Aufbau der Arbeit	26
2 Theoretische, terminologische und systematische Grundlagen	35
2.1 Vorbemerkung	35
2.2 Verortung des Untersuchungsthemas im System der betrieblichen Verhaltensbeeinflussung	35
2.2.1 Vorbemerkung	35
2.2.2 Begriffliche Abgrenzung: Motivationspsychologische Aspekte der Person und der Situation	37
2.2.2.1 Personale Aspekte: Bedürfnisse, Motive und Einstellungen	38
2.2.2.2 Extrinsische Anreize als Aspekte der Situation	40
2.2.3 Beeinflussung des betrieblichen Personalverhaltens	42
2.2.3.1 Betriebliche Anreizsysteme	43
2.2.4 Effektivität und Effizienz als Maß der Verhaltenswirksamkeit von Anreizsystemen	46
2.3 Ansätze zur Analyse der Verhaltenswirksamkeit von Anreizsystemen	49
2.3.1 Vorbemerkung	49
2.3.2 Der ökonomische Ansatz	50
2.3.2.1 Grundlegendes ökonomisches Verhaltensmodell: der Homo oeconomicus in der Prinzipal-Agent-Theorie	51
2.3.2.2 Formalisierung der Prinzipal-Agent-Beziehung	52
2.3.2.3 Arbeitsmarktsituationen in der Prinzipal-Agent-Theorie	54
2.3.3 Der verhaltenswissenschaftliche Ansatz	57

Inhaltsverzeichnis

2.3.3.1 Theorien der Sozialpsychologie zur Modellierung von Verhalten in Organisationen	58
2.3.3.2 Theorien der Individualpsychologie zur Modellierung von Arbeitnehmerverhalten	63
2.4 Konzeption der Behavioral Labor Economics	70
2.4.1 Vorbemerkung	70
2.4.2 Forschungsschwerpunkte der Behavioral Labor Economics	71
2.4.3 Forschungsmethoden der Behavioral Labor Economics	74
3 Prognosen über die Verhaltenswirksamkeit von Anreizsystemen	80
3.1 Vorbemerkung	80
3.2 Untersuchung betrieblicher Anreizsysteme durch Theorien sozialer Präferenzen	83
3.2.1 Vorbemerkung	83
3.2.2 Theorien der Ungleichheitsaversion und der Reziprozität	83
3.2.2.1 Theory of Fairness, Competition and Cooperation	83
3.2.2.2 Theory of Equity, Reciprocity and Competition	87
3.2.3 Prognosen der Theorien sozialer Präferenzen	89
3.2.3.1 Verhaltenswirksamkeit der Höhe angebotener Löhne unter Berücksichtigung sozialer Präferenzen	90
3.2.3.2 Verhaltenswirksamkeit verschiedener Lohn- und Anreizsysteme unter Berücksichtigung sozialer Präferenzen	95
3.2.4 Überprüfung in Laborexperimenten	101
3.3 Untersuchung betrieblicher Anreizsysteme durch die Motivation Crowding Theorie	105
3.3.1 Vorbemerkung	105
3.3.2 Motivation Crowding Theory	105
3.3.3 Prognosen der Motivation Crowding Theory	111

3.3.3.1 Verhaltenswirksamkeit leistungs- bezogener Löhne	112
3.3.3.2 Verhaltenswirksamkeit immaterieller Anreize	114
3.3.3.3 Verhaltenswirksamkeit unerwarteter Belohnungen	116
4 Entwicklung einer empirischen Untersuchung der Verhaltenswirksamkeit von Anreizsystemen	120
4.1 Vorbemerkung und Diskussion geeigneter Erhebungsmethoden	120
4.1.1 Methoden zur Überprüfung von Theorien sozialer Präferenzen	123
4.1.2 Methoden zum Vergleich von Experiment und Feldforschung	124
4.1.3 Methoden zur Überprüfung der Motivation Crowding Theorie	126
4.1.4 Zusammenfassung	127
4.2 Design der empirischen Erhebung	128
4.2.1 Vorbemerkung	128
4.2.2 Grundsätzlicher methodischer Aufbau	128
4.2.3 Vorgehen bei der Entwicklung	130
4.2.4 Herausforderungen und Limitationen	131
4.3 Beschreibung der genutzten Stichprobe	135
4.3.1 Vorbemerkung	135
4.3.2 Methodische Anforderungen an die Stichprobe	135
4.3.3 Generierung der Stichprobe und Stichproben- eigenschaften	137
4.3.4 Repräsentativität der Stichprobe	140
4.3.4.1 Belastbarkeit der Ergebnisse	141
4.3.5 Stichprobenrelevante Limitationen	145
4.4 Entwicklung und Anwendung der Fragebogeninstrumente	146
4.4.1 Vorbemerkung	146
4.4.2 Entwicklung der Fragebogeninstrumente	146
4.4.2.1 Vorbemerkung	146
4.4.2.2 Abgefragte Variablen	146

Inhaltsverzeichnis

4.4.2.3 Auswahl und Entwicklung der Messinstrumente	150
4.4.2.4 Fragebogenaufbau und -realisierung	165
4.4.3 Test der Fragebogeninstrumente	168
4.4.3.1 Pretest I	168
4.4.3.2 Pretest II	169
4.4.4 Durchführung der Fragebogenerhebung	171
4.4.4.1 Datenbereinigung	172
4.4.4.2 Statistische und inhaltliche Validität	175
4.4.4.3 Herausforderungen und Limitationen	177
4.5 Entwicklung und Realisierung des Online-Experiments	179
4.5.1 Vorbemerkung	179
4.5.2 Experimentdesign	180
4.5.3 Realisierung des Experiments	183
4.5.3.1 Umsetzung als Online-Experiment	184
4.5.3.2 Herausforderungen und Limitationen	188
4.6 Diskussion geeigneter Auswertungsmethoden	190
4.6.1 Auswertung der Fragebogenerhebung	190
4.6.2 Auswertung des Online-Experiments	191
5 Ergebnisse und Diskussion der empirischen Untersuchung	194
5.1 Vorbemerkung	194
5.2 Überprüfung der Gift-Exchange-Hypothesen im Online-Experiment	194
5.2.1 Ergebnisse des Online-Experiments	195
5.2.1.1 Aggregierte Betrachtung des Experimentverhaltens	195
5.2.1.2 Individuelles und zeitliches Verhalten	198
5.2.1.3 Einfluss von Kontrollvariablen	202
5.2.2 Diskussion der Ergebnisse	204
5.3 Überprüfung der Theorien sozialer Präferenzen in der Fragebogenerhebung	212
5.3.1 Vorbemerkung	212
5.3.2 Ergebnisse der Fragebogenerhebung	212
5.3.2.1 Überprüfung von Hypothese 1	217

5.3.2.2 Überprüfung von Hypothese 2	223
5.3.2.3 Überprüfung von Hypothese 3	227
5.3.3 Diskussion der Ergebnisse	230
5.4 Vergleich von Online-Experiment und Fragebogen	237
5.4.1 Vorbemerkung	237
5.4.2 Ergebnisse des Methodenvergleichs	238
5.4.3 Diskussion der Ergebnisse	242
5.4.4 Kritik an den Methoden	249
5.5 Überprüfung der Motivation Crowding Theory in der Fragebogenerhebung	251
5.5.1 Vorbemerkung	251
5.5.2 Ergebnisse der Fragebogenerhebung	253
5.5.3 Diskussion der Ergebnisse	260
6 Implikationen für die Gestaltung der Verhaltenssteuerung in der ökonomischen Praxis	266
7 Fazit	278
7.1 Rückblick	278
7.2 Zusammenfassung der Erkenntnisse	279
7.3 Forschungsausblick	283
8 Anhang	287
9 Literaturverzeichnis	288