

Elisabeth Göbel

Neue Institutionenökonomik⁴

Konzeption und
betriebswirtschaftliche Anwendungen

mit 23 Abbildungen

Lucius & Lucius • Stuttgart

Inhaltsübersicht

Teil I: Grundlagen	1
Kapitel 1: Institutionen	1
Kapitel 2: Ökonomik	22
Kapitel 3: Ökonomische Analyse der Institutionen	32
Teil II: Ansätze der Neuen Institutionenökonomik	51
Kapitel 1: Interaktives Wirtschaften	51
Kapitel 2: Überblick über die Ansätze der Neuen Institutionenökonomik	60
Kapitel 3: Der Verfügungsrechtsansatz	66
Kapitel 4: Der Principal-Agent-Ansatz	98
Kapitel 5: Der Transaktionskostenansatz	129
Teil III: Betriebswirtschaftliche Anwendungen der Neuen Institutionenökonomik	157
Kapitel 1: Verhältnis von Betriebswirtschaftslehre und Neuer Institutionenökonomik	157
Kapitel 2: Theorie der Unternehmung	169
Kapitel 3: Grenzen der Unternehmung	182
Kapitel 4: Struktur der Unternehmung	216
Kapitel 5: Unternehmenskultur	259
Kapitel 6: Finanzökonomik	272
Kapitel 7: Personalökonomik	290
Kapitel 8: Marketingökonomik	322
Teil IV: Bewertung der Neuen Institutionenökonomik	343
Kapitel 1: Probleme der NIÖ	343
Kapitel 2: Stärken und Weiterentwicklungsmöglichkeiten der NIÖ	360

Inhaltsverzeichnis

Teil I: Grundlagen	1
» Kapitel 1: Institutionen	1
1.1 Begriff der Institution	1
1.1.1 Versuch einer Definition	1
1.1.2 Institution und soziale Rolle	3
1.1.3 Institution und Organisation	4
1.2 Funktionen von Institutionen	5
1.3 Entstehung von Institutionen	8
1.4 Durchsetzung von Institutionen	10
1.5 Verhältnis von Individuum und Institution	12
1.5.1 Das Spannungsverhältnis von Individuum und Institution	12
1.5.2 Voluntarismus des Individuums	13
1.5.3 Determiniertheit des Individuums	13
1.5.4 Determinismus und Voluntarismus in der Vertragstheorie von Hobbes	14
1.6 Bewertung von Institutionen	17
1.6.1 Notwendigkeit der Bewertung	17
1.6.2 Grundlagen der Bewertung	17
1.6.3 Bewertungskriterien für Institutionen	20
1.6.3.1 Vernünftigkeit von Institutionen	20
1.6.3.2 Konsensfähigkeit von Institutionen	21
» Kapitel 2: Ökonomik	22
2.1 Begriff der Ökonomik	22
2.2 Das Modell des Homo Oeconomicus	23
2.2.1 Grundannahmen	23
2.2.2 Gefahr der Tautologie	25
2.2.3 Das Menschenbild der Ökonomik	26
2.3 Die institutionenlose Welt der neoklassischen Ökonomik	28
2.3.1 Gleichgewichtstheorie	28
2.3.2 Kritik	29

(/ Kapitel 3: Ökonomische Analyse der Institutionen	32
3.1 Der ökonomische Zugang zu den Institutionen	32
3.2 Ökonomisches Entscheidungsverhalten in Institutionen	33
3.3 Ökonomisches Entscheiden über Institutionen	35
3.4 Besonderheiten des ökonomischen Zugangs zu den Institutionen	38
3.4.1 Funktionen von Institutionen aus ökonomischer Sicht	38
3.4.2 Entstehung von Institution aus ökonomischer Sicht	40
3.4.3 Durchsetzung von Institutionen aus ökonomischer Sicht	41
3.4.4 Individuum und Institution aus ökonomischer Sicht	43
3.4.5 Bewertung von Institutionen aus ökonomischer Sicht	45
3.4.5.1 Das Pareto-Kriterium als ökonomisches Standardkriterium	45
3.4.5.2 Weitere ökonomische Bewertungskriterien	48
3.5 Alte und Neue Institutionenökonomik	48
 Teil II: Ansätze der Neuen Institutionenökonomik	 51
Kapitel 1: Interaktives Wirtschaften	51
1.1 Vorteile des interaktiven Wirtschaftens	51
1.2 Probleme des interaktiven Wirtschaftens	54
1.2.1 Basis-Institutionen: Privateigentum und Vertrag	54
1.2.2 Das Koordinationsproblem	55
1.2.3 Das Motivationsproblem	57
1.2.4 Die „Lösung“ der Probleme durch die neoklassische Mikroökonomik	58
 Kapitel 2: Überblick über die Ansätze der Neuen Institutionenökonomik	 60
2.1 Die zentralen institutionenökonomischen Ansätze	60
i 2.2 Kurze Charakterisierung des Verfügungsrechtsansatzes	61
2.3 Kurze Charakterisierung des Principal-Agent-Ansatzes	61
2.4 Kurze Charakterisierung des Transaktionskostenansatzes	63
2.5 Beziehung zwischen den Ansätzen	64

Kapitel 3: Der Verfügungsrechtsansatz	66
3.1 Was sind Verfügungsrechte?	66
3.2 Die eingeschränkte Nutzung von Verfügungsrechten	68
3.3 Hypothesen zur Wirkung bestimmter Verfügungsrechtskonstellationen	69
3.3.1 Zentrale Verhaltenshypothesen	69
3.3.2 Privateigentum und Gemeineigentum - die Mengenteilung der Verfügungsrechte	71
3.3.2.1 Privateigentum	71
3.3.2.2 Gemeineigentum	73
3.3.2.3 Öffentliche Güter	74
3.3.2.4 Gemischte Eigentumsverhältnisse	75
3.3.3 Gebündeltes und segmentiertes Eigentum - die Artenteilung von Verfügungsrechten	78
3.3.3.1 Die Grundproblematik	78
3.3.3.2 Der Mietvertrag und der Pachtvertrag	79
3.3.3.3 Der Darlehensvertrag	81
3.3.3.4 Der Werkvertrag	82
3.3.3.5 Der Dienstvertrag	84
3.3.3.6 Der Gesellschaftsvertrag	85
" 3.3.4 Der Kaufvertrag - die sequentielle Teilung der Verfügungsrechte	87
3.3.4.1 Der Kauf von Sachen	87
3.3.4.2 Der Kauf von externen Effekten	90
3.4 Die verfügungsrechtliche Lösung von Interaktionsproblemen	92
3.4.1 Entstehung und Wandel von Verfügungsrechten aus ökonomischer Sicht	92
3.4.2 Beispiele für eine Effizienzsteigerung durch eine vertragliche Umverteilung von Rechten	94
3.4.3 Löst eine Änderung der Verfügungsrechte alle Interaktionsprobleme?	96

Kapitel 4: Der Principal-Agent-Ansatz	98
4.1 Prinzipale und Agenten	98
4.2 Problematik von Agency-Beziehungen	100
4.2.1 Ursachen der Probleme	100
4.2.2 Hidden characteristics	101
4.2.3 Hidden action	102
4.2.4 Hidden information	102
4.2.5 Hidden intention	103
4.3 Problemsicht des Prinzipals	104
4.4 Einfache und komplexe Agencyprobleme	105
4.4.1 Einfache Probleme	105
4.4.2 Komplexe Probleme	105
4.4.2.1 Mehrere Agenten	105
4.4.2.2 Mehrstufige Beziehungen	106
4.4.2.3 Mehrere Prinzipale	107
4.4.2.4 Mehrere Aufgaben	107
4.4.2.5 Mehrperiodige Beziehungen	108
4.4.2.6 Beschränkte Rationalität	109
4.5 Lösungsmöglichkeiten für Agencyprobleme	110
4.5.1 Reduktion der Informationsasymmetrie	HO
4.5.1.1 Vor Vertragsschluss	110
4.5.1.2 Nach Vertragsschluss	112
4.5.2 Auflösung der Zielkonflikte	113
4.5.2.1 Gestaltung von Anreizverträgen durch den Prinzipal	113
4.5.2.2 Probleme bei der Gestaltung von Anreizen ..	115
4.5.2.3 Konfliktmindernde Maßnahmen des Agenten	116
4.5.3 Vertrauensbildung	118
4.5.3.1 Was ist Vertrauen?	118
4.5.3.2 Vertrauen als Ergänzung von Sicherungsmaßnahmen	119
4.5.3.3 Vertrauen auf der Basis von Informationen und Interessenkongruenz	120
4.5.3.4 Inwiefern verändert Vertrauen das Menschenbild des Homo Oeconomicus?	123
4.6 Die Agency Costs als Bewertungskriterium für die Lösungsalternativen	125

Kapitel 5: Der Transaktionskostenansatz	129
<u>5.1</u> Transaktionen und Transaktionskosten	129
5.2 Probleme bei Transaktionen	133
5.2.1 Vergleich von Transaktionskostentheorie und Agencytheorie	133
5.2.2 Die problematischen Situationen im Einzelnen	135
5.2.3 Hold up-Gefahr bei Faktorspezifität als zentrales Problem	137
5.3 Lösungsmöglichkeiten für Transaktionsprobleme	139
5.3.1 Der ordinale Institutionenvergleich	139
5.3.2 Merkmale von Transaktionen	139
5.3.2.1 Spezifität	139
5.3.2.2 Unsicherheit	141
5.3.2.3 Häufigkeit	142
5.3.3 Unterschiedliche Beherrschungs- und Überwachungssysteme	143
5.3.3.1 Beherrschung und Überwachung durch den Markt	143
5.3.3.2 Dreiseitige Beherrschungs- und Überwachungssysteme	144
5.3.3.3 Zweiseitige Beherrschung und Überwachung und vereinheitlichte Kontrolle (Kooperationen bzw. relational contracting)	144
5.3.4 Zuordnung von Transaktionstypen zu Beherrschungs- und Überwachungssystemen	145
5.3.4.1 Annahmen und Überblick	145
5.3.4.2 Standardisierte Transaktionen und Marktkontrolle	146
5.3.4.3 Gelegentliche spezifische Transaktionen und dreiseitige Kontrolle	147
5.3.4.4 Wiederholte spezifische Transaktionen und Kooperation	147
5.4 Der Clanmechanismus als zusätzliches Beherrschungs- und Überwachungssystem	149
5.5 Die Transaktionskosten als Maßstab der Vorteilhaftigkeit institutioneller Arrangements	152

— S. jii	Erklärung der Vielzahl von institutionellen Arrangements aus den TAK152
5.5.2	Probleme der empirischen Prüfung153
5.5.3	Einseitige Kostenbetrachtung155
Teil III:	Betriebswirtschaftliche Anwendungen der Neuen Institutionenökonomik157
Kapitel 1:	Verhältnis von Betriebswirtschaftslehre und Neuer Institutionenökonomik157
1.1	Zum Erkenntnisgegenstand der Betriebswirtschaftslehre	157
1.1.1	Erfahrungs- und Erkenntnisgegenstand	157
1.1.2	Betrieb statt Unternehmung	158
1.1.3	Die Unternehmung als Institution zur Einkommenserzielung	159
1.1.4	Die Unternehmung als technische und soziale ökonomische Institution	161
1.2	Überschneidungsbereich von NIÖ und BWL	163
1.3	Zur Auswahl der untersuchten Anwendungsbereiche	165
Kapitel 2:	Theorie der Unternehmung169
2.1	Notwendigkeit einer Theorie der Unternehmung	169
2.2	Die Unternehmung als legale Fiktion	169
2.3	Die Unternehmung als Kontrollsystem und Verfügungsrechtsverteilung	170
2.4	Die Unternehmung als Risikoverteilungssystem	172
2.5	Die Unternehmung als spezifisches institutionelles Arrangement	174
2.5.1	Die Unternehmung als hierarchische Institution	174
2.5.2	Die Unternehmung als Institution und ihre Funktionen	177
2.5.3	Die Unternehmung als Institution und ihre Entstehung	178
2.5.3.1	Die Unternehmung als Lückenbüßer für Marktfehler	178
2.5.3.2	Die institutionellen Stärken der Unternehmung	180

Kapitel 3: Grenzen der Unternehmung	182
3.1 Hat die Unternehmung Grenzen?	182
3.2 Vertikale Grenzen	185
3.2.1 Vertikale Integration	185
3.2.1.1 Begriff	185
3.2.1.2 Institutionenökonomische Grundlagen der Entscheidung	186
3.2.1.3 Vertikale Rückwärtsintegration	188
3.2AA Vertikale Vorwärtsintegration	189
3.2.2 Outsourcing	192
3.2.2.1 Begriff	192
3.2.2.2 Institutionenökonomische Grundlagen für Outsourcingentscheidungen	192
3.2.3 Vertikale Kooperationen - Netzwerkorganisation	195
3.2.3.1 Begriff	195
3.2.3.2 Kunden-Lieferanten-Netzwerke statt vertikaler Rückwärtsintegration	196
3.2.3.3 Franchising statt vertikaler Vorwärtsintegration	198
3.2.3.4 Atypische Arbeitsverhältnisse - Flexicurity	200
3.2.4 Kann die NIÖ die Internalisierung/Externalisierung von Leistungen erschöpfend erklären?	204
3.3 Horizontale Grenzen	206
3.3.1 Begriff	206
3.3.2 Wachstumsstrategien	207
3.3.2.1 Wachstum durch horizontale Diversifikation	207
3.3.2.2 Internes Wachstum	208
3.3.2.3 Wachstum durch Akquisition	209
3.3.3 Desinvestitionsstrategien	210
3.3.4 Horizontale Kooperationen - Allianzen und externes Venture Management	211
3.3.4.1 Strategische Allianzen	211
3.3.4.2 Externes Venture Management	212
3.3.5 Kann die NIÖ das horizontale Wachstum/die Desinvestition erschöpfend erklären?	214
3.4 Die Bedeutung der internen Struktur für die Bestimmung der Grenzen	215

Kapitel 4: Struktur der Unternehmung	216
4.1 Institutionenökonomische Aspekte der Struktur	216
4.2 Unternehmensverfassung	217
4.2.1 Begriff der Unternehmensverfassung	217
4.2.2 Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung	219
4.2.2.1 Grundsätzliche Überlegungen	219
4.2.2.2 Einzelunternehmung	219
4.2.2.3 Gesellschaft bürgerlichen Rechts	222
4.2.2.4 Kommanditgesellschaft	223
4.2.2.5 Gesellschaft mit beschränkter Haftung	224
4.2.2.6 Aktiengesellschaft	225
4.2.2.7 Vergleich von Einzel Unternehmer und Aktionär	225
4.2.3 Principal-Agent-Ansatz und Unternehmensverfassung	227
4.2.3.1 Einzelunternehmung	227
4.2.3.2 Aktiengesellschaft	228
4.2.4 Transaktionskostenansatz und Unternehmensverfassung	230
4.2.5 Mitbestimmung als wichtige Frage der Unternehmensverfassung	232
4.2.5.1 Gründe gegen die Mitbestimmung	232
4.2.5.2 Gründe für die Mitbestimmung	234
4.2.6 Sind unverdünnte Verfügungsrechte ideal?	238
4.3 Zentralisation und Dezentralisation	240
4.3.1 Die Begriffe Zentralisation und Dezentralisation	240
4.3.2 Typen dezentraler Strukturen	242
4.3.3 NIÖ und (De-)Zentralisierungsentscheidungen	244
4.3.3.1 Transaktionskostenansatz und (De-)Zentralisierungskosten	244
4.3.3.2 Principal-Agent-Ansatz und (De-)Zentralisierungskosten	249
4.3.3.3. Profit-Center als Ideallösung?	251
4.3.4 Ergänzende Argumente bei der (De-)Zentralisierungsentscheidung	252
4.3.5 Berechnung von Delegationswerten?	254
4.3.6 Erklärung von Dezentralisierungstendenzen	256

^ Kapitel 5: Unternehmenskultur	259
5.1 Kultur und Unternehmenskultur	259
5.2 Elemente der Unternehmenskultur	260
5.3 Ökonomische Aspekte der Unternehmenskultur	262
5.3.1 Unternehmenskultur als informelle Institution	262
5.3.2 Unternehmenskultur als Sozialkapital	263
5.3.3 Zielharmonisierung durch Unternehmenskultur	265
5.3.4 Unternehmenskultur als Signal	267
5.4 Unternehmenskultur und NIÖ - ein spannungsreiches Verhältnis	268
 Kapitel 6: Finanzökonomik	 272
6.1 Kennzeichnung der Finanzökonomik	272
6.2 Ökonomische Analyse der Fremdfinanzierung	274
6.2.1 Die Position der Fremdkapitalgeber	274
6.2.2 Reduktion der Informationsasymmetrie	275
6.2.3 Auflösung der Zielkonflikte	277
6.2.4 Vertrauensbildung	278
6.3 Ökonomische Analyse der Eigenfinanzierung	280
6.3.1 Die Position der Eigenkapitalgeber	280
6.3.2 Reduktion der Informationsasymmetrie	281
6.3.3 Auflösung der Zielkonflikte	283
6.3.4 Vertrauensbildung	284
6.4 Make-or-buy-Entscheidungen im Finanzbereich	285
6.4.1 Innenfinanzierung und konzerninterne Außenfinanzierung	285
6.4.2 Direkter Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten	287
6.4.3 Integration spezifischer Finanzdienstleistungen	288
 Kapitel 7: Personalökonomik	 290
7.1 Kennzeichnung der Personalökonomik	290
7.2 Personalauswahl	292
7.2.1 Problematik	292
7.2.2 Screening	293
7.2.3 Signaling	294
7.2.4 Self-Selection	295

7.3	Personalentlohnung	296
7.3.1	Problematik	296
7.3.2	Anreizverträge	298
~	7.3.2.1 Annahmen	298
	7.3.2.2 Stücklöhne und Verkaufsprovisionen	299
	7.3.2.3 Andere Entlohnungsformen	301
7.3.3	Tournament-Theorie	303
7.3.4	Effizienzlohntheorie	305
7.3.5	Sonderproblem: Managerentlohnung	306
7.4	Aus- und Fortbildung	310
7.4.1	Problematik	310
7.4.2	Bonding	311
7.4.3	Interner Arbeitsmarkt	312
7.5	Personalökonomik oder verhaltenswissenschaftliche Personalwirtschaft?	313
7.5.1	Zwei alternative Ansätze	314
7.5.2	Einbeziehung der verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnisse in das ökonomische Verhaltensmodell	316
7.5.3	Kritik an der verhaltenswissenschaftlichen Erweiterung des ökonomischen Verhaltensmodells	318
7.5.4	Konvergenz ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Ansätze	320
Kapitel 8: Marketingökonomik		322
8.1	Kennzeichnung der Marketingökonomik	322
8.2	Marketing und Principal-Agent-Ansatz	324
8.2.1	Der Kunde als Prinzipal, das Unternehmen als Agent	324
	8.2.1.1 Reduktion der Informationsasymmetrie	324
	8.2.1.2 Auflösung der Zielkonflikte	328
	8.2.1.3 Vertrauensbildung	329
8.2.2	Das Unternehmen als Prinzipal, die Distributionsakteure als Agenten	329
8.3	<u>Marketing</u> und Transaktionskostenansatz	331
8.3.1	Transaktionen zwischen Unternehmen und Kunden	331
8.3.2	Transaktionen zwischen Unternehmen und Distributionsakteuren	333

8.4	Die besondere Rolle des Unternehmens in der „Marketingökonomik“	335
8.5	Verhaltenswissenschaftliches und ökonomisches Marketing	336
8.5.1	Unterschiede im Verhaltensmodell des Käufers?	336
8.5.2	Kann die Marketingökonomik auf Verhaltens wissenschaftliche Erkenntnisse verzichten?	340
/ Teil IV: Bewertung der Neuen Institutionenökonomik		343
Kapitel 1: Probleme der NIÖ		343
1.1	Überblick	343
1.2	Das Homo Oeconomicus-Modell	344
"~	1.2.1 Die ökonomische Perspektive in der NIÖ	344
	1.2.2 Unklare disziplinäre Spezialisierung	345
	1.2.3 Negatives Menschenbild als Kennzeichen der NIÖ	348
	1.2.4 Gefahren des negativen Menschenbildes der NIÖ	349
1.3	Das vertragstheoretische Denken	352
	1.3.1 Vernachlässigung formloser Beschränkungen	352
	1.3.2 Vernachlässigung gesetzlicher Rahmenbedingungen	354
1.4	Probleme der Modellbildung	356
1.5	Versteckte Wertungen	357
Kapitel 2: Stärken und Weiterentwicklungsmöglichkeiten der NIÖ		360
2.1	Die Offenheit des Ansatzes	360
	2.1.1 Breite Anwendbarkeit	360
	2.1.2 Öffnung der Ökonomik gegenüber den Verhaltenswissenschaften	362
	2.1.3 Nachdenken über Präferenzen	363
2.2	Vertragstheoretisches Denken	366
	2.2.1 Verantwortung für Institutionen	366
	2.2.2 Einbeziehung formloser Beschränkungen	368
2.3	Die Berücksichtigung von individuellen Interessen	369
	2.3.1 Aufdeckung von Interessengegensätzen	369
	2.3.2 Einbeziehung harmonischer Interessen	370
	2.3.3 Konsensorientierte Unternehmenspolitik	371
Literaturverzeichnis		375
Sachverzeichnis		393