

Sebastian Waldforst

Die Wirkung von Zielen auf die Arbeitsleistung von Akteuren

Eine experimentelle Untersuchung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Utz Schäffer

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 58.034
Abstell-Nr.: A.12/4144
.....
.....
.....

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XV
A Einführung	1
1. Motivation und Zielsetzung	1
2. Aufbau der Arbeit	5
B Bestandsaufnahme der bisherigen Zielforschung	7
1. Überblick Zieltheorien	7
2. Vorstellung der Goal-Setting-Theorie	14
3. Die vier Wirkungsmechanismen von Zielen	17
4. Wirkung der Zielspezifität auf die Arbeitsleistung	17
5. Wirkung der Zielschwierigkeit auf die Arbeitsleistung	18
6. Grundmodell der Goal-Setting-Theorie.....	19
7. Wichtige Kontext- und Gestaltungsfaktoren der Zielwirkung	26
7.1 Fähigkeiten der Akteure	26
7.2 Feedback.....	28
7.3 Aufgabenkomplexität	29
7.4 Monetäre Incentivierung	31
8. Kritische Diskussion und Würdigung der Goal-Setting-Theorie	33
C Erweitertes Grundmodell der Goal-Setting-Theorie	41
1. Zielverpflichtung zum zugewiesenen Ziel.....	41
2. Zielverpflichtung zum persönlichen Ziel.....	44
3. Position des persönlichen Ziels im Zielsystem.....	46

4.	Einflussfaktoren der Zielverpflichtung.....	47
5.	Erweiterung des Grundmodells der Goal-Setting-Theorie.....	48
D	Relative und absolute Ziele im Wirkungsvergleich.....	53
1.	Zielspezifität	56
1.1	Spezifität der Zieldimension (Inhalt)	56
1.2	Spezifität der Leistungserwartung (Ausmaß).....	57
2.	Zielschwierigkeit	58
3.	Controllability (Kontrollüberzeugung).....	61
3.1	Gemeinsame Unsicherheit.....	63
3.2	Individuelle Unsicherheit	66
3.3	Risikoeinstellung	66
3.4	Ergänzende Anmerkungen	67
3.4.1	Risikoverteilung zwischen Prinzipal und Akteuren.....	67
3.4.2	Risikoauswahl durch die handelnden Akteure.....	68
3.4.3	Projektauswahl durch die handelnden Akteure	69
4.	Unvorhergesehene Kontextveränderungen.....	69
5.	Fairnesswahrnehmung	73
6.	Wettbewerb.....	75
6.1	Definition von Wettbewerb.....	76
6.2	Wirkung von Wettbewerb	77
6.3	Interaktion von Zielen und Wettbewerb.....	79
6.4	Wichtige Gestaltungs- und Kontextfaktoren von Wettbewerb	85
6.4.1	Wettbewerbseinstellung.....	85
6.4.2	Geschlecht.....	87
6.4.3	Aufgabenbedingte Abhängigkeiten	88
6.4.4	Sonstige Gestaltungs- und Kontextfaktoren	88
7.	Feedback	90
8.	Zusammenfassung der Hypothesen	92
E	Methodische Konzeption der Untersuchung	95
1.	Auswahl der Forschungsmethode.....	95
2.	Übersicht der verwendeten Konstrukte (Bezugsrahmen).....	97

3. Versuchsaufbau.....	98
3.1 Teilnehmer.....	98
3.2 Aufgabe	99
3.3 Untersuchungsdesign.....	101
3.4 Durchführung	103
3.5 Manipulation der Gestaltungs- und Kontextvariablen	104
4. Operationalisierung der Messvariablen	110
5. Analytisches Vorgehen	116
6. Grundlagen der quantitativen Analyse	117
6.1 Konstruktmessung.....	117
6.1.1 Gütekriterien der ersten Generation.....	120
6.1.2 Gütekriterien der zweiten Generation.....	122
6.2 Varianzanalyse und Kovarianzanalyse.....	130
6.3 Regressionsanalyse.....	133
6.4 Kausalanalyse.....	136
F Ergebnisse der empirischen Untersuchung	143
1. Güte der Konstruktmessung	143
2. Zielschwierigkeit und Grundmodell der Goal-Setting-Theorie.....	149
3. Gemeinsame Unsicherheit und gemeinsame Kontextveränderungen	162
4. Direkter und indirekter Wettbewerb.....	176
G Schlussbetrachtung.....	187
1. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	187
2. Kritische Bewertung und weiterer Forschungsbedarf	193
3. Implikationen für die Praxis	196
Anhang.....	201
1. Statistische Daten zu den Versuchsgruppen	201
2. Unterlage zur Erhebung der empirischen Daten.....	203
Literaturverzeichnis	213