

Konkurrierst Du noch oder kooperierst Du schon?

Prädiktoren von Kooperation und Konkurrenz



EINLEITUNG

In der einschlägigen Fachliteratur wurden zahlreiche Faktoren bestätigt, die einen Einfluss auf Kooperation bzw. Konkurrenz haben. Zur Veranschaulichung und Strukturierung der Faktoren haben wir uns an einem Rahmenmodell orientiert, das die Faktoren in drei Bereiche gegliedert. Es wird zwischen personalen, sozialen und situativen Faktoren unterschieden, wobei letztere weiter in kurzfristige und langfristige situative Faktoren unterteilt werden.

PERSONALE FAKTOREN

GESCHLECHT:

In den meisten Studien zeigten Männer eine höhere Konkurrenzbereitschaft als Frauen (z.B. Van Vugt et al., 2007). In wenigen Studien und unter bestimmten Bedingungen verhielten sich jedoch Frauen kompetitiver (z.B. Niederle & Vesterlund, 2008). Einige Studien konnten keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern feststellen (z.B. Kline, 1995).

ALTER:

Bei manchen Studien leisteten ältere Personen höhere Beiträge zur Gruppe als jüngere und waren generell kooperativer (z.B. Charness & Villeval, 2009). Bei anderen Studien zeigte sich, dass ältere Personen in einem Experiment tendenziell einen niedrigeren Beitrag zur Gruppe leisteten (Knight, 1982).

SOZIALE FAKTOREN

GEBURTENFOLGE:

Zweitgeborene Mädchen verhielten sich kompetitiver als erstgeborene, zwischen den erst- und zweitgeborenen Jungen konnte jedoch kein Unterschied festgestellt werden (Knight, 1982).

NATIONALITÄT:

Europäische Studierende verhalten sich kompetitiver als amerikanische Studierende (Alcock, 1974). Cox et al. (1991) zeigten, dass AsiatInnen, Hispanics und farbige AmerikanerInnen eine stark kollektivistisch-kooperative Orientierung aufweisen, Anglo-AmerikanerInnen hingegen eine stärker individualistisch-kompetitive Orientierung.



INDIVIDUALISMUS / KOLLEKTIVISMUS:

Diese kulturell bedingte Orientierung hat einen moderierenden Einfluss auf die Art und Weise, wie bereits bekannte Kooperationsmechanismen wirken (Chen et al., 1998). *Vertrauen* beispielsweise, sollte bei Individualisten kognitiv-basiert, bei KollektivistInnen hingegen affektiv-basiert sein.

SOZIOÖKONOMISCHER STATUS:

Dieser hat keinen direkten Einfluss auf Kooperation, steht jedoch in Zusammenhang mit dem Ausmaß des Vertrauens in die Fairness anderer Personen, Vertrauen wiederum korreliert stark mit kooperativen Einstellungen. Unterschieden wurde zwischen Nicht-Studierenden und Studierenden, wobei Nicht-Studierende kooperativer waren (Gächter et al., 2004).

SITUATIVE FAKTOREN

AUFGABEN- und ERGEBNISABHÄNGIGKEIT:

Sowohl in einer quasi-experimentellen Feldstudie als auch in Experimenten zeigte sich, dass Aufgabenabhängigkeit einen signifikanten Einfluss auf Kooperation hat, nicht jedoch Ergebnisabhängigkeit (Wageman, 1995; Wageman & Baker, 1997; Allen et al., 2006). Moser und Wodzicki (2007) untersuchten Ergebnisabhängigkeit daraufhin in einem Experiment *unabhängig* von Aufgabenabhängigkeit und fanden signifikante Ergebnisse. Sowohl Aufgaben- als auch Ergebnisabhängigkeit scheinen einen direkten Einfluss auf Kooperation zu haben, jedoch ist ihre Interaktion noch unklar.

KOMMUNIKATION:

Die Art des Kommunikationsmediums hat einen Einfluss auf das Kooperationsverhalten: Bei Face to Face- und Video-Kommunikation wird mehr kooperiert als bei lediglich schriftlicher Kommunikation (Bicchieri & Lev-On, 2007)

VERTRAUEN:

Mehrere Studien kommen zu dem Schluss, dass Vertrauen bei Menschen mit einer selbstbezogenen Werteorientierung nicht kooperationsfördernd wirkt, sondern nur bei solchen mit einer sozialen Werteorientierung, da letztere aus Angst, ausgenutzt zu werden, eventuell nicht kooperieren (Bogaert et al., 2008; Boone et al., 2010).



STUDIENRICHTUNG:

Die Stereotypannahme, dass Studierende der Wirtschaftswissenschaften kompetitiver sind als Studierende von sozialeren Studiengängen wurde von Bohlmeier et al. (1985) bestätigt.

SCHULFORTSCHRITT:

Die negativen Aspekte von Konkurrenz sinken mit Schulfortschritt, so werden sowohl Kooperation, als auch Konkurrenz kurz vor dem Schulabschluss positiver bewertet (Ahlgren, 1983). Außerdem zeigt sich eine Abnahme der Kooperationsbereitschaft und eine gleichzeitige Zunahme der (akademischen) Konkurrenzbereitschaft von der fünften bis zur zwölften Schulstufe (Shwalb et al., 1995).

STRESS/ ZEITDRUCK:

Es wurde mehrfach bestätigt, dass hoher Zeitdruck zu schnelleren Zugeständnissen an die Gruppenmitglieder und zu einer höheren Bereitschaft, eine schnelle Einigung zu erzielen, führten (z.B. Alcock, 1974).

GRUPPEN-ZUGEHÖRIGKEIT:

Aus Experimenten kann geschlossen werden, dass Männer im Falle eines Wettkampfs zwischen Gruppen innerhalb ihrer *eigenen* Gruppe kooperativer agieren als Frauen (Van Vugt et al., 2007).

DISKUSSION

Die Studien zeigen zahlreiche Einflussfaktoren, oft sind die Ergebnisse jedoch uneinheitlich, insbesondere bei den personalen und sozialen Faktoren. Kooperations- bzw. Konkurrenzverhalten scheint durch viele verschiedene mit einander korrelierende Faktoren bedingt zu sein, sodass einzelne Faktoren getrennt von einander nicht sinnvoll zu interpretieren sind. Möglich wäre auch, dass die uneinheitlichen Ergebnisse auf methodische Mängel zurückzuführen sind. Allgemein stellt die Tatsache, dass Einstellungen oder Verhaltenstendenzen bezüglich Kooperation und Konkurrenz oft per Selbsteinschätzung abgefragt werden, eine große Schwierigkeit dar. Mit großer Wahrscheinlichkeit sind diese Daten durch einen Bias der sozialen Erwünschtheit verzerrt. Hinzu kommt, dass grundlegende Unklarheit bezüglich der Definitionen der beiden Konstrukte herrscht. Fest steht, dass zahlreiche Einflüsse bei der Untersuchung von Kooperation und Konkurrenz zu beachten sind.