

# **Forschungsbericht 2008**

**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 Resource Management

- Folgen unterschiedlicher (landestypischer) rechtlicher und kultureller Rahmenbedingungen für die Unternehmenstätigkeit
- 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; 01.04.2005 - 31.12.2009

### **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 Prinzipal-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., Yang Wei

**Förderer:** Sonstige; 01.11.2005 - 31.12.2009

**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; 01.04.2005 - 31.12.2009

**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.

## 5. Veröffentlichungen

### *Originalartikel in begutachteten nationalen Zeitschriften*

#### **Wolff, Birgitta**

Ein Rascheln im internationalen Blätterwald

In: Personalwirtschaft. - Köln: Luchterhand, eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland, Bd. 35.2008, 3, S. 39-41

#### **Wolff, Birgitta; Tulio Zanini, Marco; Lusk, Edward J.**

Vertrauen und Erfolg

In: Personalwirtschaft. - Köln: Luchterhand, eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland, Bd. 35.2008, 7, S. 52-54

**Originalartikel in begutachteten zeitschriftenartigen Reihen**

**Dölken OPraem, Clemens; Homann, Karl; Ringelstetter, Max; Werner, Olaf; Wolff, Birgitta**

Ad omne bonum paratus ... - ethnische Grundlagen und dynamische Ansätze zur Gestaltung einer modernen Gesellschaft

In: Homann, Karl: Das ethische Programm der Marktwirtschaft. - Magdeburg: Norbertus-Verl., ISBN 978-3-941265-00-4, S. 9-21; Kirche, Wirtschaft, Gesellschaft: Schriftenreihe der Europäischen St.-Norbert-Stiftung; 1, 2008

**Lehrbücher**

**Wolff, Birgitta**

Interkulturelles Management - ein wichtiger ökonomischer Erfolgsfaktor. - Eschborn: Management Circle Verl.; IV, 59 S., 2008

**Buchbeiträge**

**Wolff, Birgitta**

Predigt beim Akademischen Gottesdienst am 28. April 2002 in der Wallonerkirche zu Magdeburg

In: Predigten der Magdeburger Akademischen Gottesdienste 2001 bis 2007. - Magdeburg: Univ., Evangel. Hochschulpfarramt, S. 51-56, 2008

**Wolff, Birgitta; Gunkel, Marjaana; Wenzke, Sebastian**

Effects of institutional frameworks on investments in human capital - a compariso of policies in Japan, Germany and the USA

In: Human resource management in aging societies. - Palgrave: Macmillan, ISBN 978-0-230-51545-1, S. 43-60, 2008

**Wolff, Birgitta; Gunkel, Marjaana; Wenzke, Sebastian**

Incentives for lifelong learning? - German institutions in comparison

In: Transformation in der Ökonomie. - Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verl., ISBN 978-3-8349-1058-5, S. 93-111, 2008

**Artikel in Kongressbänden**

**Schlägel, Christopher; Wolf, Birgitta**

Country-specific effects of reputation - a comparison of online auctions in Germany, the UK, and the U.S.

In: Proceedings of the IAMB 2008 Conference. - San Diego, insges. 5 S.; [Abstract unter URL](#)

Kongress: IAMB 2008; (San Diego): 2008.01.28-30

**Artikel in Fachzeitschriften der Industrie, Gesellschaften, Verbände etc.**

**Wolff, Birgitta; Lusk, Edward J. ; Gunkel, Matjaana**

Mitarbeitervergütung und -führung in China

In: Persorama. - Zürich: Verl. Persorama, 2, S. 40-45, 2008