

---

# Die Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken

---

Christian Knobloch

# Die Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken

Empirische Untersuchungen vor dem  
Hintergrund der Agenturtheorie und  
der Behavioral Agency Theory

 Springer Gabler

Christian Knobloch  
Essen, Deutschland

Dissertation Universität Duisburg-Essen, 2018 u.d.T.: Christian Knobloch: „Die Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken – eine empirische Untersuchung vor dem Hintergrund der Agenturtheorie und der Behavioral Agency Theory“.

ISBN 978-3-658-29766-4      ISBN 978-3-658-29767-1 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-29767-1>

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

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

## **Vorwort und Danksagung**

Das vorliegende Buch entspricht bis auf einige Umstellungen und Korrekturen meiner Dissertationsschrift, die an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Duisburg-Essen angenommen wurde. Wie viele Dissertationsschriften ist auch diese über einen längeren Zeitraum entstanden. Am Anfang stand für mich als Volkswirt die Beschäftigung mit der Agenturtheorie und die (nicht neue) Erkenntnis, dass diese Theorie einen interessanten Ansatz bietet, unterschiedlichste Auftragsbeziehungen zu untersuchen. Die Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken als Forschungsobjekt auszuwählen, lag dann sehr nahe – zum einen aufgrund meiner Tätigkeit in der Forschungsstelle für Apothekenwirtschaft an der Universität Duisburg-Essen, zum anderen aufgrund der familiären Prägung mit Eltern und einem Großvater, die jeweils als selbstständige Apotheker tätig waren.

Während der theoretischen Beschäftigung mit der Agenturtheorie und im Verlauf der empirischen Untersuchung vor dem Hintergrund der Agenturtheorie wurde allerdings immer klarer, dass die Agenturtheorie zwar einen interessanten Blickwinkel auf die Auftragsbeziehungen zwischen Individuen wählt bzw. gewährt, dass Beziehungen zwischen Individuen aber auch von Faktoren beeinflusst werden, die von der Agenturtheorie unberücksichtigt bleiben. Von da war es ein kurzer Weg zur Beschäftigung mit der Verhaltensökonomik bzw. mit der von ihr geprägten Weiterentwicklung der Agenturtheorie, der Behavioral Agency Theory, sowie zu einer weiteren empirischen Untersuchung – diesmal vor dem Hintergrund der Behavioral Agency Theory. So entstand aus zwei Theorien und zwei empirischen Untersuchungen diese Dissertationsschrift.

An dieser Stelle möchte ich mich bei meinem Doktorvater Herrn Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder ganz herzlich bedanken. Während meiner bisherigen Zeit am Lehrstuhl hatte ich immer den Eindruck, von ihm mit genau der richtigen Dosis aus Gefordert-und-gefördert-werden versorgt zu werden. Dies in Verbindung mit einem sehr guten menschlichen Miteinander ist (für mich) sehr viel wert.

Ebenfalls möchte ich mich sehr bei Herrn Univ.-Prof. Dr. Jürgen Wasem für die Zweitbegutachtung dieser Dissertation bedanken. Frau Dr. Sophie König möchte ich sehr herzlich für die Hinweise und Ratschläge im Zusammenhang mit der

Fertigstellung der Dissertation danken. Frau Carla Rakers gilt ebenfalls mein sehr herzlicher Dank für ihre hilfreichen Anregungen und Korrekturvorschläge.

Mein besonderer Dank gilt meinen Eltern und meiner Großmutter, die mich (ebenfalls) immer fordernd und fördernd unterstützt haben. Auch die von dieser Seite oft gehörte Aufforderung „*Mach‘ endlich fertig!*“ hat immer wieder zu meiner Motivation beigetragen.

Essen  
Februar 2020

*Christian Knobloch*

# Inhaltsübersicht

**Inhaltsverzeichnis .....IX**

**Abbildungsverzeichnis..... XIX**

**Tabellenverzeichnis..... XXI**

**1 Relevanz, Aufbau und Ziel des Forschungsvorhabens ..... 1**

**2 Agenturtheorie ..... 7**

2.1 Die Agenturtheorie als ökonomische Theorie ..... 8

2.2 Grundannahmen der Agenturtheorie .....28

2.3 Die Beziehung zwischen Prinzipal und Agent ..... 37

2.4 Ausprägungsformen und Folgen des Agenturproblems ..... 46

2.5 Maßnahmen gegen Informationsasymmetrie und Zielkonflikt ..... 65

2.6 Agenturkosten ..... 104

2.7 Erweiterungen des „einfachen“ Agenturmodells ..... 113

2.8 Beispiele für die empirische Anwendung der Agenturtheorie ..... 122

2.9 Kritische Würdigung der Agenturtheorie..... 186

**3 Eine empirische Untersuchung der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken vor dem Hintergrund der Agenturtheorie.....191**

3.1 Der Arbeitsplatz öffentliche Apotheke..... 191

3.2 Arbeitsbeziehungen in Filialapotheken aus Sicht der Agenturtheorie..... 194

3.3 Gestaltung des Erhebungsinstrumentes ..... 197

3.4 Durchführung der Datenerhebung .....210

3.5 Deskriptive Auswertung der empirischen Untersuchung .....211

3.6 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der empirischen Untersuchung mit der Agenturtheorie .....263

3.7 Strukturgleichungsmodellierung (PLS-SEM) der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken.....276

**4 Behavioral Agency Theory als verhaltensökonomische Weiterentwicklung der Agenturtheorie.....301**

4.1 Ursprünge der Verhaltensökonomik.....304

4.2 Kritik an der neoklassischen Ökonomik .....306

4.3 Abgrenzung der neoklassischen Ökonomik von der Verhaltensökonomik .....309

4.4 Von der Verhaltensökonomik zur Behavioral Agency Theory .....316

---

4.5	Die Bedeutung sozialer Präferenzen für die Beziehungen zwischen Individuen.....	325
4.6	Crowding Out von intrinsischer Motivation in Agenturbeziehungen.....	359
4.7	Vorläufiges Fazit zur Entwicklung einer Behavioral Agency Theory.....	388
4.8	Ein kritischer Blick auf den verhaltensökonomischen Ansatz .....	389
<b>5</b>	<b>Eine empirische Untersuchung der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken vor dem Hintergrund der Erkenntnisse der Behavioral Agency Theory.....</b>	<b>393</b>
5.1	Die Bedeutung relationaler Verträge und freundlicher Handlungen in alltäglichen Arbeitsbeziehungen .....	393
5.2	Gestaltung des Erhebungsinstruments .....	395
5.3	Durchführung der Datenerhebung .....	402
5.4	Ergebnisauswertung der empirischen Untersuchung.....	403
5.5	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der empirischen Untersuchung mit der Behavioral Agency Theory.....	430
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>433</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>437</b>

# Inhaltsverzeichnis

**Abbildungsverzeichnis..... XIX**

**Tabellenverzeichnis..... XXI**

**1 Relevanz, Aufbau und Ziel des Forschungsvorhabens ..... 1**

**2 Agenturtheorie ..... 7**

2.1	Die Agenturtheorie als ökonomische Theorie .....	8
2.1.1	Agenturtheorie als Teil der Neuen Institutionenökonomik .....	8
2.1.1.1	Annahmen der Neuen Institutionenökonomik .....	9
2.1.1.2	Neue Institutionenökonomik versus Neoklassik .....	11
2.1.2	Ursprünge der Agenturtheorie .....	12
2.1.2.1	Versicherungs- und Gesundheitsökonomik .....	13
2.1.2.2	Organisationsökonomik .....	15
2.1.3	Forschungsrichtungen der Agenturtheorie .....	20
2.1.3.1	Die klassische Unterteilung: Positiv versus normativ .....	20
2.1.3.2	Klassifizierung von Hypothesen der Agenturtheorie nach ihrer Aussageart .....	23
2.1.3.3	Ein kritischer Blick auf die Forschungsrichtungen der Agenturtheorie .....	25
2.2	Grundannahmen der Agenturtheorie .....	28
2.2.1	Asymmetrische Information.....	28
2.2.2	Unvollständige Verträge.....	29
2.2.3	Unterschiedliche Nutzenfunktionen .....	29
2.2.3.1	Interessen oder Ziele, Divergenz oder Konflikt.....	30
2.2.3.2	Definition des Zielkonflikts nach Steffenhagen .....	31
2.2.3.3	Definition des Interessenskonflikts nach Kuhner.....	31
2.2.3.4	Definition des Interessenkonflikts nach Klemperer und Thompson.....	32
2.2.3.5	Erkenntnis aus den unterschiedlichen Definitionen.....	32
2.2.4	Strategisches Verhalten von Prinzipal und Agent .....	33
2.2.5	Opportunistisches Verhalten des Agenten .....	33
2.2.6	Exogene Faktoren .....	34
2.2.7	Unterschiedliche Risikopräferenzen.....	35
2.2.8	Die Annahmen der Agenturtheorie als notwendige Bedingungen für ein Agenturproblem.....	36
2.3	Die Beziehung zwischen Prinzipal und Agent .....	37
2.3.1	Definition der Agenturbeziehung.....	37
2.3.2	Rollenverteilung .....	39
2.3.3	Der Vertrag zwischen Prinzipal und Agent .....	42



	2.3.3.1	Vertragsformen aus ökonomischer Sicht.....	42
	2.3.3.2	Formen von Agenturverträgen .....	43
	2.3.3.3	Merkmale des Agenturvertrags.....	45
2.4		Ausprägungsformen und Folgen des Agenturproblems .....	46
	2.4.1	Informationsasymmetrien und Agenturprobleme im Überblick .....	46
	2.4.2	Adverse Selection aufgrund von Hidden Characteristics .....	47
	2.4.3	Hold Up aufgrund von Hidden Intention .....	49
	2.4.3.1	Zwei Formen des Hold Up.....	49
	2.4.3.2	Die Rolle spezifischer Investitionen bei einem Hold Up.....	50
	2.4.4	Moral Hazard aufgrund von Hidden Action, Hidden Information oder Hidden Knowledge.....	52
	2.4.4.1	Moral Hazard und der Zusammenhang zwischen Plastizität und Spezifität .....	53
	2.4.4.2	Die Begriffsabgrenzung von Hidden Action, Hidden Information und Hidden Knowledge in der Literatur.....	53
	2.4.4.3	Die Begriffsabgrenzung von Hidden Action, Hidden Information und Hidden Knowledge in dieser Arbeit .....	58
	2.4.4.4	Moral Hazard als Ergebnis sequenzieller Informationsasymmetrien.....	59
2.5		Maßnahmen gegen Informationsasymmetrie und Zielkonflikt .....	65
	2.5.1	Möglichkeiten der Klassifizierung .....	65
	2.5.2	Maßnahmen zur Verringerung der vorvertraglichen Informationsasymmetrie .....	67
	2.5.2.1	Signaling.....	68
	2.5.2.2	Self-Selection .....	69
	2.5.2.3	Screening .....	71
	2.5.3	Probezeit .....	72
	2.5.4	Monitoring.....	73
	2.5.4.1	Arten von Monitoring-Maßnahmen .....	73
	2.5.4.2	Anwendungsmöglichkeiten von Monitoring- Maßnahmen .....	74
	2.5.4.3	Auswirkungen von Monitoring-Maßnahmen .....	76
	2.5.5	Angleichung der Ziele von Prinzipal und Agent .....	77
	2.5.5.1	Ereignisabhängiges Prämiensystem als Maßnahme des Prinzipals .....	78
	2.5.5.1.1	Voraussetzungen für ein ergebnisabhängiges Vergütungssystem .....	79

2.5.5.1.2	Empfehlungen zur Ausgestaltung eines ergebnisabhängigen Vergütungssystems in der Literatur.....	81
2.5.5.1.3	Darstellung der Auswirkungen eines ergebnisabhängigen Vergütungssystems in einem Fallbeispiel.....	84
2.5.5.1.4	Einflussgrößen bei der Ausgestaltung eines ergebnisabhängigen Vergütungssystems.....	94
2.5.5.1.5	Probleme eines ergebnisabhängigen Vergütungssystems.....	95
2.5.5.2	Selbstbindungen als Maßnahmen des Agenten.....	98
2.5.5.2.1	Garantie .....	99
2.5.5.2.2	Reputation.....	100
2.5.6	Zusammenfassung Gegenmaßnahmen .....	102
2.6	Agenturkosten.....	104
2.6.1	Grundsätzliche Überlegungen .....	104
2.6.2	Komponenten der Agenturkosten.....	105
2.6.2.1	Kosten der Gegenmaßnahmen.....	106
2.6.2.2	Der Residualverlust.....	109
2.6.3	Wohlfahrtsverlust durch Agenturkosten .....	112
2.7	Erweiterungen des „einfachen“ Agenturmodells.....	113
2.7.1	Mehrere Akteure.....	114
2.7.1.1	Common Agency.....	114
2.7.1.2	Multi-Agenten-Modelle .....	115
2.7.2	Mehrere Hierarchiestufen .....	117
2.7.3	Mehrere Aufgaben.....	118
2.7.4	Mehrere Perioden .....	120
2.8	Beispiele für die empirische Anwendung der Agenturtheorie .....	122
2.8.1	Joint Ventures.....	123
2.8.1.1	Geringer & Woodcock (1995): „Agency Costs and the Structure and Performance of International Joint Ventures“ .....	123
2.8.1.1.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	123
2.8.1.1.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	125
2.8.1.1.3	Kritik.....	126
2.8.1.2	Baek, Min & Ryu (2006): „The Effects of Agency Problems on the Stability of the International Joint Venture“ .....	126
2.8.1.2.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	127

	2.8.1.2.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	128
	2.8.1.2.3	Kritik.....	130
2.8.2		Franchising .....	131
	2.8.2.1	Lafontaine (1992): „Agency Theory and Franchising: Some Empirical Results“ .....	132
	2.8.2.1.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	132
	2.8.2.1.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	134
	2.8.2.1.3	Kritik.....	139
	2.8.2.2	Shane (1996): „Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors“ .....	141
	2.8.2.2.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	141
	2.8.2.2.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	142
	2.8.2.2.3	Kritik und Zwischenfazit .....	143
	2.8.2.3	Shane (1998b): „Making new franchise systems work“ .....	144
	2.8.2.3.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	144
	2.8.2.3.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	147
	2.8.2.3.3	Kritik.....	150
	2.8.2.4	Hass (2010): „Steuerung und Kontrolle in Franchisesystemen“ .....	151
	2.8.2.4.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	151
	2.8.2.4.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	154
	2.8.2.4.3	Kritik.....	162
2.8.3		Kapitalgesellschaften.....	164
	2.8.3.1	Der Zusammenhang zwischen der CEO-Vergütung und dem Unternehmenserfolg vor dem Hintergrund der Agenturtheorie .....	165
	2.8.3.2	Fosberg (2004): „Agency problems and debt financing: leadership structure effects“ .....	167
	2.8.3.2.1	Forschungsfrage und Hypothesen .....	168
	2.8.3.2.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	168
	2.8.3.2.3	Kritik.....	170
	2.8.3.3	Boivie et al. (2011): „Me or we: The effects of CEO organizational identification on agency costs“ .....	171
	2.8.3.3.1	Forschungsfragen und Hypothesen .....	171
	2.8.3.3.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	174
	2.8.3.3.3	Kritik.....	178

2.8.3.4	Buchanan, Chai & Deakin (2014): „Agency Theory in Practice: a Qualitative Study of Hedge Fund Activism in Japan “ .....	179
2.8.3.4.1	Forschungsfragen und Hypothesen .....	179
2.8.3.4.2	Forschungsdesign und Ergebnisse.....	180
2.8.3.4.3	Kritik.....	183
2.8.4	Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Sichtung der Beiträge zur empirischen Anwendung der Agenturtheorie .....	184
2.9	Kritische Würdigung der Agenturtheorie.....	186
<b>3</b>	<b>Eine empirische Untersuchung der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken vor dem Hintergrund der Agenturtheorie.....</b>	<b>191</b>
3.1	Der Arbeitsplatz öffentliche Apotheke.....	191
3.2	Arbeitsbeziehungen in Filialapotheken aus Sicht der Agenturtheorie.....	194
3.3	Gestaltung des Erhebungsinstrumentes .....	197
3.3.1	Zielkonflikt, bedingter Vertrag und exogene Faktoren .....	198
3.3.2	Vorvertragliche Informationsasymmetrie .....	201
3.3.3	Hold Up .....	203
3.3.4	Nachvertragliche Informationsasymmetrie, Moral Hazard und Monitoring.....	204
3.3.5	Kontrollvariablen der Befragung .....	208
3.3.6	Zufriedenheit von Apothekeninhaber und Filialleiter .....	209
3.4	Durchführung der Datenerhebung .....	210
3.5	Deskriptive Auswertung der empirischen Untersuchung.....	211
3.5.1	Zusammensetzung der Stichprobe .....	211
3.5.2	Zielkonflikt, bedingter Vertrag und exogene Faktoren .....	213
3.5.2.1	Ziele der Apotheke .....	213
3.5.2.1.1	Übereinstimmend genannte Ziele .....	213
3.5.2.1.2	Vorüberlegungen zur Auswertung paarweiser Differenzen bei Ratingskalen.....	215
3.5.2.1.3	Wichtigkeit und Kommunikation des Ziels <i>wirtschaftlicher Erfolg</i> .....	222
3.5.2.1.4	Ausgestaltung der Zielvereinbarung.....	223
3.5.2.1.5	Ausgestaltung des Vergütungssystems .....	225
3.5.2.2	Interne Faktoren .....	226
3.5.2.2.1	Positive interne Faktoren .....	226
3.5.2.2.2	Negative interne Faktoren.....	227
3.5.2.3	Externe Faktoren .....	229
3.5.2.3.1	Positive externe Faktoren .....	229

	3.5.2.3.2 Negative externe Faktoren .....	229
	3.5.2.4 Berücksichtigung exogener Faktoren.....	231
	3.5.2.5 Änderungswünsche in Bezug auf die Apotheke.....	233
3.5.3	Vorvertragliche Informationsasymmetrie .....	235
	3.5.3.1 Eigenschaften des Agenten/Hidden Characteristics .....	235
	3.5.3.2 Screening-Maßnahmen .....	237
	3.5.3.3 Signaling-Maßnahmen.....	238
	3.5.3.4 Entscheidungsgründe des Prinzipals für den Agenten .....	241
	3.5.3.5 Entscheidungsgründe des Agenten für die Apotheke des Prinzipals.....	242
3.5.4	Hold Up .....	243
3.5.5	Nachvertragliche Informationsasymmetrie .....	246
	3.5.5.1 Entscheidungsspielraum .....	246
	3.5.5.2 Informationsvorsprung .....	247
3.5.6	Moral Hazard.....	251
3.5.7	Kontrollinstrumente.....	254
	3.5.7.1 Arten von Kontrollinstrumenten und Häufigkeit ihres Einsatzes .....	254
	3.5.7.2 Korrekturen durch den Prinzipal.....	257
	3.5.7.3 Formale Evaluation des Agenten.....	258
3.5.8	Zufriedenheit mit dem Agenten.....	260
3.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der empirischen Untersuchung mit der Agenturtheorie .....	263
	3.6.1 Zusammenfassung der deskriptiven Auswertungsergebnisse der empirischen Untersuchung .....	264
	3.6.2 Einordnung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung in den Kontext der Agenturtheorie .....	272
3.7	Strukturgleichungsmodellierung (PLS-SEM) der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken.....	276
	3.7.1 Zur Spezifikation von Messmodellen latenter Konstrukte .....	276
	3.7.2 Funktionsweise des PLS-Algorithmus.....	277
	3.7.3 Das Strukturgleichungsmodell dieser Untersuchung.....	279
	3.7.3.1 Erläuterungen zum inneren Modell (Strukturmodell) .....	282
	3.7.3.2 Erläuterungen zum äußeren Modell (Messmodell).....	283
	3.7.3.3 Auswahl der Fälle und Datenaufbereitung .....	285
	3.7.3.4 Ergebnisse der Strukturgleichungsmodellierung.....	287
	3.7.3.5 Gütebeurteilung der Messmodelle .....	289
	3.7.3.6 Gütebeurteilung des Strukturmodells .....	292

3.7.3.6.1	Prüfung der Kollinearität und der Pfadkoeffizienten .....	292
3.7.3.6.2	Prüfung des Bestimmtheitsmaßes und der $f^2$ -Effektstärken .....	294
3.7.3.6.3	Prüfung der Prognoserelevanz und der $q^2$ -Effektstärken .....	297
3.7.3.6.4	Zur Verwendung von Goodness-of-Fit-Maßen in PLS-SEM .....	298
3.7.4	Diskussion der Ergebnisse der Strukturgleichungsmodellierung .....	298
<b>4</b>	<b>Behavioral Agency Theory als verhaltensökonomische Weiterentwicklung der Agenturtheorie.....</b>	<b>301</b>
4.1	Ursprünge der Verhaltensökonomik.....	304
4.2	Kritik an der neoklassischen Ökonomik.....	306
4.3	Abgrenzung der neoklassischen Ökonomik von der Verhaltensökonomik .....	309
4.3.1	Beschränkte Rationalität.....	310
4.3.1.1	Entscheidungsanomalien.....	311
4.3.1.2	Begrenzte Selbstkontrolle .....	312
4.3.2	Beschränkter Eigennutz .....	314
4.3.2.1	Prosoziale Präferenzen .....	314
4.3.2.2	Verdrängungseffekt .....	315
4.3.3	Beschränkte Nutzenfaktoren .....	316
4.4	Von der Verhaltensökonomik zur Behavioral Agency Theory.....	316
4.4.1	Behavioral Agency Theory als „Lehre“ von den Risikopräferenzen des Agenten .....	317
4.4.2	Die Beiträge von Pepper & Gore .....	319
4.4.3	Kritik an Pepper & Gore (2015) und Skizzierung des eigenen Forschungsvorhabens .....	323
4.5	Die Bedeutung sozialer Präferenzen für die Beziehungen zwischen Individuen.....	325
4.5.1	Altruismus.....	327
4.5.2	Ungleichheitsaversion/Ungerechtigkeitsaversion und Fairness .....	329
4.5.2.1	Definition .....	329
4.5.2.2	Modellierung .....	331
4.5.3	Reziprozität.....	336
4.5.3.1	Definition .....	336
4.5.3.2	Modellierung .....	338

4.5.3.2.1	Rabin (1993).....	338
4.5.3.2.2	Falk & Fischbacher (2006) .....	341
4.5.3.3	Echte Freundlichkeit oder Kalkül – intrinsische und strategische Reziprozität .....	344
4.5.4	Vertrauen .....	347
4.5.4.1	Definition .....	347
4.5.4.2	Vertrauen und intrinsische Reziprozität.....	350
4.5.4.3	Vertrauen und Kontrolle in Agenturbeziehungen .....	350
4.5.5	Zusammenhang der sozialen Präferenzen .....	352
4.5.5.1	Laborexperimente mit Berücksichtigung mehrerer sozialer Präferenzen .....	352
4.5.5.1.1	Fehr & List (2004).....	352
4.5.5.1.2	McCabe, Rigdon & Smith (2003).....	353
4.5.5.1.3	Cox (2004).....	354
4.5.5.2	Der Zusammenhang sozialer Präferenzen vor dem Hintergrund soziologischer und psychologischer Theorien.....	357
4.6	Crowding Out von intrinsischer Motivation in Agenturbeziehungen.....	359
4.6.1	Abgrenzung extrinsische und intrinsische Motivation.....	359
4.6.2	Crowding Out durch extrinsische Motivation.....	362
4.6.2.1	Erklärungen für Crowding Out durch extrinsische Motivation.....	362
4.6.2.2	Frühe Experimente zum Crowding-Out-Effekt .....	364
4.6.2.3	Der Wissenschaftsstreit um Crowding Out .....	366
4.6.2.4	Crowding Out und die Stärke der Anreizsetzung .....	369
4.6.2.5	Crowding Out von prosozialer intrinsischer Motivation.....	371
4.6.2.5.1	Gneezy & Rustichini (2000a).....	372
4.6.2.5.2	Gächter, Fehr & Zanella (2001) .....	374
4.6.3	Crowding Out durch Monitoring.....	376
4.6.3.1	Crowding Out durch Monitoring in persönlichen Beziehungen .....	377
4.6.3.1.1	Barkema (1995).....	378
4.6.3.1.2	Dickinson & Villeval (2008) .....	380
4.6.3.2	Crowding Out und die Stärke der Anreizsetzung .....	383
4.6.3.2.1	Falk & Kosfeld (2006).....	383
4.6.3.2.2	Belot & Schröder (2016) .....	386
4.7	Vorläufiges Fazit zur Entwicklung einer Behavioral Agency Theory.....	388

- 4.8 Ein kritischer Blick auf den verhaltensökonomischen Ansatz .....389
- 5 Eine empirische Untersuchung der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken vor dem Hintergrund der Erkenntnisse der Behavioral Agency Theory.....393**
  - 5.1 Die Bedeutung relationaler Verträge und freundlicher Handlungen in alltäglichen Arbeitsbeziehungen .....393
  - 5.2 Gestaltung des Erhebungsinstruments .....395
    - 5.2.1 Struktur des Erhebungsinstruments .....395
    - 5.2.2 Inhaltlicher Aufbau des Erhebungsinstruments .....400
  - 5.3 Durchführung der Datenerhebung .....402
  - 5.4 Ergebnisauswertung der empirischen Untersuchung .....403
    - 5.4.1 Lob .....404
    - 5.4.2 Partizipation .....407
    - 5.4.3 Autonomie .....409
    - 5.4.4 Vertrauen .....411
    - 5.4.5 Monitoring .....413
      - 5.4.5.1 Arbeitsanweisungen .....413
      - 5.4.5.2 Kontrollinstrumente .....415
      - 5.4.5.3 Korrektur der Arbeitsweise .....417
    - 5.4.6 Der Zusammenhang zwischen Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit .....420
    - 5.4.7 Übertarifliches Fixgehalt .....423
    - 5.4.8 Anteilige variable Entlohnung .....425
    - 5.4.9 Zielvereinbarung .....427
  - 5.5 Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse der empirischen Untersuchung mit der Behavioral Agency Theory .....430
- 6 Schlussbetrachtung .....433**
- Literaturverzeichnis.....437**



## Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1: Komponenten des Agenturproblems.....	37
Abb. 2.2: Moral Hazard als Ergebnis sequenzieller Informationsasymmetrien .....	61
Abb. 2.3: Nutzenfunktion eines risikoaversen Individuums (in Anlehnung an Zweifel & Eisen 2003, S. 45) .....	83
Abb. 2.4: Risikoprämie (RP) für einen risikoaversen Agenten bei hohem Arbeitseinsatz (in Anlehnung an Laux, Gillenkirch & Schenk-Mathes 2014, S. 217) .....	91
Abb. 2.5: Komponenten der Agenturkosten (I).....	105
Abb. 2.6: Komponenten der Agenturkosten nach Jensen & Meckling (2003, S. 86) und Jensen & Smith (2003, S. 137).....	106
Abb. 2.7: Komponenten der Agenturkosten (II).....	107
Abb. 2.8: Grafik zu Item 8 im Fragebogen von Boivie et al. (2011, S. 575).....	175
Abb. 3.1: PLS-Strukturgleichungsmodell der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken auf Grundlage der Agenturtheorie .....	280
Abb. 3.2: PLS-Strukturgleichungsmodell der Arbeitsbeziehungen in Einzel- und Filialapotheken auf Grundlage der Agenturtheorie mit Ergebnissen.....	288
Abb. 4.1: Zusammenhang zwischen Freundlichkeit, Vertrauen und Kalkül .....	349
Abb. 5.1: Interview-Strukturbaum Agent.....	396
Abb. 5.2: Interview-Strukturbaum Prinzipal (Filialapotheke) .....	397
Abb. 5.3: Interviewleitfaden Agent (Auszug Maßnahme Lob) .....	398
Abb. 5.4: Interviewleitfaden Prinzipal (Auszug Maßnahme Lob) .....	399
Abb. 5.5: Grafische Darstellung des Verhältnisses von Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit.....	402
Abb. 5.6: Das Verhältnis von Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit aus Sicht der Prinzipale.....	420
Abb. 5.7: Das Verhältnis von Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit aus Sicht der Agenten .....	420

## Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1: Unterteilung der Forschungsrichtungen der Agenturtheorie .....	21
Tab. 2.2: Hypothesen in den beiden Forschungsrichtungen der Agenturtheorie nach Eisenhardt (1989) .....	24
Tab. 2.3: Zielkonstellationen in Distributionssystemen (vgl. Steffenhagen 1975, S. 78, 81).....	31
Tab. 2.4: Klassifizierung von Vertragsformen (in Anlehnung an Picot et al. 2012, S. 20; vgl. Picot, Reichwald & Wigand 2003, S. 43-44).....	43
Tab. 2.5: Wissensdefizite und ihre Folgen in Agenturbeziehungen .....	47
Tab. 2.6: Ursachen und Bezeichnungen einzelner Informationsasymmetrien in verschiedenen Quellen .....	57
Tab. 2.7: Ursachen und Bezeichnungen einzelner Informationsasymmetrien in dieser Arbeit.....	59
Tab. 2.8: Ursachen für Moral Hazard .....	64
Tab. 2.9: Maßnahmen zur Reduzierung der Informationsasymmetrien und des Zielkonflikts.....	66
Tab. 2.10: Beispiele für die Akzentuierungen der Maßnahme „Ergebnisbeteiligung“ (in Anlehnung an Spremann 1990, S. 578) .....	67
Tab. 2.11: Auszahlungen an die Akteure im Fallbeispiel und bei einem Agenten mit $U_w = w$ .....	89
Tab. 2.12: Auszahlungen an die Akteure im Fallbeispiel und bei einem Agenten mit $U_w = 10w$ .....	93
Tab. 2.13: Einfluss unterschiedlicher Faktoren auf die Wahl eines geeigneten Vergütungssystems (in Anlehnung an Eisenhardt 1989, S. 61-63) .....	103
Tab. 2.14: Die Auswirkungen von unterschiedlichen Rahmenbedingungen auf einzelne Konstrukte der Agenturtheorie gemäß der Hypothesen von Shane (1998b, S. 698-700) .....	148
Tab. 2.15: Vergleich der Items von Hass (2010, S. 108-109) mit den Items von Jap & Anderson (2003, S. 1697) .....	159
Tab. 3.1: Entwicklung der Anzahl öffentlicher Apotheken in Deutschland (vgl. ABDA 2019, S. 10, 13).....	192
Tab. 3.2: Entwicklung der Filialstruktur von Apotheken in Deutschland (vgl. ABDA 2019, S. 13).....	193
Tab. 3.3: Items zu den Konstrukten Zielkonflikt, bedingter Vertrag und exogene Faktoren.....	199
Tab. 3.4: Items zu den Konstrukten der vorvertraglichen Informationsasymmetrie.....	202
Tab. 3.5: Items zu dem Konstrukt Hold Up .....	204

Tab. 3.6: Items zu den Konstrukten Informationsasymmetrie, Moral Hazard und Monitoring .....	206
Tab. 3.7: Kontrollvariablen bezüglich der Mitarbeiter und Filialapotheken des Apothekeninhabers .....	208
Tab. 3.8: Doppelt spiegelbildliche Abfrage der Zufriedenheit von Apothekeninhaber und Filialleiter .....	209
Tab. 3.9: Zusammensetzung der Stichprobe der empirischen Untersuchung.....	212
Tab. 3.10: Häufigkeit der Nennungen von wirtschaftlichem Erfolg und guter Beratung als wichtigste Ziele der Apotheke (Mehrfachnennungen möglich).....	213
Tab. 3.11: Übereinstimmungsraten für die meistgenannten Antworten auf die Frage nach den Zielen der Apotheke.....	214
Tab. 3.12: Anteile der Prinzipale und Agenten mit gemeinsamer Zielnennung wirtschaftlicher Erfolg und gute Beratung .....	215
Tab. 3.13: Zahlenbeispiel für den statistischen Test auf Strukturgleichheit der Antworten von Prinzipal und Agent.....	218
Tab. 3.14: Teststatistiken für unterschiedliche Verfahren des Tests der Strukturgleichheit der Antworten von Prinzipal und Agent.....	218
Tab. 3.15: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Wichtigkeit des Ziels <i>wirtschaftlicher Erfolg</i> (Skala: 1 = „sehr niedrige Wichtigkeit“ bis 7 = „sehr hohe Wichtigkeit“).....	222
Tab. 3.16: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Kommunikation des Ziels <i>wirtschaftlicher Erfolg</i> (Skala: 1 = „sehr schlecht“ bis 7 = „sehr gut“) .....	223
Tab. 3.17: Verteilung der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Ausgestaltung der Zielvereinbarung.....	224
Tab. 3.18: Verteilung der paarweisen Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Vergütung mit einem übertariflichen Fixgehalt.....	225
Tab. 3.19: Durchschnittliche Angaben von Prinzipal und Agent zur Frage nach der prozentualen Höhe des Übertarifs.....	226
Tab. 3.20: Übereinstimmungsraten für die meistgenannten externen Erfolgsfaktoren .....	230
Tab. 3.21: Verteilung der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Berücksichtigung der exogenen Faktoren bei der Beurteilung des Arbeitserfolgs des Agenten .....	231
Tab. 3.22: Verteilung der paarweisen Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Berücksichtigung der exogenen Einflussgrößen bei der Beurteilung des Arbeitserfolgs des Agenten.....	232

Tab. 3.23: Verteilung der meistgenannten Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach den wichtigsten Änderungswünschen in Bezug auf die Apotheke (Mehrfachnennungen möglich) .....	234
Tab. 3.24: Verteilung der meistgenannten Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach den wichtigsten Eigenschaften eines Stellvertreters bzw. Filialleiters (Mehrfachnennungen möglich) .....	236
Tab. 3.25: Übereinstimmungsraten für die meistgenannten wichtigsten Eigenschaften eines Stellvertreters bzw. Filialleiters .....	237
Tab. 3.26: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent auf die Frage nach der Ehrlichkeit des Agenten in Bezug auf seine Qualifikationen (Skala: 1 = „sehr unehrlich“ bis 7 = „sehr ehrlich“) .....	240
Tab. 3.27: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Schwierigkeit, einen neuen Agenten zu finden (Skala: 1 = „sehr schwer“ bis 7 = „sehr einfach“).....	244
Tab. 3.28: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Schwierigkeit der Einarbeitung eines neuen Agenten (Skala: 1 = „sehr schwer“ bis 7 = „sehr einfach“).....	245
Tab. 3.29: Verteilung der paarweisen Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Existenz eines Informationsvorsprung des Agenten ....	247
Tab.3.30: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach dem Umfang der Weiterleitung wichtiger Informationen durch den Agenten an den Prinzipal (Skala: 1 = „nie“ bis 7 = „immer“) .....	249
Tab. 3.31: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zu den Fragen nach der Beobachtungen/Beurteilung des Arbeitsverhaltens/Arbeitserfolgs des Agenten durch den Prinzipal (Skala: 1 = „sehr schlecht“ bis 7 = „sehr gut“) .....	250
Tab. 3.32: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zu Fragen nach der Häufigkeit von Moral-Hazard-Verhaltensweisen des Agenten (Skala: 1 = „sehr selten“ bis 7 = „sehr häufig“) .....	252
Tab. 3.33: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zu Fragen nach der Beeinträchtigung durch Moral-Hazard-Verhaltensweisen des Agenten (Skala: 1 = „sehr wenig“ bis 7 = „sehr stark“) .....	253
Tab. 3.34: Skalenpunkt-Unterschiede zwischen den in ihren Antworten divergierenden Prinzipal-Agent-Paaren auf die Frage nach der Beeinträchtigung durch Moral Hazard-Verhaltensweisen .....	254
Tab. 3.35: Verteilung der meistgenannten Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach den Kontrollinstrumenten des Prinzipals (Mehrfachnennungen möglich).....	255

Tab. 3.36: Übereinstimmungsraten für die meistgenannten Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach den Kontrollinstrumenten des Prinzipals (Mehrfachnennungen möglich).....	256
Tab. 3.37: Auswertung der Antworten auf die Frage nach der Anwendungshäufigkeit von Kontrollinstrumenten durch den Prinzipal (Skala: 1 = „sehr selten“ bis 7 = „sehr häufig“).....	257
Tab. 3.38: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Korrekturhäufigkeit des Arbeitsverhaltens des Agenten durch den Prinzipal (Skala: 1 = „sehr selten“ bis 7 = „sehr häufig“).....	258
Tab. 3.39: Verteilung der Antworten von Prinzipal und Agent zur Frage nach der Existenz einer Evaluation des Agenten.....	259
Tab. 3.40: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent auf die Frage nach der Zufriedenheit mit dem Arbeitsverhalten des Agenten.....	261
Tab. 3.41: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent auf die Frage nach der Zufriedenheit mit dem Arbeitserfolg des Agenten.....	263
Tab. 3.42: Durchschnittlicher Ausprägungsgrad der Konstrukte bzw. Themen der empirischen Untersuchung in der Übersicht.....	272
Tab. 3.43: Legende für die Abkürzungen im PLS-SEM in Abbildung 3.1.....	281
Tab. 3.44: Einstellungen des PLS-Algorithmus und der Bootstrapping-Prozedur in <i>SmartPLS 3.0</i> zur Berechnung des Strukturgleichungsmodells.....	289
Tab. 3.45: Kennzahlen zur Gütebeurteilung der Messmodelle auf Grundlage der Indiaktorgewichte.....	290
Tab. 3.46: Kennzahlen zur Gütebeurteilung des Strukturmodells auf Grundlage der Pfadkoeffizienten.....	293
Tab. 3.47: Kennzahlen zur Gütebeurteilung des Strukturmodells auf Grundlage der Totalen Effekte.....	294
Tab. 3.48: Kennzahlen zur Gütebeurteilung des Strukturmodells auf Grundlage des Bestimmtheitsmaßes und der Prognoserelevanz.....	296
Tab. 4.1: Definitionen unterschiedlicher Quellen für den Begriff soziale Präferenzen.....	326
Tab. 4.2: Definitionen unterschiedlicher Quellen für den Begriff Altruismus.....	327
Tab. 4.3: Definitionen unterschiedlicher Quellen für Ungleichheitsaversion bzw. Ungerechtigkeitsaversion und Fairness.....	330
Tab. 4.4: Nutzenveränderungen von Individuum <i>i</i> bei Ungleichheitsaversion.....	332
Tab. 4.5: Definitionen unterschiedlicher Quellen für Reziprozität.....	337
Tab. 4.6: Battle of the sexes (in Anlehnung an Rabin 1993, S. 1285).....	339
Tab. 4.7: Bewertung der Freundlichkeit von unterschiedlichen Aufteilungen in unterschiedlichen Situationen (in Anlehnung an Falk & Fischbacher 2006, S. 296).....	342

Tab. 4.8: Mögliche Motivationsgründe der Spieler in Stanca, Bruni & Corazzini (2009) .....	347
Tab. 4.9: Definitionen unterschiedlicher Quellen für Vertrauen .....	348
Tab. 4.10: Unterschiedliche Motivationsgründe der Spieler für Sendungen in Cox (2004) .....	356
Tab. 4.11: Freiwillig verbrachte Zeit mit dem Soma-Puzzle in Sekunden (in Anlehnung an Deci 1971, S. 109) .....	365
Tab. 4.12: Ergebnisübersicht IQ- und Spenden-Experiment von Gneezy & Rustichini (2000b).....	370
Tab. 4.13: Auswirkungen von persönlichen Beziehungen und/oder Monitoring auf den Arbeitseinsatz im Experiment von Dickinson & Villeval (2008, S. 69) .....	381
Tab. 4.14: Auswirkungen unterschiedlicher Vorgaben auf die Arbeitsleistung des Agenten im Experiment von Falk & Kosfeld (2006, S. 1619).....	384
Tab. 4.15: Einfluss von Monitoring-Maßnahmen auf unterschiedliche Produktivitätsdimensionen im Vergleich zum Nicht-Monitoring im Feldexperiment von Belot & Schröder (2016) .....	387
Tab. 5.1: Wortlaut der Fragen zu den Maßnahmen des Prinzipals im Interviewleitfaden für den Agenten.....	400
Tab. 5.2: Wortlaut der Fragen zu Moral Hazard und zu der Zufriedenheit mit dem Agenten im Interviewleitfaden des Agenten.....	401
Tab. 5.3: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz bzw. Nicht-Einsatz von Lob....	405
Tab. 5.4: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz bzw. Einsatz von Lob.....	406
Tab. 5.5: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz bzw. Nicht-Einsatz von Partizipation.....	407
Tab. 5.6: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz bzw. Einsatz von Partizipation .....	408
Tab. 5.7: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz bzw. Nicht-Einsatz von Autonomie .....	409
Tab. 5.8: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz bzw. Einsatz von Autonomie.....	410
Tab. 5.9: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz bzw. Nicht-Einsatz von Vertrauen .....	411
Tab. 5.10: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz bzw. Einsatz von Vertrauen.....	412
Tab. 5.11: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz bzw. Nicht-Einsatz von Arbeitsanweisungen .....	413
Tab.5.12: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz bzw. Einsatz von Arbeitsanweisungen .....	414

---

Tab. 5.13: Empfinden und Reaktion auf den häufigen bzw. seltenen Einsatz eines bestimmten Kontrollinstruments.....	416
Tab. 5.14: Empfinden und Reaktion auf den hypothetisch selteneren bzw. häufigeren Einsatz eines bestimmten Kontrollinstruments.....	417
Tab. 5.15: Empfinden und Reaktion auf den häufigen bzw. seltenen Einsatz einer Korrektur der Arbeitsweise .....	418
Tab. 5.16: Empfinden und Reaktion auf den hypothetisch selteneren bzw. häufigeren Einsatz einer Korrektur der Arbeitsweise .....	419
Tab. 5.17: Vergleich der Antworten von Prinzipal und Agent zum Verhältnis von Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit .....	421
Tab. 5.18: Korrelationsmatrix für Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit aus Sicht der Prinzipale .....	422
Tab. 5.19: Korrelationsmatrix für Vertrauen, Kontrolle und Unsicherheit aus Sicht der Agenten.....	422
Tab. 5.20: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz/Nicht-Einsatz eines übertariflichen Fixgehalts.....	423
Tab. 5.21: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz/Einsatz eines übertariflichen Fixgehalts .....	424
Tab. 5.22: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz/Nicht-Einsatz einer anteiligen variablen Entlohnung .....	426
Tab. 5.23: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz/Einsatz einer anteiligen variablen Entlohnung .....	427
Tab. 5.24: Empfinden und Reaktion auf den Einsatz/Nicht-Einsatz einer Zielvereinbarung .....	428
Tab. 5.25: Empfinden und Reaktion auf den hypothetischen Nicht-Einsatz/Einsatz einer Zielvereinbarung .....	429