

Neuer Professor am Institut für Organisation und Personal IOP – Prof. Andreas Hack

Was treibt Startup-Gründer, Familienunternehmer und den gemeinen Angestellten? Die verhaltensökonomische Ausrichtung des Instituts für Organisation und Personal. Von Andreas Hack



Warum genehmigt eine Bank ihrem Vorstandsvorsitzenden ein Gehalt, das dem Hundertfachen eines normalen Angestellten entspricht? Warum beutet das eine Familienunternehmen seine Angestellten aus, während sich ein anderes im besonderen Masse für die Belegschaft einsetzt? Warum steigt die Tochter ins familieneigene Maschinenbauunternehmen ein, obwohl sie gerne Ärztin geworden wäre, während der Sohn sein Kunststudium durchzieht? Und vor allem: Welche Auswirkungen haben diese Motivations- und Handlungsstrukturen für ein Unternehmen und die Gesellschaft? Und: Wie kann ich durch geeignete Massnahmen gewünschtes Verhalten fördern und nicht gewünschtes verhindern?

Diese und andere verhaltensökonomische Fragen treiben mich seit Jahren in der Forschung um. Warum? Weil sie meiner Meinung nach im Unternehmen und in einer Gesellschaft den Unterschied machen. Träumen wir denn nicht alle vom idealen Arbeitgeber, von der erfüllenden Arbeitsaufgabe und einer gerechten Gesellschaft? Aber wie wollen wir die gestalten, wenn wir die grundlegenden Aspekte unseres Handelns und deren Auswirkungen nicht verstehen?

Cash in de Täsch – oder von der Taube auf dem Dach

Beginnen durfte ich meine Forschungen zu diesen Themen als junger Habilitand an der Technischen Universität Dortmund am Lehrstuhl für Innovations- und Gründungsmanagement. Es war die Zeit der grossen Internet-Startups. Viele junge Menschen strömten als fleissige Arbeitsbienen zu den coolsten Startups, die in noch cooleren Lofts in Berlin zu Hause waren. Und alle dachten: Hauptsache Kickertisch und Turnschuhe bei der Arbeit. Doch war das wirklich so? Nein! Geht es ums Gehalt, sind auch Mitarbeiter in jungen Unternehmen kleine Bausparer. So handelten jedenfalls die von mir befragten Beschäftigten. Und: Die langfristige Kapitalbeteiligung ist als Anreizinstrument gar nicht so wichtig, wie immer behauptet. Vielleicht ist also ein solides und vor allem faires Fixgehalt doch nicht so schlecht.

Macht, Geld, Liebe – oder wie ticken Familienunternehmen

Nach dieser spannenden Zeit als Habilitand hatte ich das grosse Glück, an die WHU – Otto Beisheim School of Management als Professor berufen zu werden. Dort leitete ich das Institut für Familienunternehmen und fand mich nach der Startup-Szene direkt in der nächsten interessanten Szene wieder: der Welt der Familienunternehmen. Was wir immer wieder vergessen: Die meisten Unternehmen in unserer Volkswirtschaft sind in Familienhand. Vom Schuster um die Ecke über den mittelständischen Maschinenbauer bis hin zum weltweiten Logistikdienstleister. Alle

zeichnen sich dadurch aus, dass zwei Systeme miteinander interagieren: die Familie und das Unternehmen. Hieraus ergeben sich die vielfältigsten Spannungsverhältnisse zwischen Macht, Liebe und Geld. Diese führen zu einzigartigen Unternehmenskulturen und Handlungsweisen. Hier interessierte mich insbesondere die Frage nach den verhaltensökonomischen Auswirkungen. Sind Familienunternehmen durch den Einfluss einer Unternehmerfamilie erfolgreicher als Publikumsgesellschaften und wenn ja, unter welchen Bedingungen? Wie kann man diese Bedingungen schaffen? Meine und die Überlegungen von vielen Kolleginnen und Kollegen mündeten in den Deutschen Governance Kodex für Familienunternehmen, der die Leitplanken für eine gute Unternehmensführung und für ein gutes Miteinander der Unternehmerfamilie beschreibt.

Verhaltensökonomie – oder vom Traum, die Handlungen der Menschen zu verstehen

Vor Kurzem erreichte mich dann der Ruf an das Institut für Organisation und Personal (IOP). Die Entscheidung für die Universität Bern fiel mir sehr leicht, ist das IOP doch eines der renommiertesten Institute im Bereich der Organisations- und Personalforschung. Und damit darf ich mich weiter mit meinem Lieblingsgebiet beschäftigen: den psychologischen Grundlagen ökonomischen Verhaltens. Doch nicht aus Selbstzweck. Ich möchte vor allem folgendes Ziel erreichen: die Studierenden für den fundamentalen Einfluss unseres Verhaltens – sei es unseres Arbeitsverhaltens, unseres Führungsverhaltens oder einfach nur unseres Miteinanders – auf Unternehmen zu sensibilisieren und ihnen das weite Feld der ökonomischen Verhaltenswissenschaften zu öffnen.