

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	V
-------------------------------	---

Einleitung

Auf dem Weg zu wissenschaftlicher Leistung	1
<i>Manfred Schwaiger/Stephanie Starke</i>	

Teil A

Grundlegende Theorien für die betriebswirtschaftliche Forschung

Konstruktivistische Ansätze in der Organisationstheorie	15
<i>Andreas C. Schempp</i>	
Resource-Dependence-Ansatz	29
<i>Markus Brunner</i>	
Industrieökonomik und ihre Anwendung in der Betriebswirtschaft	41
<i>Florian Rothfuss</i>	
Der Ressourcenorientierte Ansatz	61
<i>Sophie Hieke</i>	
Kontingenztheorie	83
<i>Elisabeth Höhne</i>	
Die Diffusionstheorie	97
<i>Florian Mann</i>	
Die Transaktionskostentheorie	115
<i>Philipp Wiegandt</i>	
Principal-Agent-Theorie	131
<i>Stefanie Hochhold/Bernd Rudolph</i>	

Property-Rights-Theorie	147
<i>Armin Höll</i>	
Normative Entscheidungstheorie	161
<i>Matthias Lang</i>	
Deskriptive Entscheidungstheorie	177
<i>Astrid Langer / Wolf Rogowski</i>	
Die Prospect-Theorie	193
<i>Christina Wenig</i>	
Spieltheorie und ihre Anwendung in der BWL	207
<i>Florian Meyer</i>	
Motivationstheorien	225
<i>Verena Mayer</i>	
Gerechtigkeitstheorie	251
<i>Andreas Ostermaier</i>	
Attributionstheorie – Grundlagen, Entwicklung und Anwendungen in der BWL	269
<i>Florian Jodl</i>	
Die Selbstbestimmungstheorie	283
<i>Tizian Bonus</i>	
Soziale Netzwerktheorie	299
<i>Sophie Ahrens</i>	

Teil B

Qualitative Methoden für die betriebswirtschaftliche Forschung

Qualitative Forschung: Zwischen Wissenschaft und Kunst	317
<i>Anton Meyer / Ursula Raffelt</i>	

Visual Brand Research – Zur Leistungsfähigkeit visueller Forschungsmethoden	339
<i>Ursula Raffelt</i>	
Case Study Approach	359
<i>Fabian Göbel</i>	
Die Critical Incident Technique (CIT)	377
<i>Silke Bartsch/Nina Specht</i>	
Grounded Theory	401
<i>Anton Meyer/Fabian Göbel/Christian Blümelhuber</i>	

Teil C

Quantitative Methoden und methodische Fragestellungen für die betriebswirtschaftliche Forschung

Quantitative Forschung: Ein Überblick	419
<i>Manfred Schwaiger/Lorenz Zimmermann</i>	
Statistische Tests	439
<i>Jan Gertheiss/Gerhard Tutz</i>	
Einführung in die explorative Faktorenanalyse	455
<i>Richard Rinckenburger</i>	
Regressionsanalyse	477
<i>Dietmar Harhoff/Stefan Wagner</i>	
Einführung in die Varianzanalyse	491
<i>Richard Rinckenburger</i>	
Leitfaden zur Messung von Konstrukten	511
<i>Tara A. E. Ebert/Sascha Raithel</i>	
Einführung in die kovarianzbasierte Analyse von Strukturgleichungsmodellen mit latenten Variablen am Beispiel der LISREL-Software	541
<i>Sascha Raithel</i>	

Einführung in die varianzbasierte Strukturgleichungsmodellierung.
Grundlagen, Modellevaluation und Interaktionseffekte am Beispiel von
SmartPLS 573

Matthias P. Schloderer/Christian M. Ringle/Marko Sarstedt

Erfassung unbeobachteter Heterogenität in varianzbasierter
Strukturgleichungsmodellierung mit FIMIX-PLS 603

Marko Sarstedt/Christian M. Ringle

Nutzenmessung mit Hilfe der Conjoint-Analyse 629

Sebastian Fuchs

Stichwortverzeichnis 647

Auf dem Weg zu wissenschaftlicher Leistung

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag gibt einen ersten Einblick in wissenschaftstheoretische Strömungen, stellt verschiedene Typen wissenschaftlicher Publikationen vor und greift die aktuell unter dem Titel „Rigour versus Relevance“ intensiv geführte Diskussion über die mangelnde Praxisrelevanz hochrangig publizierter betriebswirtschaftlicher Forschungsbeiträge auf.

Inhaltsverzeichnis

1	Aller Anfang ist schwer ...	3
2	Eine Typologie wissenschaftlicher Arbeiten ...	3
2.1	Metastudie und narrativer Review ...	5
2.2	Konzeptionelle, modellierende und methodische Arbeiten ...	5
2.3	Empirische Arbeiten ...	6
3	Die Themenfindung ...	7

Prof. Dr. Manfred Schwaiger ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Vorstand des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dipl.-Hdl. Stephanie Starke ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Wirtschaftspädagogik an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Konstruktivistische Ansätze in der Organisations- theorie

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag soll einen Überblick über das Vorgehen konstruktivistischer Ansätze in der Organisationstheorie geben und die wichtigsten Richtungen auf diesem Gebiet vorstellen. Zu diesem Zweck wird als Einführung zunächst der Konstruktivismus im Verständnis einer Wissenschaftstheorie dargestellt. An diese Einführung schließt sich eine kurze Skizzierung des Paradigmawandels in der Organisationstheorie in jüngerer Zeit an. Danach werden in einer groben Unterscheidung drei verschiedene Felder der konstruktivistischen Organisationstheorie näher beleuchtet: Die sozial-konstruktivistische, die radikale (oder systemtheoretische) und die kognitive Richtung. Es wird jeweils darauf Wert gelegt, auch praktische Konsequenzen der konstruktivistischen Ansätze für die Organisationstheorie aufzuzeigen und den konstruktivistischen Beitrag auf diesem Gebiet somit möglichst umfassend zu würdigen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	17
2	Der konstruktivistische Blick auf die Organisationstheorie	17
2.1	Grundlagen des Konstruktivismus	17
2.2	Ein Paradigmawandel in der jüngeren Organisationstheorie	20
3	Die konstruktivistischen Herangehensweisen an die Organisationstheorie	21
3.1	Die sozial-konstruktivistische Variante	21
3.2	Die radikale (oder systemtheoretische) Variante	22
3.3	Die kognitive Variante	25
4	Der Beitrag konstruktivistischer Ansätze in Wissenschaft und Praxis	26

Resource-Dependence-Ansatz

Zusammenfassung

Der Resource-Dependence-Ansatz erklärt organisatorisches Verhalten vor dem Hintergrund kritischer Ressourcen, daraus entstehender Abhängigkeitsbeziehungen zur Unternehmensumwelt und Forderungen von Anspruchsgruppen. Die Aktivitäten und Handlungen sind dadurch stark eingeschränkt bis hin zur extremen Vorstellung einer vollständig extern kontrollierten Unternehmung. Der Ansatz bietet einen sehr umfassenden Überblick an Strategien, die zur Reduktion der Abhängigkeiten und somit der Umweltunsicherheit beitragen können. Dieser Beitrag liefert eine kompakte und dennoch detaillierte Darstellung des Resource-Dependence-Ansatzes, zeigt dessen Stärken und Anwendungsbereiche innerhalb der Wirtschaftswissenschaften auf und setzt sich kritisch mit seinen Schwächen und Defiziten auseinander.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	31
2	Grundlegende Kennzeichnung des Resource-Dependence-Ansatzes	31
2.1	Theoretische Grundlagen	31
2.2	Abhängigkeitsbeziehungen von Organisationen zu ihrer Umwelt	32
2.3	Möglichkeiten zur Charakterisierung der organisatorischen Umwelt	33
2.4	Externe Anspruchsgruppen und Forderungen an die Organisation	35
2.5	Organisatorische Strategien zur Einflussnahme auf Abhängigkeitsbeziehungen	36
3	Kritische Würdigung des Resource-Dependence-Ansatzes	37

Industrieökonomik und ihre Anwendung in der Betriebswirtschaft

Zusammenfassung

Die Industrieökonomik als volkswirtschaftliche Forschungsdisziplin beschäftigt sich mit der Interaktion zwischen Unternehmen und unvollkommenen Märkten. Nach einer kurzen Einführung in die Entwicklungsgeschichte des Ansatzes werden in diesem Beitrag die nach dem Verständnis der Industrieökonomik maßgeblichen Einflussfaktoren auf das Marktergebnis, die Marktform und die von den Unternehmen gewählte Strategie, diskutiert. Dabei werden die jeweils resultierenden Implikationen insbesondere aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive vorgestellt, interessante gesamtwirtschaftliche Ergebnisse werden jedoch ebenfalls erwähnt. Einer kritischen Würdigung der Industrieökonomik folgt eine Diskussion der Anwendung industriewirtschaftlicher Theorien und empirischer Methoden in der Betriebswirtschaft, mit der dieser Beitrag abschließt.

Inhaltsverzeichnis

1	Industrieökonomik – Begriff und Relevanz	43
2	Entwicklungsgeschichte der industrieökonomischen Forschung	43
3	Die grundlegenden Marktformen der Industrieökonomik	45
3.1	Das Polypol	46
3.1.1	Vollkommener Wettbewerb	46
3.1.2	Monopolistische Konkurrenz	47
3.2	Das Monopol	47
3.3	Das Oligopol	48
3.3.1	Mengenwettbewerb – COURNOT (1838)	48
3.3.2	Mengenwettbewerb – v. STACKELBERG (1934)	49
3.3.3	Preiswettbewerb – BERTRANDT (1883)	50
4	Strategien im Wettbewerb	50
4.1	Produktdifferenzierung	50
4.2	Forschung und Entwicklung/Innovation	51
4.3	Kollusion und Kooperation	52

4.4	Aufbau von Markteintrittsbarrieren	53
4.5	Weitere Strategien im Wettbewerb	53
5	Kritische Würdigung	53
6	Die Anwendung der Industrieökonomik in der Betriebswirtschaft	54

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Das SCP-Paradigma der Traditionellen Industrieökonomik	44
Abbildung 2:	Das modifizierte SCP-Paradigma der Neueren Industrieökonomik	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Das Stackelberg'sche Marktformenschema	46
------------	----------------------------------------------	----

Der Ressourcenorientierte Ansatz

Zusammenfassung

Seit seiner Einführung in die Literatur des strategischen Managements, Mitte des 20. Jahrhunderts, hat der Ressourcenorientierte Ansatz der Unternehmung große Aufmerksamkeit in der Forschung erlangt, nicht zuletzt da er ein Rahmenkonzept bietet, welches als Erklärungsansatz für nachhaltige strategische Wettbewerbsvorteile von Organisationen dient. Als Pendant zur Marktorientierten Sichtweise rückt hier die interne Analyse des Unternehmens als Bündel von Ressourcen in den Mittelpunkt. Eine unüberschaubare Anzahl an wissenschaftlichen Beiträgen in den letzten fünf Jahrzehnten hat dafür gesorgt, dass der Ressourcenorientierte Ansatz auch heute noch eine vorherrschende Stellung in der Forschung besitzt. Grund genug, diesem Theorieansatz einen eigenen Beitrag zu widmen, welcher sowohl über die historische Entwicklung als auch den aktuellen Stand empirischer Überprüfung einen groben Überblick geben wird.

Inhaltsverzeichnis

1	Warum sind Unternehmen erfolgreich?	63
2	Der Ressourcenorientierte Ansatz	63
2.1	Historische Wurzeln	64
2.2	Das VRIS-Rahmenkonzept (auch: VRIO)	65
2.3	Weiterentwicklungen des RBV	67
2.3.1	Knowledge-based View	67
2.3.2	Dynamic Capabilities Approach	68
3	Abgrenzung des Ressourcenorientierten Ansatzes	69
3.1	Neoklassische Mikroökonomik	69
3.2	Evolutionsökonomische Ansätze	70
3.3	Market-based View	71
4	Empirische Überprüfung des RBV	73
5	Anwendungsfelder des RBV in der Praxis	75
6	Darum sind Unternehmen erfolgreich	77

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: VRIS-Rahmenkonzept	66
Abbildung 2: Die Ursprünge der SWOT-Analyse	72

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Diffusion des RBV in der wissenschaftlichen Literatur	76
------------------------------------------------------------------------	----

Kontingenztheorie

Zusammenfassung

Bei der Kontingenztheorie handelt es sich um eine Organisationstheorie, deren Fokus auf der Untersuchung der formalen Organisationsstruktur liegt. Sie geht von der Annahme aus, dass die Effizienz einer Organisation von der Anpassung ihrer Strukturmerkmale an die Variablen abhängt, welche die Situation der Organisation reflektieren. Um die Effizienz der Organisation zu gewährleisten, muss die formale Struktur an die jeweilige Situation der Organisation angepasst werden. Die Situation wird dabei durch unterschiedliche Variablen wie z.B. die Größe und den Technologieeinsatz bestimmt. Die Organisationsstruktur wird durch die Kombination verschiedener Strukturdimensionen festgelegt. Obwohl die Kontingenztheorie häufig auf Kritik stößt, hat sie in der Vergangenheit ein hohes Maß an Verbreitung gefunden. Auch aktuelle Arbeiten basieren auf der Kontingenztheorie, z.B. um die Wirkung von Informations- und Kommunikationstechnologien auf die Produktivität eines Unternehmens zu erklären.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	85
2	Grundmodell der Kontingenztheorie	86
2.1	Formale Organisationsstruktur	86
2.1.1	Spezialisierung	87
2.1.2	Koordination	87
2.1.3	Konfiguration	87
2.1.4	Zentralisierung	88
2.1.5	Formalisierung	88
2.1.6	Zusammenhang zwischen den Strukturdimensionen	88
2.2	Situation der Organisation	88
2.2.1	Umwelt der Organisation	89
2.2.2	Organisationsgröße	89
2.2.3	Technologie	90
2.2.4	Verhalten der Organisationsmitglieder und Effizienz der Organisation	91
3	Kritische Reflexion der Kontingenztheorie	91
3.1	Endogene Kritik	92

3.2	Exogene Kritik	92
3.3	Die heutige Bedeutung der Kontingenztheorie	93
4	Fazit	94

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Grundmodell der Kontingenztheorie	86
--------------	-----------------------------------------	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Dimensionen der Organisationsstruktur	87
------------	---------------------------------------------	----

Die Diffusionstheorie

Zusammenfassung

Gegenstand der Diffusionstheorie im Bereich der Sozial-, Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaften ist die Beschreibung der Prinzipien denen die Verbreitung von Produkt- und Prozessinnovationen innerhalb eines sozialen Systems folgt. Es handelt sich bei der Betrachtung von Diffusionsprozessen um das lineare Aggregat individueller Adoptionsentscheidungen. Bei den Nachfragern kann es sich sowohl um Individuen als auch um Organisationen handeln. Damit besitzt die Diffusionstheorie besondere Relevanz für die strategische Planung, Produktentwicklung sowie Marketing und Technologiemanagement.

Dieser Beitrag führt in die vier Hauptbestandteile der Diffusionstheorie nach Rogers (Innovation, Kommunikation, Zeit und soziales System) ein und unterzieht die Theorie im Anschluss einer kritischen Evaluation.

Inhaltsverzeichnis

1	Ursprung und Geschichte der Diffusionstheorie	99
2	Die vier Elemente der Diffusionstheorie	99
2.1	Diffusion von Innovationen	100
2.2	Diffusion durch Kommunikation	102
2.3	Diffusion in der Zeit	104
2.4	Diffusion im sozialen System	107
3	Kritische Reflexion	108
3.1	Evaluation der Diffusionstheorie anhand der allgemeinen Wissenschaftsziele	108
3.2	Grenzen der Diffusionstheorie	109
3.3	Schlussbemerkung	111

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der Innovationsprozess i. w. S.	100
Abbildung 2: Direkte Prädiktoren der Adoptionsgeschwindigkeit	101
Abbildung 3: Darstellung des Kommunikationsprozesses	102
Abbildung 4: Hypodermic Needle Model vs. Two-Step Flow Model	104
Abbildung 5: Phasen im Innovations-Entscheidungs-Prozess	105
Abbildung 6: Fünf Adopter kategorien und S-Kurve der Diffusion	106

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erfüllung der Wissenschaftsziele durch die Diffusionstheorie	109
------------------------------------------------------------------------------	-----

Die Transaktionskostentheorie

Zusammenfassung

Die Transaktionskostentheorie ist eine Organisationstheorie, die dem Bereich der neuen Institutionenökonomie zuzuordnen ist. Sie beschäftigt sich mit den monetären Kosten, die bei der Durchführung von Transaktionen entstehen und versucht dadurch die Gründe der Existenz von Institutionen zu erklären. Untersuchungsgegenstand der Transaktionskostentheorie ist die individuelle Transaktion, wie sie in diversen Austauschbeziehungen zwischen spezifizierten Akteuren stattfindet. Die Transaktionskostentheorie ist eine einfache und präzise Theoriekonstruktion und stellt eine Erweiterung der Perspektive in der Erklärung organisatorischer Phänomene dar. Sie zeichnet sich durch einen hohen Erklärungsgehalt und das Aufzeigen eines allgemeinen Bezugsrahmens aus. Obwohl die Transaktionskostentheorie noch eine relativ junge Theorie ist und in weiten Teilen noch weiterentwickelt werden muss, hat sie vielfältige positive Beiträge zur Organisationsforschung und zu anderen Forschungsgebieten geleistet.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	117
1.1	Problemdarstellung	117
1.2	Aufbau der Arbeit	117
2	Aspekte der Transaktionskostentheorie	118
2.1	Transaktionen	118
2.2	Transaktionskosten	118
2.3	Verhaltensannahmen	120
2.4	Transaktionscharakteristika	120
2.5	Institutionelle Formen	122
2.6	Auswahl der effizientesten institutionellen Form	124
3	Kritische Würdigung der Transaktionskostentheorie	124
4	Schlussfolgerung	127

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Faktoren der Transaktionskostentheorie	119
Abbildung 2: Transaktionskosten der drei institutionellen Formen	125

Principal-Agent-Theorie

Zusammenfassung

Im Rahmen der Principal-Agent-Theorie als Teilgebiet der Neuen Institutionenökonomik sollen Probleme aufgezeigt und gelöst werden, die im Rahmen einer Leistungsbeziehung zwischen einem Auftraggeber, dem Principal und einem Auftragnehmer, dem Agenten, auftreten können. Problematisch ist eine Principal-Agent-Beziehung immer dann, wenn eine Partei besser informiert ist als die andere und gleichzeitig Interessenskonflikte zwischen den beiden Parteien bestehen und somit Agency-Kosten entstehen. Asymmetrische Informationen können bereits vor Vertragsabschluss über die Qualität der zu erbringenden Leistungen (Adverse Selection) oder nach Vertragsabschluss über die Handlungen der Vertragspartner (Moral Hazard) bestehen. Ziel der Principal-Agent-Theorie ist es, vertragliche oder anderweitige Vereinbarungen zu finden, um die Agency-Kosten zu minimieren. Im Falle von vorvertraglicher Qualitätsunsicherheit eignen sich Signalling- und Screening-Mechanismen, bei einer Moral Hazard-Problematik, Monitoring und Anreizverträge zur Reduktion von Agency-Kosten.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	133
2	Überblick über die Principal-Agent-Theorie	134
2.1	Die Principal-Agent-Theorie im Kontext der Neuen Institutionenökonomik	134
2.2	Informationsasymmetrie innerhalb einer Principal-Agent-Beziehung	135
2.3	Agency-Kosten im Rahmen der Principal-Agent-Beziehung	136
3	Darstellung vor- und nachvertraglicher Principal-Agent-Problematik	137
3.1	Adverse Selection als vorvertragliche Informationsasymmetrie	137
3.1.1	Auftreten von Adverse Selection	137
3.1.2	Reduktion von Adverse Selection	138
3.2	Moral Hazard als nachvertragliche Informationsasymmetrie	139
3.2.1	Auftreten von Moral Hazard	139
3.2.2	Reduktion von Moral Hazard	139
3.3	Anwendung der Principal-Agent-Theorie in der Kapitalmarktforschung	140
4	Würdigung der Principal-Agent-Theorie	142

Dipl.-Kffr. Stefanie Hochhold ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Kapitalmarktforschung und Finanzierung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Prof. Dr. Bernd Rudolph ist Lehrstuhlinhaber und Vorstand des Instituts für Kapitalmarktforschung und Finanzierung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Property-Rights-Theorie

Zusammenfassung

Die neoinstitutionalistische Property-Rights-Theorie beschäftigt sich mit der Analyse der Verteilung von Verfügungsrechten an Gütern auf Individuen und der resultierenden Anzeizeffekte auf das Handeln der Individuen. Die Theorie postuliert, dass unter allen möglichen Verfügungsrechteverteilungen stets diejenige gewählt werden sollte, die die Summe aus Wohlfahrtsverlusten und Transaktionskosten minimiert. Der vorliegende Beitrag fasst die grundlegenden Überlegungen und Erkenntnisse der Property-Rights-Theorie zusammen und gibt eine exemplarische Übersicht über Anwendungsgebiete der Theorie.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	149
2	Grundlagen der Property-Rights-Theorie	149
2.1	Kennzeichen der neoinstitutionalistischen Modellwelt	149
2.2	Untersuchungsgegenstand der Property-Rights-Theorie	150
2.3	Verfügungsrechteverteilungen und ihre Wirkung	151
2.4	Beschränkungen von Verfügungsrechten	152
2.5	Optimierung der Verteilung von Verfügungsrechten	153
3	Anwendungsgebiete der Property-Rights-Theorie	155
3.1	Ökonomische Theorie des Rechts	155
3.2	Untersuchung der Wirtschaftsgeschichte	155
3.3	Öffentliche Güter und externe Effekte	155
3.4	Theorie der Unternehmung	156
3.5	Wahl der optimalen Kapitalstruktur	156
3.6	Steuerung von Anreizen für das Unternehmensmanagement	157
3.7	Regulierung des Kapitalmarkts	158
4	Zusammenfassung	158

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Trade-off-Beziehung zwischen Wohlfahrtsverlusten durch externe Effekte und Transaktionskosten	154
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Normative Entscheidungstheorie

Zusammenfassung

In der normativen Entscheidungstheorie wird ausgehend von einigen wenigen Rationalitätspostulaten eine Theorie entwickelt, die es erlaubt Präferenzen und Entscheidungen formal abzubilden. Trotz der Vielfalt unterschiedlicher Entscheidungssituationen bietet die Entscheidungstheorie, insbesondere die Theorie des Erwartungsnutzens, die sich in diesem Bereich durchgesetzt hat, eine hohe Allgemeinheit. Jedoch ist es oft notwendig weitere Annahmen und Vereinfachungen einzuführen, um genaue Aussagen machen zu können. Dennoch stellt die normative Entscheidungstheorie die Grundlage der modernen Wirtschaftswissenschaften dar und daher ist jedem, der sich mit diesem Bereich beschäftigen will, ein grundlegendes Verständnis anzuraten. Damit können einfach Missverständnisse, insbesondere im Zusammenhang mit dem Begriff „Nutzen“, vermieden werden. Trotz ihrer langen Tradition ist die normative Entscheidungstheorie nach wie vor ein aktives Forschungsfeld.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	163
2	Grundmodell der Entscheidungstheorie	163
3	Formale Abbildung der Entscheidungslogik	164
4	Axiomatisierung des Erwartungsnutzens	167
5	Eigenschaften des Erwartungsnutzens	169
6	Kritikpunkte	170
7	Anwendung der Entscheidungstheorie	172
8	Zusammenfassung	175

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung der Versicherungsentscheidung	173
Abbildung 2: Aufteilung der Risiken	174

Deskriptive Entscheidungstheorie

Zusammenfassung

Gegenstand dieses Beitrags ist die deskriptive Entscheidungstheorie. Zunächst wird in der Einführung eine Abgrenzung zwischen dem deskriptiven Ansatz und der normativen Theorie der Entscheidungsforschung unternommen. Des Weiteren wird die Bedeutung der Entscheidungstheorie für die Betriebswirtschaftslehre herausgestellt. Im Hauptteil wird auf deskriptive Entscheidungsmodelle sowie Präferenztheorien, wie Regret- und Disappointment-Theorie, näher Bezug genommen. Als Ausgangspunkt der Darstellung deskriptiver Modelle dienen verhaltenswissenschaftliche Hypothesen der Diskussion solcher Modelle, wobei insbesondere auf den Problembereich „kognitiver Stress und Suchverhalten“ und der damit verbundenen Strategien der Informationsverarbeitung (Heuristiken) und der Vereinfachung des Entscheidungsproblems (Inkrementalanalyse) abgehoben wird. Daneben wird das aufbau- bzw. ablauforientierte Grundmodell der deskriptiven Entscheidungstheorie vorgestellt.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung in die Entscheidungstheorie	179
1.1	Abgrenzung zwischen normativer und deskriptiver Entscheidungstheorie	179
1.1.1	Normative Entscheidungstheorie	179
1.1.2	Deskriptive oder empirisch-kognitive Entscheidungstheorie	179
1.2	Relevanz der Entscheidungstheorie für die Betriebswirtschaftslehre	181
2	Deskriptive Entscheidungstheorie	182
2.1	Entscheidung mit begrenzter Rationalität	182
2.1.1	Verhaltenswissenschaftliche Hypothesen der Diskussion deskriptiver Entscheidungsmodelle	183
2.1.2	Heuristiken oder Phänomene des Entscheidungsverhaltens	183
2.1.3	Inkrementalanalyse – die Strategie des „Muddling Through“	185
2.1.4	Aufbau- bzw. ablauforientierte Grundmodelle der deskriptiven Entscheidungstheorie	186
2.2	Deskriptive Präferenztheorien	186

Dipl.-Kffr. Astrid Langer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Gesundheitsökonomie und Management im Gesundheitswesen an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dr. oec. publ. Wolf Rogowski ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Gesundheitsökonomie und Management im Gesundheitswesen am Helmholtz Zentrum München – Deutsches Forschungszentrum für Gesundheit und Umwelt.

2.2.1	Disappointment-Theorie oder Theorie der Enttäuschung	187
2.2.2	Regret-Theorie oder Theorie des Bedauerns	187
3	Diskussion	188
4	Ausblick	189

Die Prospect-Theorie

Zusammenfassung

Zahlreiche entscheidungstheoretische Ansätze widmen sich dem Problem, dass das tatsächlich beobachtbare Entscheidungsverhalten den Annahmen der von Neumann-Morgenstern-Erwartungsnutzentheorie häufig widerspricht. Die von KAHNEMAN/TVERSKY (1979) entwickelte Prospect-Theorie stellt einen sehr prominenten Ansatz dar diese Beobachtungen zu systematisieren, der in diesem Abschnitt detailliert vorgestellt werden soll. Sie beschreibt einerseits, dass Entscheidungen ausgehend von einem Referenzpunkt getroffen werden, und andererseits, dass Verluste stärker gewichtet werden als Gewinne. Ferner wird gezeigt, dass die oft zugrunde gelegte Annahme der Risikoaversion nur im Gewinnbereich zutrifft, im Verlustbereich hingegen Risikofreude beobachtet werden kann. Die Prospect-Theorie fand bereits in zahlreichen Forschungsgebieten Anwendung. Insgesamt handelt es sich um einen sehr ergiebigen Theorieansatz, der einige Defizite bestehender Ansätze beheben und damit die Entscheidungstheorie weiter fundieren konnte.

Inhaltsverzeichnis

1	Die Erwartungsnutzentheorie	195
2	Zentrale Erkenntnisse und Aussagen der Prospect-Theorie	196
2.1	Empirische Untersuchung des Entscheidungsverhaltens	196
2.2	Die Phasen der Entscheidungsfindung	198
2.3	Die Funktionen der Prospect-Theorie	199
3	Weiterentwicklung: die kumulative Prospect-Theorie	201
4	Anwendungsbereiche	202
5	Kritikpunkte und empirische Überprüfung	203
6	Fazit	204

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entscheidungsbäume zur Darstellung des Isolationseffektes	197
Abbildung 2: Funktionsverlauf einer Bewertungsfunktion in der Prospect-Theorie	200
Abbildung 3: Wahrscheinlichkeitsgewichtungsfunktion in der Prospect-Theorie	200

Spieltheorie und ihre Anwendung in der BWL

Zusammenfassung

Im Gegensatz zur (individuellen) Entscheidungstheorie bildet die Spieltheorie interpersonale Entscheidungssituationen ab und berücksichtigt damit explizit die strategische Interaktion mehrerer beteiligter Parteien. Der folgende Beitrag stellt einige der wichtigsten Grundbegriffe der nicht-kooperativen Spieltheorie vor. Der Fokus liegt auf Spielen mit vollständiger Information. Anhand des Gefangenendilemmas werden erste Ansatzpunkte für eine Anwendung in der Betriebswirtschaftslehre thematisiert. Beispiele für weitere Anwendungsmöglichkeiten sowie Literaturangaben für ein vertieftes Literaturstudium erleichtern den Einstieg in die Anwendung spieltheoretischer Konzepte auf betriebswirtschaftliche Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	209
2	Grundlagen eines Spiels	209
3	Statische Spiele mit vollständiger Information	211
3.1	Die Normalform	211
3.2	Nash-Gleichgewichtskonzept	211
3.3	Gemischte Strategien	212
3.4	Multiple Gleichgewichte	213
3.5	Das Gefangenendilemma	213
4	Dynamische Spiele mit vollständiger Information	214
4.1	Extensive Form und Rückwärtsinduktion	215
4.2	Informationsmenge und teilspielperfektes Gleichgewicht	216
4.3	Marktzutrittsspiel	217
4.4	Überwindung des Gefangenendilemmas	217
5	Ausblick: Spiele mit unvollständiger Information	218
6	Anwendung in der Betriebswirtschaftslehre	220
7	Kritik	222
8	Ansatzpunkte für weitere Studien	222

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Normalform eines Spiels mit zwei Spielern	211
Abbildung 2: Eindeutiges Nash-Gleichgewicht in reinen Strategien	212
Abbildung 3: Eindeutiges Nash-Gleichgewicht in gemischten Strategien	212
Abbildung 4: Multiple Nash-Gleichgewichte	213
Abbildung 5: Normalform des Gefangenendilemmas	214
Abbildung 6: Extensive Form des abgewandelten Battle of the Sexes	215
Abbildung 7: Extensive Form eines statischen Spiels	216
Abbildung 8: Extensive Form des Markteintrittsspiels	217
Abbildung 9: Extensive Form eines abgewandelten Markteintrittsspiels	219
Abbildung 10: Statisches Spiel mit unvollständiger Information	219
Abbildung 11: Extensive Form des Markteintrittsspiels bei unvollständiger Information	220

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anwendungsmöglichkeiten der Spieltheorie in der Betriebswirtschaftslehre	221
-----------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Motivationstheorien

Zusammenfassung

Motivation spielt in allen Bereichen, in denen Menschen Aktivitäten und Tätigkeiten ausüben, eine Rolle. Nicht nur für die Psychologie ist deshalb Motivation von Interesse, sondern ebenso für Disziplinen wie die Betriebswirtschaft. In dem vorliegenden Beitrag wird aus diesem Grund Motivation aus verschiedenen theoretischen Perspektiven erörtert und auf unterschiedlichen Theorien zurückgeführt. Diese Theorien bilden unter anderem eine mögliche Basis für wissenschaftliche Forschungsarbeiten. Nach der Klärung und Einordnung der wesentlichen Begrifflichkeiten werden die einschlägigen Motivationstheorien in einem ersten Schritt klassifiziert, vorgestellt und schließlich kritisch beleuchtet. Zuletzt wird die Relevanz der Motivationsforschung für die Betriebswirtschaft gezeigt.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	227
2	Begriffliche Grundlagen	227
2.1	Das menschliche Verhalten	227
2.2	Bedürfnis und Motiv	228
2.3	Motivation	229
3	Ausgewählte Motivationstheorien	230
3.1	Klassifizierung und Einordnung der Theorien	230
3.2	Inhaltstheorien	230
3.2.2	Die ERG-Theorie von Alderfer	232
3.2.3	Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg	234
3.2.4	McClellands Theorie der gelernten Bedürfnisse	235
3.2.5	Gegenüberstellung und kritische Würdigung der Inhaltstheorien	236
3.3	Prozesstheorien	237
3.3.1	Die Erwartungstheorie von Vroom	237
3.3.2	Die Motivationstheorie von Porter und Lawler	239
3.3.3	Die Equitytheorie von Adams	240
3.3.4	Abschließende Beurteilung der Prozesstheorien	241
3.4	Gemischte Theorien	241

3.4.1	Das erweiterte Motivationsmodell von Heckhausen und Heckhausen . . .	241
3.4.2	Die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan	242
3.4.3	Die Flow-Theorie nach Csikszentmihalyi	244
3.4.4	Abschließende Beurteilung der gemischten Theorien	245
4	Relevanz von Motivationstheorien für die Betriebswirtschaft	245

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Determinanten des Verhaltens	228
Abbildung 2:	Motivation im Handlungsablauf	230
Abbildung 3:	Bedürfnispyramide nach Maslow	231
Abbildung 4:	Alderfers ERG-Theorie	233
Abbildung 5:	Herzbergs Motivatoren und Hygienefaktoren im Überblick	235
Abbildung 6:	Gegenüberstellung der Inhaltstheorien	237
Abbildung 7:	Motivationsmodell nach Vroom	238
Abbildung 8:	Motivationsmodell von Porter und Lawler	239
Abbildung 9:	Erweitertes Handlungsmodell nach Heckhausen/Heckhausen	242
Abbildung 10:	Das Selbstbestimmungs-Kontinuum nach Deci und Ryan	243
Abbildung 11:	Das Flow-Modell von Csikszentmihalyi	245
Abbildung 12:	Stakeholdergruppen und -ziele einer Organisation	246

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zusammenhang zwischen Grundmotiv und empfohlenem Berätigungsfeld . . .	236
------------	------------------------------------------------------------------------	-----

Gerechtigkeitstheorie

Zusammenfassung

Der folgende Beitrag bietet einen Überblick über die Auseinandersetzung mit dem Thema Gerechtigkeit in der Wirtschaftswissenschaft. Er beschränkt sich auf Fragen der Verteilungsgerechtigkeit, wie sie sich bei Allokation und (Re-)Distribution notwendigerweise erheben und in der Wirtschaftswissenschaft diskutiert werden.

Es wird zwischen der Verteilung auf gesellschaftlicher Ebene einerseits und zwischen Individuen andererseits unterschieden. Diese Trennung verläuft im Kern entlang derer zwischen dem wohlfahrtsökonomischen Ansatz und dem sog. *Axiomatic Bargaining Approach*. Beide Ansätze werden dargestellt und ihre normativen Implikationen ausgewiesen.

Der Beitrag schließt mit einer kritischen Würdigung des wohlfahrtsökonomischen und des Verhandlungsansatzes, indem er diese beiden utilitaristischen Konzepte zu anderen in Bezug setzt und insbesondere auf die Problematik des Nutzenbegriffs eingeht. Er weist abschließend auf das Potenzial des Forschungsfeldes der Gerechtigkeitstheorie für die Wirtschaftswissenschaft hin.

Inhaltsverzeichnis

1	Gerechtigkeit in der Wirtschaftswissenschaft	253
2	Verteilungsgerechtigkeit in der Gesellschaft	254
2.1	Die Nutzenmöglichkeitenmenge	254
2.2	Die soziale Wohlfahrtsfunktion	255
3	Verteilungsgerechtigkeit zwischen Individuen	258
3.1	Gerechtigkeit als Aufteilung der Kooperationsrente	258
3.2	Der „Axiomatic Bargaining Approach“	259
3.3	Die Wahl des „Threat Point“	262
4	Kritische Würdigung beider Ansätze	263
4.1	Nutzen vs. „berechtigte Ansprüche“	263
4.2	Die Problematik des Nutzenbegriffs	265
5	Chancen wirtschaftsethischer Forschung	266

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nutzenmöglichkeitsraum	255
Abbildung 2: SWF und soziale Optima I	257
Abbildung 3: SWF und soziale Optima II	258
Abbildung 4: Verhandlungslösung I	261
Abbildung 5: Verhandlungslösung II	262
Abbildung 6: Wahl des Threat Point	263

Attributionstheorie – Grundlagen, Entwicklung und Anwendungen in der BWL

Zusammenfassung

Die Attributionstheorie ist eine psychologische Theorie, die sich mit den Ursachenzuschreibungen, die Individuen vornehmen, beschäftigt. Wenn Individuen versuchen, beobachtetes Verhalten von anderen Menschen zu verstehen, stellen sie implizit die Frage: „Warum?“. Sie gehen wie *naïve Wissenschaftler* vor. Die Attributionstheorie bietet eine Reihe von Ansätzen, diese psychologischen Prozesse zu verstehen. Zentral ist dabei die Unterscheidung von internen und externen Ursachen, Ursachen die in der Person oder der Situation liegen, und eine Reihe von Fehlern in der Ursachenzuweisung, wie z.B. der *fundamentale Attributionsfehler*, das konsequente Unterschätzen von situativen Einflüssen auf das Verhalten anderer. Der Artikel gibt einen Überblick über grundlegende Ansätze und Forschungsergebnisse im Rahmen der Attributionstheorie und beleuchtet die Anwendung der Theorie im Rahmen der Betriebswirtschaftslehre.

Inhaltsverzeichnis

1	Hinführung	271
1.1	Erste Definition der Attributionstheorie	271
1.2	Zielsetzung	271
2	Entwicklung der Attributionstheorie	272
2.1	Der Mensch als naiver Forscher – Die Attributionstheorie von Fritz Heider	272
2.2	Die korrespondierende Schlussfolgerung von Jones und Davis	273
2.3	Modellierung der Theorie – Das Kovariationsprinzip von Kelley	273
2.4	Bems Theorie der Selbstwahrnehmung	274
2.5	Die Erforschung von Attributionsfehlern	274
2.5.1	Der fundamentale Attributionsfehler	274
2.5.2	Die Akteur-Beobachter-Divergenz	275
2.5.3	Weitere Fehler im Kontext der Attributionstheorie	275
3	Verortung und Würdigung der Attributionstheorie	276
3.1	Attributionstheorie als fundamentale Theorie der Sozialpsychologie	276
3.2	Fruchtbarkeit der Attributionstheorie für Bereiche der Psychologie	277
3.3	Anwendungen der Attributionstheorie in der Betriebswirtschaftslehre	277

3.3.1	Organisational Behavior	277
3.3.2	Konsumentenpsychologie	278
4	Schlussbetrachtung	279

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verhaltenswirksamkeit der Attribution	278
--------------	---------------------------------------------	-----

Die Selbstbestimmungstheorie

Zusammenfassung

Die Selbstbestimmungstheorie ist eine Selbsttheorie, die das Wachstum und die Entwicklung der Persönlichkeit untersucht. Zentral für die Theorie ist die Untersuchung der Motivation von menschlichen Handlungen. Die Theorie stützt sich dabei auf das Konzept von drei grundlegenden Bedürfnissen (Autonomie, Kompetenz und Beziehungen), deren Befriedigung mit positiven Ergebnissen für die Motivation und die persönlichen Entwicklung in Verbindung gebracht werden. Im Gegensatz zu anderen Theorien der Motivation beschränkt sich die Selbstbestimmungstheorie nicht darauf, das Erleben von intrinsischer Motivation zu beschreiben, sondern bietet eine funktionale Erklärung für das Zustandekommen und die Bevorzugung von intrinsisch motivierten Aktivitäten. Die Theorie findet heute vor allem im pädagogischen Umfeld Anwendung, hat durch die Erklärung der Zusammenhänge zwischen Bedürfnisbefriedigung und Motivation jedoch ebenfalls eine hohe potentielle Relevanz im organisatorischen Umfeld.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	285
2	Minitheorien der Selbstbestimmungstheorie	286
2.1	Theorie der kognitiven Evaluation	286
2.1.1	Bedürfnisse und intrinsische Motivation	286
2.1.2	Unterminierung der intrinsischen Motivation	287
2.1.3	Kritische Würdigung	288
2.2	Theorie der organismischen Integration	289
2.2.1	Selbstbestimmung extrinsisch motivierten Verhaltens	289
2.2.2	Internalisation und Integration von externen Regulationen	289
2.2.3	Kritische Würdigung	290
2.3	Theorie der kausalen Orientierung	291
2.3.1	Persönliche Orientierungen und Einstellungen	291
2.3.2	Kritische Würdigung	292
2.4	Theorie der grundlegenden Bedürfnisse	292
2.4.1	Auswirkungen der grundlegende Bedürfnisse auf das Wohlbefinden ..	292

2.4.2	Kritische Würdigung	293
3	Praktische Bedeutung der Selbstbestimmungstheorie	293
4	Schlussbetrachtung	294

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Konzeptioneller Aufbau der Selbstbestimmungstheorie	286
Abbildung 2:	Unterschiedliche Formen der Regulation	290

Soziale Netzwerktheorie

Zusammenfassung

Soziale Netzwerke sind Gefüge von konkreten oder abstrakten Akteuren, die durch Beziehungen miteinander verbunden sind. Kern der sozialen Netzwerktheorie ist die Wirkung von sozialen Netzwerken auf individuelles Handeln und die Entstehung, sowie Veränderung, von sozialen Netzwerken durch individuelles Handeln. Die untersuchten Fragestellungen beinhalten beispielsweise die Identifikation von Meinungsführern in einem Netzwerk, die Untersuchung des Sinngehalts der eine Beziehung zwischen Akteuren konstituiert und von Innovationsprozessen in Netzwerken. Die soziale Netzwerktheorie differenziert sich in methodisch orientiert und theorieorientiert. Methodische Netzwerkforschung (Netzwerkanalyse) beschäftigt sich mit der formalen, mathematischen Beschreibung von sozialen Netzwerken. Zur zweiten Richtung gehören sowohl soziologische Theorien, die als Basen herangezogen werden um soziale Netzwerke zu untersuchen, als auch eigene, aus der sozialen Netzwerkforschung entstandene, Theorien. In dem Beitrag wird die soziale Netzwerktheorie aus methodischer und theoretischer Sicht aufgearbeitet und ihre Leistungsfähigkeit erörtert.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	301
2	Die Netzwerkanalyse als Methode der sozialen Netzwerkforschung	303
2.1	Anwendungsbereich	303
2.2	Instrumentarium der Netzwerkanalyse	304
3	Theoriediskussion	307
3.1	Theoretische Basen der sozialen Netzwerkforschung	307
3.1.1	Austauschtheorie	308
3.1.2	Handlungstheorie	308
3.1.3	Rollentheorie	309
3.1.4	Balancetheorie	309
3.1.5	Systemtheorie	309
3.1.6	Strukturalismus	309
3.2	Aus der sozialen Netzwerkforschung entstandene Theorien	310
3.2.1	Strength of Weak Ties (vgl. GRANOVETTER 1973)	310
3.2.2	Embeddedness (vgl. GRANOVETTER 1985)	311

3.2.3	Structural Holes (vgl. BURT 1992)	311
3.2.4	Actor-Network-Theory (vgl. LATOUR 1990)	311
4	Leistungsfähigkeit der sozialen Netzwerktheorie	311

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Datentypen und Analyseverfahren der Netzwerkanalyse	303
Abbildung 2:	Analyseebenen und -ansätze der Netzwerkanalyse	304
Abbildung 3:	Königsberger Brückenproblem	305
Abbildung 4:	Theoretische Basen der sozialen Netzwerkforschung	308
Abbildung 5:	Mikro- und makrosoziologische Perspektive der Netzwerkforschung	310

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Grundbegriffe der Netzwerkanalyse	306
------------	-----------------------------------------	-----

Qualitative Forschung: Zwischen Wissenschaft und Kunst

Zusammenfassung

Qualitative Forschungsmethoden haben in der betriebswirtschaftlichen Forschung nach wie vor eine gewisse Außenseiterposition. Ihr Anteil übersteigt in wissenschaftlichen Publikationen kaum die Zehn-Prozent-Marke. Gleichzeitig ist eine gewisse Stagnation in der Theorieentwicklung festzustellen. Vielfach konzentrieren sich quantitative empirische Studien auf die Analyse eng abgesteckter Zusammenhänge sowie Moderatoren- und Mediatorenbeziehungen. Der Erkenntnisbeitrag entsprechender Veröffentlichungen ist deshalb oft punktuell. An dieser Stelle können qualitative Methoden – bedingt durch ihre Verortung im Entdeckungszusammenhang – einen wertvollen Beitrag leisten und helfen, neue Sinnzusammenhänge aufzudecken. Im Rahmen dieses Artikels werden qualitative Methoden vorgestellt, die Philosophie und wissenschaftlichen Grundpositionen qualitativer Forschung (in Abgrenzung zu quantitativer Forschung) diskutiert und die Potentiale einer systematischen, intersubjektiv-nachvollziehbaren Forschung für den wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt aufgezeigt. Abschließend wird dargestellt, wie sich die (lange Zeit gepflegten) Grabenkämpfe zwischen quantitativen und qualitativen „Lagern“ in einem integrierten Forschungsprozess auflösen.

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzcharakteristik: Zum Verständnis qualitativer Marketingforschung	319
2	Meine Welt, Deine Welt? Verhältnis qualitativer und quantitativer Forschung	324
3	Insellösung? Stellenwert qualitativer Marketingforschung	328
4	Eine Welt! Integration in ein ganzheitliches Forschungskonzept	333

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Vorstand des Instituts für Marketing an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dipl.-Kffr. Ursula Raffelt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Marketing an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: 13 Säulen qualitativen Denkens	320
Abbildung 2: Übersicht zu Interoderreliabilitäten	323
Abbildung 3: Paradigmen sozialwissenschaftlicher Forschung	325
Abbildung 4: Anteil empirischer Studien in Marketing-Journals	331
Abbildung 5: Anteil qualitativer Studien in Marketing-Journals	332
Abbildung 6: Datenkonversion quantitativer und qualitativer Forschung	334
Abbildung 7: Forschungsprozess in zwei Phasen	334
Abbildung 8: Integration qualitativer und quantitativer Methoden	335

Visual Brand Research – Zur Leistungsfähigkeit visueller Forschungsmethoden

Zusammenfassung

Ursprünglich in Soziologie, Anthropologie und Psychologie beheimatet, halten visuelle Forschungszugänge seit Mitte der 90er Jahre nicht nur Einzug in Marktforschungsinstitute, sondern erfahren auch aus wissenschaftlicher Perspektive, insbesondere im Bereich der Markenforschung, zunehmend Aufmerksamkeit. Begründet in einem vom Konstruktivismus geprägtem Weltbild, tragen sie dem wirkungsorientierten Markenverständnis Rechnung, welches die Subjektivität von Enkodierung, Speicherung und Abruf von Markenwissen postuliert. Der folgende Artikel legt zunächst basierend auf Erkenntnissen der Gedächtnispsychologie, der Soziologie und der Markenforschung die Notwendigkeit für visuelle Forschungsmethoden dar. Im Anschluss erfolgt ein grundlegender Überblick über visuelle Forschungsmethoden in Wissenschaft und Praxis, welche in einer kritischen Diskussion der Leistungsfähigkeit visueller Forschung mündet. Im Fokus steht dabei das Collagungsverfahren.

Inhaltsverzeichnis

1	Ein Plädoyer für visuelle Markenforschung	341
1.1	Denken in Bildern: Beitrag der Gedächtnispsychologie	342
1.2	Die Marke als Vorstellungsbild: Beitrag der Markenforschung	344
1.3	Das konstruktivistische Weltbild: Beitrag der Philosophie	345
1.4	Postmoderne Welten: Beitrag der Soziologie	345
2	Visuelle Methoden der Markenforschung	346
2.1	Status Quo und Systematisierung	346
2.2	Marken(bilder) als Collagen: ein Beispiel für visuelle Forschung	348
2.3	Die Qualität visueller Forschung	351
3	Leistungsfähigkeit visueller Markenforschung	352
4	Zusammenfassung und Ausblick	353

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Methoden zur Messung von Markenwissen	347
Abbildung 2: Qualitativ-visuelle Methoden zur Erfassung von Markenwissen	348
Abbildung 3: Beispielcollagen v.l.n.r. Freie Collage vs. Classic (Zeitschriftenset) vs. Classic (Bilderset)	350
Abbildung 4: Markendimensionen empirisch und konzeptionell im Vergleich	351

Case Study Approach

Zusammenfassung

Der Case Study Approach zählt neben dem „klassischen“ qualitativen Interview zu den am häufigsten eingesetzten Forschungsmethoden in der qualitativen Marketingforschung. Trotzdem fristet er vor dem Hintergrund der vorherrschenden Dominanz quantitativer Forschungszugänge ein Schattendasein in wissenschaftlichen Publikationen, insbesondere im deutschsprachigen Raum. Der vorliegende Beitrag versteht sich als Plädoyer für mehr qualitative Forschung und beinhaltet neben wissenschaftstheoretischer Verortung eine anwendungsorientierte und umsetzungsnahe Anleitung für den geeigneten Forscher. Dabei werden neben Forschungsdesign, Vorgehensweise, einsetzbaren Methoden im Rahmen des Ansatzes und Gütekriterien auch insbesondere Erfolgsfaktoren für die praktische Umsetzung und Aufbereitung der Ergebnisse aufgearbeitet. Der Beitrag liefert somit einen Einstieg in die Anwendung dieser Methodik und beleuchtet den Beitrag, welchen der Ansatz zum wissenschaftlichen und praktischen Erkenntnisgewinn leisten kann.

Inhaltsverzeichnis

1	Problemstellung und Disposition	361
2	Case Study Approach	361
2.1	Einordnung des Case-Study-Approach als Forschungsansatz und Definition	361
2.2	Definition und Vorgehensweise	363
2.3	Grundlegendes Forschungsdesign im Case Study Approach	363
2.4	Ablauf und Vorgehensweise	366
3	Das qualitative Interview als zentrale Methodik der Datenerhebung im Rahmen des Case Study Approach	369
3.1	Definition und Abgrenzung	369
3.2	Besonderheiten bei Planung und Ablauf von Experteninterviews	370
4	Gütekriterien im Rahmen des Case Study Approach	371
4.1	Konstruktvalidität	371
4.2	Interne Validität	372
4.3	Externe Validität	373
4.4	Reliabilität	373
5	Erfolgsfaktoren und Stolpersteine bei der Durchführung	374
6	Schlussbetrachtung	375

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorgehensweisen zur Theorieprüfung und -bildung	362
Abbildung 2: Forschungsdesigns im Rahmen des Case Study Approach	364
Abbildung 3: Vorgehensmodell im Rahmen des Case Study Approach	367

Die Critical Incident Technique (CIT)

Zusammenfassung

Die Critical Incident Technique (CIT), auch bekannt als Methode der kritischen Ereignisse, ist seit dem grundlegenden Artikel von Flanagan vor über 50 Jahren eine in verschiedenen Disziplinen eingesetzte qualitative Methode zur Exploration und Erklärung spezifischer Phänomene. Die durch Beobachtung oder im Interview gewonnenen Daten aus den kritischen – d.h. besonders positiven oder negativen – Ereignissen, werden mittels Inhaltsanalyse ausgewertet. Dadurch ist es möglich, relevante Treiber für die zu untersuchenden Phänomene zu identifizieren. Um ein umfassendes Verständnis für die Methode und deren Anwendungsmöglichkeiten zu schaffen, werden im folgenden Beitrag die methodischen Grundlagen der CIT sowie der Inhaltsanalyse dargestellt und an einem Beispiel erläutert.

Inhaltsverzeichnis

1	Critical Incident Technique (CIT)	379
1.1	Grundlagen der CIT	380
1.2	Methodische Vorgehensweise der CIT	382
2	Inhaltsanalyse	386
2.1	Grundlagen der Inhaltsanalyse	386
2.2	Theoretische Vorgehensweise der Inhaltsanalyse	387
2.3	Durchführung der Inhaltsanalyse an einem Beispiel	389
2.3.1	Güte der inhaltsanalytischen Auswertung	391
2.3.2	Darstellung der Ergebnisse der Datenauswertung	394
3	Kritische Würdigung und Ausblick	395

Grounded Theory

Zusammenfassung

Die Soziologen Glaser und Strauss beschäftigten sich mit einer der elementarsten Fragen der Wissenschaft, wie neue Theorien gefunden werden können. In der heutigen Zeit scheint ein systematisches, methodisches Vorgehen zur Entdeckung von Theorien bzw. theoretischer Aussagen in vielen wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen, angesichts der Dominanz von Anstrengungen im Begründungs- und Verwendungszusammenhang von (oftmals bereits betagten) Theorien, notwendiger denn je. In wissenschaftlichen Publikationen fristen induktiv-theoriebildende Studien mittels Grounded Theory immer noch ein Schattendasein. Dies mag an der anfänglichen Komplexitätsbarriere liegen, die es zu überwinden gilt. Grounded Theory ist eine Kunstlehre, weshalb keine allgemein anerkannte Vorgehensweise existiert, die rezeptartig erlernt werden kann. An dieser Stelle setzt dieser Beitrag an und möchte dem geeigneten Forscher zunächst die Grundlagen sowie die charakteristischen Merkmale dieses qualitativen Ansatzes näherbringen, um darauf aufbauend auf Erfolgsfaktoren und Stolpersteine, insbesondere im Rahmen wissenschaftlicher Publikationen, einzugehen.

Inhaltsverzeichnis

1	Zum Status Quo der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung	403
2	Grounded Theory – Grundlagen und Vorgehensweise	404
	2.1 Komparative Analyse	406
	2.2 Kodieren	406
	2.3 Theoretisches Sampling	407
3	Tipps und Tricks auf dem Weg zur Theoriebildung	410
4	Schlussbetrachtung	413

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Klassifizierung empirischer Arbeiten nach Art des theoretischen Beitrags . .	404
Abbildung 2: Ablaufmodell gegenstandsbezogener Theoriebildung	405
Abbildung 3: Unterschiedliche Herangehensweisen an theoriebildende Forschung	410

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vorbildliche Publikationen der Grounded Theory-Forschung	412
-------------------------------------------------------------------------------	-----

Quantitative Forschung: Ein Überblick

Zusammenfassung

Quantitative Forschungsmethoden beschreiben und untersuchen reale Zusammenhänge in numerischer Form. Sie finden weite Verbreitung in betriebswirtschaftlicher Forschung und unternehmerischer Praxis.

Im Rahmen dieses Artikels werden zunächst grundlegende Eigenschaften quantitativer Forschungsmethoden betrachtet, resultierende Vorteile herausgearbeitet und geeignete Einsatzmöglichkeiten aufgezeigt. Anschließend werden alternative Strukturierungsmöglichkeiten der quantitativen Verfahren erläutert und die wichtigsten quantitativen Analysemethoden – unterteilt in strukturentdeckende und -prüfende Verfahren – vorgestellt.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen und Abgrenzung quantitativer Methoden	421
1.1	Merkmale quantitativer Methoden	421
1.2	Grundlagen des Einsatzes quantitativer Methoden	422
1.3	Ansätze zur Typologisierung der einzelnen Methoden	423
2	Strukturentdeckende Verfahren	425
2.1	Clusteranalyse	425
2.2	Multidimensionale Skalierung	426
2.3	Korrespondenzanalyse	427
2.4	(Explorative) Faktorenanalyse	428
2.5	Data Mining-Techniken	428
3	Strukturprüfende Verfahren	431
3.1	Regressionsanalyse	431
3.2	Varianzanalyse und Kovarianzanalyse	431
3.3	Diskriminanzanalyse	432
3.4	Kreuztabellierung und Kontingenzanalyse	433
3.5	Strukturgleichungsmodelle	433
3.6	Conjoint-Analyse	434

Prof. Dr. Manfred Schwaiger ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Vorstand des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dipl. oec. Lorenz Zimmermann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Statistische Tests

Zusammenfassung

Statistische Tests sind ein zentrales Instrument der quantitativen Analyse. Sind die mit einer empirischen Studie verbundenen Fragestellungen einmal in konkreten statistischen Hypothesen formuliert, ermöglicht der Einsatz geeigneter Testverfahren eine Entscheidungsfindung über das Vorliegen oder Nichtvorliegen der interessierenden Effekte. Die Testverfahren sind dabei so konstruiert, dass die Wahrscheinlichkeit einen Effekt für real zu halten, der tatsächlich nicht vorhanden ist, durch ein vorgegebenes Signifikanzniveau beschränkt ist. Es wird eine kurze Einführung in die Grundkonzepte statistischer Testverfahren unter Einbeziehung von Beispielen gegeben. Neben Parametertests werden Anpassungstests und das multiple Testproblem kurz behandelt sowie grundlegende Testprinzipien, auf denen die meisten praktischen Tests beruhen, kurz skizziert.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	441
2	Grundzüge statistischen Testens	441
2.1	Parametrische Hypothesen und Tests	441
2.1.1	Parametrische Hypothesen	441
2.1.2	Ein Beispiel: Der T-Test	442
2.1.3	Fehler erster und zweiter Art	444
2.1.4	Restwahrscheinlichkeit oder p-Wert	445
2.1.5	Die Gütefunktion	446
2.2	Nonparametrische Tests	447
2.3	Anpassungstests	448
2.3.1	Der χ^2 -Test	449
2.3.2	Der Test von Kolmogorov und Smirnov	450
2.3.3	Generalisierte Anpassungstests	450
2.4	Multiple Tests	451
3	Testprinzipien	451
3.1	Likelihood-Quotienten-Tests	451
3.2	Wald- und Score-Tests	453

Dipl.-Stat. Jan Gertheiss ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Seminar für angewandte Stochastik des Instituts für Statistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Prof. Dr. Gerhard Tutz ist Lehrstuhlinhaber des Seminars für angewandte Stochastik des Instituts für Statistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gütefunktion des T-Tests in Abhängigkeit vom Stichprobenumfang 447

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mögliche Ausgänge eines statistischen Tests 444

Richard Rinckenburger

Einführung in die explorative Faktorenanalyse

Zusammenfassung

Die Betriebswirtschaftslehre sowie die Sozialwissenschaften und die Psychologie beschäftigen sich oft mit Sachverhalten, welche durch eine hohe Komplexität und Latenz gekennzeichnet sind. Für die Beschreibung und die Quantifizierung dieser Phänomene muss zumeist eine große Zahl an Variablen in die Analyse einbezogen werden. Mit Hilfe der explorativen Faktorenanalyse lässt sich untersuchen, ob den betrachteten Variablen latente Sachverhalte (Faktoren) zugrunde liegen. Das Ziel dieses Beitrages ist die Vorstellung eines siebenstufigen Prozesses zur Anwendung der Faktorenanalyse. Die sieben Stufen umfassen die Problemstellung und die Zielsetzung der Faktorenanalyse, die Annahmen und den Aufbau der Faktorenanalyse, die Beurteilung der Ausgangsdaten, die Extraktion der Faktoren, die Interpretation der Faktoren, die Validierung der Faktorenanalyse und die weitergehende Nutzung der Ergebnisse der Faktorenanalyse.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen und Abgrenzung der Faktorenanalyse	457
2	Analyseprozess bei der Anwendung einer explorativen Faktorenanalyse	458
2.1	Problemstellung und Ziele der Faktorenanalyse	461
2.2	Annahmen und Aufbau der Faktorenanalyse	462
2.3	Beurteilung der Ausgangsdaten	463
2.4	Extraktion der Faktoren	465
2.5	Interpretation der Faktoren	470
2.6	Validierung der Faktorenanalyse	472
2.7	Weitergehende Nutzung der Ergebnisse der Faktorenanalyse	472
3	Zusammenfassung und Empfehlungen für die Anwendung	473

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausgangspunkt der Faktorenanalyse	457
Abbildung 2: Klassifizierung von multivariaten Analysemethoden	458
Abbildung 3: Analyseprozess einer Faktorenanalyse (Stufe 1–3)	460
Abbildung 4: Analyseprozess einer Faktorenanalyse (Stufe 4–7)	466
Abbildung 5: Berücksichtigte Varianzarten in der Faktoranalyse	467
Abbildung 6: Scree-Test	470
Abbildung 7: Grafische Veranschaulichung von Faktorrotationen	471

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Grundbegriffe der Faktorenanalyse	459
Tabelle 2: Bewertung der Ergebnisse des Measure of sample adequacy (MSA)	465

Regressionsanalyse

Zusammenfassung

In diesem Kapitel werden einige praktische Hinweise für die Durchführung von Regressionsanalysen und die Interpretation der Ergebnisse beschrieben. Diese werden zunächst anhand der einfachen und multiplen linearen Regression diskutiert. In einem Beispiel zur logistischen Regression wird die Betrachtung von Effektstärken für Fälle thematisiert, in denen der marginale Effekt einer Variablen von den Daten selbst abhängt.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen	479
1.1	Einfache lineare Regression	479
1.2	Multiple Regression	480
1.3	Ziele der Regressionsanalyse	480
1.4	Ermittlung der Schätzer und ihre Eigenschaften	481
1.5	Einfache Hypothesentests und t-Statistiken	482
1.6	Gemeinsame Hypothesentests	483
1.7	Gütemaße	483
2	Weitere Formen der Regressionsanalyse	484
2.1	Funktionale Form und Linearisierung	484
2.2	Nichtlineare Regressionsanalyse	484
3	Lineare Regression – Ein Anwendungsbeispiel	484
4	Logistische Regression – Ein Anwendungsbeispiel	486
4.1	Problemstellung	486
4.2	Daten	487
4.3	Ergebnisse einer Logit-Regression und Interpretation der Koeffizienten	487
4.4	Marginale Effekte	488
5	Zusammenfassung	490

Prof. Dietmar Harhoff, Ph. D., ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Vorstand des Instituts für Innovationsforschung, Technologiemanagement und Entrepreneurship der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Dr. Stefan Wagner ist wissenschaftlicher Assistent und Habilitand am Institut für Innovationsforschung, Technologiemanagement und Entrepreneurship der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Einführung in die Varianzanalyse

Zusammenfassung

Die Varianzanalyse ist eine robuste und häufig eingesetzte quantitative Analyse­methode, welche vor allem bei der Auswertung von Experimenten eingesetzt wird. Mit ihrer Hilfe können Mittelwertunterschiede von Teilgruppen der Grundgesamtheit untersucht werden. Im Gegensatz zum t-Test können mehr als zwei Gruppen gleichzeitig miteinander verglichen werden. Mit Hilfe von Erweiterungen können darüber hinaus weitaus komplexere Problemstellungen analysiert werden. Das Ziel dieses Beitrages ist die Vorstellung eines vierstufigen Prozesses zur Anwendung der Varianzanalyse. Die vier Stufen umfassen die Problemformulierung und die Modellgenerierung der Varianzanalyse, die Annahmen und Voraussetzungen der Varianzanalyse, die Zerlegung der Abweichungen sowie die Überprüfung der statistischen Unabhängigkeit und die Interpretation der Ergebnisse.

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen der Varianzanalyse und Einordnung verschiedener Verfahren	493
2	Die Durchführung einer ein­faktoriellen Varianzanalyse	496
2.1	Problemformulierung und Modellgenerierung	496
2.2	Annahmen und Voraussetzungen	497
2.3	Zerlegung der Abweichungen	497
2.4	Test auf statistische Unabhängigkeit und Interpretation der Ergebnisse	499
2.5	Berechnung der Effektstärke	499
3	Die Durchführung einer n-faktoriellen Varianzanalyse	500
3.1	Problemformulierung und Modellgenerierung	500
3.2	Annahmen und Voraussetzungen	502
3.3	Zerlegung der Abweichungen	502
3.4	Test auf statistische Unabhängigkeit und Interpretation der Ergebnisse	504
3.5	Berechnung der Effektstärke	505
4	Erweiterungen der Varianzanalyse	505
4.1	Kovarianzanalyse	505
4.2	Mehrdimensionale Varianzanalyse	506
4.3	Multiple Mittelwertvergleiche	507

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vorgehensweise bei der Durchführung einer Varianzanalyse	493
Abbildung 2: Abgrenzung zwischen t-Test, Varianz- und Kovarianzanalyse sowie Regressionsanalyse	495
Abbildung 3: Haupt- und Interaktionseffekte in einer zwei- bzw. dreifaktoriellen Varianzanalyse	500

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Typen der Varianzanalyse	494
Tabelle 2: Zusammenfassung der Notation für die Durchführung einer einfaktoriel- len Varianzanalyse	496
Tabelle 3: Zusammenfassung der Notation für die Durchführung einer zweifaktoriellen Varianzanalyse	501
Tabelle 4: Berechnung der Varianzen bei zwei Faktoren	503
Tabelle 5: Systematisierung von Post-Hoc-Tests	508

Leitfaden zur Messung von Konstrukten

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag gibt einen ausführlichen forschungs- und praxisrelevanten Einblick in die reflektive und formative Messung (Operationalisierung) von latenten und somit nicht beobachtbaren Variablen. Generelle Anforderungen an Messverfahren und deren Gütebeurteilungen (Reliabilität und Validität) werden erläutert. Ziel des Beitrags ist es, eine klare Handlungsempfehlung für die Identifikation oder Entwicklung einer geeigneten (formativen oder reflektiven sowie ein- oder multi-dimensionalen) Messung von den zu interessierenden Konstrukten zu vermitteln. Ein besseres Verständnis einer adäquaten Messung soll helfen, mögliche Fehlspezifikationen zu vermeiden und Modellergebnisse zu verbessern. Für die Ermittlung der jeweiligen Gütekriterien werden Berechnungsvorschriften, empfohlene Schwellenwerte sowie die dafür benötigten Softwareprogramme angegeben.

Inhaltsverzeichnis

1	Messung als Herausforderung in der empirischen Forschung	513
2	Generelle Anforderungen an Messverfahren	513
3	Grundlegende Spezifikationsarten und deren Gütebeurteilung	515
3.1	Konzeptionelle Unterschiede zwischen reflektiven und formativen Messmodellen	516
3.2	Die reflektive Spezifikation eines Konstruktes und das Paradigma von Churchill	518
3.3	Die formative Spezifikation und deren Validierung	522
3.4	Die Wahl der geeigneten Spezifikationsart	526
4	Die C-OAR-SE-Prozedur und die Bedeutung der Inhaltsvalidität	528
5	Mehrdimensionalität von Konstrukten	531
6	Einige Anwendungsempfehlungen	533

Dr. Tara A. E. Ebert, MBR, promovierte am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München und arbeitet im Bereich Business Process Management bei der Hartmann Gruppe.

Dipl.-Kfm. Sascha Raithel, MBR, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München und Consultant bei Pepper.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Systematik reflektiver und formativer Messmodelle	517
Abbildung 2: Grundlegender Unterschied zwischen den reflektiven und formativen Messphilosophien	518
Abbildung 3: Churchill's Prozedur für die Skalenentwicklung von Konstrukten	519
Abbildung 4: Rossiter's C-OAR-SE-Prozedur	529
Abbildung 5: Objekt- und Attributklassifikationsschema in C-OAR-SE	530
Abbildung 6: Higher-Order Modelle	532
Abbildung 7: Wesentliche Schritte für die Identifikation des geeigneten Messinstrumentes	535

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gütekriterien zur Beurteilung reflektiv spezifizierter Konstrukte	521
Tabelle 2: Gütekriterien zur Beurteilung formativ spezifizierter Konstrukte	525
Tabelle 3: Theoretische und empirische Gesichtspunkte der Entscheidung für eine reflektive oder formative Messung	527

Einführung in die kovarianzbasierte Analyse von Strukturgleichungsmodellen mit latenten Variablen am Beispiel der LISREL-Software

Zusammenfassung

Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen (komplexen Konstrukten) finden breite Anwendung in der Betriebswirtschaft sowie den Sozialwissenschaften und der Psychologie. Das Ziel dieses Beitrages ist es, einen achtstufigen Modellierungs- und Analyseprozess für die kovarianzbasierte Schätzung von Strukturgleichungsmodellen vorzustellen. Die 8 Stufen umfassen dabei die Konstruktion, Operationalisierung, Spezifikation, Identifikation, Schätzung, Bewertung, Modifikation und Validierung eines Modells. Dieser achtstufige Prozess wird anhand von Beispielen sowie der am weitesten verbreiteten Software LISREL veranschaulicht. Forscher, die bereits mit der varianzbasierten Schätzmethode für Strukturgleichungsmodelle (PLS) vertraut sind, können dabei auch einen Einblick in die zentralen Unterschiede zwischen diesen beiden Ansätzen bekommen. Abgeschlossen wird dieser Beitrag mit einem kurzen Ausblick auf Anwendungsgebiete der Kovarianzstrukturanalyse für den bereits fortgeschritteneren Anwender.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung in die Analyse nomologischer Netzwerke	543
2	Modellierung und kovarianzbasierte Analyse eines Strukturgleichungsmodells mit latenten Variablen	544
2.1	Modellkonstruktion	545
2.2	Modelloperationalisierung	546
2.3	Modellspezifikation	547
2.4	Modellidentifikation	548
2.5	Modellschätzung	550
2.6	Modellbewertung	552
2.7	Modellmodifikation	558
2.8	Modellvalidierung	560
3	Software	560
4	Anwendungsbeispiele in LISREL	561
4.1	Ein einfaches Markenloyalitätsmodell	561
4.2	Beispiel für ein formatives Messmodell in LISREL	566

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Von Hypothesen zum empirischen Nachweis: Ein empfohlener Modellierungs- und Analyseprozess	545
Abbildung 2: Elemente des Strukturmodells	546
Abbildung 3: Die grundlegenden Gleichungen eines kovarianzbasierten Strukturgleichungsmodells mit latenten Variablen	548
Abbildung 4: Verfügbare Anpassungsmaße	553
Abbildung 5: Empfohlene Gütekriterien für Kovarianzstrukturmodelle	554
Abbildung 6: Das vollständig spezifizierte Markenloyalitätsmodell	563
Abbildung 7: LISREL-Syntax und geschätztes Pfaddiagramm für das Markenloyalitätsmodell	564
Abbildung 8: Globale Anpassungsmaße des geschätzten Markenloyalitätsmodells	565
Abbildung 9: Beispiel für ein in LISREL identifiziertes Modell mit einem formativ gemessenen Konstrukt	566

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die Elemente eines Kovarianzstrukturmodells in der LISREL-Notation im Überblick	549
Tabelle 2: In LISREL implementierte Schätzverfahren	550
Tabelle 3: Überblick über die empfohlenen Schätzverfahren in LISREL	552
Tabelle 4: Mathematische Definitionen der empfohlenen Anpassungsmaße	555
Tabelle 5: Skalen der drei Konstrukte im Markenloyalitätsmodell	562

Einführung in die varianzbasierte Strukturgleichungsmodellierung.

Grundlagen, Modellevaluation und Interaktionseffekte am Beispiel von SmartPLS

Zusammenfassung

Die Kausalanalyse gewinnt für die empirische Erforschung komplexer betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge zunehmend an Bedeutung. Neben dem Verfahren der Kovarianzstrukturanalyse zur Schätzung von Kausalmodellen, dem so genannten LISREL-Ansatz, wird im Schrifttum bereits vielfach das varianzbasierte Verfahren der Partial Least Squares (PLS)-Pfadanalyse eingesetzt. Ziel dieses Beitrages ist es, die Grundzüge der PLS-Methode zur Messung von Kausalmodellen darzulegen. Darüber hinaus werden geeignete Gütekriterien zur Beurteilung von PLS-Schätzergebnissen und die Durchführung der PLS-Pfadanalyse mit Hilfe der Softwareapplikation SmartPLS vorgestellt. Den Abschluss bildet eine Einführung in die Analyse von Interaktionseffekten mit PLS.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	575
2	Grundlagen der PLS-Pfadmodellierung	576
2.1	Grundlegende Eigenschaften von PLS-Pfadmodellen	576
2.2	PLS-Algorithmus	577
2.3	Evaluierung der PLS-Modellschätzung	579
2.3.1	Beurteilung reflektiver Messmodelle	580
2.3.2	Beurteilung formativer Messmodelle	582
2.3.3	Beurteilung des inneren Pfadmodells	584
3	Softwareanwendung SmartPLS	586
4	Schätzung von Interaktionseffekten in PLS	590
4.1	Grundlagen zu Interaktionseffekten	590

Dipl.-Kfm. Matthias P. Schloderer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

PD Dr. Christian Ringle, MBA, ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Industriebetriebslehre und Organisation an der Universität Hamburg.

Dr. Marko Sarstedt, MBR, ist wissenschaftlicher Assistent und Habilitand am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

4.2	Der Nachweis von Mediation in PLS-Pfadmodellen	592
4.3	Der Nachweis von Moderation in PLS-Pfadmodellen	593
5	Schlussbetrachtung	597

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Beispielhafte Darstellung eines vollständigen Pfadmodells	576
Abbildung 2:	Systematisches Vorgehen zur Evaluierung von PLS-Modellschätzungen . . .	579
Abbildung 3:	Benutzeroberfläche von SmartPLS	588
Abbildung 4:	Beispiel für die Berechnung eines ECSI-Modells mit SmartPLS	589
Abbildung 5:	Checkliste zur Modellschätzung mit SmartPLS	590
Abbildung 6:	Kausalbeziehungen zwischen latenten Konstrukten	591
Abbildung 7:	Grundmodell zur Mediation	592
Abbildung 8:	Checkliste zum Mediatornachweis mit (Smart)PLS	593
Abbildung 9:	Moderatormodell bei reflektiver exogener latenter Variable und Moderator .	595
Abbildung 10:	Moderatormodell bei der Zweiphasenschätzung	595
Abbildung 11:	Checkliste zum Moderatornachweis mit (Smart)PLS	596

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Gütemaße zur Beurteilung reflektiver Messmodelle	580
Tabelle 2:	Überprüfung der Diskriminanzvalidität	581
Tabelle 3:	Gütemaße zur Beurteilung formativer Messmodelle	582
Tabelle 4:	Gütemaße zur Beurteilung des inneren Pfadmodells	585

Erfassung unbeobachteter Heterogenität in varianzbasierter Strukturgleichungsmodellierung mit FIMIX-PLS¹

Zusammenfassung

In der empirischen betriebswirtschaftlichen Forschung wird regelmäßig unterstellt, dass die Beobachtungen einer einzigen homogenen Population angehören. Diese Annahme ist in der Regel unzutreffend. Ergebnisse einer Partial Least Squares (PLS)-Pfadanalyse können auf dem aggregierten Datenniveau zu unpräzise und zu undifferenziert für die Ableitung treffender Ergebnisse und effektiver Maßnahmen ausfallen, wenn ein deutliches Maß unbeobachteter Heterogenität in den inneren Pfadmodellbeziehungen vorliegt. Das ursprünglich von HAHN (2002) entwickelte Finite Mixture Partial Least Squares (FIMIX-PLS)-Verfahren ist eine geeignete Methode, um die PLS-Pfadmodellergebnisse dahingehend zu überprüfen, ob Heterogenität die Schätzungen für die inneren Pfadmodellbeziehungen deutlich beeinflusst. Eine solche Überprüfung sollte für jede PLS-Pfadanalyse durchgeführt werden, um entweder die Resultate auf dem aggregierten Datenniveau zu bestätigen oder auf Grundlage der FIMIX-PLS-Ergebnisse eine Segmentierung mit gruppenspezifischer PLS-Pfadanalyse vorzunehmen. Dieser Beitrag stellt das FIMIX-PLS-Verfahren und seine systematische Anwendung anhand von Beispielen vor.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	605
2	Einfache Ansätze zur Erfassung von Heterogenität	606
3	Latent Class-Verfahren	607
3.1	Finite Mixture-Modelle	608
3.2	Der FIMIX-PLS-Ansatz	609
3.3	Numerisches Experiment	613
3.4	Empirische Studie	615
4	Schlussbetrachtung	621

Dr. Marko Sarstedt, MBR, ist wissenschaftlicher Assistent und Habilitand am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

PD Dr. Christian Ringle, MBA, ist wissenschaftlicher Assistent am Institut für Industriebetriebslehre und Organisation an der Universität Hamburg.

¹ Eine weiterführende Version dieses Beitrags ist unter der folgenden Quelle erschienen: SARSTEDT, M./ RINGLE, C. M. (2008): Heterogenität in varianzbasierter Strukturgleichungsmodellierung – eine Analyseprozedur zur systematischen Anwendung von FIMIX-PLS, in: Marketing – Zeitschrift für Forschung und Praxis, 30. Jg., Nr. 4, S. 239–255.