

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 |