

Vogt, Niclas

Article

Die Rolle der Selbstaufwertung beim Einsatz von Statusanreizen im Vertrieb

Junior Management Science (JUMS)

Provided in Cooperation with:

Junior Management Science e. V.

Suggested Citation: Vogt, Niclas (2022) : Die Rolle der Selbstaufwertung beim Einsatz von Statusanreizen im Vertrieb, Junior Management Science (JUMS), ISSN 2942-1861, Junior Management Science e. V., Planegg, Vol. 7, Iss. 4, pp. 1133-1146, <https://doi.org/10.5282/jums/v7i4pp1133-1146>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/295013>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Online-Appendix

„Die Rolle der Selbstaufwertung beim Einsatz von
Statusanreizen im Vertrieb“

Niclas Vogt

Ruhr-Universität Bochum

Junior Management Science 7(4) (2022) 1133-1146

Anhang

Literaturtabelle

Jahr	AutorInnen	Titel	Fragestellung und Methodik	Ergebnisse/Erkenntnisse
Literatur zur Selbstaufwertung				
2008	Sedikides und Gregg	Self Enhancement – Food for Thought	Erklärung des Selbstaufwertungskonzepts anhand einer Metapher des Essens	Angesprochene Themen: (a) Sowohl offensichtliche als auch subtile Manifestationen der Selbstaufwertung und konkurrierende Interpretationen (b) Experimentell dokumentierte Dynamiken der Bestätigung und Bedrohung des Egos und (c) Vorrang der Selbstaufwertung, betrachtet neben anderen intrapsychischen Phänomenen und über verschiedene Kulturen hinweg.
2020	Blagoeva, Mom und Jansen	Problem-Solving or Self-Enhancement? A power perspective of how CEOs affect R&D search in the face of inconsistent feedback	<u>Empirische Untersuchung:</u> Untersuchung, wie verschiedene Arten von Befugnissen des Chief Executive Officer (CEO) erklären, warum einige Unternehmen auf inkonsistentes Feedback – d. h. positives Leistungsfeedback und negative Aussichten – auf unterschiedliche Weise reagieren.	<u>Erkenntnisse:</u> - Unternehmen berücksichtigen mehrere Referenzpunkte gleichzeitig, um die Leistung zu bewerten; Diese Referenzen können jedoch inkonsistent sein, wenn sie Erfolg oder Misserfolg signalisieren. - Entscheidungsträger verwenden eine von zwei gegensätzlichen Entscheidungsregeln, wenn sie auf inkonsistentes Feedback reagieren: Problemlösung oder Selbstaufwertung. - Unternehmen betreiben als Reaktion auf inkonsistentes Feedback weniger Forschung und Entwicklung, wenn CEOs über ein hohes Maß an struktureller, eigenverantwortlicher oder fachlicher Macht verfügen. Wenn CEOs dagegen über ein hohes Maß an Prestige verfügen, nutzen Unternehmen als Reaktion auf inkonsistentes Feedback mehr Forschung und Entwicklung.
2021	Jansen, Rafferty und Griffiths	A rational model of the Dunning-Kruger effect supports insensitivity to evidence in low performers	<u>Empirische Studie</u> Studie mit 4000 Teilnehmern zur Untersuchung des Dunning-Kruger-Effekts	-Studien scheinen eine schlechtere Kalibrierung für Low Performer als für High Performer zu zeigen, was auf eine schlechtere metakognitive Fähigkeit von Low Performern im Vergleich zu anderen hinweisen könnte (Dunning-Kruger-Effekt). <u>Erkenntnisse:</u>

				Durch die Entwicklung des rationalen Modells der Selbsteinschätzung wurde gezeigt, dass ein solcher Effekt durch zwei psychologische Mechanismen entweder isoliert oder kombiniert erzeugt werden kann. Es gibt einen Einfluss früherer Überzeugungen über Fähigkeiten oder eine Beziehung zwischen Leistung und Können bei der Bestimmung der Korrektheit bei jedem Problem.
2020	Easterbrook, Kuppens und Manstead	Socioeconomic status and the structure of the self-concept	Datenanalyse aus zwei großen britischen Sozialumfragen (N = 16.966 und 44.903), die die Bedeutung der Befragten für verschiedene Identitäten innerhalb ihres Selbstverständnisses bewerteten.	<u>Erkenntnisse:</u> - Soziale Klasse spielt eine entscheidende Rolle bei der Strukturierung des Selbstkonzepts. - Den Identitäten der Befragten, die auf ihre soziale Schicht (Einkommen, Bildung und Beruf) hinweisen, werden eine hohe Bedeutung beigemessen und mindestens genauso viel Bedeutung haben Identitäten, die häufiger von Psychologen untersucht werden (wie ethnische Zugehörigkeit, Nationalität oder Geschlecht)
2020	Zhang, Hawk, Oprea und de Vries	“Me”, “We”, and Materialism: Associations between Contingent Self-Worth and Materialistic Values across Cultures	- Eine kulturübergreifende Umfrage unter chinesischen und niederländischen College-Studenten -> Multigruppen-Pfadanalyse	<u>Erkenntnisse:</u> - Personen mit einem hohen äußerlich kontingenten Selbstwertgefühl neigen dazu, ihr Selbstwertgefühl auf Faktoren wie Aussehen, Wettbewerbserfolg und Zustimmung anderer zu stützen -> Solche Tendenzen könnten auch den Fokus der Menschen auf materielle Besitztümer erhöhen - Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und das Bedürfnis nach Selbstverbesserung korrelieren mit Materialismus
2005	Weinstein, Marcus und Moser	Smokers' unrealistic optimism about their risk	<u>Empirische Studie:</u> Eine landesweite Telefonumfrage in den USA (n = 6369; 1245 aktuelle Raucher) stellte eine Vielzahl von Fragen, um die Ansichten über die Risiken des Rauchens zu untersuchen. Ziel: Der unrealistische Optimismus wurde nie zuvor in Telefon- oder	<u>Erkenntnisse:</u> - Raucher unterschätzten ihr relatives Risiko im Vergleich zu Nichtrauchern und waren im Gegensatz zu früheren Interviewerhebungen der Meinung, dass sie ein geringeres Risiko haben, an Lungenkrebs zu erkranken als der durchschnittliche Raucher. - Darüber hinaus steigt ihr wahrgenommenes Risiko für Lungenkrebs und für Krebs im Allgemeinen mit der Anzahl der täglich gerauchten Zigaretten kaum an

			persönlichen Interviews herausgestellt. Diesen zu bestätigen war das Ziel.	
2005	Crocker und Knight	Contingencies of Self-Worth	Die Eventualitäten des Selbstwerts werden literaturbasiert dargestellt	<u>Erkenntnisse:</u> - Die Bedeutung des Selbstwertgefühls liegt darin, was die Menschen glauben zu sein oder zu tun, um als Person einen Wert zu haben. - In Bereichen mit kontingentem Selbstwert streben Menschen nach Selbstwertgefühl, indem sie versuchen, ihre Fähigkeiten und Qualitäten zu bestätigen. - Alternativen zu dem kostspieligen Streben nach Selbstwertgefühl sollten gesucht werden.
2005	Smits und Hoorens	How Probable is Probably? It Depends on Whom You're Talking About	<u>Empirische Studien:</u> In zwei Studien wurde getestet, ob Menschen verbale Zufallsbegriffe eigennützig interpretierten.	<u>Erkenntnisse:</u> - Zufallsbegriffe wurden als höhere Wahrscheinlichkeit interpretiert, wenn sie verwendet wurden, um die Wahrscheinlichkeit angenehmer Ereignisse in der eigenen Zukunft zu beschreiben, als wenn sie verwendet wurden, um die Wahrscheinlichkeit angenehmer Ereignisse in der Zukunft eines anderen zu beschreiben (Studie 1). - In ähnlicher Weise wurden Zufallsbegriffe als eine geringere Wahrscheinlichkeit interpretiert, wenn sie verwendet wurden, um die Wahrscheinlichkeit unangenehmer Ereignisse in der eigenen Zukunft zu beschreiben, als wenn sie verwendet wurden, um die Wahrscheinlichkeit unangenehmer Ereignisse in der Zukunft eines anderen zu beschreiben (Studien 1 und 2).
Literatur zu den Statusanreizen				
2008	Auriol und Renault	Status and Incentives	Modell zur Prinzipal-Agenten-Theorie: Fokus auf: - Kosten der Statusmanipulation - Status und Promotionen	-Status als Ausdruck des Anspruchs eines Agenten auf Anerkennung in der Arbeit; -Status ist eine knappe Ressource: Um den Status eines Agenten zu erhöhen, muss/wird der Status eines anderen Agenten verringert (werden). <u>Erkenntnisse:</u> Die Ergebnisse stimmen mit den tatsächlichen Managementpraktiken überein:

				1. Egalitarismus ist in einem statischen Kontext wünschenswert; 2. bei einem langfristigen Arbeitsverhältnis verzögert sich die Vergütung der jungen Agenten und frühere Leistungen werden durch Gehaltserhöhungen zusammen mit einem verbesserten Status innerhalb der Hierarchie der Organisation belohnt.
2018	Coles, Li und Wang	Industry Tournament Incentives	Empirische Analyse der Anreize für Branchenturniere für CEOs, gemessen an der Vergütungslücke zwischen einem CEO eines Unternehmens und dem bestbezahlten CEO ähnlicher (Branche, Größe) Unternehmen.	<u>Erkenntnisse:</u> - Unternehmensleistung, das Unternehmensrisiko und das Risiko einer festen Anlage- und Finanzpolitik sind positiv mit dem Lohngefälle der externen Industrie verbunden. - Die Auswirkungen von Branchenturnieren sind stärker, wenn Branchen-, Firmen- und Führungseigenschaften auf eine hohe CEO-Mobilität und eine höhere Wahrscheinlichkeit des Gewinns der angehenden Führungskraft hinweisen.
2008	Besley und Ghatak	Status Incentives	Benchmark-Modell	<u>Erkenntnisse:</u> -Crowding-Effekt: Anreiz wird abgeschwächt, wenn mehrere Personen einen bekommen. -Balance zwischen finanziellen und nicht-finanziellen Anreizen: Kompensation von finanziellen Anreizen durch Statusanreize -Potenzielle Kosten der Statusanreize: Wenn die negative Wirkung davon, keinen Statusanreiz zu bekommen, stärker ist, als die positive Wirkung, einen Statusanreiz zu bekommen. -Jedem Agenten mit positiver Leistung sollte ein Positionsgut gegeben werden. - In der Praxis versuchen Organisationen, die Statusanreize einsetzen darauf hinzuweisen, dass sie nur an die Verdienten ausgegeben werden und dass es keinen Markt für solche Belohnungen gibt.
2004	Murphy	In pursuit of short-term goals: anticipating the unintended	Die Studie konzentriert sich auf andere potenzielle Konsequenzen der Motivation, z.B.	<u>Erkenntnisse:</u> -Affektives Engagement und die Beziehung zum Vorgesetzten können sich auch dämpfend auf die Tendenzen zu problematischem Verhalten

		consequences of using special incentives to motivate the sales force	<u>problematische Verhaltensweisen</u>	auswirken, während das Streben nach Status und die Wettbewerbsfähigkeit, Eigenschaften, die häufig bei Verkäufern angestrebt werden, diese Tendenzen verstärken können. - Ein signifikanter Befund legt nahe, dass besser ausgebildete Vertriebsmitarbeiter anfälliger für weniger problematisches Verhalten sind.
2014	Grant, Berg und Cable	Job Titles as Identity Badges: How Self-Reflective Titles Can Reduce Emotional Exhaustion	<u>Feldforschungen</u>, um die psychologischen Implikationen von selbstreflexiven Berufsbezeichnungen zu untersuchen. Kombination induktiver qualitativer und deduktiver experimenteller Methoden	- Berufsbezeichnungen helfen Organisationen bei der Verwaltung ihres Humankapitals und haben weitreichende Auswirkungen auf die Identität der Mitarbeiter. <u>Erkenntnisse:</u> - Selbstreflexive Berufsbezeichnungen können wichtige Mittel für den Identitätsausdruck und die Stressreduktion sein, die bedeutende Auswirkungen auf die Forschung zu Berufsbezeichnungen, Identität und emotionaler Erschöpfung haben.
2012	Bhattacharya und Dugar	Status Incentives and performance	<u>Empirische Untersuchung:</u> Die Studie schaut sich Statusanreize an, die keinen späteren monetären Effekt haben werden.	<u>Erkenntnisse:</u> - Das Verbessern der Statusanreize verstärkt möglicherweise nicht unbedingt die individuelle Leistung, sondern hängt möglicherweise von der Aufgabe ab. - Individuen kümmern sich auch dann sehr um Status und sind willig viel dafür zu arbeiten, wenn sie in einem Umfeld sind, in dem der erhöhte Status keinen monetären Vorteil haben wird. Managerimplikationen: - Es ist möglich für Organisationen, die Leistung durch beobachtbare nicht monetäre Anreize zu fördern, wie zum Beispiel dem sozialen Status. - Organisationen sollten nicht-monetäre Anreize für verschiedene Arten von Arbeitsplätzen schaffen, weil Anreiz und die Auswirkungen des Status können in Bezug auf die Langweiligkeit oder Angenehmheit der Aufgabe für die Mitarbeiter variieren.
2016	Verbeke, Bagozzi und Belschak	The Role of status and leadership style in sales	<u>Natürliches Feldexperiment in 102 Discountern:</u>	<u>Erkenntnisse:</u> - Reine Statusanreize hatten einen signifikanten Effekt auf das Verkaufsvolumen

		contests: A natural field experiment	Status allein vs. Status + Finanzieller Anreiz kombiniert Ist Status allein stark genug, um ein Sales Team zu motivieren?	- Noch besseres Verkaufsvolumen gab es, als finanzielle- und Statusanreize gegeben wurde. Dies jedoch nur, wenn der Geschäftsleiter einen transformierenden Führungsstil hatte.
2007	Harbring, Irlenbusch, Kräkel und Selten	Sabotage in Corporate Contests – An Experimental Analysis	<u>Wettbewerbsmodell:</u> Analyse des Verhaltens in experimentellen Wettbewerben mit heterogenen Spielern, die sich gegenseitig sabotieren können	- Im Idealfall veranlassen Wettbewerbe Mitarbeiter zu produktiver Anstrengung, was ihre Gewinnwahrscheinlichkeit erhöht. - In vielen Umgebungen können Mitarbeiter jedoch auch ihre eigene Rankingposition verbessern, indem sie ihren Kollegen schaden. <u>Erkenntnisse:</u> - Das Sabotageverhalten variiert systematisch mit der Zusammensetzung der verschiedenen Teilnehmertypen. - Darüber hinaus nimmt die Sabotage ab, wenn die Identität des Saboteurs enthüllt wird, während Vergeltungsmotive übernehmen.
2010	Ederer und Pataconi	Interpersonal comparison, status and ambition in organizations	<u>Turniermodell:</u> Sie betonen die Rolle von Referenzgruppen und ermitteln die optimale Anzahl von Gewinnern und Verlierern bei Turnieren.	<u>Erkenntnisse:</u> - Die Einführung von Statusbedenken in ein Turniermodell hat erhebliche Auswirkungen auf die Bereitstellung von Anreizen. - Um Arbeitnehmer für den Mangel an niedrigem Status zu entschädigen, kann ein gewinnmaximierender Arbeitgeber zögern, Arbeitnehmer herabzustufen und Arbeitnehmer stattdessen durch Beförderungen zu belohnen. - Diese Ineffizienzen können bei der Verwaltung einer vielfältigen Belegschaft durch gemischte und getrennte Turniere abgemildert werden.
Thematisch verwandte Literatur				
2011	Heffetz	A Test of Conspicuous Consumption: Visibility and Income Elasticities	<u>Signalisierung-durch-Konsumieren-Modell</u> Stilisiertes Modell des auffälligen Konsums, bei dem die Einkommenselastizität endogen höher vorhergesagt wird, wenn ein Gut sichtbar ist, und niedriger, wenn es nicht sichtbar ist.	- Das Sichtbarkeitsmaß sagt bis zu einem Drittel der beobachteten Variation der Elastizitäten zwischen den Konsumkategorien in US-Daten voraus. <u>Erkenntnis:</u> - Ein höherer Konsumstatus von Anderen, führt dazu, dass Personen mehr arbeiten, um relativ genau so viel konsumieren zu können.

2021	Prundeanu, Constantin und Popusoi		<u>Empirische Studie:</u> Untersuchung der Beziehung zwischen bestimmten Aspekten des Narzissmus, zwei Strategien zur Statusverfolgung (d. h. Dominanz und Prestige) und der Motivation, in einer Convenience-Stichprobe, die hauptsächlich aus Universitätsstudenten (N = 1388) bestand	<u>Erkenntnisse:</u> - Narzissmus hatte einen signifikanten indirekten Effekt auf die Motivation, der durch Statusverfolgungsstrategien manifestiert war. - Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass narzisstische Bewunderung und narzisstische Rivalität unterschiedliche Beziehungen zu den Strategien der Statusverfolgung und der Motivation zur Führung von Typen hatten.
2007	Huberman und Minns	The times they are not changin': Days and hours of work in Old and New Worlds, 1870–2000	Historische Perspektive auf die Debatten über Arbeitszeitunterschiede in den OECD-Ländern unter Nutzung neuer Datensätze zu Wochenarbeitszeiten sowie zu Arbeitstagen und -stunden pro Jahr zwischen 1870 und 2000	<u>Erkenntnisse:</u> - Arbeitskraft und Ungleichheit, die nach 1970 als wichtige Determinanten der Arbeitszeit angesehen wurden, hatten in der Zeit vor 1913 vergleichbare Auswirkungen. - Sie bestreiten die weit verbreitete Ansicht, dass die Divergenz der Arbeitszeiten zwischen Europa und Nordamerika und Australien ein neues Phänomen ist. - Sie stellen fest, dass die Arbeiter der Neuen Welt <u>angesichts ihres Einkommensniveaus</u> im Jahr 1870 relativ zu viele Arbeitsstunden leisteten.