



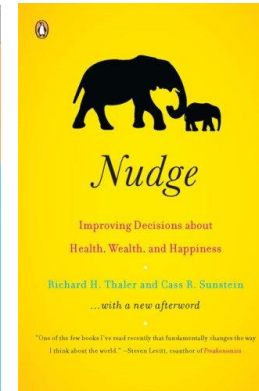
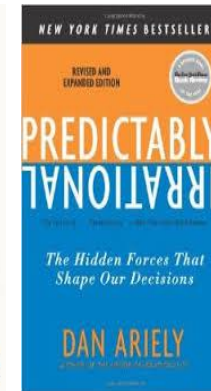
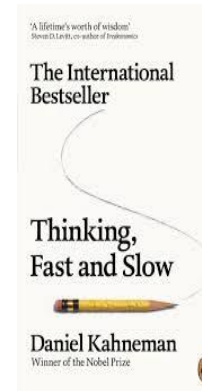
Verhaltensökonomik:
Wie können Organisationen die
Erkenntnisse nutzen?

Prof. Dr. Frauke von Bieberstein
Direktorin IOP, Abteilung Organisation

Verhaltensökonomie: Einer der wichtigsten Management-Trends der nächsten 50 Jahre

(McKinsey Report „Management: The next 50 years“, 2014)

- > Menschen handeln nur beschränkt rational
- > Um Verhaltensweisen zu ändern, muss man verstehen, was das Verhalten leitet: Erkenntnisse aus der Psychologie und Soziologie fließen in die Ökonomie ein
- > Die Anwendung verhaltensökonomischer Erkenntnisse bietet ein wichtiges Management-Toolset



Audi



Massnahmen auf Basis verhaltensökonomischer Erkenntnisse zeigen einen starken Einfluss

+ 10%

mehr gefahrene Kilometer wurden
im Durchschnitt protokolliert

Auto-Versicherung:
Ehrliches Verhalten durch Bewusstsein für Moral

+ 85%

der Bevölkerung sind
Organspender bei «opt-out»
anstatt «opt-in» -Standard

Staaten:
Höhere Spendenbereitschaft durch festgelegte
Standards zur Organspende

Was sind Feldexperimente?

1) Natural field experiments («Natürliche Feldexperimente»)

- > Untersuchung im natürlichen Umfeld der Mitarbeitenden/Kunden
- > Kontroll- und Treatmentgruppe mit zufälliger Zuteilung zu den Gruppen
- > Ermöglicht kausale Aussagen (Ursache → Wirkung)

2) Lab-in-the-field experiments («Labor im Feld Experimente»)

- > Untersuchung im «Labor» um Persönlichkeitseigenschaften zu erheben
- > Verbindung des Laborverhaltens mit Felddaten

Kann der Arbeitgeber mit Geschenken die Arbeitsleistung steigern? Und was schenken?



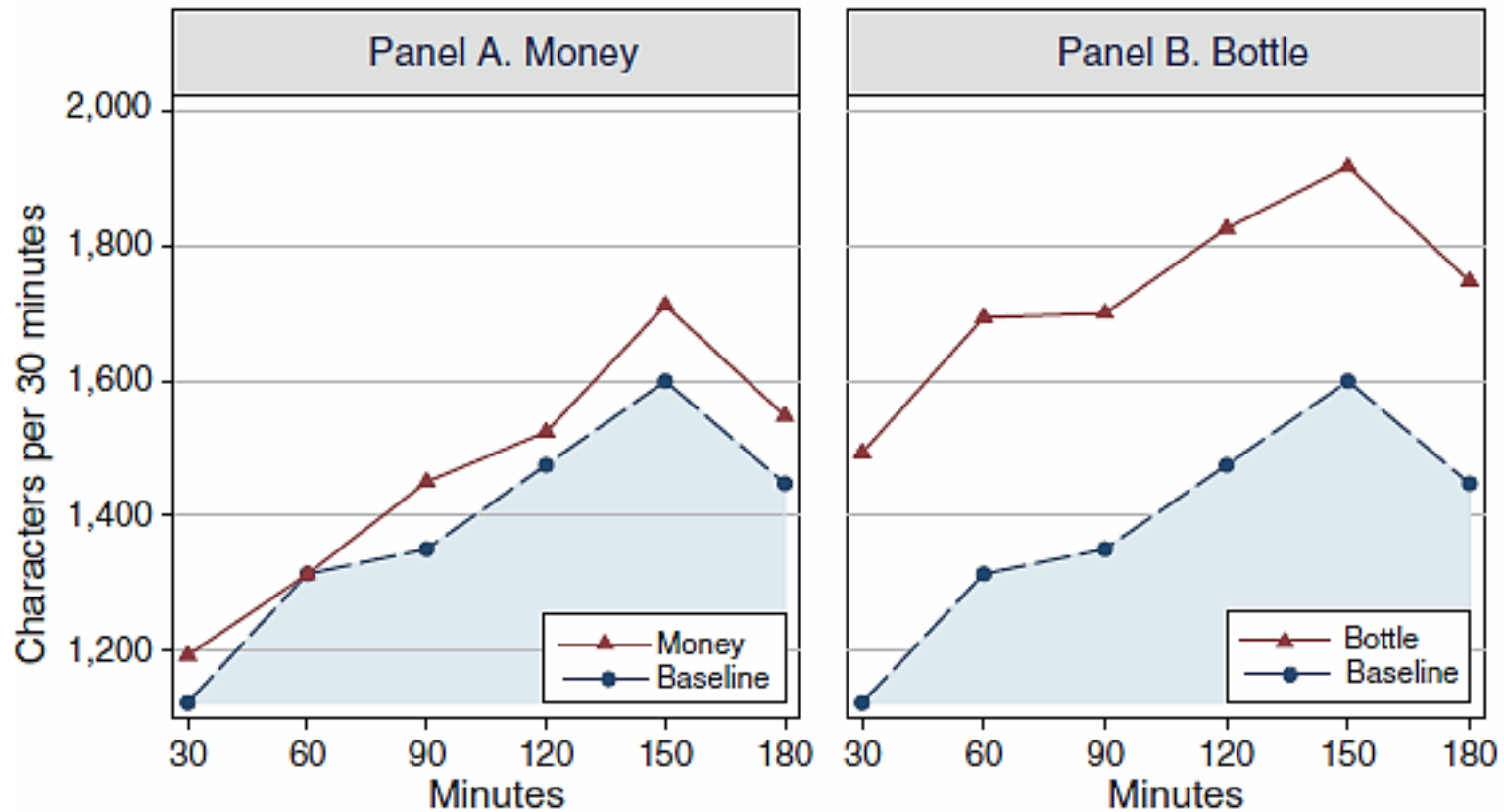
**Geldgeschenk
oder
Sachgeschenk?**

Die Treatments

- > **Baseline/Kontrolle:** Einmalige Anstellung für 3 Stunden, Lohn 12 Euro/Stunde, kein Geschenk
- > **Money:** Nachdem die Aufgabe erklärt wurde, bekommen die Mitarbeitenden eine zusätzliche Zahlung in Höhe von 7 Euro (~20% Lohnsteigerung)
- > **Bottle:** Nachdem die Aufgabe erklärt wurde, bekommen die Mitarbeitenden als Geschenk eine Thermoskanne im Wert von 7 Euro



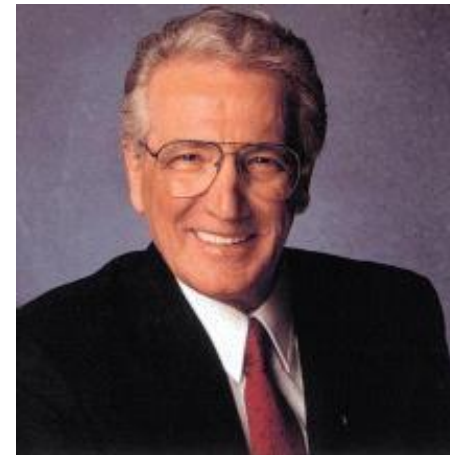
Die Ergebnisse



Was macht einen guten Verkäufer aus?



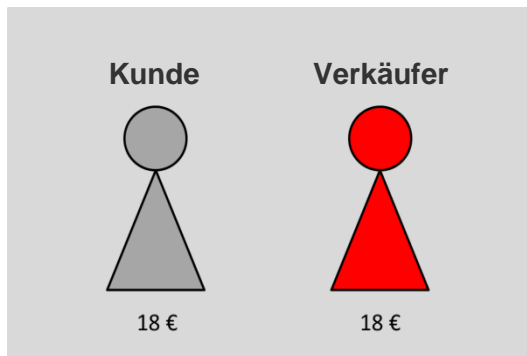
“Greed is good”



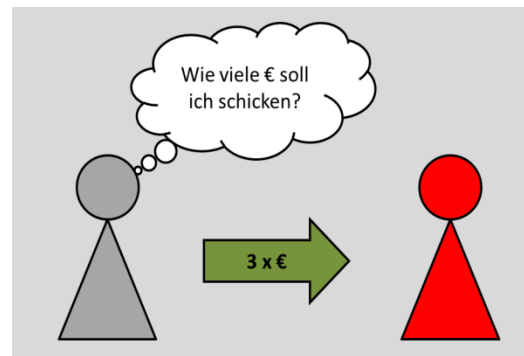
“To be honest and offer fair prices”

Das Vertrauensspiel

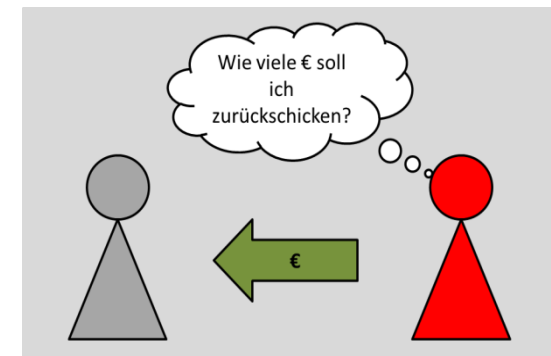
Ausgangssituation



Entscheidung des anderen



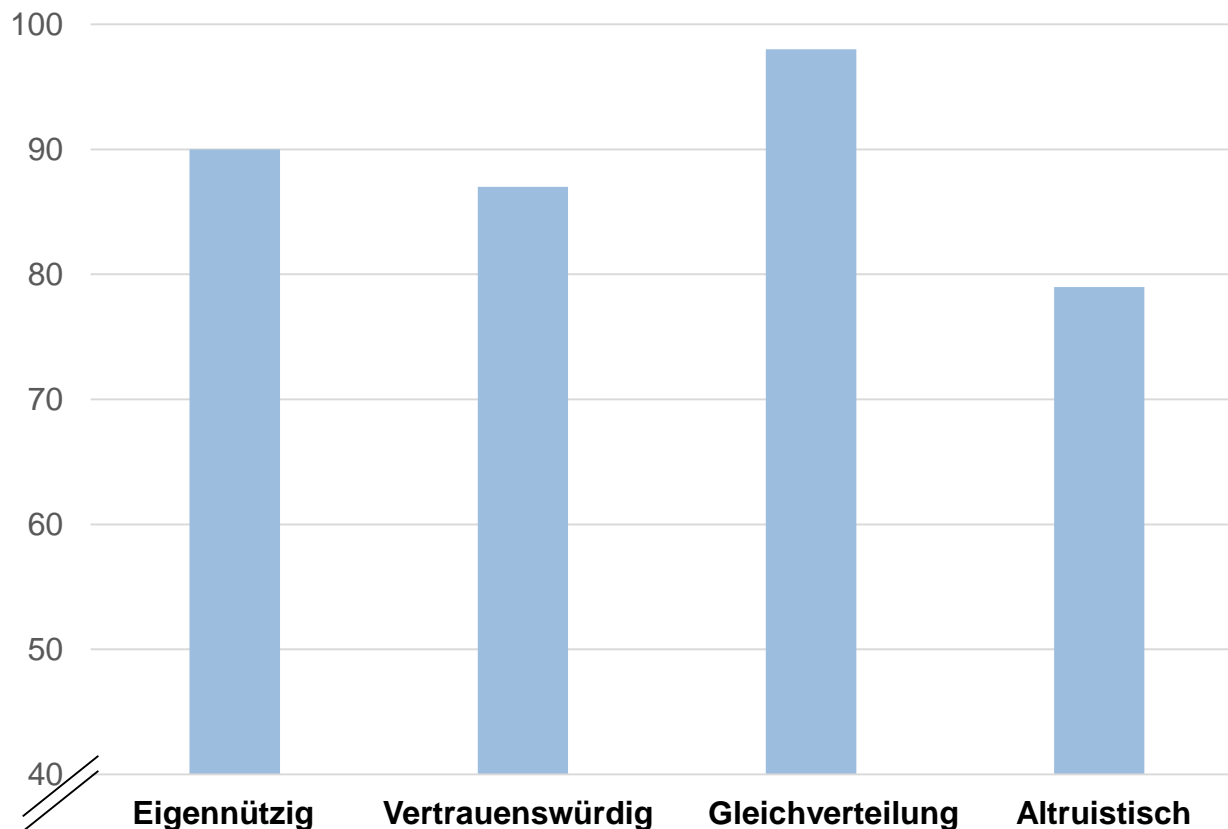
Eigene Entscheidung



- > Tägliche individuelle Verkaufszahlen werden mit Verhalten im Laborexperiment zusammengeführt

Wer auf den Interessenausgleich bedacht ist, erzielt die höchsten Verkäufe pro Kunde

Durchschnittsumsatz pro Kunde



Aber intensive Beratung kostet wertvolle Zeit und zahlt sich nicht immer aus

- > Auf Gleichverteilung bedachte Verkäufer erzielen knapp ein Viertel weniger Verkäufe als eigennützige Verkäufer
- > Der Effekt auf den Gesamtumsatz ist je nach Produktlinie neutral bis leicht negativ
- > Eigennützige und auf Gleichverteilung bedachte Mitarbeiter verfolgen somit unterschiedliche Verkaufsstrategien, die beide zum Ziel führen können
- > Die am wenigsten erfolgreichen Verkäufer sind reine Altruisten
- > Diese Erkenntnisse können in den Bereichen Personaleinsatzplanung, Training und Mitarbeiterauswahl genutzt werden

Beispiele für Fragestellungen, die verhaltensökonomisch optimiert werden können

Mitarbeiter-
motivation
erhöhen

Betrug bekämpfen

Schulungen
konzipieren

Führungskräfte
auswählen

Change
umsetzen

Kunden-
zufriedenheit
steigern

Performance-
Feedback geben

Offline, online,
oder im Call
Center

Sprechen Sie mich bei Interesse gerne an!