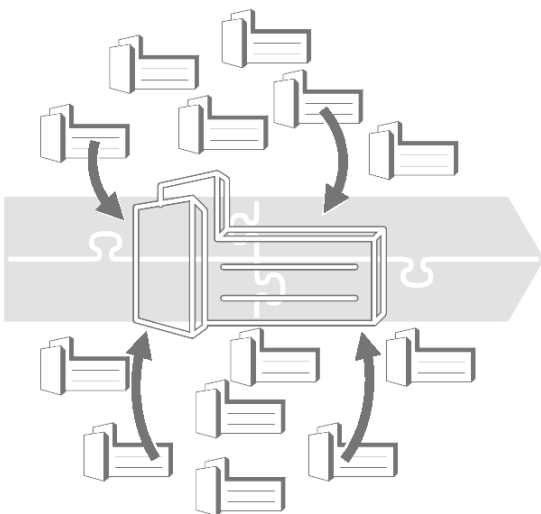


Virtual Organizations Citation Guidelines

Seminar at the Department of Economics
University of Kassel

Dr. Oliver Bohl
oliver@oliverbohl.de

February 2008



Citation

How to cite

Example:

Positive Anreize sollen die Zielperson dazu motivieren, eine bestimmte Aufgabe oder Tätigkeit im Sinne des Anreizgebers zu erledigen. Ein Beispiel ist eine in Aussicht gestellte Belohnung. Ein *negativer Anreiz*, wie z.B. eine drohende Sanktion, hat hingegen zum Ziel, eine Handlung des Anreizempfängers zu verhindern. Klassifiziert man nach dem *Anreizobjekt* werden materielle Anreize und immaterielle Anreize unterschieden. Bei materiellen Anreizen handelt es sich um direkte oder indirekte, aktuelle oder zeitverzögerte, immer aber monetär messbare Leistungen. (LINK, 2004, S. 222) Immaterielle Anreize sind demgegenüber nicht monetärer Art, wie z.B. Arbeitszeitregelungen, Anerkennung, Weiterbildung, Unternehmenskultur. (WÄLCHI, 1995, S. 180)

Bei der Einordnung von Anreizen anhand der *Anreizquelle* differenziert man intrinsische und extrinsische Anreize. Bei intrinsischen Anreizen ergibt sich der Nutzen für den Reizempfänger aus der Tätigkeit selbst, die als herausfordernd, befriedigend oder motivierend empfunden wird. (WÄLCHI, 1995, S. 27 sowie NEUBERGER, 1980, S. 1362) Bei extrinsischen Anreizen hingegen ist äußerer Antrieb die Ursache für das Verhalten des Anreizempfängers. (BECKER, 1987, S. 32) Dadurch ergibt sich ein wesentlicher Unterschied: Während intrinsische Anreize immer immaterielle Anreize sind, können extrinsische Anreize sowohl materieller als auch immaterieller Art sein. Extrinsische Anreize weisen ferner gegenüber intrinsischen Anreizen einen geringeren Subjektivitätsgehalt auf. Durch kollektive Wert- und Normensysteme sind sie mehr oder weniger objektiv bestimmbar. (WÄLCHI, 1995, S. 27) Bei einer Klassifizierung der Anreize nach *Anzahl der Reizempfänger* werden Individualanreize, Gruppenanreize und organisationsweite Anreize unterschieden. Bei den Individualanreizen steht die Person, auf welche die Anreize wirken sollen, im Mittelpunkt. (ROSENSTIEL/WAGNER, 1999, S. 64) Gruppenanreize betreffen hingegen bestimmte Einheiten in Organisationen. Organisationsweite Anreize berücksichtigen schließlich alle Mitglieder einer Organisation. (SCHMIDT ET AL., 1999)

1 Author

Within the text:

(BECKER, 1987, S. 32)

In the references:

AMRHEIN, D.: Die Universität als Dienstleistungsunternehmen. DUV, Wiesbaden, 1998.

SCHMIDT, A.: Motivation und Unternehmenssteuerung. In: Bühler, W./Siegert, T. (Hrsg.): Unternehmenssteuerung und Anreizsysteme. Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1999, S. 3-15.

2 Authors

Within the text:

(ROSENSTIEL/WAGNER, 1999, S. 64)

In the references:

SCHUMANN, M./HAGENHOFF, S.: Virtuelle Universität. In: Wirtschaftsinformatik 40 (1998) 2, S. 150-152.

KLEIN, A./KRCMAR, H.: E-Learning und Collaborative Commerce. In: Buhl, H. U./Huther, A./Reitwiesner, B. (Hrsg.): Information Age Economy - 5. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik 2001. Physica, Heidelberg, 2001, S. 309-321.

More than 2 Authors

Within the text:

(SCHMIDT ET AL., 1999)

In the references:

STRAUB, R.E./SCHODER, D./MÜLLER, D./MEIER, D.: Wie werden die Produkte den Kunden angepasst? In: Sönke, A./Clement, M./Peters, A./Skiera, B. (Hrsg.): eCommerce-Einstieg, Strategie und Umsetzung im Unternehmen. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt am Main, 1999, S. 109-119.

WWW

Within the text:

(SCHMIDT ET AL., 1999), e.g. for pdfs with an author
(OHNE VERFASSER, 2002a), e.g. for websites without an author

In the references:

KUHLEN, RAINER: Informationelle Bildung – Informationelle Kompetenz – Informationelle Autonomie. Vortrag dies academicus vom 15. November 2000. <http://www.inf-wiss.uni-konstanz.de/People/RK/Vortraege00-Web/tfhu151100.pdf>, 2000-11-15, Abruf am 2005-12-21.

OHNE VERFASSER (2002a) - Schwache Nachfrage – Das Interesse ist groß am virtuellen Lernen. Doch mit der Umsetzung hapert es. <http://www.manager-magazin.de/ebusiness/artikel/0,2828,202637,00.html>, Abruf am 2002-07-15.

Virtual Organizations
Lecture at the University of Kassel
Dr. Oliver Bohl (February 2008)

Contact Information

oliver@oliverbohl.de
bohl@wirtschaft.uni-kassel.de

www.oliverbohl.de

skypeto: oliverbohl
+49-173-5753951

Citation

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T