



Universität
Zürich^{UZH}

Soziologisches Institut – Prof. Dr. Katja Rost

PROSEMINAR SOZIOLOGISCHE FORSCHUNG

Vorlesung Wirtschaftssoziologie

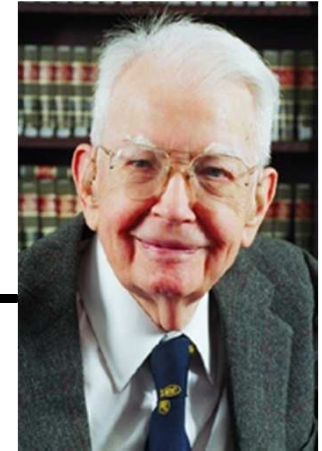
VL 6: Varianten und Analysen sozialer
Einbettung

Gliederung der heutigen Vorlesung

- 1. Institutionelle Einbettung und Transaktionen**
2. Strukturelle Einbettung und soziale Netzwerke
3. Kulturelle Einbettung und Kulturdeutungen
4. Methodische Konsequenzen

New-institutional economics

- **Institutions**, consisting of both the formal legal rules and the informal social norms that govern individual behavior and structure social interactions.
- Extends neo-classic economics by focusing on the social and legal norms and rules that underlie economic activity
- Assumptions
 - bounded rationality
 - incomplete information
 - (Learning)



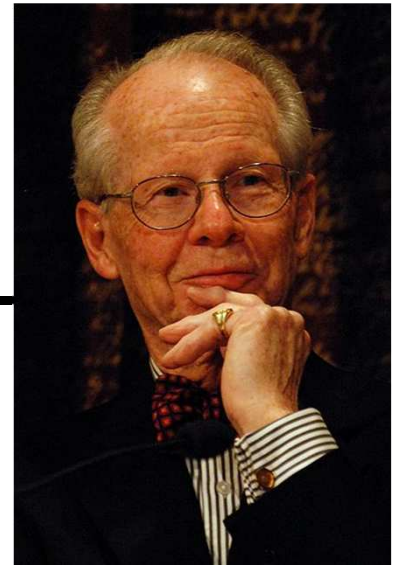
Ronald Harry Coase

The Nature of the Firm

- Co-ordination is done via price mechanism
- Why is organization necessary?
 - Outside the firm: prices, i.e. exchange transaction
 - Inside the firm: authority, i.e. entrepreneur coordination
 - Costs of using the price mechanism, i.e. of organizing and negotiating (economic specialization, i.e. division of labor)
 - Firms emerge due to lower transaction costs , i.e. incomplete contracts (long-term within certain limits!)
 - More likely for services than commodities

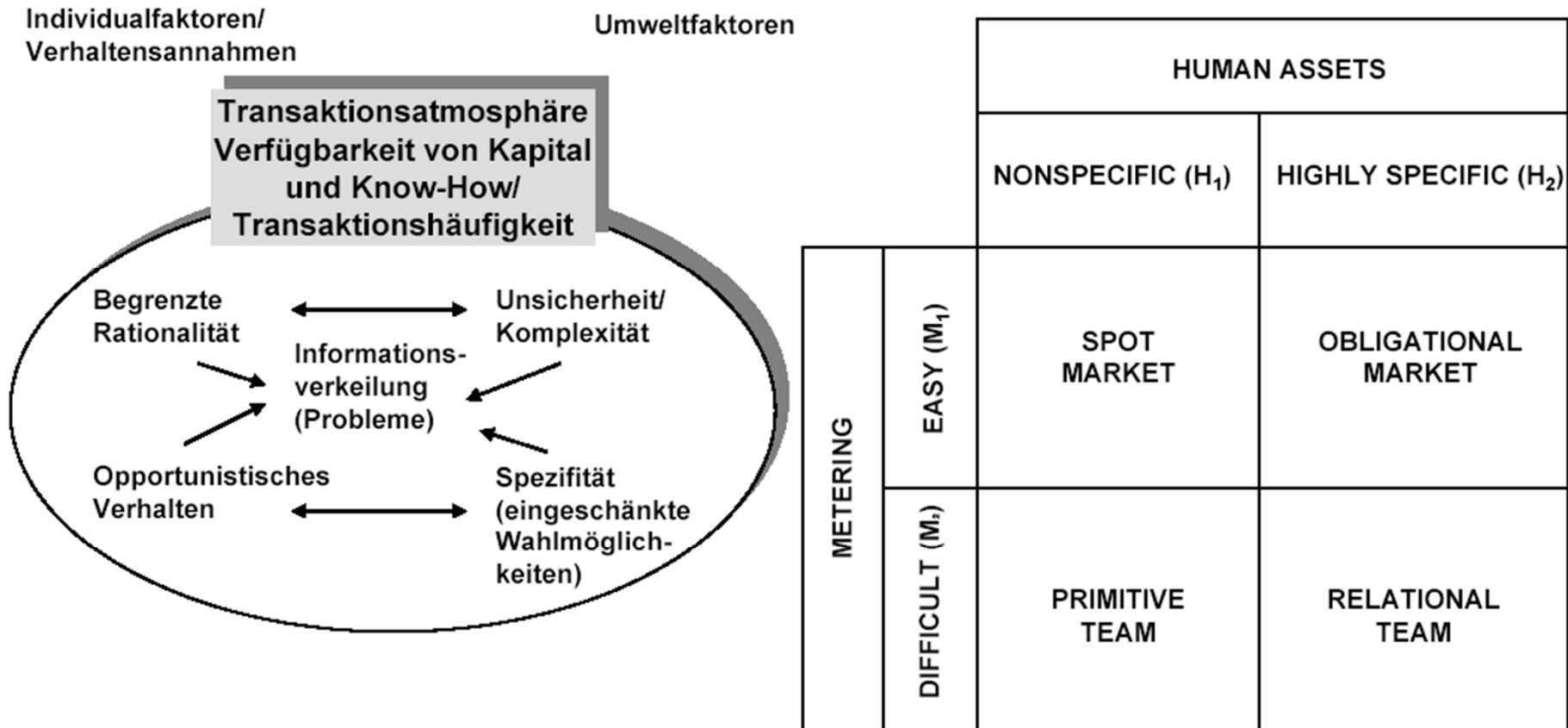
The Firm as Governance Structure

- It is much easier to say that organization matters than it is to show how and why
- Contract perspective
 - Public ordering, e.g. politics cannot efficiently secured by markets
 - Private ordering, e.g. voluntary exchange between parties by incentive alignment and **governance (contract implementation)**
 - Due to human nature (bounded rationality, some opportunism, incomplete information) complex contracts are incomplete
- Alternative modes of governance (market vs. hierarchy)
 - Unit of analysis is transaction, i.e. asset specify, uncertainty, transaction frequency
 - Make-or-buy?



Oliver Williamson

Transaktionskosten und Institutionelle Arrangements



Quellen: Williamson, O., Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications, London 1975, S. 40; ders., The Economics of Organization: The Transaction-Cost Approach, in: American Journal of Sociology 87 (1981), S. 566

Institutionensoziologie

- Institutionen sind die in einer Gesellschaft bestehenden Vorstellungen darüber, was welche Bedeutung besitzt und welche Handlungen möglich sind
- Institutionelle Umwelten = Konformität der Organisation mit der Umwelt (Legitimitätsmotiv)
 - Legitimacy is a generalized perception that the actions of an entity are desirable, proper or appropriate within some socially constructed systems of norms, values, beliefs and definitions
 - Organisationen adoptieren strukturelle Elemente für externe Legitimation und weniger wegen technischer Effizienz => Ressourcenzufluss + Überleben
- Organisationen eines organisationalen Feldes gleichen sich untereinander an: Homogenisierung = Ismorphie

Arten der Isomorphie

- Durch Zwang
 - Resultiert aus politisch motivierten Einfluss auf Organisationen, z.B. Gesetze
- Durch mimetische Prozesse
 - Resultiert aus Unsicherheit und Uneindeutigkeit, z.B. Nachahmung andere Organisationen
- Durch normativen Druck
 - Resultiert aus der Professionalisierung in modernen Gesellschaften, z.B. Standardisierung von Ausbildungsgängen (Beispiel: Verbreitung der Diversifikationsstrategie)

Warum adaptieren Unternehmen Managementmoden?

Antworten des Neoinstitutionalismus

- Effizienz? Muss nicht sein
 - Performance ist egal
- Legitimität? Ja, unbedingt
 - Höhere Reputation
 - Höhere „Innovativität“
- Glaubwürdigkeit Manager? Ja!
 - Höheres Gehalt

Staw, B.M., L.D. Epstein. 2000. What Bandwagons Bring: Effects of Popular Management Techniques on Corporate Performance, Reputation, and Ceo Pay. *Administrative Science Quarterly* 45(3) 523-556.

Managementmoden steigern nicht die Performance

Effects of Popular Management Techniques on 1995 Firm Performance and on Changes in Firm Performance (N = 100)*

| Variable | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| Industry performance | .423*** (.086) | .431*** (.090) | .414*** (.090) | .423*** (.087) | .412*** (.111) | .218* (.105) | .171 (.111) | .417*** (.091) | .217* (.105) |
| Size | -.031 (.085) | -.001 (.088) | -.003 (.088) | -.017 (.086) | .082 (.090) | .037 (.088) | .015 (.089) | .053 (.090) | .035 (.089) |
| Prior firm performance | | | | | .129 (.122) | .329** (.103) | .358** (.112) | | .362** (.105) |
| 94 Quality focus | -28.3** (8.83) | | | | | | | | |
| 94 Team focus | | -37.0 (26.7) | | | | | | | |
| 94 Empowerment focus | | | -24.8 (24.4) | | | | | | |
| 94 PMT focus | | | | -15.7** (5.89) | | | | | |
| 92 PMT focus | | | | | -.341 (4.42) | | | | |
| 91 PMT focus | | | | | | -5.99 (5.41) | | | |
| 90 PMT focus | | | | | | | -2.56 (5.88) | | |
| TQM implementation | | | | | | | | -.101 (.182) | .159 (.183) |
| R ² | .262 | .199 | .191 | .239 | .254 | .258 | .250 | .185 | .223 |

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; two-tailed tests.

* Standard errors are in parentheses.

Managementmoden steigern die Reputation

| Effects of Popular Management Techniques on Changes in 1995 Corporate Reputation* | | | | | | | |
|---|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Variable | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 94 Performance | .135 [•] (.062) | .141 [•] (.060) | .224 ^{••} (.073) | .226 ^{••} (.072) | .242 ^{•••} (.072) | .246 ^{•••} (.070) | .240 ^{•••} (.072) |
| 94 Size | .098 [•] (.049) | .010 [•] (.047) | .094 (.059) | .099 [•] (.058) | .073 (.060) | .074 (.059) | .058 (.058) |
| 92 Reputation | .663 ^{•••} (.059) | .661 ^{•••} (.057) | | | | | |
| 92 PMT focus | 4.97 [•] (2.40) | | | | | | |
| 92 PMT exposure | | .157 ^{••} (.048) | | | | | |
| 91 Reputation | | | .523 ^{•••} (.067) | .522 ^{•••} (.066) | | | .545 ^{•••} (.066) |
| 91 PMT focus | | | 7.42 [•] (3.77) | | | | |
| 91 PMT exposure | | | | .172 ^{••} (.060) | | | |
| 90 Reputation | | | | | .550 ^{•••} (.069) | .548 ^{•••} (.067) | |
| 90 PMT focus | | | | | 6.63 [•] (3.97) | | |
| 90 PMT exposure | | | | | | .148 ^{••} (.062) | |
| TQM implementation | | | | | | | .353 ^{••} (.124) |
| R ² | .717 | .735 | .598 | .617 | .598 | .661 | .617 |

[•] $p < .05$; ^{••} $p < .01$; ^{•••} $p < .001$; one-tailed tests.

* Standard errors are in parentheses. N = 91 for equations 1 and 2; N = 89 for equations 3–7.

Managementmoden steigern das CEO Gehalt

| Effects of Popular Management Techniques on Changes in CEO Pay (1995 Salary and Bonus in \$000)* | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Variable | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 94 Performance | 134 (94.6) | 134 (93.7) | 107 (103) | 107 (102) | 146 (105) | 150 (102) | 199* (103) |
| 94 Size | 457*** (87.3) | 473*** (87.0) | 460*** (95.2) | 478*** (94.9) | 444*** (98.2) | 463*** (96.2) | 362*** (97.6) |
| % Inside directors | -49.6 (91.9) | -52.1 (100) | -54.1 (100) | -53.4 (99.0) | -65.8 (103) | -66.3 (99.6) | -36.0 (99.7) |
| Board size | -19.4 (37.7) | -8.34 (37.5) | -16.5 (41.8) | -3.88 (40.3) | -24.5 (41.7) | -9.25 (39.9) | 1.08 (39.8) |
| CEO tenure | -9.63 (13.4) | -8.11 (13.3) | -16.1 (14.5) | -14.4 (14.4) | -13.8 (14.9) | -10.9 (14.5) | -9.52 (14.4) |
| CEO is board chair | 472 (325) | 718* (327) | 493 (354) | 646* (357) | 704* (364) | 964** (369) | 774* (352) |
| 92 CEO salary and bonus | .612*** (.125) | .607*** (.124) | | | | | |
| 92 PMT focus | 10546** (4228) | | | | | | |
| 92 PMT exposure | | 247** (88.7) | | | | | |
| 91 CEO salary and bonus | | | .448*** (.133) | .441*** (.130) | | | .508*** (.130) |
| 91 PMT focus | | | 7135 (6269) | | | | |
| 91 PMT exposure | | | | 169* (94.6) | | | |
| 90 CEO salary and bonus | | | | | .582** (.210) | .638** (.202) | |
| 90 PMT focus | | | | | 10173 (7183) | | |
| 90 PMT exposure | | | | | | 276** (112) | |
| TQM implementation | | | | | | | 521** (203) |
| R ² | .468 | .479 | .376 | .391 | .343 | .377 | .389 |

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; one-tailed tests.
 * N = 85. Standard errors are in parentheses.

Staw, B.M., L.D. Epstein. 2000. What Bandwagons Bring: Effects of Popular Management Techniques on Corporate Performance, Reputation, and Ceo Pay. Administrative Science Quarterly 45(3) 523-556.

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Institutionelle Einbettung und Transaktionen
- 2. Strukturelle Einbettung und soziale Netzwerke**
3. Kulturelle Einbettung und Kulturdeutungen
4. Methodische Konsequenzen

Das Problem der Embeddedness

- Wie beeinflussen soziale Beziehungen individuelles Verhalten und Institutionen?
- 1. Neoklassik, Neue Institutionen Theorie**
 - Rationale, eigennützige, atomisierte Akteure = untersozialisierte Sicht
 - Idealisierte Märkte ohne soziales Handeln
 - Idealisierte Institutionen als Substitute für Vertrauen (aber woher kommt es?)
- 2. Funktionalisten:**
 - Durch Sozialisation internalisierte Normen und Werte = übersozialisierte Sicht, generalisierte „Moralität“
 - Unterschätzung von eigennützigem Handeln
- 3. Embeddedness-Argument**
 - Einbindung in soziale Beziehungen führt zu Vertrauen und dämpft Opportunismus ein
 - Schatten der Vergangenheit (billig, nicht verzerrt, ökonomisch & sozial motivierend) => in Familien gibt es z.B. kein Gefangenendilemma

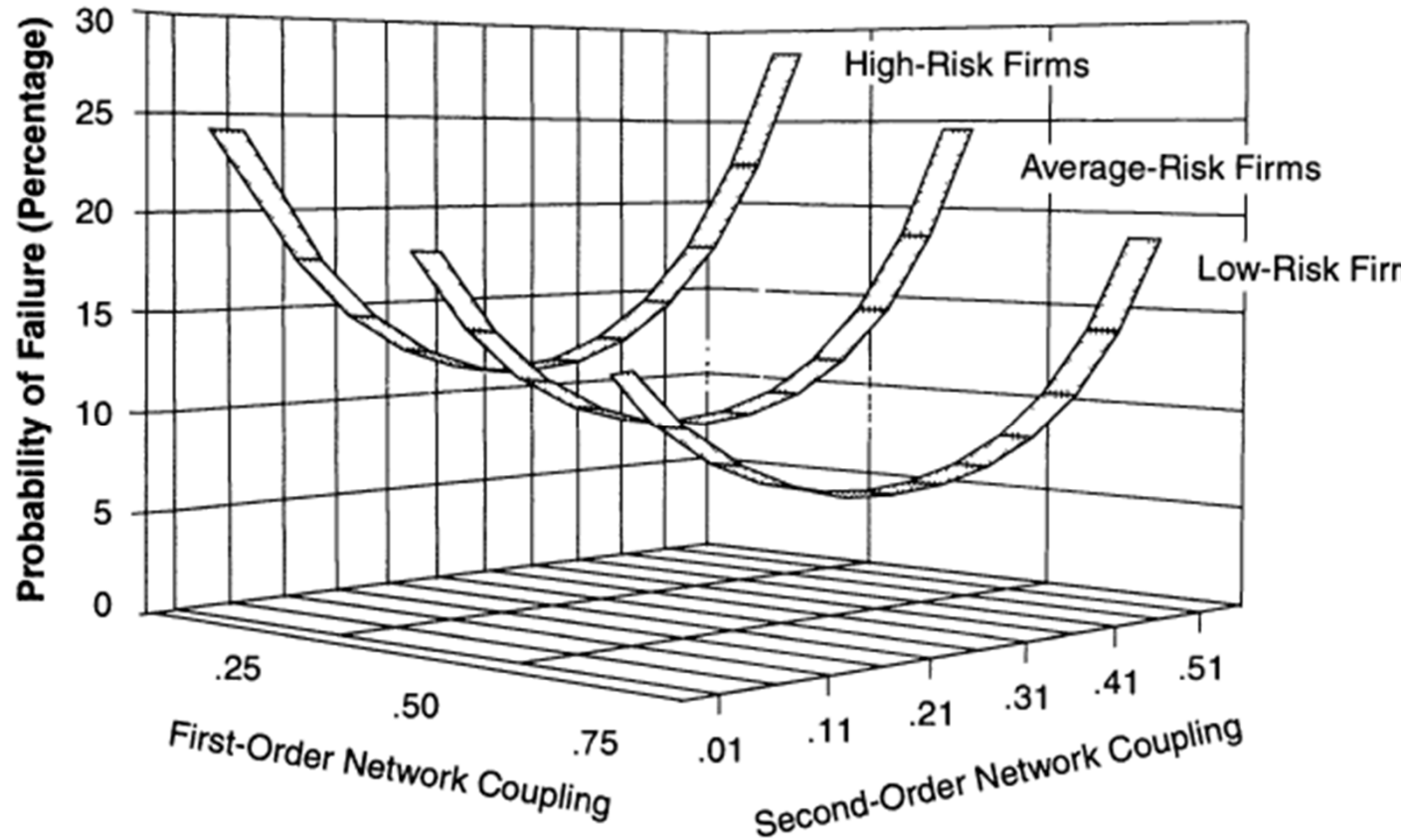
Granovetter, M. 1985. Economic-Action and Social-Structure - the Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91(3) 481-510.

Ökonomische Vorteile aus Embeddedness

- Organisationen agieren in sozialen Austauschnetzwerken und nicht nur auf Spott-Märkten
 - Vertrauen
 - Detaillierte Information
 - Gemeinsame Problemlösungskompetenz
- Ausschlaggebend sind Drittparteien -> Handeln als Vertrauensintermediäre
 - Setzen Erwartungen
 - Bürgen durch Beziehungen

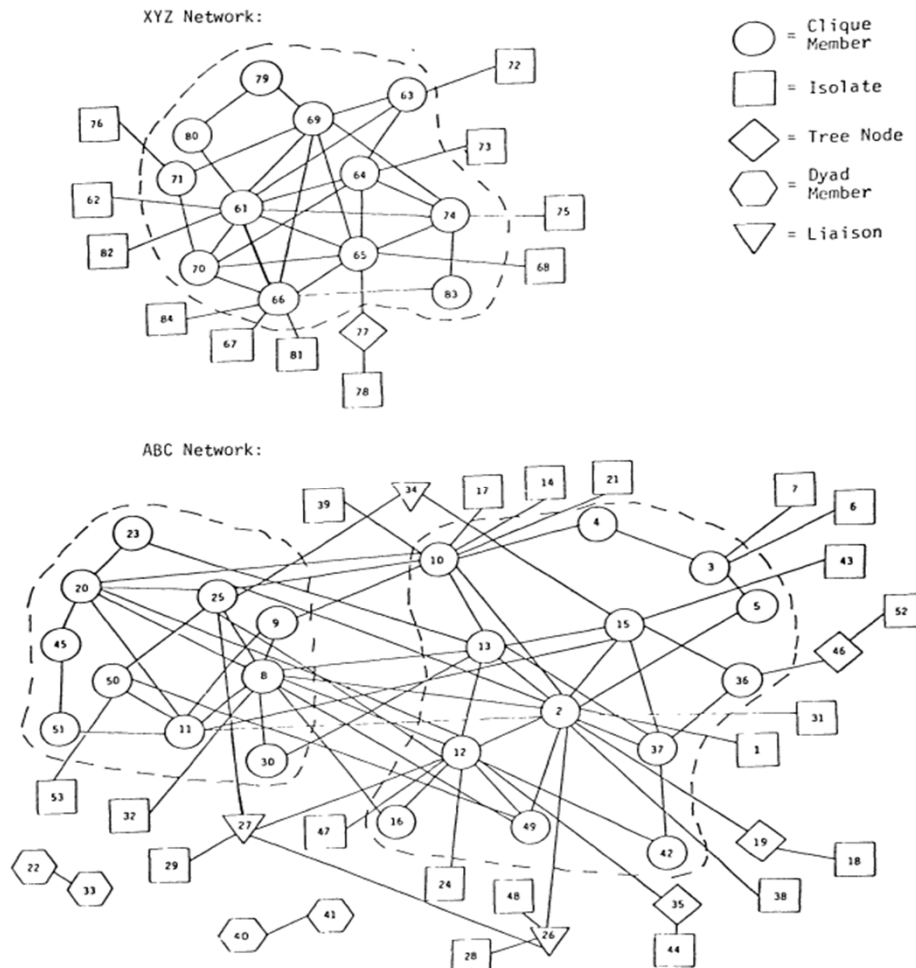
Uzzi, B. 1996. The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect. *American Sociological Review* 61(4) 674-698.

Embeddedness und Scheitern von Organisationen



Uzzi, B. 1996. The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect. *American Sociological Review* 61(4) 674-698.

Embeddedness in Finanzmärkten



- Kleines Tradernetzwerk
- Soziale Beziehungen verringern Unsicherheit in Märkten

- Grosses Tradernetzwerk
- Soziale Beziehungen/ Cliques erhöhen Unsicherheit in Märkten

Baker, W.E. 1990. The Social Structure of a National Securities Market. *American Journal of Sociology* 89(4) 775-811.

Soziales Kapital

- **Inhalt:** „The goodwill that others have toward us is a valuable resource“
 - Sympathie
 - Vertrauen
 - Vergebung durch Freunde, Kollegen, Bekannte
- **Wirkung:**
 - + Information, Einfluss, Solidarität
 - - Zeitaufwand & Kosten zur Erhaltung, Abhängigkeit von Dritten, Gruppendenken, Stereotype, Konflikt, negative Externalitäten

Adler, P.S. and Kwon, S.W., 2002

Die Stärke der schwachen Beziehungen

- Mit der Beziehungsstärke zwischen A-B und A-C wächst die Wahrscheinlichkeit einer Beziehung zwischen B-C
 - Erklärt die Überlappung von Freundschaftskreisen
 - Verbotene Triaden kommen nicht vor
 - Strong ties können keine „Bridge“ sein, d.h. unverbundene Netzwerke miteinander verknüpfen

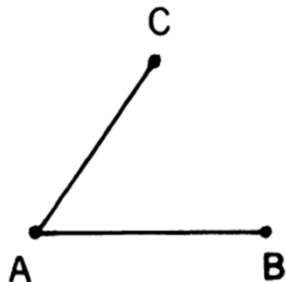


FIG. 1.—Forbidden triad

Granovetter, M., 1973. The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, 6, 1360-1380.

Befunde zur Stärke der schwachen Beziehungen

- Verbreitung von Klatsch/Tratsch am erfolgreichsten über weak ties
- Kritischer Punkt in Small-world Experimenten weiß -> schwarz: in Bekanntschaften 50% Erfolgsrate, in Freundschaften 26% Erfolgsrate
- Bei der Jobsuche sind Bekannte, nicht Freunde, am nützlichsten

Zugang zu sozialen Statusinhabern

| Mean SEI of accessed occupation | Relatives (<i>N</i> = 299) | Friends (<i>N</i> = 350) | Acquaintances (<i>N</i> = 284) | Any (<i>N</i> = 399) | <i>p</i> * |
|--|--------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--------------------------|------------|
| SEI scores | <u>49.8</u> (15.90) | <u>48.8</u> (15.77) | 49.22 (16.89) | 47.8 (11.7) | < 0.01 |
| Lowest status (SEI) of occupation accessed (S.D.) | <u>33.86</u> (20.43) | <u>25.71</u> (21.12) | 29.78 (22.66) | 17.14 (14.13) | < 0.01 |
| Highest status (SEI) of occupation accessed (S.D.) | <u>65.03</u> (20.93) | <u>72.39</u> (21.96) | 69.01 (22.97) | 79.50 (16.45) | < 0.01 |
| Range of occupational status (SEI) (S.D.) | <u>31.17</u> (26.17) | <u>46.68</u> (29.01) | 39.23 (30.40) | 62.35 (22.24) | < 0.01 |

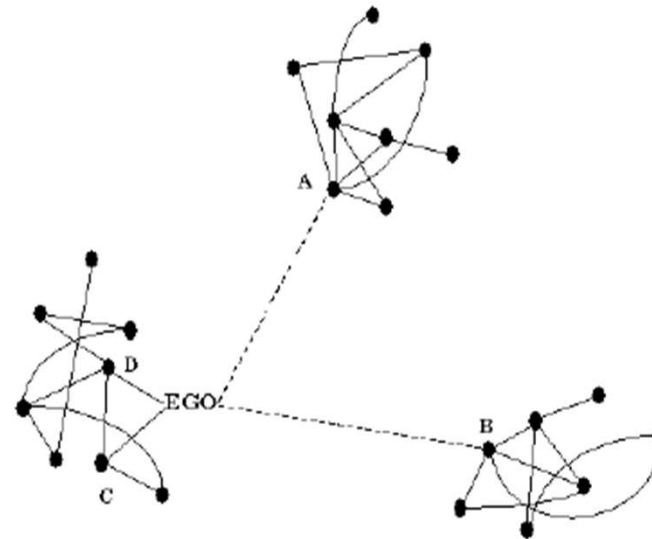
* Significance test between underlined pairs.

Note: Standard deviations in parentheses.

Theorie struktureller Löcher

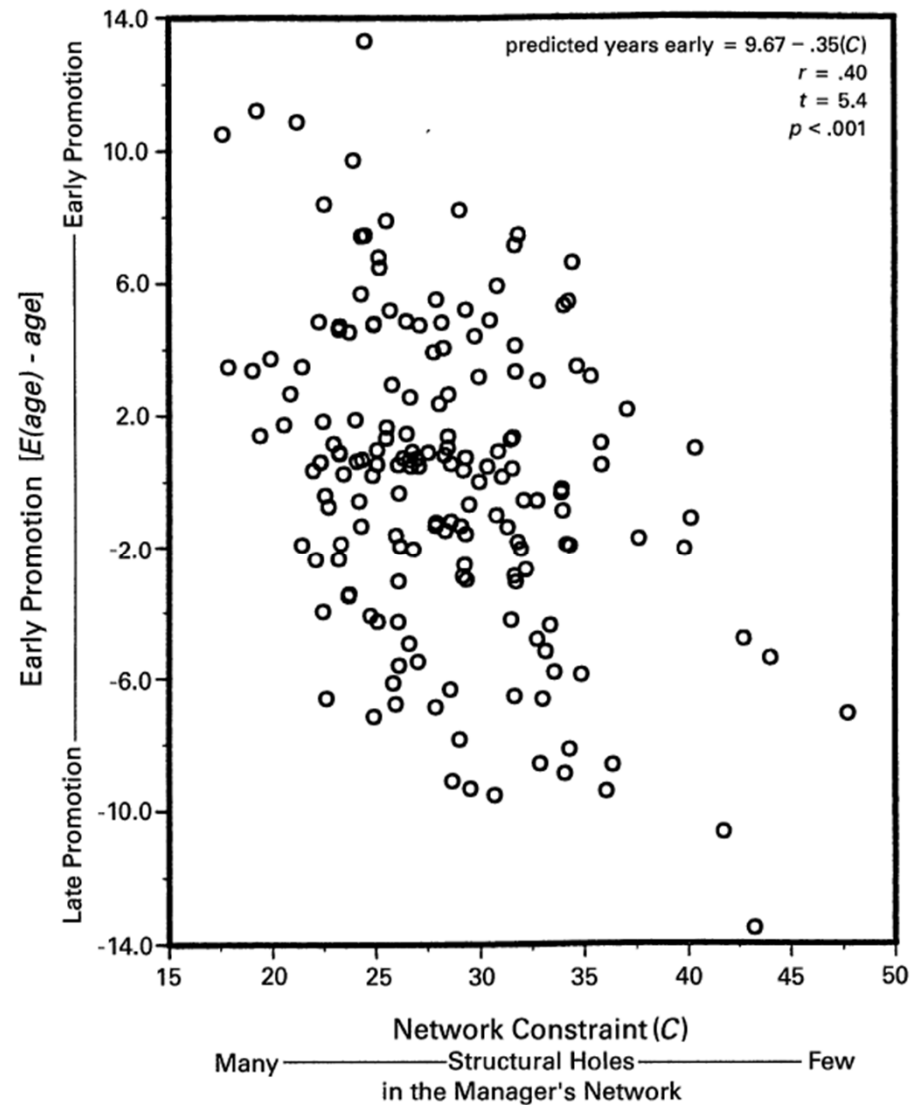
- „people have an advantage because of their location in a social structure.“ (Burt 2004: 351)
- Relevant ist die Positionierung als Brücke über ein strukturelles Loch: Einfluss, Autonomie, Information

Ego überbrückt strukturelles Loch (Quelle: Burt 1992b: 27)



Burt, R.S. 1997

Beförderungsgeschwindigkeit von Managern in der Elektronikindustrie

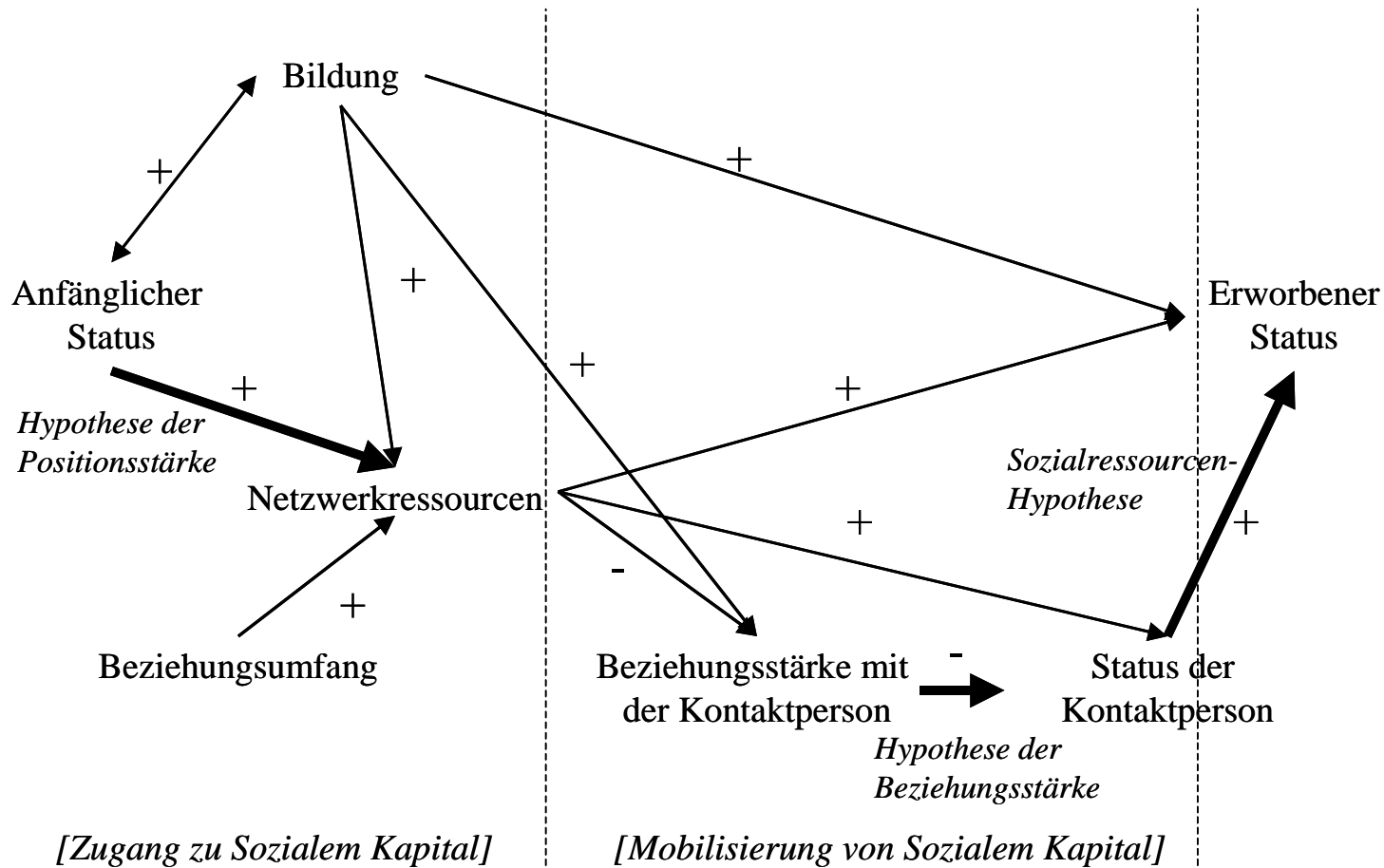


Burt, R.S., 1997. The Contingent Value of Social Capital. Administrative Science Quarterly, 42, 339-365.

Erlangung von Status in Gesellschaften

- Die Sozialstruktur einer Gesellschaft besteht aus einem Netzwerk von Personen und Personen besetzen Positionen entsprechend dem Wert bestimmter Ressourcen, die mit diesen Positionen verbunden sind.
- Die Sozialstruktur hat eine pyramidenartige Form. Je näher eine Position an der Spitze angesiedelt ist, desto weniger Positionsinhaber gibt es und desto besser ist der Zugang zu anderen Positionsinhabern und deren Ressourcen.
- “... In einer differenzierten, arbeitsteiligen Gesellschaft wird einen höheren Status erringen, wer über geschätzte Talente verfügt und diese in Leistungen zugunsten der relevanten Bezugsgruppe umsetzt. ... Ist erst einmal ein höherer Status positional abgesichert, stiftet die privilegierte Stelle selbst und nicht nur das überdurchschnittliche Leistungs- und Performanzniveau Optionen auf weitere Ressourcenappropriation ...” (Müller 1993: 87f)

Prozess des Statuserwerbs



Lin, N., 1999. Social networks and status attainment. Annual Review of Sociology, 25, 467-487.

Lin, N., 1999.

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Institutionelle Einbettung und Transaktionen
2. Strukturelle Einbettung und soziale Netzwerke
- 3. Kulturelle Einbettung und Kulturdeutungen**
4. Methodische Konsequenzen

Bedeutung von Kultur

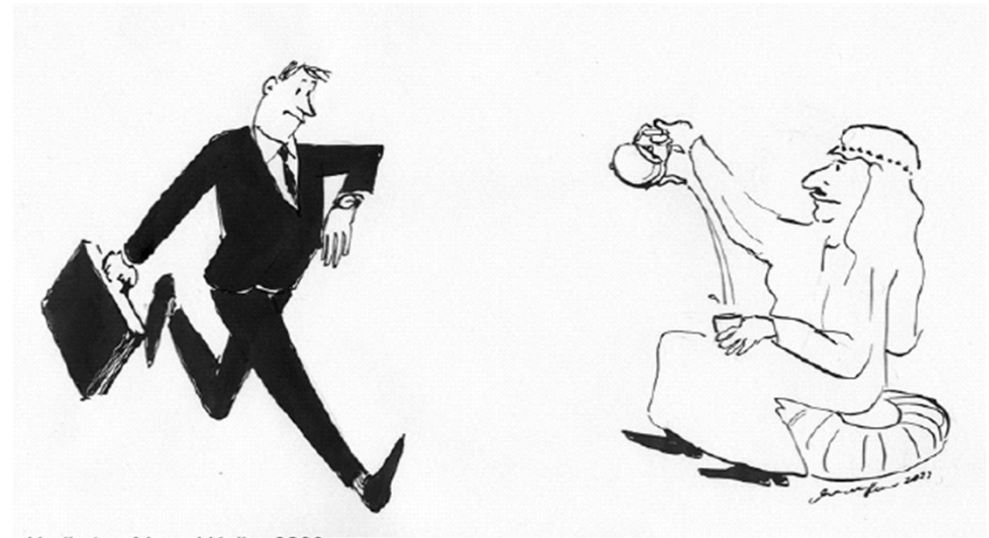
- Kultur ist ein Orientierungssystem einer Gesellschaft, das Wahrnehmung, Denken und Handeln ihrer Mitglieder beeinflusst.



Studien zu Kulturdimensionen

- Definierte Grundprobleme einer Kultur, die sich zwischen zwei Extremen bewegen.
- Kulturelle Denkmuster, die sich charakterisieren, schematisieren und voneinander abgrenzen lassen.
- Sie reflektieren wesentliche Bereiche möglicher kultureller Verschiedenheit.
- Aspekte einer Kultur; beschreiben keine Individuen
- Durchschnittswerte; treffen nie auf alle Mitglieder einer Kultur zu (unterschiedliche Orientierungen innerhalb einer Kultur)

Verhältnis zur Zeit



Karikatur: Marcel Keller 2003

| Monochronie | Polychronie |
|---|--|
| Menschen machen eines nach dem anderen | Menschen machen mehrere Dinge gleichzeitig |
| Zeitliche Verpflichtungen wie Termine werden ernst genommen | Zeitlichen Verpflichtungen wird keine grosse Bedeutung beigemessen |
| Pünktlichkeit ist wichtig | Zu spät kommen ist üblich |
| Identifikation mit der Arbeit | Identifikation mit Familie, Freunden, Geschäftspartnern |
| Neigung zu kurzlebigen Beziehungen | Neigung zu lebenslangen Beziehungen |

Einstellung zum Raum

- Distanz zu anderen Menschen, die man braucht, um sich wohl zu fühlen
 - Intime Distanz: Eindringen nur engsten Freunden und Vertrauten erlaubt
 - Persönliche Distanz: Diese Distanz (Schutz) wird gewöhnlich immer gewahrt.
 - Soziale Distanz: Soziale Interaktionen mit Bekannten und Fremden
 - Öffentliche Distanz: Interaktionen werden als unpersönlich und anonym empfunden (z.B. Schauspielende und Zuschauende eines Theaters).

Kommunikationsstil



- Low-context („direkte Sprache“)
 - Botschaft wird unabhängig vom Kontext gesendet.
 - Die Bedeutung liegt in der verbalen und expliziten Botschaft.
 - Man erwartet nicht, dass der andere nachfragt, Beschreibungen kommen unaufgefordert.
 - Verantwortung zum Verstehen des Gesagten liegt beim Sender.
 - Meist Trennung von Inhalts- und Beziehungsebene
- High-context („indirekte Sprache“)
 - Botschaft kann nur innerhalb eines Kontextes richtig verstanden und interpretiert werden.
 - Sprechende drücken sich implizit (Metaphern und Umschreibungen) aus, erwarten, dass die Anderen auch Ungesagtes verstehen.
 - Nonverbale Signale sind für das Verstehen wichtig.
 - Verantwortung zum Verstehen des Gesagten liegt beim Empfänger.
 - Keine Trennung von Inhalts- und Beziehungsebene

Befunde zu Hall/Hall

- Monochrome Zeit
 - USA, Kanada, Grossbritannien, deutschsprachige Länder, nordische Länder, Japan
- Polychrone Zeit / Ereigniszeit (*event time*)
 - Arabische, afrikanische, lateinamerikanische und lateinische Länder, Südasien
- Low-context („direkte Sprache“)
 - Ca. 4 % der Weltbevölkerung: USA, D, CH, Skandinavien
- High-context („indirekte Sprache“)
 - Ca. 96 % der Weltbevölkerung: Asien, Afrika, Südamerika, Südeuropa

Kulturdimensionen nach Hofstede

| Bezeichnung | Macht-distanz | Unsicherheits-vermeidung | Individualität Kollektivität | Maskulinität Femininität | Länder |
|--|---------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|---|
| Entwickelte lateinische Länder | hoch | hoch | hoch | mittel | Argentinien, Belgien, Brasilien, Frankreich, Spanien |
| Weniger entwickelte lateinische Länder | hoch | hoch | niedrig | breiter Bereich | Chile, Jugoslawien Kolumbien, Mexico, Peru, Portugal, Venezuela |
| Entwickelte asiatische Länder | mittel | hoch | mittel | hoch | Japan |
| Weniger entwickelte asiatische Länder | hoch | niedrig | niedrig | mittel | Hong Kong, Indien, Philippinen, Singapur, Taiwan, Thailand |
| Naher Osten | hoch | hoch | niedrig | mittel | Griechenland, Iran, Türkei |
| Germanisch | niedrig | hoch | niedrig | mittel | Deutschland, Israel, Italien, Österreich, Schweiz, Südafrika |
| Angel-sächsisch | niedrig | niedrig mittel | hoch | hoch | Australien, Großbritannien, Irland, Kanada, Neuseeland, USA |
| Nordisch | niedrig | niedrig mittel | mittel | niedrig | Dänemark, Finnland, Niederlande, Norwegen, Schweden |

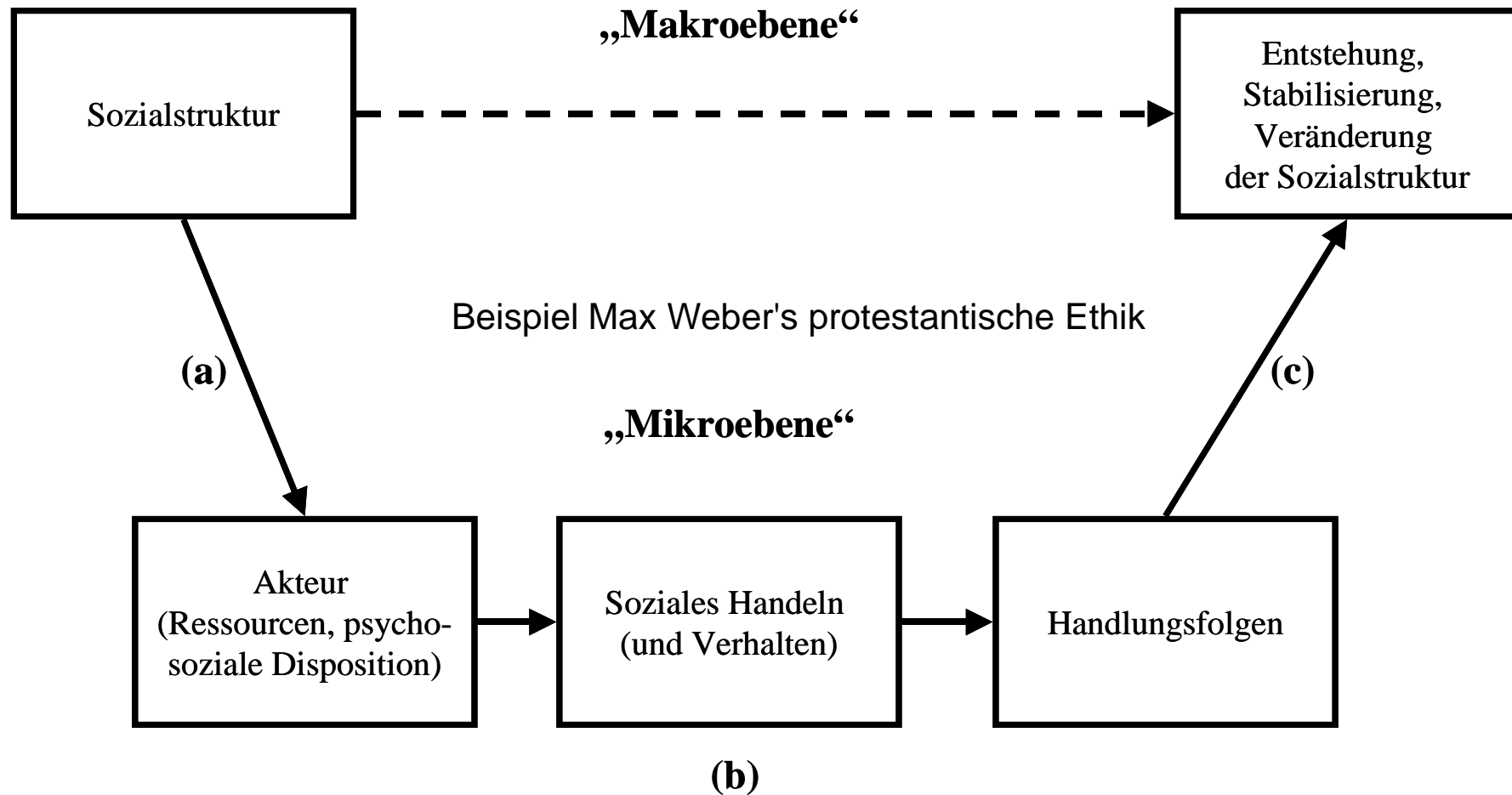
Befunde zur Kultur

- Kultur beeinflusst institutionelle Ausgestaltungen in Unternehmen und Staaten, z.B.
 - Anreizgestaltung in Japan langfristig ohne Opportunismusannahme vs. USA kurzfristig mit Opportunismusannahme
- Kultur beeinflusst Lebensstile, Arbeitsmarktverhalten, soziale Normen etc., z.B.
 - Immigrantenstudien
 - Vorstellung zu Fairness in Ultimatumspielen
 - Namensgebungen vor und nach der Sekularisierung

Gliederung der heutigen Vorlesung

1. Institutionelle Einbettung und Transaktionen
2. Strukturelle Einbettung und soziale Netzwerke
3. Kulturelle Einbettung und Kulturdeutungen
- 4. Methodische Konsequenzen**

Das Badewannenmodell von Coleman



Arten von Fehlschlüssen

- Atomistischer Fehlschluss
 - Besser gebildete Arbeiter = höherer Verdienst
 - Arbeiter in Ländern mit höherer Bildung = höherer Verdienst?
- Ökologischer Fehlschluss
 - Gebiete mit niedrigerem Durchschnittsalter = höhere Einkommen
 - Steigendes Alter = Geringeres Einkommen?

Fragen der Kausalität

- Endogenitätsprobleme in vielen Arten wirtschaftssoziologischer Untersuchungen, z.B. in Kulturstudien
- (Feld)-Experimente als Königsweg
 - Pro: (teils) kontrollierte Bedingungen
 - Kontra: teils fehlende interne und externe Validität