

# Geben ist seliger denn Nehmen?!



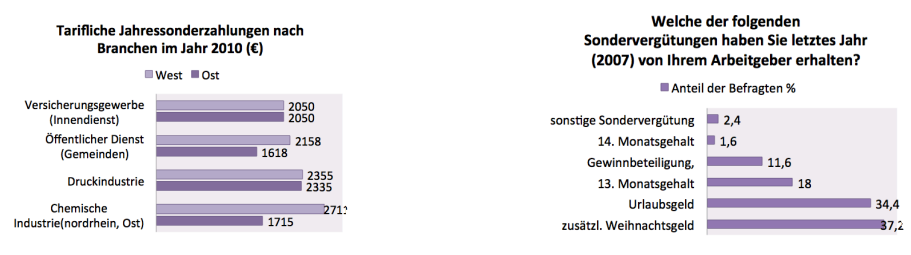
Prüfen von Gesundheitseffekten des Schenkens am Beispiel betriebswirtschaftlicher Personalpolitik

## Problemstellung<sup>1,2</sup>

Negativer Zusammenhang zwischen variabel ausgezahlten betrieblichen Sondervergütungen und krankheitsbedingt ausgefallenen Arbeitstagen



## Daten<sup>3,4</sup>



## Modelle<sup>10,11</sup>

### Economic Exchange

- Marktwert wird durch Preis, Alternativen, Knappheit bestimmt
- entscheidend ist der **materielle Wert** (nicht der symbolische)
- Beispiele: Topf-Set, Weihnachtsgeld, Aktienanteile

### Social Exchange

- Güte wird am **symbolischen Wert** festgemacht
- Schenkender und Beschenkter maximieren ihr soziales Well-Being
- Tauschritual, das idealerweise zeitlich versetzt ist
- Gefahr des Machtgefälles (Humanitäre Hilfe)

Beispiele: Nachbarschaftshilfe, Geburtstagsgeschenk: Buch

### Agapic Love Modell

- Wert des Geschenkes ist **nicht materieller Natur**, Geld ist tabu
- Vermittlung von **Emotionen und Gefühle**

Beispiele: selbst gedichtetes Lied, handgeschriebener Dankesbrief

## Projekt

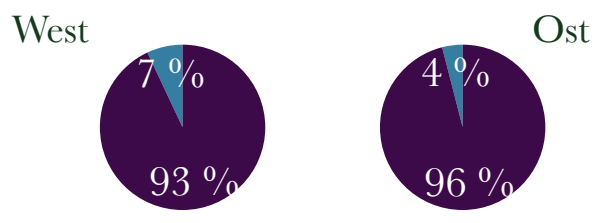
Forschungsdesign zur Grundlagenforschung

- von **gesundheitsförderlichen oder gesundheitsschädlichen Eigenschaften** des Schenkens
- von **gesundheitsrelevante Eigenschaften bestimmter Geschenke** (Modelle)
- von **gesundheitsrelevante Eigenschaften bei Ausbleiben von Schenkungen**

anhand eines standardisierten Fragebogens.

## Daten<sup>12</sup>

- Brutto 1997
- betriebliche Sonderleistung 1997



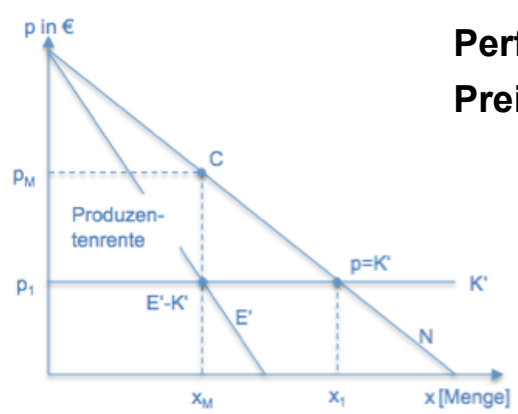
## Praxisrelevanz

Die Ergebnisse können das gesamtgesellschaftliche Bewusstsein über die gesundheitsrelevanten Auswirkungen des Schenkens sensibilisieren. Eine besondere Relevanz hätten die Ergebnisse für **Akteure des Gesundheits- und Personalwesens** und jedem **abhängig beschäftigten Mitarbeiter**. Zukünftig wären **Verzichtserklärungen** oder **Warnhinweise** (nach dem Vorbild der Zigarettenschachteln) vorstellbar oder gezieltere Maßnahmen im **Personalmarketing** für **maximalen betriebswirtschaftlichen Nutzen** von betriebl. Sondervergütungen.

## Hintergrund<sup>5,6,7,8,9,13,14</sup>

Nach § 516 b sind Betriebliche Sondervergütungen freiwillige Leistungen des Arbeitgebers und stellen Schenkungen dar. Das Wesen des Schenkens liegt in seiner Austauschnotwendigkeit, es ist eines der elementarsten Dinge des menschlichen Zusammenlebens und stellt ein altruistisches, selbstloses, Verhalten dar. Schenken hat einen stammesgeschichtlichen Ursprung. Das Schenkprinzip ist: **„Ob man will oder nicht, man bekommt immer mehr zurück, als man gibt.“**

Das Annehmen eines Geschenks ohne zu Erwidern stellt ein Symbol der Unterordnung dar (magister/minister) - die „reine Gabe“ ist nur Göttern möglich. **Volkswirtschaftlich** lässt sich Schenken als **„perfekte Preisdiskriminierung“** definieren. Der Schenkende kann als Monopolist den maximalen Preis für sein Gut verlangen. Der Be-Schenkte (der Kunde) ist mit seiner Zahlungsbereitschaft außerhalb jeglicher Konkurrenz. Somit erlangt ein Arbeitgeber Bestimmungshoheit über die Arbeitskraft des Arbeitnehmers, dessen **Arbeit die Quelle des Mehrwerts** darstellt.



### Perfekte Preisdiskriminierung<sup>8</sup>

**Grenzwert:** Wenn es nichts mehr zu Geben gibt (betriebliche Sondervergütungen oder gesunde Arbeitsleistung)

**Literatur:** ( 1) Lindner-Lohmann et al. 2008; (2) bmj (2013); (3) Statista (2013a); (4) Statista (2013b); (5) BGB (2010), (6) Godbout (1998); (7) Mauss (1990); (8) Brunner / Kehrle (2012); (9) Ternes (2008); (10) Belk / Coon (1993); (11) Blau (2005); (12) DIW (2000); (13) Stegbauer (2010); (14) Flatscher (?)

