

Christian Hose

Die Bedeutung von Anreizsystemen im internationalen Kontext

Studienarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2001 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832450809

Christian Hose

Die Bedeutung von Anreizsystemen im internationalen Kontext

Christian Hose

Die Bedeutung von Anreizsystemen im internationalen Kontext

Studienarbeit
an der Privaten Fachhochschule für Wirtschaft und Technik
Vechta/Diepholz
Fachbereich Betriebswirtschaft
April 2001 Abgabe



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____
Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____
agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 5080

Hose, Christian: Die Bedeutung von Anreizsystemen im internationalen Kontext / Christian

Hose - Hamburg: Diplomatica GmbH, 2002

Zugl.: Vechta, Fachhochschule, Studienarbeit, 2001

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomatica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2002

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1	Anreizsysteme	3
1.1	Grundlagen der Gestaltung von Anreizsystemen.....	3
1.2	Der Motivationstheoretische Aspekt im Anreizsystem nach Herzbergs Zweifaktoren-Theorie.....	5
1.3	Unternehmens- und Mitarbeiterziele in Anreizsystemen	7
1.3.1	Unternehmensziele	7
1.3.2	Mitarbeiterziele.....	8
1.4	Problematik der Leistungsbeurteilung	11
1.4.1	Bei Unternehmenszielen	11
1.4.2	Bei Mitarbeiterzielen.....	12
1.5	Monetäre und nichtmonetäre Aspekte in Anreizsystemen	13
1.5.1	Monetäre Aspekte in Anreizsystemen.....	13
1.5.2	Nichtmonetäre Aspekte in Anreizsystemen.....	16
2	Darstellung des internationalen Kontext.....	17
2.1	Begriffbestimmung Kultur.....	17
2.2	Kulturdimensionen nach Hofstede	17
2.3	Kulturdimensionen nach Trompenaars	19
2.4	Unternehmenskulturen.....	21
3	Anreizsysteme im internationalen Kontext	23
3.1	Der Konvergenz und der Divergenzansatz	24
3.1.1	Der Konvergenzansatz.....	25
3.1.2	Der Divergenzansatz.....	27
3.1.3	Der gemischte Ansatz	30
3.2	Ergebnis der Konvergenz / Divergenz-Diskussion	35
3.3	Unternehmensziele im internationalen Kontext.....	35
3.4	Mitarbeiterziele im internationalen Kontext	36
4	Beispiel: Konzern DaimlerChrysler AG (als global Player).....	37
4.1	Beschreibung des Unternehmens und des zu betrachtenden Geschäftsbereichs.....	37
4.2	Darstellung des relevanten internationalen Kontext nach Hofstede im DaimlerChrysler-Konzern	39
4.2.1	USA.....	39
4.2.2	Japan	40
4.2.3	Deutschland	41
4.2.4	Überblick und Ergebnis	42
4.3	Unternehmens- und Mitarbeiterziele bei DaimlerChrysler.....	43
4.3.1	USA.....	45
4.3.2	Japan	45
4.3.3	Deutschland	47
4.4	Konvergenz und Divergenz innerhalb des DaimlerChrysler-Konzerns...	48
4.5	Empfehlung der Gestaltung eines Anreizsystems.....	49
4.5.1	Empfehlung für Japan	49
4.5.2	Empfehlung für USA	50
4.5.3	Empfehlung für Deutschland.....	51
5	Ergebnis und Ausblick.....	52