

Pressemitteilung

Max-Planck-Institut für Ökonomik

Petra Mader

10.06.2008

<http://idw-online.de/de/news264610>

Forschungsergebnisse
Psychologie, Wirtschaft
überregional

Entrepreneur und Stammesführer - Ein naturalistischer Ansatz zur Theorie der Firma

Die Mehrzahl der Beiträge zur "Theorie der Firma" in der Ökonomik basiert auf der Annahme mehr oder weniger rationaler, von Eigeninteressen geleiteter, autonomer Individuen. Diese Betrachtungsweise erklärt allerdings nicht, warum viele Menschen sich jenseits von persönlichen Interessen und über vertragliche Vereinbarungen hinaus, für die Ziele eines Unternehmens oder ihrer Organisation engagieren. Gewinnstreben und materielle Anreize sind ganz offensichtlich nicht die einzigen Determinanten für den Erfolg eines Unternehmens. Welche Bedeutung die - in der Natur einzigartige - menschliche Neigung zur Kooperation, die Übertragung und Weiterentwicklung kultureller Inhalte durch Prozesse sozialen Lernens und der Entrepreneur in Firmenkulturen sowie bezüglich des Funktionierens von Firmen haben, untersuchen Christian Cordes vom Jenaer Max-Planck-Institut für Ökonomik und seine Co-Autoren P. Richerson, R. McElreath und P. Strimling von der University of California in einem jetzt veröffentlichten Beitrag.* Ihre Herangehensweise basiert auf einem naturalistischen Ansatz, der Erkenntnisse aus anderen Disziplinen, wie zum Beispiel der Psychologie, der Anthropologie oder der Evolutionsbiologie, heranzieht. Dabei kommen außerdem mathematische Methoden zur Abbildung kulturellen Lernens in Gruppen zum Einsatz.

Firmen, so die zentrale Hypothese von Cordes et al., existieren auch deshalb, weil sie einen geeigneten Rahmen bieten, ein Kooperationsregime in der Firma zu etablieren, das auf evolvierten pro-sozialen Dispositionen menschlicher Akteure beruht, etwa der Neigung, in Gruppen kooperatives Verhalten zu zeigen. Solche kognitiven Dimensionen werden in den traditionellen Theorien der Firma kaum betrachtet. Während der Entwicklungsgeschichte der Menschheit hingen Erfolg und Überleben immer auch von der Fähigkeit zur Kooperation in Gruppen ab; deshalb, so die Autoren, ist die Neigung zur Kooperation über einen Prozess genetisch-kultureller Ko-Evolution fest in den Genen verankert. Komplexe Gesellschaften wie die unsere gibt es jedoch erst seit ca. 5000 Jahren. Zu kurz, um in den Genen Niederschlag zu finden. In modernen Unternehmen arbeiten Menschen mit den gleichen Prädispositionen und der gleichen Sozialpsychologie, wie in den Stammesgesellschaften unserer Vorfahren.

Darüber hinaus wird in dem Beitrag die Rolle des Entrepreneurs in der Sozialisierung und der Implementierung geteilter kognitiver Interpretationsrahmen unter den Angestellten einer Firma beleuchtet. Der Entrepreneur - oder eine andere leitende Persönlichkeit in einem Unternehmen - stellt mit seinem Geschäftskonzept einen kognitiven Bezugsrahmen bereit, der von den Angestellten des Unternehmens adaptiert werden kann. Die darüber entstehende kognitive Kohärenz innerhalb der Gruppe stärkt den Zusammenhalt und die Identifikation mit dem Unternehmen und prägt die Firmenkultur. Zum anderen bietet sich der Entrepreneur oder Manager als prominentes Rollenmodell für soziales Lernen an.

Ein formales Modell evolvierender Firmenkulturen liefert dann einige interessante Einsichten: mit wachsender Gruppengröße sinkt der Einfluss des Entrepreneurs im Sozialisierungsprozess und damit das Niveau kooperativen Verhaltens in der Firma - oft eine kognitive Beschränkung des Firmenwachstums. Zusätzlich wird eine Implikation bezüglich der Firmengröße abgeleitet. Das Modell zeigt, dass bei hohen potenziellen Kosten, die aus opportunistischem

Verhalten resultieren, Firmen klein beleiben, und so ein hohes Kooperationsniveau innerhalb der Firma ermöglichen. Dies mag ein Grund sein, warum etwa Unternehmen, die von selbständig und eigenverantwortlich arbeitenden Experten abhängen, geringe Größen aufweisen; opportunistisches Verhalten wäre in diesem Kontext außerordentlich kostspielig.

"Wir haben kein Problem mit dem Opportunitätsprinzip", sagt Christian Cordes. "Aber darüber hinaus gibt es zweifellos weitere Triebkräfte, die das Verhalten von Menschen in Firmen und anderen Organisationen beeinflussen. Mit unserem naturalistischen Ansatz möchten wir dazu beitragen, die Verhaltensmodelle, die in diesen Zusammenhängen zum Einsatz kommen, zu erweitern".

Kontakt: Max-Planck-Institut für Ökonomik, Dr. Christian Cordes, www.econ.mpg.de/english/staff/evo/cordes

* Cordes, C., et al., A naturalistic Approach on the Theory of the Firm: The role of cooperation and cultural evolution, J Econ Behav Organ (2008), doi: 10.1016/j.jebo.2008.08.008