

Forschungsbericht 2007

Lehrstuhl BWL, insb. Internationales Management



Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Lehrstuhl BWL, insb. Internationales Management

Universitätsplatz 2, 39106 Magdeburg
Tel. +49 (0)391 67 18788, Fax +49 (0)391 67 11162

1. Leitung

Prof. Dr. Birgitta Wolff

2. Hochschullehrer

Prof. Dr. Birgitta Wolff

3. Forschungsprofil

Schnittstellen zwischen Management, institutionellen Rahmenbedingungen und der Technik

1. Standortwahl

- Humanressourcen und institutionelles Umfeld als Standortfaktoren
- Standort- und standortabhängige Interaktionsrisiken

2. International Human Ressource Management

- Folgen unterschiedlicher (landestypischer) rechtlicher und kultureller Rahmenbedingungen für die Unternehmensaktivität
- Vertrauen und Mitarbeiterkriminalität
- Anreizgestaltung in alternativen institutionellen Frameworks

3. Einsatz von Informationstechnologie

- IT-induzierte Veränderungen von Koordinations- und Anreizstrukturen
- Veränderungen von Unternehmensgrenzen
- kulturelle Einflussfaktoren des e-Business

4. Public Management

- Reformfähigkeit und -strategien öffentlicher Verwaltungen
- Personalentwicklung im öffentlichen Sektor
- Politikberatung

5. Interkulturelles Management

- Theoriebildung im Spannungsfeld kultureller und ökonomischer Bestimmungsfaktoren

4. Forschungsprojekte

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Wu Fan

Förderer: Haushalt; 01.04.2004 - 31.12.2007

Anreize in multi-nationalen Joint Ventures Agency-theoretische Analyse und empirische Evidenz

Das Projekt fußt auf einer agency-theoretischen Modellierung von Gründung, Erfolg und Scheitern von JVs. Es gilt zu ermitteln, welche expliziten und impliziten Vertragsmechanismen die Investitions- und Leistungsanreize in JVs steuern. In multi-nationalen JVs entstehen i. d. R. zwei asymmetrisch gestaltete Principal-Agent-Beziehungen, jeweils eine zwischen dem inländischen Investor und dem JV-Management sowie dem ausländischen Investor und dem JV-Management. Die Asymmetrie zwischen den beiden Beziehungen beruht häufig auf interkulturellen

Unterschieden. Einerseits ist das JV-Management typischerweise dem Kulturkreis eines der Investoren näher, meist dem inländischen. Andererseits ist das JV-Management häufig von Karriereaussichten motiviert, die vom einem der Kulturkreise eher gestützt werden. ... [mehr](#)

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Prof. Edward Lusk, Ph.D., Marjaana Gunkel, M.A.

Förderer: Sonstige; 01.01.2003 - 31.12.2007

CID - Country-Specific Incentive Design

Das Projekt konzentriert sich auf das Erforschen von Unterschieden in der Mitarbeiterführung in verschiedenen Ländern. Die Untersuchung basiert auf empirischen Ergebnissen, welche mittels eines Fragebogens in fünf Ländern erhoben wurden. Die Ergebnisse der Untersuchung werden mit Hilfe der Neuen Institutionenökonomik diskutiert. Insbesondere wird der Einfluss, den die unterschiedlichen institutionellen Rahmenbedingungen auf Anreizpräferenzen von Mitarbeitern der untersuchten Länder haben, analysiert.

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Prof. Edward Lusk, Ph.D., Yang Wei

Förderer: Sonstige; 01.11.2003 - 31.12.2007

Der Einfluss von institutionellen Rahmenbedingungen auf Vertragsziehungen in Chinesisch-Deutschen Joint-Ventures

Die zentrale Frage dieser Arbeit ist, wie implizite und explizite vertragliche Regelungen Anreize für Investitionen und Produktivität in Joint-Ventures schaffen. Dafür werden empirische Daten von Führungskräften in chinesisch-deutschen Joint-Ventures mit Hilfe von Fragebögen und strukturierten Interviews erhoben. Die Beziehungen zwischen den Eigentumsverhältnissen der Joint Ventures, den Steuerungsmechanismen und der Produktivität werden mit Hilfe der Neuen Institutionenökonomik analysiert.

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Franziska Krüger

Förderer: Haushalt; 01.10.2005 - 30.11.2009

Einflussfaktoren des Institutionellen Rahmens auf Kundenzufriedenheit: Ein länderspezifischer Vergleich

Der zentrale Punkt des Marketing Konzeptes ist das Erkennen und Zufriedenstellen von Kundenbedürfnissen. Die Orientierung an den Bedürfnissen und Erwartungen schafft wertvolle Potentiale hinsichtlich des Wettbewerbsvorteils von Unternehmen. Das Erkennen der Kundenerwartungen jenseits der Grenzen des Heimatlandes stellt für international agierende Unternehmen eine wesentliche Herausforderung dar. Durch Unterschiede in den Institutionellen Rahmenbedingungen entsteht eine komplexe Problematik hinsichtlich der Erfassung und Befriedigung von Kundenerwartungen. Ziel dieses Forschungsprojektes ist das Erkennen von Determinanten der Kundenzufriedenheit definiert durch den Institutionellen Rahmen einzelner Länder. Mittels einer empirischen Studie wird ihr Einfluss auf das Anspruchsniveau und schließlich auf die Zufriedenheit der Verbraucher untersucht.

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Christopher Schlägel

Förderer: Haushalt; 01.04.2004 - 31.12.2007

Reputation in Online Auktionen (ROA)

Das Projekt erforscht die länderspezifischen Effekte von Reputations-, Güter- und Auktionscharakteristika auf Preise, Verkaufswahrscheinlichkeiten und die Anzahl der Bieter in Internetauktionen. Ziel ist es zu testen, wie sich unterschiedliche formelle und informelle institutionelle Rahmenbedingungen auf den Effekt der Variablen auswirken und welche Konsequenzen dadurch für online Auktionsmärkte wie eBay entstehen. Basierend auf einem mathematischen Modell und spieltheoretischen Überlegungen werden Hypothesen zum Verhalten der Bieter entwickelt. Die Ergebnisse einer Feldstudie in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA dienen schließlich als Datengrundlage für die empirische Untersuchung dieser Hypothesen.

Projektleiter: Prof. Dr. Birgitta Wolff

Projektbearbeiter: Prof. Edward Lusk, Ph.D., Marco Zanini

Förderer: Sonstige; 01.01.2003 - 31.12.2007

TIP - Trust Inventory Project

Bei diesem Projekt behandelt es sich um eine industrieübergreifende Studie zur Bestimmung der Bedeutung von Vertrauen für Unternehmen. Aus ökonomischer Perspektive lässt sich Vertrauen als impliziter Mechanismus der Steuerung von Hierarchien interpretieren. Sein Einsatz kann transaktionskosten-reduzierend wirken. Dieses Projekt setzt Vertrauen in bezug zu Verhaltenweisen von Individuen in Organisationen. Dabei wird besonders auf Fragen des Engagements von Individuen sowie der Mitarbeiterfluktuation eingegangen. Letzlich soll der Zusammenhang von Vertrauen und Unternehmenserfolg beleuchtet werden. Auf Basis einer quantitativen Erhebung über Fragebögen sowie qualitativen Daten aus Befragungen in sieben brasiliianischen Unternehmen wird die "Trust-Map" entwickelt. Zudem legt die Studie Wert auf die Unterscheidung von Firmen aus der "traditionellen Ökonomie" und Firmen aus der "neuen (Informations-)Ökonomie". ... [mehr](#)

5. Veröffentlichungen

Originalartikel in begutachteten zeitschriftenartigen Reihen

Gunkel, Marijana; Lusk, Edward J. ; Wolff, Birgitta

Profiles of stress - an empirical comparison of employee stress factor differences in Germany and the US

In: Working paper series / Otto von Guericke University, FEMM, Faculty of Economics and Management; 2007,13;
Magdeburg: Univ., FEMM; 15 S.: graph. Darst.