



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MASTERARBEIT

**INDIVIDUELLES SOZIALKAPITAL, VERTRAUEN UND REZIPROZITÄT
EINE EMPIRISCHE ANNÄHERUNG**

Im Studiengang Kommunikation und Management an der Fakultät Management,
Kultur und Technik

Vorgelegt von: Sarah Kisliuk
845637

Ausgabedatum : 24.09.2020
Abgabedatum: 07.04.2021

Erstprüfer: Prof.Dr.Achim Baum
Zweitprüfer: Prof. Dr. Detlev Dirkers

DANKSAGUNG

Eine Arbeit über Sozialkapital hätte ohne selbiges wohl niemals so funktionieren können wie sie es am Ende hat. Danke an Herrn Prof. Dr. Baum für das Aufzeigen dieses spannenden Themas und die Unterstützung über die gesamte Arbeitszeit hinweg. Danke an all meine wundervollen Freunde und Freundinnen für ihre moralische Unterstützung, liebe Worte und Großartigkeiten auf allen möglichen Wegen. Danke an Kristina für ihre Weisheit, Stefan für seine Klugheit, Julia für ihre Hartnäckigkeit und Ute für ihre Ausdauer. Und danke an den besten Ehemann der Welt, ohne den die angespannten Nerven sicherlich irgendwann zerrissen wären.

ZUSAMMENFASSUNG

Sozialkapital kann den Erfolg von Unternehmen und die Gesundheit von Mitarbeitenden erhöhen. Das Ziel der Forschung dieser Arbeit ist es zu überprüfen, ob anhand bestimmter Indikatoren ein Mehr an individuellem Sozialkapital abgeleitet werden kann. Der für diese Arbeit gewählte Indikator ist das Maß der aktiven Hobbytätigkeit. Die Fragen, welchen auf den Grund gegangen wird, sind, inwiefern eine aktive Freizeitgestaltung individuelles Sozialkapital erhöht, ob das Maß der freiwilligen Organisationsbereitschaft innerhalb des Hobbys eine Rolle spielt und inwiefern diese Faktoren eine Auswirkung auf das vertrauensbereite und reziproke Verhalten der Teilnehmenden hat. Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurde eine quantitative Studie zur Erforschung des individuellen Sozialkapitals von HobbyistInnen an der Zielgruppe der Live-Action-RollenspielerInnen durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie zeigen klar, dass ein aktiv ausgeübtes Hobby und eine aktive Organisationstätigkeit als Indikatoren für erhöhtes Sozialkapital dienen können. Außerdem werden eine außerordentlich hohe Prosozialität sowie verschiedene Faktoren, die das langfristig reziproke Verhalten beeinflussen können, nachgewiesen.

ABSTRACT

Social capital can increase the success of companies and the health of employees. The aim of the research of this thesis is to verify whether a higher level of individual social capital can be derived on the basis of certain indicators. The indicator chosen for this work is the measure of active hobby activity. The questions that will be investigated are to what extent active leisure activities increase individual social capital, whether the degree of voluntary willingness to organize within the hobby plays a role, and to what extent these factors have an effect on the trusting and reciprocal behavior of the participants. In order to answer the research questions, a quantitative study was conducted to explore the individual social capital of hobbyists on the target group of live-action-role-players. The results of the study clearly show that an actively practiced hobby and an active organizational activity can serve as indicators of increased social capital. It also demonstrates an exceptionally high level of prosociality, as well as various factors that may influence long-term reciprocal behavior.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung.....	1
1.1	Der Homo Sociologicus.....	1
1.2	Die Sozialkapitalforschung	2
1.3	Individuelle Sozialkapitalausstattung – eine unterschätzte Ressource?	3
1.3.1	Forschungsansatz – Erhöhung des Sozialkapitals über das Individuum ..	4
1.4	Sozialkapital, vertrauensvolles Verhalten und langfristige Reziprozität	6
1.5	Aufbau dieser Arbeit	8
2	Theorie	9
2.1	Konzepte und Definitionen	9
2.1.1	Sozialkapital	9
2.1.2	Sozialkapital als strategisches Interesse	14
2.1.3	Individuelles Sozialkapital nach Neidhardt	17
2.1.4	Dimensionen und Ressourcen des Sozialkapitals.....	18
2.1.5	Arten der Sozialkapitalressourcen	20
2.1.6	Vertrauen, Reziprozität und soziale Effekte daraus	26
2.1.7	Vorstellung der Zielgruppe der Live-Action-RollenspielerInnen	30
2.2	Die Spieltheorie als Verhaltensindikator.....	35
2.2.1	Einführung in die Spieltheorie	36
2.2.2	Prosoziales Verhalten und langfristige Reziprozität in der Spieltheorie.	37
2.3	Fokus der Vorliegenden Arbeit	39
2.4	Modellbeschreibung und Zusammenfassung	40
2.5	Hypothesen	41
3	Methodenteil	44
3.1	Logik des Forschungsdesigns	44

3.1.1	Variablen Konstruktion	47
3.1.2	Medianauswertung	52
3.1.3	Logistische Regression für Sozialkapital in ABhängigkeit zum Orgascore 55	
3.2	Erfassung des prosozialen Verhaltens durch Vertrauen und langfristige Reziprozität	56
3.2.1	Vertrauensscore.....	59
3.2.2	Bewertung des langfristig reziproken Verhaltens	59
3.3	Datenerhebung.....	65
3.3.1	Repräsentativität der Zielgruppe	66
3.3.2	Codierung der Daten	68
3.3.3	Reliabilität nach Cronbachs Alpha- Konsistenzanalyse	70
3.3.4	Datenerhebungsmethode	73
4	Analyse	75
4.1	Beschreibung der erhobenen Daten	75
4.2	Analyse des Individuellen Sozialkapitals	77
4.2.1	T-Test	80
4.2.2	Privates Sozialkapital.....	80
4.2.3	Berufliches Sozialkapital.....	84
4.3	Regressionsanalyse Orgaaktivität und Sozialkapital.....	86
4.4	Regressionen Vertrauen und Langfristig REziprokes Verhalten.....	87
4.5	Schlussfolgerungen und Auffälligkeiten	89
5	Diskussion.....	93
5.1	Bedeutung der Auswertung für Organisationen	93
5.2	Limitationen und Grenzen	99
5.3	Zukünftige Forschungsansätze	101

5.4 Zusammenfassung	103
Literaturverzeichnis	I
Anhang I - Studien Codebuch.....	XIV
Anhang 2 – Ausgegebene Antworten.....	XVIII
Anhang 3 – Ausgabewerte Studie Neidhardt	XX
Anhang 4 – Verschiedene Berechnungen in R.....	XXI

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Gesundheitsfördernder Zyklus mit Sozialkapital, eigene Darstellung (Badura et al., 2013, S. 160).....	12
Abbildung 2: Pfadmodell zur Überprüfung der Struktur und Zusammenhänge von Sozialkapital (Badura et al., 2013, S. 120).....	17
Abbildung 3 Live-Action-Rollenspiel bezogene Gruppen auf Facebook, Beispielscreenshot (Facebook, 2021).....	33
Abbildung 4 Berufsstand von Live-Action-RollenspielerInnen gemäß einer Umfrage von „Teilzeithelden“.....	34
Abbildung 5 Vertrauensspiel nach Kreps (1990) (eigene Darstellung).....	38
Abbildung 6 : Modell Hobbytätigkeit und individuelles Sozialkapital (eigene Darstellung).....	40
Abbildung 7 Normalverteilung mit Median, eigene Darstellung	53
Abbildung 8 : Variablen für logistische Regression - Sozialkapital	56
Abbildung 9 Frage 13, darstellung in Limesurvey, beispielfrage.....	69
Abbildung 10 Darstellung Frage 13 im Codebuch.....	69
Abbildung 11: individuelles Sozialkapital – Vergleich (Eigene Darstellung).....	85
Abbildung 12 Darstellung der linearen Regression als Streudiagramm.....	86
Abbildung 13 logistische Regression von Orgaaktivität	87
Abbildung 14 Trustscore und individueller Sozialkapitalindex, Regression (eigene Darstellung).....	88

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1 Unterschiede zwischen überbrückendem und verbindendem Sozialkapital nach Claridge (2018), eigene Darstellung.....	22
Tabelle 2 Individuelle Sozialkapitalitems von Neidhardt nach Ressourcenart, eigene Darstellung	26
Tabelle 3 Items und Dimensionen des individuellen Sozialkapitals der Privatsphäre nach Neidhardt (2018, S. 124)	47
Tabelle 4 Items und Dimensionen des individuellen Sozialkapitals des Arbeitslebens nach Neidhardt (2018, S.124).....	47
Tabelle 5 Codierung der Sozialkapitalitems	49
Tabelle 6 Orgascore mit Maximalwerten	52
Tabelle 7: Darstellung des im Fragebogen beschriebenen Vertrauensspiels nach Kreps	58
Tabelle 8: Items Strategiescore mit Maximalwerten, Fragen wurden aus dem Originalfragebogen von Neidhardt (2018, S.208- 209) übernommen.....	62
Tabelle 9 Items Glücksscore mit Maximalwerten, Fragen wurden aus dem Originalfragebogen von Neidhardt (2018, S.209) übernommen.....	63
Tabelle 10 Items für Ties mit Maximalwerten, Fragen wurden aus dem Originalfragebogen von Neidhardt (2018, S.206- 209) übernommen.....	65
Tabelle 11 Alle Variablen für die Spendenüberprüfung	65
Tabelle 12 Repräsentativität der Studie, eigene Darstellung nach Neidhardt 2017 (Quelle: statistisches Bundesamt 2015b, statistisches Bundesamt 2015a und statistisches Bundesamt 2014 ebd.).....	67
Tabelle 13: Robustheit von Cronbachs Alpha für die Entfernung von einzelnen Items für Sozialkapital der Privatsphäre, Datenvergleich Neidhardt (2018, S.138)	72
Tabelle 14 Robustheit von Cronbachs Alpha für die Entfernung von Einzelnen Items für den Orgaaktivitätsscore , eigene Datenauswertung	73
Tabelle 15 Codierung der Sozialkapitalitems	77
Tabelle 16 Antwortmuster für die verschiedenen Sozialkapitalitems mit arithmetischem Mittel, Median, Standardabweichung und Extremantwort.....	79
Tabelle 17 T-Test für die erhobenen Daten	80

Tabelle 18 Regressionstabelle Trustscore und individuelles Sozialkapital, eigene Auswertung	87
Tabelle 19 Regressionstabelle Prosoziales Verhalten, eigene Auswertung	88

1 EINLEITUNG

1.1 DER HOMO SOCIOLOGICUS

Der Mensch ist rational, stets auf seinen eigenen Vorteil ausgerichtet und egoistisch in seinem Tun. Er will stets nur seine eigenen Ziele erreichen und bleibt in seinen Entscheidungen eisern. Der Homo Oeconomikus¹.

Die berühmten Ökonomen Mankiw und Taylor sprechen in ihrem einführenden Lehrbuch „Economics“ von Economic Agents, Wirtschaftsakteuren, die in ihrem Verhalten hochgradig willensstark, rational und egoistisch ihren eigenen Nutzen nach allen, vorzugsweise legalen, Möglichkeiten maximieren. „More is preferred to less“, mehr ist also in jedem Fall weniger zu bevorzugen. (Mankiw & Taylor, 2014, 102 und 274) Der Homo Oeconomikus ist jedoch eigentlich nur ein Modell, welches in der Wissenschaft unterschiedlich ausgelegt werden kann. In dem Standardwerk von Wöhe und Döring, der Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, wird der Homo Oeconomikus als "fiktives Wirtschaftssubjekt" bezeichnet. "Die Wirtschaftswissenschaften untersuchen menschliches Handeln unter dem Aspekt der Güterknappheit und der Nutzenmaximierung." (Wöhe & Döring, 2010, S. 41) .

Dabei ist der Homo Oeconomikus überholt, spätestens seitdem Herbert Simon 1948 das wirkliche Verhalten von Menschen innerhalb von Organisationen einer genauen Untersuchung unterzog und in der ersten Edition seines Werkes² auf das Problem der vereinfachten Darstellung organisatorischer Abläufe verwies: "Die administrative Beschreibung leidet (...) an Oberflächlichkeit, Übervereinfachung, mangelndem Realismus. (...) Sie hat sich geweigert, die lästige Aufgabe zu übernehmen, die tatsächliche Verteilung der Entscheidungsfunktionen zu untersuchen. Sie hat sich damit begnügt, von "Autorität", "Zentralisierung", "Kontrollspanne" und "Funktion" zu sprechen, ohne nach operativen Definitionen dieser Begriffe zu suchen." (Simon, 1976, S. XIV). Den Homo Oeconomikus stellte er innerhalb seiner Forschung entschieden in

¹ Der lateinische Begriff wird von Joseph Persky (1995) auf Vilfredo Paretos *Manuale déconomia politica* 1906 zurückgeführt. Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass der Begriff an sich älter ist.

² ADMINISTRATIVE BEHAVIOR A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization, Erstaufgabe 1947

Frage und prägte das Verständnis der Entscheidungsfindung in Organisationen so maßgeblich, dass er dafür 1978 den Wirtschaftsnobelpreis verliehen bekam. (NobelPrize.org, 2021). Ralf Dahrendorf positionierte 1967 den Homo Sociologicus³ als Alternative zum ökonomischen Rationalisten, handelt der Mensch doch viel häufiger in einem gruppenbezogenen Kontext als ganz für sich allein (Dahrendorf, 1967).

Demnach sind Menschen also keine egoistischen Nutzenmaximierer, wie der Homo Oeconomikus es nahelegt, und es ist nicht der Wunsch nach unbedingter Kontrolle, der das menschliche Streben bestimmt. In diesem Punkt sind sich verschiedene Forschungsdisziplinen mittlerweile einig. Wo hingegen jedoch die Verhaltensökonomien das Streben nach Wohlbefinden und Glück als das ultimative Ziel menschlicher Entscheidungsprozesse betrachten, gibt es eine weitere Forschungsrichtung, welche einen anderen Antrieb hinter zwischenmenschlicher Kooperation vermutet.

1.2 DIE SOZIALKAPITALFORSCHUNG

Diese Forschungsrichtung ist die Sozialkapitalforschung (Badura et al., 2013, S. 5–6). Sie beschäftigt sich mit den positiven, auch messbaren Auswirkungen von zwischenmenschlichen Verbindungen in Form von Familienbanden, Freundschaften oder Vereinen, geteilten Werten und Normen sowie der Wirkung von schwindendem Sozialkapital auf Gruppierungen, Organisationen oder Gesellschaften. Dabei werden innerhalb dieses Themenfeldes sowohl ganze Länder betrachtet wie auch Organisationen und Gruppen. An diesem Punkt setzt das Modell des deutschen Soziologen Bernhard Badura an, der mit dem Bielefelder Sozialkapitalindex, auf welchen im Folgenden noch eingegangen wird, einen Zusammenhang zwischen einer hohen Sozialkapitalausstattung von Unternehmen und gesünderen, belastbareren, selbstständigeren und zufriedeneren Mitarbeitenden hergestellt hat. Gesunde Mitarbeitende sind neben humanistischen Ansprüchen auch ein klarer Wirtschaftsfaktor. Allein im Jahr 2018 fielen im öffentlichen Dienst inklusive Erziehung

³ Der Mensch als kooperatives, rollenverhaftetes Wesen, Dahrendorf 1967

und Gesundheitswesen 36,2 Milliarden Euro Bruttowertschöpfung aufgrund von Krankheit aus. Im produzierenden Gewerbe (ohne Baugewerbe) waren es sogar 43,3 Milliarden Euro. (Statista, 2021a) An erster Stelle der verschiedenen Krankheitsgruppen standen im Jahr 2018 Krankheiten des Muskel-Skelett-Systems, also schwere Verspannungen, Bandscheibenvorfälle und Bindegewebserkrankungen mit Wertschöpfungsausfällen in Höhe von 31,7 Milliarden Euro. Bereits an zweiter Stelle mit 22,8 Milliarden Euro standen psychische Erkrankungen und Verhaltensstörungen, welche damit Verletzungen und Arbeitsunfälle an die vierte Stelle, noch nach Krankheiten des Atmungssystems, sortierten. Die konsolidierten Ausfallkosten aller Diagnosegruppen betragen 2018 144,7 Milliarden Euro. (Statista, 2021b)

1.3 INDIVIDUELLE SOZIALKAPITALAUSSTATTUNG – EINE UNTERSCHÄTZTE RESSOURCE?

Der Zusammenhang einer salutogenen⁴ Wirkung einer hohen Sozialkapitalausstattung ist bereits in zahlreichen Forschungsstudien abseits von Badura untersucht und auch nachgewiesen worden, z.B. durch (Campbell et.al, 1999) und (Ferlander, 2007). Studien zu sozialer Unterstützung und Integration (d.h. Einbindung in Gruppen, Freunde, Verwandte und enge Beziehungen zu Nachbarn) einerseits und späterer Sterblichkeit andererseits haben im Allgemeinen gezeigt, dass bei hoher Unterstützung durch andere das Sterblichkeitsrisiko tendenziell sinkt, auch unter Einbeziehung anderer gesundheitlicher Maßstäbe, wie dem allgemeinen Lebenswandel und Vorerkrankungen. (Kunitz, 2004, S. 6)

Aber nicht nur gesundheitliche Faktoren werden durch Sozialkapital verbessert. Auch die Rolle von Sozialkapital in Bezug auf den Erfolg bei Unternehmensgründungen wurde bereits nachgewiesen (Baron, 2000), wie auch die Erkenntnis, dass stabile interne Mitarbeiternetzwerke Innovation in Unternehmen erhöhen können (Bornay-Barrachina et.al, 2017) und dass eine hohe individuelle Sozialkapitalausstattung die Karriere befördern kann (Seibert et.al., 2001). Mit der gezielten Erhöhung von Sozialkapital wurde sich jedoch hauptsächlich auf gesellschaftlicher Ebene beschäftigt,

⁴ gesundheitsfördernd, gesundheitserhaltend

wie beispielsweise die ausgiebige Exploration inklusive konkreter Handlungsempfehlungen von *Glass, Freedman, Carlson, Kawachi* und einigen anderen Sozialkapitalforschern zur gezielten Erhöhung von Sozialkapital in älter werdenden Gesellschaften. (Glass et al., 2021)

Eine hohe individuelle Sozialkapitalausstattung einzelner Organisationsmitglieder könnte eine bislang unterschätzte Ressource sein, das Sozialkapital eines größeren Konstruktes wie das einer Organisation gezielt zu erhöhen. Es gibt Indikatoren, die darauf hindeuten, dass gerade Unternehmen mit einem hohen Innovationsbedarf von einem hohen Sozialkapitalanteil profitieren. Auch für Organisationen, bei welchen die individuelle Freiheit von Mitarbeitenden eine Erfolgsvoraussetzung ist (beispielsweise Start Up-Unternehmen) kann ein hohes Sozialkapital eine erstrebenswerte Ressource sein. (Bosma et al., 2004)

1.3.1 FORSCHUNGSANSATZ – ERHÖHUNG DES SOZIALKAPITALS ÜBER DAS INDIVIDUUM

An dieser Stelle soll diese Arbeit ansetzen. Was wäre, wenn es möglich wäre, die Auswahl der MitarbeiterInnen so zu steuern, dass die individuelle Fähigkeit zur Bildung und Ausstattung mit Sozialkapital dem Unternehmen als solches zugutekommt? Hier gilt es zu erforschen, woran die individuelle Ausstattung bemessen oder woraus sie hergeleitet werden kann. Die Auswahl von Mitarbeitenden könnte dann im Bewerbungsprozess gezielter gesteuert werden und unternehmerische Aktivitäten zur Förderung von MitarbeiterInnen könnten die Erhöhung des unternehmensinternen Sozialkapitals als ein mitverfolgtes Ziel aufnehmen. Doch was können solche individuellen Faktoren sein, die auf ein erhöhtes Sozialkapital hindeuten?

Ein starker Indikator, der sich durch die gesamte Sozialforschung zieht, ist die Zugehörigkeit zu Gruppen, Verbänden und Vereinen. (Putnam, 2020, S. 49) Der amerikanische Soziologe und Kleingruppenforscher Robert Wuthnow schreibt der immer größer werdenden Kleingruppenbewegung, welche Mitgliedschaften in Selbsthilfegruppen genauso umfasst wie das Engagement in Hobbyclubs, die Macht einer "stillen Revolution" zu, welche durch ihre eher fließende Natur ein "Gegengift zur sozialen Nichtverbundenheit" ist. (Wuthnow, 1996, 2, 45-46) Putnam betont weiter,

dass Kleingruppen und "virtuelle Gemeinschaften" eine Ablösung der klassischen Gemeinschaften der letzten vierzig Jahre sein können. (Putnam, 2020) Kleingruppen helfen den Mitgliedern, sich weniger allein zu fühlen. Sie sorgen füreinander in Notsituationen wie Krankheit oder finanziellen Schwierigkeiten, auch über die Grenzen der Gruppe hinaus. Gruppen dieser Art können einen wichtigen und nicht zu unterschätzenden Sozialkapitalbestand bieten. (Putnam, 2020, S. 149) Da Sozialkapital von Gruppen für Individuen zum einem verfügbar ist, sie zum anderen durch die Mitgliedschaft in diesen Gruppen notwendige Kompetenzen erwerben können, um Sozialkapital aufzubauen, stellen sich eben jene Gruppenmitglieder von Kleingruppen als interessante Forschungsgruppe dar.

Die Erkenntnisse dieser Arbeit können bezüglich der Auswahl von Leistungsträgern für Unternehmen auf Basis außerberuflicher Befähigungen oder Interessen und auf außerberuflichem Weg erworbenen Eigenschaften zur Erhöhung des Sozialkapitals von Unternehmen relevant sein. Denn fraglich ist, ob ein zeitlich aufwändiges Freizeitengagement die Ausstattung mit Sozialkapital erhöht oder den Fokus zu sehr auf die Freizeit lenkt und berufliches hinter dem Hobbyengagement zurückfällt. Sind für die Auswahl von Leistungsträgern ein lebendiges Privatleben und eine zeitintensive Freizeitgestaltung förderlich oder nachteilig? Ist das Sozialkapital dieser Menschen vielleicht nur in bestimmten Bereichen mehr entwickelt, während es in anderen hinter dem Durchschnitt zurückfällt?

Der Grundgedanke dazu ist bereits in Bourdieus (1983) Theorie des Sozialkapitals enthalten. Für ihn können Individuen, die einer Gruppe angehören, die Ressourcen der Gruppe als Legitimation nutzen, um die Anzahl der Ressourcen, auf die sie über ihr Sozialkapital Zugriff haben, zu vervielfachen. Zieht man diesen Indikator heran, ergibt sich daraus folgende Fragestellung: Ist es möglich, aufgrund von einer reinen Hobbytätigkeit mit anderen Menschen auf eine höhere Ausstattung mit Markern für die Befähigung, individuelles Sozialkapital aufzubauen, zu schließen? Und beeinflusst das Maß des Engagements das Maß des Sozialkapitals? Die Literatur ist sich in diesem Punkt nicht einig. So weist Putnam in „Bowling Alone“ an zahlreichen Stellen darauf hin, dass ziviles Engagement und Sozialkapital korrelieren (z.B. Putnam 2020, S.25-26, S.43-46, S.229, S.417), während die Ergebnisse der Arbeit von Neidhardt nahelegen,

dass reines Gruppenengagement kein klarer Indikator für höheres Sozialkapital sein muss. (Neidhardt, 2018, S. 154–156)

1.4 SOZIALKAPITAL, VERTRAUENSVOLLES VERHALTEN UND LANGFRISTIGE REZIPROZITÄT

„Soziale Kohäsion wird als Maßstab der Sozialintegration in der Gruppe verstanden und primär konzipiert als Zugehörigkeitsgefühl: als Wunsch des Mitglieds, in der Gruppe zu bleiben.“ (Moldaschl, 2005, S. 222) Um Teil einer Gruppe zu sein, muss man sich den dort üblichen Konventionen anpassen und zu den einzelnen Mitgliedern Verbindungen aufbauen. In diesem Kontext wird der Faktor des vertrauensvollen und langfristig reziproken Verhaltens als prosoziale Verhaltensweise mit einbezogen und geringes Vertrauen oder der Unwille von EntscheiderInnen, Mitarbeitende einzubeziehen und ihnen gegenüber selbstlos zu handeln, laut Badura und auch bei anderen Forschenden als negativer Einfluss auf das gesamte Sozialkapital eines Unternehmens bewertet. (Badura et.al 2013, S.14) Wörtlich postuliert Badura hierzu: „Vertrauensvolle Beziehungen, in denen wir uns angenommen und gut aufgehoben fühlen, bilden die wichtigste Quelle psychischer und physischer Gesundheit – neben einer sinnstiftenden Tätigkeit. Sinnstiftend ist eine Tätigkeit, die einen Beitrag leistet zu einem über jeden Einzelnen hinausweisenden größeren Ganzen. Der Verlust sinnstiftender Betätigung und motivierender Bindungen führt in den sozialen Tod.“ (Badura et al., 2013, S. 9)

Für die Organisationsforschung ist das Individuum und der Platz desselben in der Organisation von stetigem und steigendem Interesse. (Neuberger, 2002) Dennoch ist es nicht einfach, die Handlungen einer einzelnen Person auf eine Gruppe zu spiegeln (Buchholz & Knorre, 2017) und Reaktionen hervorzusagen. Schnelle (1991) betont, dass in der Organisationssoziologie durchaus von verschiedenen Autoren gezogene Verbindungen zwischen Mikro – und Makrosoziologie bestehen. Gemäß G.C Homans⁵ (1910 -1989) unterliegt die Interaktion zwischen einzelnen Menschen meist bestimmten Regeln, die sich jedoch nicht ohne Schwierigkeiten in komplexe Systeme

⁵ Homans Forschungsschwerpunkt lag auf der Dynamik der Normbildung von Gruppen, welche er durch die gezielte Beobachtung von Gruppenverhalten nachwies. Sein Werk ist nicht unumstritten, hatte aber dennoch eine prägende Wirkung auf die Erforschung sozialer Gruppen. (Kopf (2006)

überführen lassen. Crozier und Friedberg bringen den Begriff des „strukturierten Handlungsfeldes“ auf, welche zwischen dem Einzelnen Akteur und dem übergeordneten System eine gemeinsame Handlungsebene bietet. Sie verwenden dafür den Begriff des Spiels. (Crozier & Friedberg, 1993). Im Hinblick auf immer stärkere Anforderungen an Einzelpersonen in Organisationen durch eine immer agilere Geschäftswelt (Buchholz & Knorre, 2017), ist es von immer größerer Bedeutung, den Einfluss von Individuen auf das gesamte, organisatorische Konstrukt weiter zu durchdringen.

Natürlich wird der Erfolg einer Organisation nach wie vor nach wirtschaftlichen Kriterien gemessen. Innerhalb von Organisationen kann jedoch, nachdem die grundsätzliche Prämisse des Erfolges vorangestellt wurde, davon ausgegangen werden, dass Organisationen sich nicht strikt und ausschließlich an ökonomischen Effizienzkriterien ausrichten, sondern eher Arenen mikropolitischer Aushandlungsprozesse darstellen. Das Handeln der einzelnen Akteure kann anhand von Spielen, Spielsituationen, Regeln und Ressourcen erahnt werden. (Matys 2014, S. 37)

Vertrauen spielt in diesen Prozessen stets eine Rolle, da Systeme mit wachsender Größe und damit wachsender Komplexität zur Reduktion eben dieser eine entscheidende Rolle spielt. (Luhmann, 2014). Eben dieses Vertrauen spielt auch eine Rolle in allen sozialen Interaktionen, denen wir täglich ausgesetzt sind.

Deswegen kann die Frage gestellt werden, ob prosoziales und damit vertrauensbildendes Verhalten einen Einfluss auf das Sozialkapital eines Individuums hat. Eine solche Indikation könnte verantwortlichen EntscheiderInnen in Unternehmen eine Stütze sein, Führungspositionen und Stabstellen, welche von einer hohen individuellen Vernetztheit profitieren oder in ihrer Definition als Kommunikations- oder Informationsschnittstelle prägend für das soziale Kapital eines Unternehmens sind, besser und zielgerichteter zu besetzen. Gleichzeitig können daraus abgeleitete Erkenntnisse für die Unternehmensentwicklung und Förderung von Aktivitäten und Maßnahmen, welche das Sozialkapital gezielt zu erhöhen in der Lage sind, genutzt werden.

1.5 AUFBAU DIESER ARBEIT

Diese Arbeit ergründet, inwiefern individuelles Sozialkapital, Hobbyengagement und prosoziales Verhalten miteinander interagieren. Kapitel 2 beleuchtet die unterschiedlichen theoretischen Konzepte sowie die untersuchte Zielgruppe in Kapitel 2.1.7, um eine Einordnung zu gewährleisten. Diese führen zu dem in dieser Arbeit aufgestellten Hypothesenmodell in Kapitel 2.4 mit der Hypothesenbeschreibung in Kapitel 3. Der Methodenteil ab Kapitel 4 stellt die Logik des Forschungsdesigns und die statistischen Methoden, die in dieser Arbeit Anwendung gefunden haben, detailliert vor. Die Datenauswertung in Kapitel 5 ist in einen deskriptiven und einen statistisch quantitativen Teil gegliedert und wird im Anschluss interpretiert und eingeordnet. Die Diskussion in Kapitel 6 und die Darstellung der Ergebnisse der Datenerhebung bilden den Abschluss der vorliegenden Arbeit. Im ersten Teil werden die deskriptiven und quantitativen Ergebnisse diskutiert und in die Literatur eingeordnet. Die Limitationen und Grenzen, welchen diese Arbeit unterworfen war, werden in Kapitel 6.2 dargestellt, sowie mögliche zukünftige Forschungsoptionen dargestellt und abschließend zusammengefasst.

2 THEORIE

2.1 KONZEPTE UND DEFINITIONEN

Im folgenden Abschnitt werden die in der Arbeit behandelten Theorien und Konzepte aufgeschlüsselt. Begonnen wird mit dem Komplex der Sozialkapitalforschung, welchem der größte Anteil eingeräumt wird. Gefolgt wird dieses von den Konzepten Vertrauen und langfristiger Reziprozität als prosoziales Verhalten, um die Bedeutung für diese Arbeit anzureißen und zu verdeutlichen. Den Abschluss bildet die Spieltheorie, welche durch ihren Aufbau einen Experimentanteil liefert, der in den vorangegangenen Konzepten noch nicht vertreten ist.

2.1.1 SOZIALKAPITAL

Die Sozialkapitalforschung dient, wie der Name bereits nahelegt, der Erforschung von Beziehungen. Badurda et.al. beschreiben das Themenfeld folgendermaßen: „Die Sozialkapitalforschung beschäftigt sich mit einer Untergruppe zwischenmenschlicher Prozesse: mit Umständen, Verlauf und Ergebnissen zielorientierter Kooperation.“ (Badura et al., 2013, S. 5) Die Definitionen von Sozialkapital sind in den letzten Jahren nicht vereinheitlicht worden. James Coleman (1990) definiert Sozialkapital über die Funktion. Es ist, gemäß diesem Ansatz, keine homogene Einheit, sondern eine Sammlung verschiedener Einheiten, die zwei Charakteristika teilen: Alle Individuen sind in irgendeiner Art und Weise mit sozialer Struktur verbunden und soziale Strukturen ermöglichen bestimmte Handlungen von Individuen innerhalb dieser Struktur. Wie es auch bei anderen Kapitalformen gilt, ist Sozialkapital produktiv und ermöglicht bestimmte Resultate, welche in der Abwesenheit von eben jenem Sozialkapital nicht hätten erzielt werden können. Als Beispiele nennt Coleman das Maß von Vertrauenswürdigkeit, das Ausmaß von Verbindlichkeit, Normen und effektiven Sanktionierungsmaßnahmen, soziale Institutionen und Informationskanäle. Dabei versteht Coleman das Sozialkapital als individuelles Gut, von welchem Gemeinschaften, Netzwerke oder Gruppen im Gesamten jedoch profitieren können. Pierre Bourdieu (1986) definiert in „The forms of capital“ Sozialkapital als die „Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen, die im Besitz eines Individuums oder einer Gruppe sind“. (Bourdieu, 1986, S. 248–249) Für Glenn Loury ist Sozialkapital ein automatisches Nebenprodukt sozialer Beziehungen, welches damit

verbunden einen erleichterten Zugang zu Fähigkeiten und Gütern ermöglicht, welche am Markt verfügbar sind. (Loury, 1992)

Der amerikanische Politologe Robert Putnam sieht Sozialkapital in einer Beziehung mit bestimmten Merkmalen sozialer Organisationen wie Vertrauen, Normen und Netzwerken, welches die Effizienz der Gesellschaft als solche erhöhen kann. Indikatoren sind innerhalb seiner Forschung das Ausmaß an Vertrauen, Reziprozität und die Verbreitung von Mitgliedschaften in wohltätigen Vereinen. (Berkman et al., 2014)

Spätestens seit dem Werk des amerikanischen Soziologen Robert D. Putnam „Bowling Alone“, welches 2001 das erste Mal veröffentlicht wurde und sich mit dem Niedergang des Zusammenhalts amerikanischer Gemeinschaften auseinandersetzt, hat das Thema einen festen Platz in akademischen Diskussionen. Google Scholar bietet für den Zeitraum seit 2001 bis heute 1.640.000 Suchergebnisse (Google Scholar, 2021) zu dem Begriff „social capital“ für den englischsprachigen Raum, auf Deutsch werden zum aktuellen Zeitpunkt für den Begriff Sozialkapital 15.100 Ergebnisse (*Sozialkapital – Google Scholar 2021*) angezeigt.

Auch in Deutschland nimmt die Forschung in diesem Bereich mittlerweile Raum ein, wie beispielsweise durch den Bielefelder Soziologen Prof. Dr. Bernhard Badura. Dieser identifiziert in seiner Forschung Merkmale sozialer Gebilde⁶, welche sowohl die Leistungsfähigkeit als auch die Gesundheit von Mitgliedern in diesen vorherzusagen erlauben. Verstanden wird darunter auch „das soziale Vermögen zum Beispiel einer Organisation, d.h. Umfang und Qualität der internen Vernetzung, der Vorrat gemeinsamer Überzeugungen, Werte und Regeln sowie die Qualität der Menschenführung.“ (Badura et al., 2013, S. 10)

Für diese Arbeit von besonderer Bedeutung ist der Ansatz von Burt (1992). Burt ist der Autor zahlreicher Publikationen, in denen er seine Auslegung des Begriffes des Sozialkapitals erläutert. "Structural Holes" (1992) ist eines seiner bekanntesten Werke, welches sich mit dem Sozialkapitalkonzept befasst. Auch das Buch "Brokerage and

⁶ Organisationen, Gruppen oder Unternehmen, Anm. d. Autorin

Closure" (Burt, 2005) geht näher auf seine Ideen ein. Sie sind eigenständig relevant, da sie einen stärkeren Fokus auf das Individuum haben und leicht mit dem Konzept von Bourdieu aus dem Jahr 1983 in Verbindung gebracht werden können. Ein wichtiger Unterschied zu Bourdieu besteht darin, dass Burt einen stärkeren Fokus auf die Position eines Individuums A innerhalb des Netzwerks legt, das alle Individuen umfasst. Seine Definition von Sozialkapital ist, dass "das Halten einer bestimmten Position in der Struktur dieses Austauschs⁷ ein eigenständiger Aktivposten sein kann" (Burt, 2000, S. 347) und dass dieser "Aktivposten soziales Kapital ist." (ebd.)

Er fügt hinzu, dass „die Grundannahme von Burt (1992) eine typische Annahme in der Netzwerktheorie (ist): Es hat einen Wert für ein Individuum, mit anderen Individuen verbunden zu sein. Dieser Wert ist der Zugang zu Informationen und damit verbunden "Möglichkeiten zur Nutzung (seines) Finanz- und Humankapitals." (ebd., S. 9) Da verschiedene Personen über unterschiedliche Informationen verfügen, besteht für jede Person ein Anreiz, solche Verbindungen herzustellen, die die Menge und Qualität der Informationen, zu denen sie Zugang hat, maximieren. (Neidhardt, 2018, S. 17)

Nun ist es grundlegend eine gewisse Herausforderung, all diese Definitionen zu vereinheitlichen. Berkman und Kawachi vollziehen in ihrer Arbeit "Social Epidemiology" (2014) zwei Generalisierungen zu der Natur von Sozialkapital. Zum einem ist es inhärent sozial. Es sei, laut den Autoren, immer extern zum Individuum angelegt, im Gegensatz beispielsweise zum Humankapital, welches dem Individuum innewohnt. Ein ausgeprägtes Merkmal von Sozialkapital sei darüber hinaus, dass es im Vergleich zu sozialen Netzwerken ein kollektives Gut der Gemeinschaft ist, welcher ein Individuum angehört. Zum anderen ist Sozialkapital einer Gesellschaft laut den Autoren ein öffentliches Gut (Berkman et al., 2014, S. 176–177), das heißt, die Nutzung des Sozialkapitals kann nicht unterbunden und kein Gesellschaftsmitglied davon ausgeschlossen werden. Die Ausstattung mit Sozialkapital ist, wie die Definitionen nahelegen, ein Schnittstellenfaktor aus individuellen und kollektiven Faktoren.

⁷ Gemäß Neidhardt ist der in der Definition genannte Austausch, auf welchen sich hier bezogen wird, die „Verbindungen zwischen Individuen, Verpflichtungen zur Unterstützung zwischen Individuen (und die) Abhängigkeit des Austauschs zwischen Individuen.“ (Neidhardt, 2018, S. 16)

Für Organisationen ist das Thema vor allem im Kontext des betrieblichen Gesundheitsmanagements von Interesse. Die Arbeiten von Badura et. al legen nahe, dass eine höhere Ausstattung mit Sozialkapital messbare Vorteile für Organisationen mit sich bringt, da sie sich auf die Mitarbeitergesundheit und damit direkt auf den Betriebserfolg auswirkt⁸. (Badura et.al, 2013)

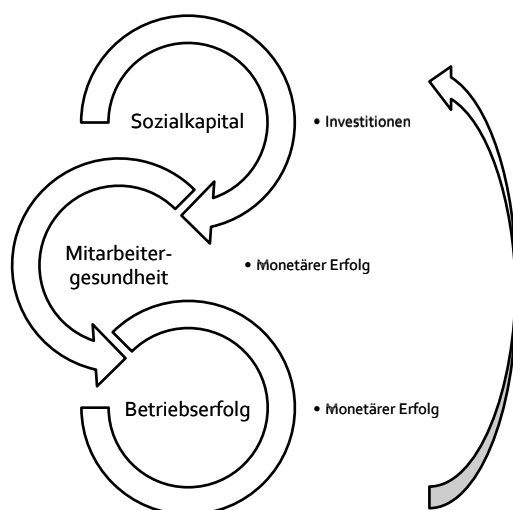


ABBILDUNG 1 GESUNDHEITSFÖRDERNDER ZYKLUS MIT SOZIALKAPITAL, EIGENE DARSTELLUNG (BADURA ET AL., 2013, S. 160)

Der Sozialkapitalansatz eignet sich deshalb zu einer mitarbeiterorientierten Unternehmenspolitik, da in ihm die Grundlagen einer erfolgreichen Kooperation liegen. Diese sind laut Badura Vertrauen ineinander, gemeinsame Überzeugungen, ein vereintes Wertekonstrukt und wertschätzendes Verhalten. Die Absenz dieser Grundlagen führt zu einer Häufung von Fehlern und Konflikten. Die Leistungsbereitschaft und Loyalität von MitarbeiterInnen sinken, die Leistungsfähigkeit der Gesamtorganisation leidet. Dies geht so weit, dass, wie die Forschungsergebnisse von Badura et.al nahelegen, die Gesundheit der

⁸ Direkt, da sowohl kurzfristige Erkrankungen durch eine hohe Sozialkapitalausstattung reduziert werden als auch langfristige Krankheiten wie Burn Out in Unternehmen mit höherem Sozialkapital seltener auftreten. Badura spricht in diesem Zusammenhang von dem sog. Eisbergmodell, da dabei Fehlzeiten nur „die Spitze des Eisbergs“ der körperlichen Auswirkungen von ungünstigen Arbeitsverhältnissen darstellt. (Badura et. al., 2013, S.13)

MitarbeiterInnen im Unternehmen abnimmt und sich chronische Erkrankungen mehren. Dies kann sogar dazu führen, dass sich die Verfassung des Unternehmens schließlich negativ auf das Betriebsergebnis auswirkt. (Badura et al., 2013, S. 20) Die Organizational Behavioral Forschung postuliert bereits seit vielen Jahren, dass nicht nur die umgebenden organisatorischen Faktoren wie Regeln und Unternehmenskultur einen Einfluss auf das Verhalten von Individuen ausübt. Vielmehr handelt es sich um eine Wechselwirkung, in der das Verhalten des Einzelnen sich auch auf die Regeln, die Unternehmenskultur und das Verhalten anderer Individuen auswirkt. (Mowday & Sutton, 1993) Daher bietet sich der Schluss an, dass auch das individuelle Sozialkapital sowie damit verbundene soziale Fähigkeiten und Prädispositionen einen Einfluss auf das im Unternehmen verfügbare Sozialkapital ausüben.

Dazu ist ein Fokus auf das Sozialkapital von Unternehmen auch sehr zeitgeurig. Organisationen und Unternehmen stehen in der sich immer schneller wandelnden und unkontrollierbarer werdenden Welt an der Grenze zu einem Paradigmenwechsel. Klassische, streng hierarchische Modelle werden von immer agileren und flexibler werdenden Formen der Organisation abgelöst. Diese wird vermehrt in der Praktiker Literatur aufgegriffen und ist seit rund 20 Jahren ein immer bedeutenderer Fokus der Organisationslehre. Aufgrund einer sich immer schneller ändernden Welt wird agiles Handeln immer mehr zur Handlungsmaxime und wird unter befragten TopmanagerInnen als Differenzierungsmerkmal und kritischer Erfolgsfaktor bezeichnet. Veränderung und Erneuerung sind in innovativen Unternehmen Standard und erfordern Nachvollziehbarkeit und Glaubwürdigkeit. (Buchholz & Knorre, 2017, S. 2–3)

Dabei wird der Fokus von starren Strukturen auf einen immer höheren Grad der Selbstorganisation und intrinsischen Mitarbeitermotivation gelegt. (Gazizulina et al., 2017), (Purser & Cabana, 1998) Selbstorganisation und intrinsische Motivation fördern die emotionale Bindung an Menschen, Werte, gemeinsame Regeln und Überzeugungen. Sie helfen dabei, die Welt als beeinflussbar und verstehbar zu erleben und als Gruppe jede Herausforderung bewältigen zu können. (Badura et al., 2013, S. 2) Die Rolle des Sozialkapitals wächst deswegen: „Kooperation in Organisationen lässt sich herstellen entweder durch (...) Kontrolle, durch materielle Anreize oder durch

Mobilisierung intrinsischer Motivation. In der Organisationswirklichkeit findet sich stets ein Mix dieser drei Optionen“ (Badura et al., 2013, S. 10)

Selbstorganisation und intrinsische Motivation, welche gemäß Badura als“Sozialkapitalbasiert“ (Badura et al., 2013, S. 10) betrachtet werden kann, wird dabei immer wichtiger während finanzielle Anreize immer stärker ihren Reiz verlieren. „Auf die Sinnhaftigkeit der Arbeit kommt es an, auf die emotionale Bindung an Mitmenschen, Überzeugungen und Werte sowie auf Transparenz, Gerechtigkeit, Empathie und Überzeugungskraft der Führung.“ (Badura et al., 2013, S. 10)

Es ist also nicht verwunderlich, dass Themen wie Selbstständigkeit, Motivation und Mitarbeitergesundheit für Unternehmen eine immer zentralere Rolle spielen. In Abstimmung mit dem Management werden von Seiten des Personalmanagement und auch durch die Unternehmenskommunikation bereits jetzt in vielen Unternehmen Maßnahmen dazu erarbeitet. Früchtekörbe, Sportangebote und Schulungen zur Selbstorganisation und Softskills zählen in vielen Unternehmen mittlerweile zum Standard. Das Programm „Betriebliche Gesundheitsförderung“ wird in Deutschland seit 2008 steuerlich gefördert.⁹

2.1.2 SOZIALKAPITAL ALS STRATEGISCHES INTERESSE

Zunächst gilt es die Frage zu stellen, ob für Unternehmer die gezielte Erhöhung des unternehmensweiten Sozialkapitals überhaupt relevant sein könnte. Da die Komplexität der Geschäftswelt mit steigender Informationsfülle täglich zunimmt, ist es für Unternehmen immer wichtiger, die Auswahl geeigneter Personen gezielt und systematisch anzugehen. Das Humankapital eines Unternehmens ist dabei bereits weitläufig als Ressource erkannt, wenn auch nur schwer bezifferbar. Im Falle des Sozialkapitals ist es vergleichbar, das Konzept an sich jedoch noch weniger im Firmenalltag präsent. Mehr Klarheit für den Firmenkontext bringt die Forschung zum

⁹ „Die steuerliche Förderung durch § 3 Nummer 34 EStG ist möglich für: von den Krankenkassen oder der ZPP zertifizierte Leistungsangebote zur verhaltensbezogenen Prävention im Sinne des § 20 Absatz 4 Nr. 1 und Absatz 5 SGB V (Präventionskurse), auf welche der Arbeitgeber zurückgreift und sonstige nicht zertifizierungspflichtige verhaltensbezogene Maßnahmen des Arbeitgebers im Zusammenhang mit einem betrieblichen Gesundheitsförderungsprozess, welche den Vorgaben des Leitfadens Prävention genügen. Hierzu können z.B. Maßnahmen wie die „Bewegte Pause“ gehören.“ (Bundesgesundheitsministerium (2021))

Bielefelder Sozialkapitalindex. In seinem Kern ist die Idee hinter dem Bielefelder Sozialkapitalansatz die Grundannahme, dass der Unternehmenserfolg an das Sozialkapital des Unternehmens geknüpft ist.

Das Sozialkapital in Organisationen wird Badura et.al zufolge in drei Kategorien unterteilt: Netzwerkkapital, Führungskapital und Überzeugungs- und Wertekapital. (Badura et.al, 2013, S.49-59) Alle drei Kapitalformen zahlen unterschiedlich auf das Sozialkapital und damit indirekt auf den Unternehmenserfolg ein.¹⁰ Das bedeutet, eine Unternehmenskultur, welche hohes Sozialkapital fördert, kann für Unternehmen durchaus interessant sein. Zum einem, um Wettbewerbsvorteile durch gesündere Mitarbeitende zu generieren. Zum anderen, um das Wohlbefinden, die Belastbarkeit und die Gesundheit der Mitarbeitenden selbst zu erhöhen. (Badura et. al, 2018)

Die Ausstattung mit bestimmten Eigenschaften und Ressourcen kann die Auswirkungen negativer Befindlichkeiten der Mitglieder eines Unternehmens reduzieren.¹¹

Sozialkapital ist aber nicht nur ein gesellschaftliches oder organisatorisches Konstrukt. Vergleichbar mit ökonomischem Kapital, beispielsweise in Form von Geldmitteln, kann dieses auch von einzelnen Individuen besessen und vermehrt werden. Bei Sozialkapital gibt es vergleichbare Möglichkeiten der Erhöhung.

Die Kultur einer Organisation wird durch verschiedene Dinge geprägt, welche beispielsweise durch feststehende Regeln der zwischenmenschlichen Kommunikation, kulturbezogene Kennzahlen, Unternehmenswerte oder die interne Unternehmenskommunikation festgelegt und gemessen werden. All diese Instrumente nützen aber nichts, wenn die im Unternehmen tätigen Menschen nicht willens oder in der Lage sind, diese umzusetzen, denn Unternehmenskultur muss, um

¹⁰ Indirekt deshalb, weil die genannten Kapitalformen inklusive des Sozialkapitals immateriell und damit schwieriger als materielle Güter zu beziffern sind. (vgl. Badura et.al, 2013, S36 – 38)

¹¹ Ressourcen dieser Art können sein: eine hohe Agilität, eine starke interne Vernetztheit, herausragende Führungskräfte und eine gesunde Unternehmenskultur. (Badura et.al, 2017 S.16, S.28, S.107)

ihre Wirkung zu entfalten, gelebt werden. Eine auf Sozialkapital ausgerichtete Unternehmenskultur kann also nur fruchten, wenn diese auf allen Ebenen der Organisation gelebt wird. Deswegen kann die Betrachtung von der individuellen Fähigkeit, Situation und Anlage, Sozialkapital zu aggregieren, für die Organisationsforschung in Hinblick auf die Personal- und Führungskraftauswahl hilfreich und förderlich für die Erhöhung des gesamten Sozialkapitals des Unternehmens sein.

Messungen von Sozialkapital in Unternehmen unterliegen zahlreichen Herausforderungen. Die Bereitschaft der Unternehmensleitung müsste für Forschung dieser Art genauso groß sein, wie die der Mitarbeitenden, diese zu unterstützen. Außerdem ist ein Zugang zu den Unternehmen notwendig, der nicht immer gegeben ist. Deswegen kann es lohnend sein, den Sozialkapitalansatz auf die Individualebene heruntergebrochen und damit losgelöst vom Unternehmenskontext zu betrachten.

Eine Verbindung der privaten und der Unternehmerischen Ebene zieht Max Ueberle in seiner Dissertation. „Die betriebliche Lebenswelt ist ein Teil der allgemeinen Lebenswelt. Wenn Auswirkungen der Ausstattung mit Sozialkapital auf die Gesundheit von Mitarbeitern auf der betrieblichen Ebene zu beobachten sein sollen, dann müssten solche Zusammenhänge auch in der allgemeinen Lebenswelt auftreten. (Ueberle, 2013)

Diese Fragestellung bietet einige Anknüpfungspunkte für das Management von Unternehmen, da sowohl die Führung von MitarbeiterInnen als auch die Mitarbeiterstruktur an sich Auswirkungen auf das Sozialkapital von Unternehmen haben können. (vgl. Abbildung 2: Pfadmodell zur Überprüfung der Struktur und Zusammenhänge von Sozialkapital (Badura et al., 2013, S. 120))

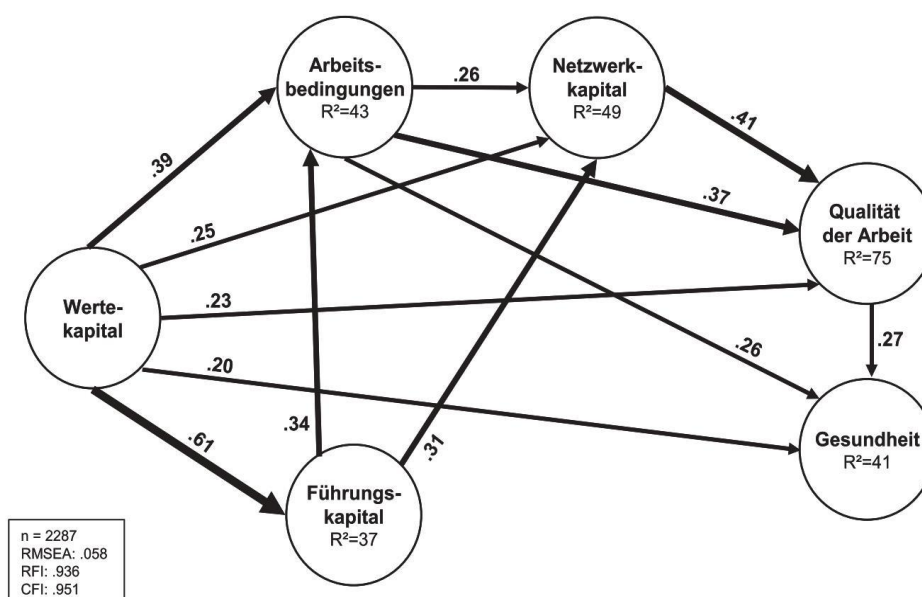


ABBILDUNG 2: PFADMODELL ZUR ÜBERPRÜFUNG DER STRUKTUR UND ZUSAMMENHÄNGE VON SOZIALKAPITAL (BADURA ET AL., 2013, S. 120)

Die Schlussfolgerung diesbezüglich liegt nahe, da sich Sozialkapital ausschließlich aus zwischenmenschlichen Gemeinschaften herausbildet, weswegen die Besetzung verschiedener Positionen ceteris paribus mit unterschiedlichen Menschen generell unterschiedliche Auswirkungen auf das Sozialkapital haben muss.

2.1.3 INDIVIDUELLES SOZIALKAPITAL NACH NEIDHARDT

Für diese Arbeit wurde sich für die Messung von Sozialkapital auf einer individuellen Ebene entschieden. Das bedeutet, Arbeitsplatzeffekte, wie sie bei Badura et.al häufig eine große Rolle spielen, wurden ebenso ausgeklammert, wie auch große gesellschaftliche Zusammenhänge, wie sie Putnam und Coleman in ihren Arbeiten und Publikationen erforschen. Stattdessen folgt die vorliegende Arbeit der Forschung von Jan Neidhardt (2018), der sich der Konstruktion eines Fragebogens zur Messung individuellen Sozialkapitals gewidmet hat. Die Definition für diese spezifische Betrachtungsweise lässt sich aus den Sozialkapitalstudien von Pena-López und Sánchez Santos übernehmen: „Das individuelle Sozialkapital ist (...) das Beziehungsnetz, über das ein bestimmtes Subjekt verfügt, und sein Wert liegt in den Ressourcen, die es daraus ziehen kann.“ (Pena-López & Sánchez-Santos, 2017, S. 27) Der Fokus liegt also auf den zwischenmenschlichen Beziehungen eines Individuums

und weniger auf strukturellen, umgebenden Faktoren. Neidhardt hat verschiedene Sozialkapital – Messmethoden¹² zu einer Liste mit zehn Items konsolidiert, um so möglichst zielgerichtet und schnell einen Überblick über das verfügbare Sozialkapital von Individuen zu erringen. Die Entscheidung für dieses Measurement wurde für diese Arbeit aus folgenden Gründen getroffen: Zum einem ist es opportun, einen individuellen Fokus zu verwenden, da die eigenständige Auswahl der Zielgruppe mehr Möglichkeiten der direkten Erreichbarkeit ohne einen Umweg über ein Unternehmen eröffnet. Zum anderen unterliegen Experimente in Firmen häufig starken zeitlichen und inhaltlichen Restriktionen, die für eine möglichst offene Herangehensweise an dieses komplexe Thema von Nachteil wäre.

Individuelles Sozialkapital wird in Neidhardts Ansatz als Index anhand von zehn Items erfasst. Diese werden in Items der Privatsphäre oder Berufssphäre unterteilt und geben einen vergleichbaren Grundwert wieder. Dabei wurde bei der Erstellung darauf geachtet, Sozialkapital von möglichst unterschiedlichen Ebenen zu betrachten. Die verschiedenen für diese Arbeit bedeutsamen Dimensionen und Ressourcen werden im Folgenden aufgeführt.

2.1.4 DIMENSIONEN UND RESSOURCEN DES SOZIALKAPITALS

Das Wirken verschiedener Dimensionen des sozialen Kapitals erzeugt direkte und indirekte Beziehungen zu den Akteuren der Umwelt und der sozialen Einheit. Diese Beziehungen bilden eine neue soziale Struktur, ein neues Netzwerk von Kooperationsbeziehungen und neue wissensbildende Prozesse zwischen den Akteuren. Dadurch entsteht eine Reihe von latenten Verbindungen. Diese Verbindungen können starker und schwächerer Natur sein und richten sich nach der Tiefe der emotionalen Nähe zueinander. Granovetter (1973) bedient sich des Begriffes der *strong ties* und *weak ties*. Die *strong ties* sind Beziehungen, die als stabil und

¹² The Name Generator von 1960, The Position Generator von Lin und Dumin (1986), The Personal Social Capital Scale von Chen et al. (2009), The Resouce Generator von van der Gaag et al. (2008) und van der Gaag und Weber (2008) The Internet Social Capital von Williams (2006) und Ellison et al. (2007) The World Bank Approach von den frühen 2000ern sowie SOEP Infratest Sozialforschung (2011) (vgl. Neidhardt, 2018, S.86 – 102)

belastbar gelten, wie jene zu engen Freunden, Verwandten, Geschwistern oder den Eltern. Sie sind „wichtig für den Erwerb von Urvertrauen und Grundqualifikationen, für die persönliche Gefühlsregulierung und die Entwicklung sozialer Intelligenz.“ (Badura et al., 2013, S. 8) Dagegen sind *weak ties* oberflächlichere Verbindungen, die z.B. zu Kollegen, Vorgesetzten oder Nachbarn gepflegt werden. Sie machen gemäß Granovetter das alltägliche Leben einfacher und fördern den beruflichen Fortschritt. Beide Bindungsarten generieren Sozialkapital, jedoch ist umstritten, in welcher Intensität welche Art der Bindung auf das individuelle Sozialkapital einzahlt. Granovetter führt beispielsweise Informationen zu verfügbaren Jobs eher auf *weak ties* zurück (Granovetter, 1973), während Burt (1992) betont, dass *strong ties* dafür verantwortlich sind. Eindeutig ist jedoch, dass es beide Arten von Bindungen gibt. Diese lassen sich weiter auffächern und vertiefen. Der Ansatz von Burt betont, dass *strong ties* und *weak ties* durch die Verbindung von Individuen zustande kommen, die aus individuellen Entscheidungen heraus geboren werden.

Nach Kenmore (2001) sind Verbindungen "Gruppen von akademischen und professionellen Institutionen; Freunde und Verwandte; mehrere demographische Segmente; gemeinsame Erfahrungen; und andere Themen von gemeinsamem Interesse, wie z.B. Hobbys." Verbindungen, starke und schwache, die sich in Form von Sozialkapital ausprägen, sind in ihrer Essenz „der gute Wille und seine Hauptauswirkungen auf die sozialen Akteure, die sich in Informationsflüssen, Einfluss und Solidarität ausdrücken, die für die beteiligten Teile nützlich sind.“ (Adler und Kwon, 2002), (Bueno et al., 2004, S. 557)

Innerhalb der Sozialkapitalforschung gibt es verschiedene Ansätze zur Unterteilung und Greifbarmachung des Konzeptes. Diese sollen im Folgenden aufgeschlüsselt werden.

Nahapiet und Ghoshal (1996) unterscheiden drei Dimensionen, in welchen sich entstehendes oder entstandenes Sozialkapital bewegen kann:

(1) Strukturelle Dimension: Menschen können sich als Teil eines Netzwerks wahrnehmen.

(2) Beziehungsdimension: Durch ein Netzwerk von Beziehungen kann ein Gefühl von

Vertrauen und gegenseitigen Verpflichtungen entwickelt werden.

(3) Kognitive Dimension: Die Mitglieder des Netzwerks haben gemeinsame Interessen. Inspiriert durch ein Prinzip des Vertrauens haben sie die Einstellung, Wissen zu teilen. (Bueno et al., 2004, S. 557)

Aus diesen Dimensionen heraus können sich unterschiedliche Arten der Ressourcen bilden, welche sowohl für Organisationen, aber auch für Individuen erschlossen werden können. Diesen sind: Ökonomische Ressourcen, Humankapital, Zugangsprivilegien, emotionale Ressourcen und unternehmerische Ressourcen. Diese sollen im Folgenden beschrieben werden.

2.1.5 ARTEN DER SOZIALKAPITALRESSOURCEN

Eine Unterteilung der Ressourcen des Sozialkapitals ist notwendig und hilfreich, um die verschiedenen Arten der Verbindungen in Fragebogenform bestimmen zu können. Deswegen werden die verschiedenen Items zur Bestimmung des individuellen Sozialkapitals unterschiedlichen Ressourcenarten zugeordnet. Dies hilft, die Art der Auswirkungen der Bindung, welche Sozialkapital erzeugt, leichter zu erfassen und zu unterteilen.

2.1.5.1 EXPRESSIVE HANDLUNGEN UND INSTRUMENTELLE HANDLUNGEN

Van der Gaag, Snijders und Flap (2008) unterscheiden Handlungen in zwei auf Lin (2001) zurückgehende Differenzierungen: Expressive und instrumentelle Handlungen ("Expressive Action" und "Instrumental Action"). Instrumentelle Handlungen werden mit dem "Gewinnen von Ressourcen", also der Erhöhung derselbigen, assoziiert (Van Der Gaag, Snijders und Flap, 2008, S. 27), wie z.B. ein Haus zu finden, einen besseren Job zu bekommen. (ebd.) Expressive Handlungen sind mit der "Aufrechterhaltung von Ressourcen" verbunden, wie z.B. dem Teilen von Gefühlen und emotionaler Unterstützung, also soziale Handlungen, die Bindungen verstärken.

Diesem Ansatz folgt auch Neidhardt. Er teilt die Items der Ressourcen des privaten Sozialkapitals in zwei Kategorien. In „Expressive Action Resources“ (Ressourcen expressiver Handlungen) und „Instrumental Action Resources“ (Ressourcen

instrumentaler Handlungen). Die Items sind neben der oben getroffenen Ressourcenunterteilung zusätzlich entweder instrumentalen oder expressiven Handlungen zugeordnet und somit entweder eine Ressource der ersten oder zweiten Handlung. Diese Unterteilung findet sich jedoch nur in den von Neidhardt gewählten Items des privaten Sozialkapitals wieder. (vgl. Tabelle 2 Individuelle Sozialkapitalitems von Neidhardt nach Ressourcenart, eigene Darstellung)

2.1.5.2 BONDING SOCIAL CAPITAL UND BRIDGING SOCIAL CAPITAL

Putnam (2020) bezeichnet von den vielen, variierenden Dimensionen von Sozialkapital die Unterteilung in verbindendes, inklusives, *bonding social capital* und überbrückendes, exklusives, *bridging social capital* als eine der wichtigsten, die in der Sozialkapitaltheorie vollzogen werden kann. (Putnam, 2020, S.22) Die Wichtigkeit besteht laut Putnam deshalb, da einige Formen von Sozialkapital in ihrer Grundnatur dazu dienen, exklusive Identitäten oder den Zusammenhalt homogener Gruppen zu stärken, während andere Arten des Sozialkapitals dazu dienen, diese zu überwinden. Es ist wichtig zu erkennen, welche Sozialkapitalformen auf welches Konto einzahlen – das in der Gruppe verbindende oder das Unterschiede überbrückende Sozialkapital. Beide haben ihre Berechtigung und ihre Bedeutung. *Bonding social capital* entsteht vor allem in Verbänden, die Menschen gleichen Glaubens oder gleicher Ethnie zusammenführen, dabei die Tiefe der Beziehungen stärkt und beispielsweise Schwächeren der Gemeinschaft eine Stütze bietet, während *bridging social capital* in Vereinigungen unterschiedlicher Menschen mit gleichen Zielen stärker auftritt und einen breiteren Zugang zu Informationen und externen Gütern bietet. (Putnam, 2020, S.22-23) Für die Unterscheidung beider Sozialkapitalarten gibt Claridge (2018) eine aufschlussreiche tabellarische Übersicht:

überbrückendes Sozialkapital	verbindendes Sozialkapital
innerhalb	zwischen
intra	inter
exklusiv	inklusiv
geschlossen	offen
nach innen gerichtet	nach außen gerichtet
"durchkommen"	"weiterkommen"
horizontal	vertikal
Integration	Bindung

starke Bindungen	schwache Bindungen
Menschen, die sich ähnlich sind	Menschen, die anders sind
starkes Vertrauen	leichtes Vertrauen
Geschlossenheit des Netzwerks	strukturelle Löcher
am Gemeinwohl orientiertes Modell	an Privatgut orientiertes Modell

TABELLE 1 UNTERSCHIEDE ZWISCHEN ÜBERBRÜCKENDEM UND VERBINDENDEM SOZIALKAPITAL NACH CLARIDGE (2018), EIGENE DARSTELLUNG

Neidhardt ordnet diesen Arten die Items des Arbeitslebens zu und folgt damit dem Verständnis von professionellen Verbindungen, welche sich eher im Arbeitsumfeld als im Privaten finden lassen.

Staveren und Knorringa gehen über einen vertrauensfokussierten Ansatz heran. *Bridging social capital* könnte als generalisiertes Vertrauen (verdientes Vertrauen) und *bonding social capital* als zugeschriebenes Vertrauen konzeptualisiert werden (van Staveren und Knorringa 2007). Verdientes Vertrauen entsteht in diesem Fall durch die überwundenen Unterschiede in der gleichen Sache, während zugeschriebenes Vertrauen durch die interpersonelle Ähnlichkeit, das geteilte Wertesystem oder die gemeinsame Herkunft entsteht.

Am bildhaftesten ist wohl der Vergleich Putnams, dass „bonding social capital“ soziologischer Sekundenkleber ist, während „bridging social capital“ soziologisches WD 40 ist. (Putnam, 2020, S.23)

2.1.5.3 ÖKONOMISCHE RESSOURCEN (ECONOMIC CAPITAL RESSOURCES)

Im Zusammenhang mit Sozialkapital wird regelmäßig der Zugang zu ökonomischen Ressourcen anderer genannt. Unterteilt wird dieser Zugang von zahlreichen AutorInnen in drei verschiedene Kategorien. Häufig erwähnt wird laut Neidhardt der Zugang zu informellen Krediten ohne Bankbeteiligung, die in manchen Fällen sogar signifikant günstiger für den Kreditnehmer sein können als Bankkredite. Autoren, die sich darauf beziehen sind z.B. (Ellison et al., 2007, S. 1145) sowie (Adler & Kwon, 2002, S. 17). Klassischerweise wird ein solcher Kredit mit starken sozialen Banden zwischen Individuen in Verbindung gebracht. Eine Rückzahlung wird dennoch meistens erwartet. Darüber hinaus ist auch die Option, Gegenstände ausleihen zu können, eine

ökonomische Ressource. Eine zweite Kategorie ökonomischen Kapitals ist der Erhalt von Geschenken.

Die dritte Kategorie ist vor allem in Ländern mit schwächeren sozialen Sicherheitsnetz und schwächeren Infrastrukturen wichtig. Es bedeutet, jemanden zu haben, der in Notfällen finanziell oder durch das Zurverfügungstellen von Gütern (das geliehene Auto bei einem Unfall oder die Fahrt zum Krankenhaus) hilft, eine schwierige, aufgrund der prekären Gesamtlage durch eigene Finanzkraft nicht lösbare Situation zu beheben. Je enger der Beziehungsgrad ist, desto wertvoller sind die Güter und Werte der ökonomischen Ressourcen. So würde man einem neu eingezogenen Nachbarn vielleicht eine Bohrmaschine leihen, nicht jedoch das eigene Auto. (Neidhardt, 2018, S. 82–83) Ökonomische Ressourcen können in beiden Sphären, der privaten wie der Arbeitssphäre, zutage treten.

2.1.5.4 RESSOURCEN DES HUMANKAPITALS (HUMAN CAPITAL RESSOURCES)

Neben ökonomischen, eher monetär gelagerten Ressourcen bietet Sozialkapital auch einen Zugang zum Feld des Humankapitals. Diese Form des Kapitals beschreibt vor allem den Zugang zu der Arbeitszeit anderer. Dies gilt für private Humankapitalressourcen, wie Hilfe beim Umzug oder Ratschläge bei Finanzentscheidungen, genauso wie Hilfestellungen bei schwierigen Tabellenauswertungen im Arbeitsbereich. Lancee (2010) führt als Beispiel und Schwerpunktthema in seinem Artikel „The Economic Returns of Immigrants' Bonding and Bridging Social Capital: The Case of the Netherlands“ unbezahlte Familienmitglieder an, die im familieneigenen Betrieb arbeiten. Auch Ratschläge können einen in die Humankapitalebene gerichteten Fokus besitzen, wie z.B. Marketingratschläge, Wissen und Empfehlungen. (Lee et al., 2011, S. 1056) Analog zum ökonomischen Kapital gilt: „Je stärker die sozialen Bande, desto größer ist der Zugang zu den Ressourcen des anderen.“ (Neidhardt, 2018, S. 83) Auch wird üblicherweise keine Bezahlung erwartet.

2.1.5.5 ZUGANGSPRIVILEGIEN (PREFERRED ACCESS RESSOURCES)

Zugangsprivilegien sind Ressourcen, durch welche Individuen einen Vorteil gegenüber anderen erringen, wenn es um den Zugang zu gewünschten Ressourcen oder

Informationen geht. Der wirtschaftliche Nutzen besteht darin, dass der oder die Einzelne Transaktionskosten, insbesondere Suchkosten, einsparen kann. Sehr oft wird auf Granovetters (1973) Arbeit Bezug genommen, in der er "Jobwechsler, die in einem Vorort von Boston leben" (S. 1371) untersuchte und feststellte, dass viele von ihnen ihre Arbeit durch Informationen fanden, die von anderen Personen, mit denen sie in Verbindung stehen, weitergegeben wurden.

In Bezug auf den Zugang zu Informationen ist auch der Zugang zu den gewünschten Objekten, um die es bei den Informationen geht, eine Sozialkapitalressource. (Putnam 2007, S.164) Es könnte sogar einen gravierenden Vorteil bedeuten, nicht nur zu wissen, dass es eine Gelegenheit gibt, sondern auch tatsächlich die Wahl zu haben, ob man sie wahrnimmt oder nicht. (Neidhardt, 2018, S. 84–85) Wie bei der Information besteht auch hier der wirtschaftliche Vorteil darin, dass der oder die Einzelne Transaktionskosten ¹³ einsparen kann. Putnam (2007) oder Sobel (2002) führen weiterhin den Zugang zu Jobs, aber auch die Vermittlung von Wohnungen oder den Zugang zu geschützten Märkten in der Geschäftswelt an. Diese Ressourcenart wird bei Neidhardt sowohl der Privatsphäre als auch der Arbeitssphäre zugeordnet.

2.1.5.6 EMOTIONALE RESSOURCEN (EMOTIONAL RESSOURCES)

Sozialkapital bietet auch Zugang zu Ressourcen, deren ökonomischer Mehrwert weniger augenscheinlich ist. Egal, ob man es wie Kan (2007, S.437) emotionale Unterstützung oder nach Kadushin (2004, S.76) soziale Unterstützung oder "Companionship" (Putnam, 2000, S. 20) nennt, ist die Basis immer, dass es sich um eine wertvolle Ressource handelt. Es ist der emotionale Zuspruch in schwierigen Situationen, das offene Ohr, das Probleme vielleicht nicht löst, aber in eine andere, neue Perspektive setzt. Emotionale Ressourcen sind aber auch Menschen, mit welchen emotional stärkende, angenehme Freizeit verbracht werden kann. Eine Verbindung dieser Art ist typischerweise mit starken sozialen Bindungen assoziiert. (Neidhardt,

¹³ Transaktionskosten beispielsweise in Form von Zeitaufwand bei Bewerbungsprozessen, Anm. d. Autorin

2018, S. 85).

2.1.5.7 UNTERNEHMENSRESSOURCEN (BUSSINES RESSOURCES)

Eine Ebene des Sozialkapitals beschreibt Ressourcen, welche sich um die Berufswelt drehen und in dieser verhaftet sind. Für ArbeitgeberInnen können sich diese Ressourcen derart gestalten, dass sie treue KundInnen haben oder einen einfachen Zugang zu vertrauenswürdigen und zuverlässigem Personal haben. Für ArbeitnehmerInnen bedeutet diese Ressource einen einfacheren Zugang zu erstrebenswerten Stellen und ein einfacheres Vorankommen im Berufsleben (Neidhardt, S.85 - 86)

2.1.5.8 SOZIALKAPITAL DER PRIVATEN SPHÄRE UND DER BERUFSPHÄRE NACH NEIDHARDT

Neidhardt teilt die Items zur Erforschung des individuellen Sozialkapital in zwei Sphären: Die Privatsphäre und die Berufssphäre. Die Trennung in eine private Ebene und eine des Arbeitslebens begründet Neidhardt damit, dass nicht alle Befragten beschäftigt sind, aber für jene, welche in der Arbeitswelt stehen, ist das über die Arbeit generierte Sozialkapital sehr wichtig und kann deswegen nicht außer Acht gelassen werden. (Neidhardt, 2018, S116ff).

	Sozialkapital der Privatsphäre	Sozialkapital der Berufssphäre
Emotionale Ressourcen	X	
Humankapital Ressourcen	X	
Ökonomische Ressourcen	X	
Ressourcen expressiver Handlungen	X	
Ressourcen instrumenteller Handlungen	X	
Überbrückendes Sozialkapital		X
Unternehmensressourcen		X

Verbindendes Sozialkapital		X
Zugangsprivilegien	X	X

TABELLE 2 INDIVIDUELLE SOZIALKAPITALITEMS VON NEIDHARDT NACH RESSOURCENART, EIGENE DARSTELLUNG

2.1.6 VERTRAUEN, REZIPROZITÄT UND SOZIALE EFFEKTE DARAUS

Sowohl das in andere Menschen investierte Vertrauen als auch reziprokes Verhalten stellen einen wichtigen Pfeiler unserer Gesellschaft dar. (Luhmann, 2014, Putnam 2020) Innerhalb Putnams Sozialkapitaltheorie stellt Vertrauen und reziprokes Verhalten eine positive Konsequenz von Sozialkapital dar, neben Kooperation, gegenseitiger Unterstützung und effektiven Institutionen. (Putnam, 2020, S.22f) Während Vertrauen die Grundlage jedes zwischenmenschlichen Kontaktes darstellt, beschreibt reziprokes Verhalten eine grundlegende prosoziale Mechanik, die in jeder Interaktion mit anderen Einfluss auf das Handeln unterschiedlicher Akteure auswirken kann. Beides hat im Zusammenhang mit Sozialkapital seine rahmenmäßige Berechtigung und soll im Nachfolgenden genauer beschrieben werden.

2.1.6.1 DAS KONZEPT DES VERTRAUENS

Vertrauen als einen der wichtigsten Faktoren für ein funktionierendes, zwischenmenschliches Zusammenleben hat auch Niklas Luhmann in seiner Systemtheorie festgehalten. Es gehört zu den wichtigsten Mechanismen zur Reduktion von Komplexität und nimmt damit eine große Rolle für soziale Systeme ein. Vertrauen wird hier als "riskante Vorleistung" (Luhmann, S.27) bezeichnet, da es zuallererst zwischen zwei Personen erbracht wird und man sich als Vertrauender nicht sicher sein kann, etwas dafür zurückzuerhalten. Ein Akt des Vertrauens birgt immer das Risiko, betrogen zu werden.

Da es dennoch unabdingbar ist, um ein soziales System überhaupt funktional zu machen, da jede zwischenmenschliche Interaktion sonst immensen zeitlichen Belastungen ausgesetzt wäre oder diese gänzlich unmöglich machen würde, begreift Luhmann Vertrauen in jedem Fall als eine "soziale Beziehung". (Luhmann, 2014)

Es existieren generell drei unterschiedliche Formen von Vertrauen. Interpersonelles oder zwischenmenschliches Vertrauen wird ausschließlich zwischen Individuen gebildet. (Oswald, 2006, S.712) Laut Petermann existiert darüber hinaus noch Systemvertrauen, welches sowohl auf politischer, gesellschaftlicher oder wirtschaftlicher Ebene gilt. (Petermann, 2013). An dritter Stelle kann das von Bude und Frey genannte Selbstvertrauen genannt werden. (Bude, 2010; 7 Kap. 17) (Frey, 2016, S. 256)

Die definitorische Lage selbst ist dabei alles andere als eindeutig, da in den letzten 50 Jahren 121 unterschiedliche Definitionen vom Begriff Vertrauen etabliert wurden. (Waterbusch et.al.,2019) In einer groß angelegten Metastudie, welche die häufigsten Korrelationen der gängigsten Vertrauensdefinitionen kombiniert, schlagen Waterbusch et.al folgende Definition vor:

“First, trust in another party reflects an expectation or belief that the other party will act benevolently. Second, one cannot control or force the other party to fulfill this expectation - that is, trust involves a willingness to be vulnerable and risk that the other party may not fulfill that expectation. Third, trust involves some level of dependency on the other party so that the outcomes of one individual are influenced by the actions of another.” (Waterbusch et.al, S. 8)

Das Vertrauen, das in eine andere Person gesetzt wird, ist also von der Grunderwartung geprägt, dass diese Person sich zugunsten des Vertrauenden verhalten und das investierte Vertrauen nicht missbrauchen wird.

Dies ist verbunden mit der generellen Möglichkeit, dass die andere Partei die in sie gesetzten Erwartungen nicht erfüllt. Darüber hinaus ist immer ein gewisses Risiko damit verbunden, dass das Ergebnis Einflüsse auf den Vertrauenden selbst hat. (Waterbusch et.al., S. 8)

Laut Waterbusch et.al. gibt es keine allgemein anerkannte, wissenschaftlich festgelegte Definition von Vertrauen (Waterbusch et.al., 1973). Dennoch konnten Schlenker et al. (1973) einige Merkmale bestimmen, die sich in den unterschiedlichsten Vertrauensdefinitionen finden ließen. Zu den Gemeinsamkeiten gehören „ein Aspekt

der Ungewissheit, das Vorhandensein eines Risikos und eine zeitliche Ausrichtung auf die Zukunft.“ (Frey, 2016, S. 256)

Man hat also die Zuversicht, eher das erhoffte, als ein befürchtetes Verhalten von einer anderen Person zu erhalten. Vertrauen dient in dieser Definition somit als stabile, dispositionale Orientierung in der Umwelt. Vertrauensbeziehungen beinhalten drei Komponenten: Das Selbst (self), einen spezifischen Partner, der in einer bidirektionalen Vertrauensbeziehung sowohl Vertrauender ist als auch Vertrauter (truster and trustee) und die Situation an sich. Interpersonelles Vertrauen wird dabei als generelle Voraussetzung für Kooperation angesehen (Axelrod, 1984) und sorgt für konstruktives und kooperatives Verhalten in Langzeitbeziehungen.

2.1.6.2 REZIPROZITÄT ALS PROSOZIALE VERHALTENSWEISE

Menschen zeigen ein breites Spektrum an prosozialen Verhaltensweisen, also Handlungen, die anderen zugutekommen, oft auf Kosten der eigenen Person. Seit Jahrzehnten stützen sich Wissenschaftler auf Theorien der genetischen Bevorzugung von Verwandten (Hamilton, 1964) und Trivers Ansatz des reziproken Altruismus (Trivers, 1971) um derartige Handlungen zu erklären. Viele prosoziale Verhaltensweisen richten sich jedoch an nicht verwandte Fremde, die möglicherweise nicht in der Lage sind, zu einem späteren Zeitpunkt eine Gegenleistung zu erbringen, was für beide Erklärungen eine Anomalie darstellt. Dennoch handelt es sich dabei um einen Akt der Reziprozität, weil von einem langfristigen Ausgleich ausgegangen wird.

Wie das Konzept Vertrauen ist Reziprozität ein Begriff, der keine eindeutige, alleinstehende Definition bietet. Für diese Arbeit wird die Definition von Taylor, welcher sich auch Putnam bedient, herangezogen: „Each individual act in a system of reciprocity is usually characterized by a combination of what one might call a short term altruism and long-term-self-interest: I help you out now in the (possibly vague, uncertain and uncalculating) expectation that you will help me out in the future. Reciprocity is made up of a series of acts each of which is short-run altruistic (benefit in others at a cost to the altruist), but which together, typically make every participant better off.“ (Taylor, 1995, S. 28–29) Reziprozität ist also ein auf die Zukunft ausgerichteter, altruistischer Akt und ist in dieser Hinsicht dem Vertrauen ähnlich, da auch dieses zukunftsgerichtet ist. Reziprokes Verhalten, Geben und Nehmen oder „Wie

du mir, so ich dir“ ist eine Regel, die übergreifend in zahlreichen Kulturen und Religionen zu finden ist. Dieses auf die Zukunft ausgelegte Konzept von „Wie du mir, so ich dir“ kann gemäß Putnam nur schwer vom Altruismus unterschieden werden. (Putnam, 2020) In der Praxis ist dies insoweit von Bedeutung, dass die zeitliche Erwartungskomponente, wann ein Gefallen zurückgezahlt werden muss, eine direkte Auswirkung auf das verfügbare Sozialkapital hat.

Neidhardt kommt zu dem Schluss, „dass Personen, die den Austausch von Gefälligkeiten primär im Lichte der allgemeinen Reziprozität sehen, ceteris paribus Zugang zu einem größeren Bestand an Sozialkapital haben sollten, während diejenigen Personen, die den Austausch von Gefälligkeiten primär im Lichte einer spezifischen Reziprozität sehen, weniger Sozialkapital zur Verfügung stehen sollte.“ (Neidhardt, 2018, S. 61–62) Das bedeutet, Menschen, deren soziales Verhalten stark von einem gegenseitigen, eher kurzfristigen Verpflichtungsgedanken in Bezug auf einzelne soziale Interaktionen geprägt ist, verfügen über weniger Sozialkapital als jene, deren Reziprozitätsgedanke über spezifische Austauschmomente von Gefälligkeiten hinaus geht und das reziproke Verhalten allgemeiner praktizieren. Um prosoziales Verhalten unter nicht verwandten Individuen in großen Populationen zu erklären, wurde sich den Modellen der „indirekten Reziprozität“ zu die die Möglichkeit berücksichtigen, dass Individuen für kurzfristige prosoziale Handlungen langfristige Vorteile erhalten. (Simpson & Willer, 2008, S. 37). Diese Reziprozität kann auch als langfristig ausgelegte Reziprozität gelesen werden.

2.1.6.3 VERTRAUEN UND REZIPROZITÄT IM KONTEXT DER VORLIEGENDEN ARBEIT

Für die vorliegende Arbeit spielen beide Konzepte für die Erhebung und Auswertung der Daten eine Rolle. Dem Konzept Vertrauen wird für die weiteren Auswertungen, aus den vorgelegten Definitionen ableitend, folgende Eigenschaften zugesprochen:

Vertrauen ist eine wohlwollende, interpersonelle Haltung und trägt folgende Kernaspekte:

- Vertrauen ist mit dem Eingehen eines persönlichen Risikos verbunden.

- Vertrauen ist ein Verzicht auf / ein Verlust von Kontrolle.
- Vertrauen ist auf die Zukunft ausgerichtet.

Auf diese drei Kernaspekte wird in der später folgenden Konzeption des Experiments im spieltheoretischen Teil zurückgegriffen.

Wie im vorhergehenden Kapitel bereits erörtert, lässt sich Reziprozität in kurzfristige, zielgerichtete, allgemeine und langfristige Arten unterteilen.

Die Art der Reziprozität, welche für diese Arbeit von Bedeutung ist, ist die allgemeine, langfristig reziproke Einstellung in einem prosozialen Sinne. Das Verhalten, das von einer grundlegenden, langfristig ausgerichteten Reziprozität geprägt ist, wird im Kontext des individuellen Sozialkapitals untersucht.

Als Alternative zu klassischen Selbstauskünften kann zur Messung von Vertrauen und reziproken Verhalten auf spieltheoretische Experimente zurückgegriffen werden. Diese simulieren Entscheidungssituationen und geben einen anderen Blickwinkel auf das Verhalten von ProbandInnen in Spielsituationen wieder. Derart erhobene Ergebnisse in Zusammenhang mit der Messung von Sozialkapital können eine erweiterte Aussagekraft als die reine sozial erwünschte Selbstauskunft geben, da sie das echte Verhalten der Erhebungspopulation statt ausschließlich das Selbstbild fokussieren¹⁴.

2.1.7 VORSTELLUNG DER ZIELGRUPPE DER LIVE-ACTION-ROLLENSPIELERINNEN

Für eine weitere Einordnung der Studie sind nun die Personengruppen zu betrachten, die durch starkes freizeitleiches Engagement geprägt sind. Diese gibt es in Deutschland mehr als ausreichend. Verbände wie die Pfadfinder oder politisch aktive Gruppen sind jedoch schwer erreichbar und medial teilweise voneinander isoliert, so dass es schwierig wäre, hier eine große Stichprobe zu erwirken. Häufig haben diese Gruppen und Verbände dazu einen stark regional eingeschränkten Wirkungskreis. Anders sieht es mit sogenannten Live-Action-RollenspielerInnen aus, welche breit verteilt im

¹⁴ Soziale Erwünschtheit, auch Social Desirable Responding, beschreibt die Tendenz, sich in Surveys positiver zu inszenieren als es Fall ist. (Paulhus (2002, S. 49–69)

gesamten deutschsprachigen Raum zu finden sind. Doch worum handelt es sich bei dieser Gruppe an Menschen? Und was ist Live-Action-Rollenspiel, kurz Larp?

Eine der aktuell umfassendsten und gültigen Definitionen liefert der Autor Alexander Jaenesch: „LARP ist ein relativ junges, partizipatorisches Medium, das durch seine Offenheit und die enorm große Anzahl an Möglichkeiten, sich zu beteiligen, so attraktiv ist. Durch die Teilnehmer und sozialen Interaktionen bietet es die Möglichkeit, sich selbst besser zu verstehen und weiterzuentwickeln. Es bietet außerdem viele Möglichkeiten von der Selbstverwirklichung bis hin zum simplen Zeitvertreib.“ (Jaenesch, 2014)

Das Hobby Live-Action-Rollenspiel findet seit Beginn der 90er Jahre wachsende Verbreitung innerhalb des deutschsprachigen Raumes und weltweit. Entstanden ist diese Freizeitbeschäftigung aus den sogenannten Tischrollenspielen, bei welchen sich eine Gruppe von Personen zusammensetzt und narrativ geleitet durch SpielleiterInnen Abenteuer erleben und in diesem interagieren. Die Rolle aller Figuren, welchen die SpielerInnen begegnen können, übernimmt der oder die SpielleiterIn. Zufallsentscheidungen werden durch Würfel getroffen. Dieses Konzept fand seine Transformation Ende der 80er Jahre, als begeisterte TischrollenspielerInnen die Geschichten erlebbar machen wollten. Die Spielenden, zu dieser Zeit häufig SchülerInnen und StudentInnen, bauten sich aus einfachen Haushaltsgegenständen Kostüme, um in nahegelegenen Waldstücken gemeinsam Abenteuer zu erleben. (Deutscher Liverollenspielverband e.V., 2021) Über die darauffolgenden Jahrzehnte hinweg wuchs die Szene laut dem Deutschen Liverollenspielverband auf eine geschätzte Zahl von 30.000 bis 40.000 aktiver SpielerInnen, OrganisatorInnen und VeranstalterInnen an. Jährlich gibt es allein in Deutschland über 600 öffentlich beworbene Veranstaltungen, deren TeilnehmerInnenzahlen sich von unter 10 bis über 9000 bewegen. (Deutscher Liverollenspiel-Verband e.V., 2021) Mit dem Wachstum ist auch ein großer Anstieg an Popularität einhergegangen sowie eine Professionalisierung sowohl der Teilnehmenden im Bereich Kostüme und Requisitenbau, HändlerInnen, die sich auf den Kundenkreis der Live-Action-RollenspielerInnen spezialisiert haben, wie auch bei OrganisatorInnen. Die größten Live-Action-Rollenspielveranstaltungen der Welt finden in Deutschland mit einem

internationalen Publikum statt.¹⁵

Ausübende dieses Hobbys verbinden einige Aspekte, welche in dieser Arbeit erforscht werden sollen. Zum einem ist die gesamte Szene ausgezeichnet vernetzt und damit verhältnismäßig groß als untereinander durch das Hobby verbundene Gesamtpopulation. Indikatoren dafür sind beispielsweise Gruppengrößen in sozialen Medien. Larpbezogene Gruppen auf Facebook umfassen zwischen wenigen hundert und einigen tausend Mitglieder (vgl. Abbildung 2 Live-Action-Rollenspiel bezogene Gruppen auf Facebook, Beispielscreenshot (Larp – Suchergebnisse, Facebook, 2021). Auch andere soziale Medien wie Instagram spiegeln die hohe Popularität und die starke Vernetztheit wider. Der Hashtag #larp liefert auf der beliebten Austauschplattform 712.123 Beiträge (Stand April 2020), die rein deutschsprachig verwendete Bezeichnung #liverollenspiel 4.194 Beiträge. (#larp Hashtag auf Instagram, Fotos und Videos, 2021)

¹⁵ ConQuest von Mythodea im niedersächsischen Brokeloh. Laut Veranstalter ist das ConQuest von Mythodea das weltweit größte LARP-Event mit bis zu 10.000 Teilnehmer*Innen aus Live Adventure Event GmbH (2021)

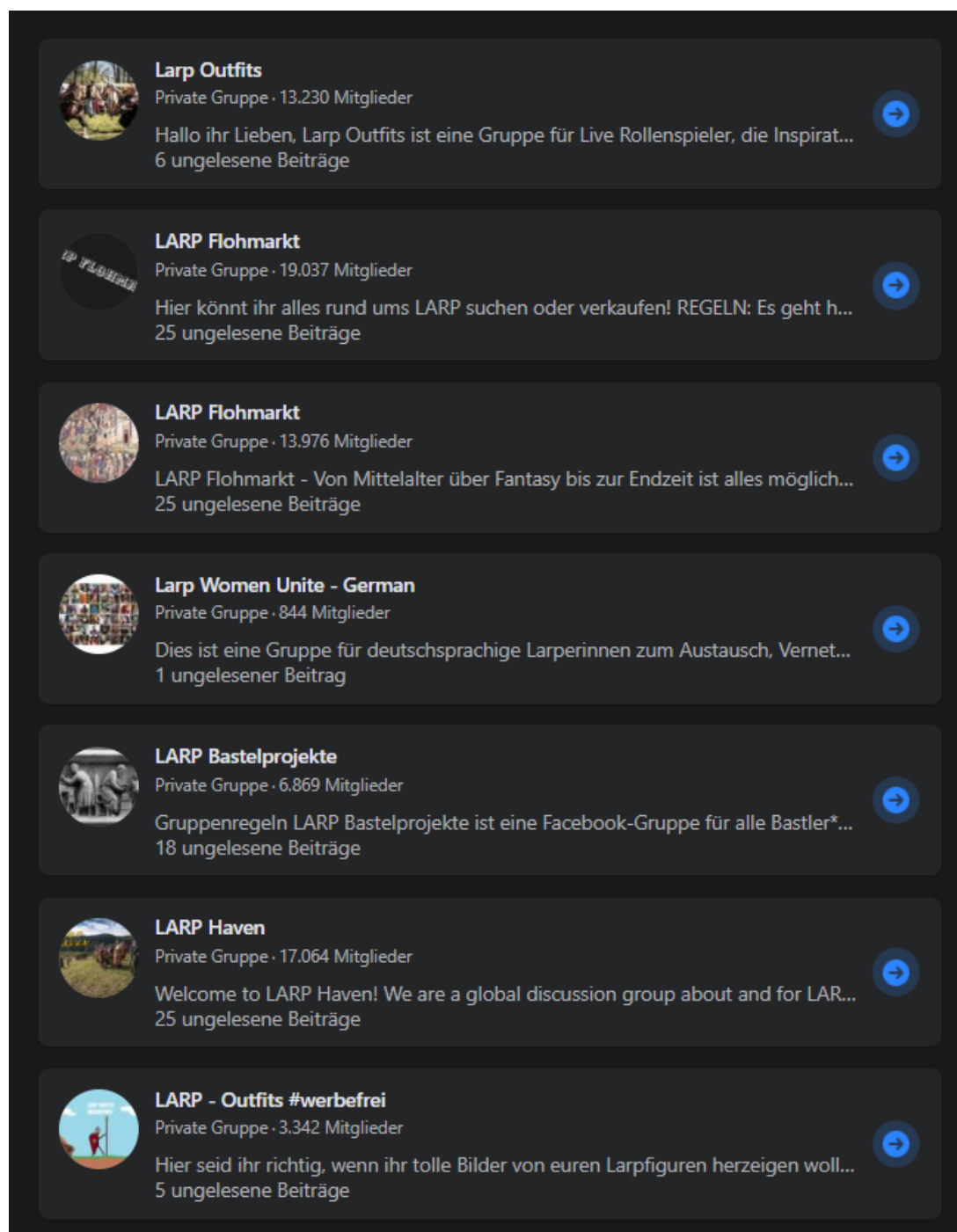


ABBILDUNG 3 LIVE-ACTION-ROLLENSPIEL BEZOGENE GRUPPEN AUF FACEBOOK, BEISPIELSCREENSHOT (FACEBOOK, 2021)

Der 2000 gegründete Deutsche Liverollenspiel Verband dient als Dachverein für 120 verschiedene Larp-Organisationsteams (Deutscher Liverollenspielverband e.V., 2021) und die ebenfalls 2000 gegründete Szenezeitschrift „Larp Zeit“ erreicht mit ihrem vierteljährlich erscheinenden Format eine Auflage von 5.300, jährliche Sonderformate wie "Larp Zeit macht Schule" sogar eine Auflage von 15.000. ("Zauberfeder Verlag -

Medienübersicht“)

Live-Action-RollenspielerInnen erfüllen darüber hinaus als potenzielle Zielgruppe der Befragung einige weitere, für die Forschung interessante Voraussetzungen. Es handelt sich, gemäß einer Umfrage durch das Online-Magazin Teilzeithelden¹⁶ im deutschsprachigen Raum mit 2029 TeilnehmerInnen und 1677 vollständig ausgefüllten Fragebögen, um eine Befragungsgruppe, die einen verhältnismäßig hohen Beschäftigungsstand aufweist.

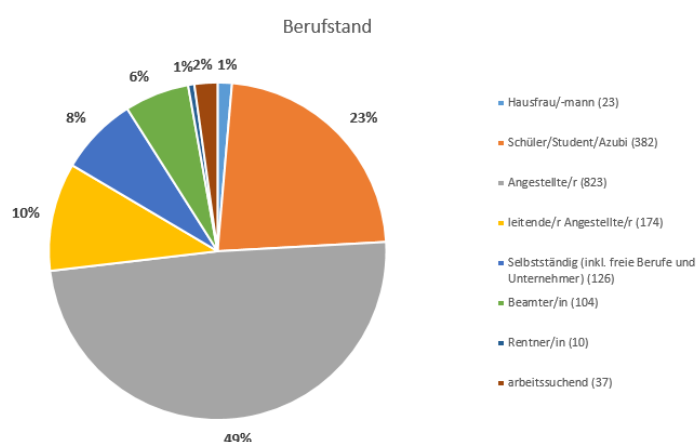


ABBILDUNG 4 BERUFSSTAND VON LIVE-ACTION-ROLLENSPIELERINNEN GEMÄß EINER UMFRAGE VON „TEILZEITHELDEN“

Die Geschlechtsverteilung hatte in der vergangenen Umfrage einen leicht männlichen Überhang mit 58% männlicher Teilnehmer, 41% weiblicher Teilnehmerinnen und 1% divers. Das Durchschnittsalter lag bei 32 Jahren, was einen starken Überhang in dieser Altersgruppe erzeugt, was für das Ziel der Arbeit jedoch eine untergeordnete Rolle spielt, da eine Zielgruppe als Gesamtheit untersucht werden soll und nicht eine repräsentative Gruppe.

Bezeichnend für einen großen Teil dieser Forschungsgruppe ist dazu der überdurchschnittlich hohe Wille, organisatorische Verantwortung zu übernehmen. So wurden in "Thilo Wagners Larp Kalender", einer Datenbankhomepage zur öffentlichen

¹⁶ https://www.teilzeithelden.de/2018/11/20/die-grosse-larp-umfrage-2018-so-larpen-deutschland-lichtenstein-oesterreich-und-die-schweiz/#Fuer_eine_Handvoll_Zahlen_mehr_die_Basisdaten

Ausschreibung von Live-Action-Rollenspiel-Veranstaltungen, alleine für das Jahr 2020, trotz der sich immer stärker verschärfenden Corona Pandemie, 458 eingetragene Termine aufgelistet. Dazu kommt allerdings eine nicht näher bestimmbare Anzahl an Veranstaltungen, die nicht über dieses Portal, sondern beispielsweise über soziale Medien oder direkte E-Mail-Einladung, an potenzielle TeilnehmerInnen kommuniziert wurde. (Wagner, 2021) Das Hobby Live-Action-Rollenspiel ist in Kleingruppen mit 3-10 Personen bis hin zu Großgruppen mit mehreren 100 Mitgliedern organisiert. Manchmal als eingetragener Verein, oft auch einfach als Freundeskreis oder privater Interessensverband. Vereine organisieren sich meist unterschiedlichen Interessensgebieten entlang. Der Waldritter e.V. ist beispielsweise auf Kinder – und Jugendarbeit spezialisiert, während Paperbox Productions e.V. sich auf politische Inhalte im Bereich der Erwachsenenbildung spezialisiert hat.

Interessant ist darüber hinaus eine Betrachtung der Verteilung nach VeranstalterInnen/ Gruppenverantwortlichen und reinen HobbyistInnen, welche im besten Falle ermöglicht, eine differenzierte Analyse nach dem Grad der Verantwortung und des Engagements zu vollführen. Insgesamt fördern die verschiedenen Aktivitäten das prosoziale Miteinander. Deswegen liegt die Vermutung nahe, dass es im Vergleich zu einer Population, welche dem Bevölkerungsdurchschnitt in Deutschland entspricht, Unterschiede in der Sozialkapitalausstattung geben könnte. Wie genau diese sich gestalten, soll diese Arbeit klären.

2.2 DIE SPIELTHEORIE ALS VERHALTENSINDIKATOR

Die Sozialkapitaltheorie und Vertrauensspiele im Rahmen der Spieltheorie besitzen grundlegende inhaltliche Überschneidungen. Beide befassen sich mit dem sozialen Individuum. Während das Sozialkapital die verfügbaren Bande beschreibt, gibt die Spieltheorie Aufschluss über grundlegende Verhaltenstendenzen. Putnam widmet dem Thema Vertrauen und Reziprozität ein gesamtes Kapitel. Für den Soziologen Luhmann (2014) ist Vertrauen der Schlüssel zur „Reduktion sozialer Komplexität“ und damit ein starker Teil des täglichen Miteinanders. Beide Themen sind spieltheoretisch bereits intensiv ergründet. Buskens und Raub beschreiben Vertrauen in einem ausführlichen Beitrag zur Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie als

„Schmiermittel für die Effizienz von Interaktionen“. (Buskens & Raub, 2006, S. 12) Marcus Wiens knüpft in einem Beitrag zu Vertrauen unter ökonomischen Gesichtspunkten sogar explizit die Verbindung zwischen einer spieltheoretischen Annäherung an das Konzept des Vertrauens und der Prosozialität und dem Sozialkapital. (Sell & Wiens, 2009, S. 529) Dennoch soll das Hauptaugenmerk des Forschungsteils auf dem individuellen Sozialkapital liegen. Ein spieltheoretisches Vertrauensspiel und die Überprüfung des Verhaltens mittels eines Kontrollexperimentes, welches eine direkte Beobachtung des prosozialen Verhaltens ermöglicht, fügt dem Sozialkapitalansatz, der ausschließlich Elemente freiwilliger Selbstauskunft beinhaltet, eine verhaltensbezogene Komponente hinzu.

Für die Arbeit wird ein mathematisches Hilfsmittel herangezogen, um das vertrauenswürdige Verhalten in einer Entscheidungssituation bewerten zu können: Die Spieltheorie.

2.2.1 EINFÜHRUNG IN DIE SPIELTHEORIE

Die Verwendung spieltheoretischer Modelle ist in einem empirischen Rahmen nicht unüblich. Es wird sich dabei zentral darauf konzentriert, dass es sich um ein Spiel mit zwei AkteurInnen handelt. Dem Ganzen wird der Rahmen einer theoretischen Situation gegeben. „Man mache sich dazu klar, dass die extensive Form einerseits soziale Bedingungen, also Opportunitäten und Restriktionen, für die Akteure modelliert.“ (Diekmann, 2006, S. 10) Darüber hinaus ist die Spieltheorie wissenschaftlich anerkannt. Im Gegensatz zu statistischen Erhebungen von Selbstauskünften oder Messungen ist die Spieltheorie jedoch keine Datenauswertungsmethode, sondern eine statistische Methode zur Analyse „interdependenter Entscheidungsprobleme“. (Winter, 2019, S. 1–2) Winter erklärt in seiner Einführung zur Spieltheorie: „Interdependente Entscheidungsprobleme liegen immer dann vor, wenn mehrere Akteure durch ihre individuellen Entscheidungen gegenseitig ihr Wohlergehen beeinflussen. Im Folgenden bezeichnen wir interdependente Entscheidungssituationen einfach als „Spiele“. Ferner werden wir die Akteure, die in den Spielen Entscheidungen zu treffen haben, einfach als „Spieler“ bezeichnen, wie dies in der Spieltheorie üblich ist. Ein spieltheoretisches Modell in eine statistische Erhebung einzubinden kann Einblicke in die Erhebung

generieren, die mit einer rein statistischen Erhebung nicht möglich wären. Eine Parallele zur Statistik besteht beispielsweise darin, nicht jede Art von interpersonellen Schwierigkeiten auf die selbe Art analysiert werden kann und deswegen unterschiedliche Methoden unterschiedliche Aspekte überprüfen können. (Winter, 2019, S. 1–2)

2.2.2 PROSOZIALES VERHALTEN UND LANGFRISTIGE REZIPROZITÄT IN DER SPIELTHEORIE

Das Wesen des Vertrauensspiels, welches in der Wirtschaft als experimentelles, mit Anreizen versehenes Maß für Vertrauen umfassend genutzt wird, ist wie folgt:

Ein erster Agent, der Treugeber genannt wird, erhält eine Geldsumme X und kann wählen, welcher Anteil p davon (Null ist eine Option) an den zweiten Agenten, den Treuhänder, geschickt werden soll. Die Geldsumme verschwindet nach dem Transfer und der Treugeber kann nichts mehr tun, um eine wie auch immer geartete Rückgabe sicherzustellen. Bevor der Transfer in die Hände des Treuhänders gelangt, wird der Transfer um einen Faktor $K > 1$ vergrößert (z.B. verdoppelt oder verdreifacht). Das heißt, der Treugeber sendet z.B. 5 Euro, aber der Treuhänder erhält 10 Euro oder mehr. Es steht dem Treuhänder frei, den gesamten Betrag ohne Rückwirkung zu behalten. Entscheidend ist jedoch, dass der Treuhänder die Möglichkeit hat, einen Bruchteil q des erhaltenen Transfers an den Treugeber zurückzuschicken und damit die anfängliche Investition des Treugebers zu honorieren. Das beschriebene Spiel wird heute allgemein als "Trust Game" oder „Vertrauensspiel“ bezeichnet. Ursprünglich wurde das Spiel von Berg et al. (1995) beschrieben. Dort wurde eine Dotierung von $X = 10$ \$ verwendet und der Transfer verdreifachte die ursprüngliche Investition. Mit den Faktoren $K = 3$ wird dieses Spiel auch als "Investment Game" bezeichnet. Ferner wurde der Name „Trust Game“ von Kreps (1990) für ein früheres und einfacheres Spiel verwendet. In dieser Version hat der Treugeber die binäre Wahl, ob er dem Treuhänder vertraut oder nicht, mit Auszahlungen von 0 \$ für beide Spieler, wenn kein Vertrauen gezeigt wird. Entscheidet sich der Treugeber dem Treuhänder zu vertrauen, so hat der Treuhänder die binäre Wahl, entweder ihn zu belohnen, was zu gleichen Auszahlungen von 10 \$ für jeden Spieler führt, oder das erwiesene Vertrauen zu missbrauchen, was zu einer Auszahlung von 15 \$ für den nicht vertrauenswürdigen Treuhänder führt. Der

Treugeber hat in diesem Fall 5 \$ unwiederbringlich verloren. (Alós-Ferrer & Farolfi, 2019, S. 2)

		Treugeber (TG) vertraut		Treugeber (TG) vertraut	
		Treuhandler (TH)		Treuhandler (TH) nicht	
Treuhandler	belohnt	10 \$ für TG	10 \$ für TH	0 \$ für TG	0 \$ für TH
Treugeber					
Treuhandler	belohnt	-5 \$ für TG	15 \$ für TH	0 \$ für TG	0 \$ für TH
Treugeber nicht					

ABBILDUNG 5 VERTRAUENSSPIEL NACH KREPS (1990) (EIGENE DARSTELLUNG)

Die Lösung für ein solches Spiel ist grundsätzlich nicht einfach. Ein beliebter Beitrag für die Wahl der Strategie wird durch den Gleichgewichtsbegriff geleistet: "Ein *Nash-Gleichgewicht* ist eine Kombination von Strategien derart, dass jeder Akteur mit seiner Gleichgewichtsstrategie seinen erwarteten Nutzen maximiert, gegeben die Gleichgewichtsstrategien aller anderen Akteure. Im Gleichgewicht ist die Strategie eines jeden Akteurs die *beste Antwort* (nutzenmaximierend) gegen die Strategien aller anderen Akteure, und mithin hat keiner der Akteure einen Anreiz, einseitig von seiner Gleichgewichtsstrategie abzuweichen." (Diekmann, 2006, S. 5) Das bedeutet, dem Nash-Gleichgewicht folgend, vertraut der Treugeber dem Treuhänder nicht und dieser wird auch nicht belohnt. Wie gestaltet sich dies aber nun in einem Umfeld, welches von zwischenmenschlicher Interaktion und nicht von Rationalität geprägt ist? Die realweltliche Ausprägung des Vertrauensspiels zeigt sich in alltäglichen Situationen. Raub und Buskens betonen beispielsweise, dass bereits das Verleihen eines Buches an einen Kommilitonen und die rechtzeitige, unbeschadete Rückgabe ein Vertrauensaustausch ist. Würden alle Akteure im sozialen Gefüge sich dem Nash-Gleichgewicht gemäß verhalten, gäbe es niemanden, der ohne finanzielle Vorleistung Bücher verleihen würde. (Buskens & Raub, 2006, S. 12) Das Vertrauensspiel ist also ein interessanter und bemerkenswerter Beitrag zur Analyse sozialen Verhaltens und eine Erweiterung der reinen Selbstauskunft bei eher soziologisch orientierten Studien. Von Erweiterungen dieser Art sprechen auch Sell und Wiens in der ökonomischen Betrachtung von Vertrauen: "Viele dieser Erweiterungen stammen dabei aus

Nachbardisziplinen der Ökonomie, wobei hier der Psychologie eine zentrale Rolle zukommt. Das Thema „Vertrauen“ ist nicht zuletzt ein interdisziplinäres Forschungsprogramm und erfordert daher den stets mühsamen aber letztendlich lohnenden Diskurs zwischen den Disziplinen.“ (Sell & Wiens, 2009, S. 529) Die Prosozialität und Rationalität einzelner AkteurInnen lässt sich an der Bewältigung eines Vertrauensspiels zumindest tendenziell ablesen. Deswegen ist die Integration eines Vertrauensspiels in eine Arbeit mit so starkem sozialem Kontext aufschlussreich über grundlegende prosoziale Tendenzen.

2.3 FOKUS DER VORLIEGENDEN ARBEIT

Diese Arbeit betrachtet das individuell verfügbaren Sozialkapital von aktiven HobbyistInnen im Vergleich zu einer den Bundesdurchschnitt repräsentierenden Auswahl ¹⁷ . Darüber hinaus soll überprüft werden, ob erhöhte Organisationsbereitschaft das verfügbare Sozialkapital weiter erhöht. Außerdem soll in einem spieltheoretisch angelegten Experiment die Verhaltensweise in einer vertrauensfordernden, kooperativen Situation untersucht werden und die Untersuchung der faktischen Spendenbereitschaft als langfristig reziproker Akt betrachtet werden.

Der Fokus liegt im ersten Schritt auf der Auswertung des individuell verfügbaren Sozialkapitals im Vergleich mit der Durchschnittsstudie von Neidhardt. Die darüber hinaus erfassten Aspekte sollen mögliche Ursachen für stärkere oder schwächere Sozialkapitalausstattung genauer beleuchten. Die Erkenntnisse können Aufschluss bieten, welche Handlungsempfehlungen zur gezielten Verbesserung von Sozialkapital EntscheiderInnen in Organisationen an die Hand gegeben werden sollten und welche grundlegenden Möglichkeiten einer gezielten Erhöhung sich anbieten.

¹⁷ Im Folgenden der einfacheren Lesbarkeit halber nur „Bundesdurchschnitt“, Anm. d. Autorin

2.4 MODELLBESCHREIBUNG UND ZUSAMMENFASSUNG

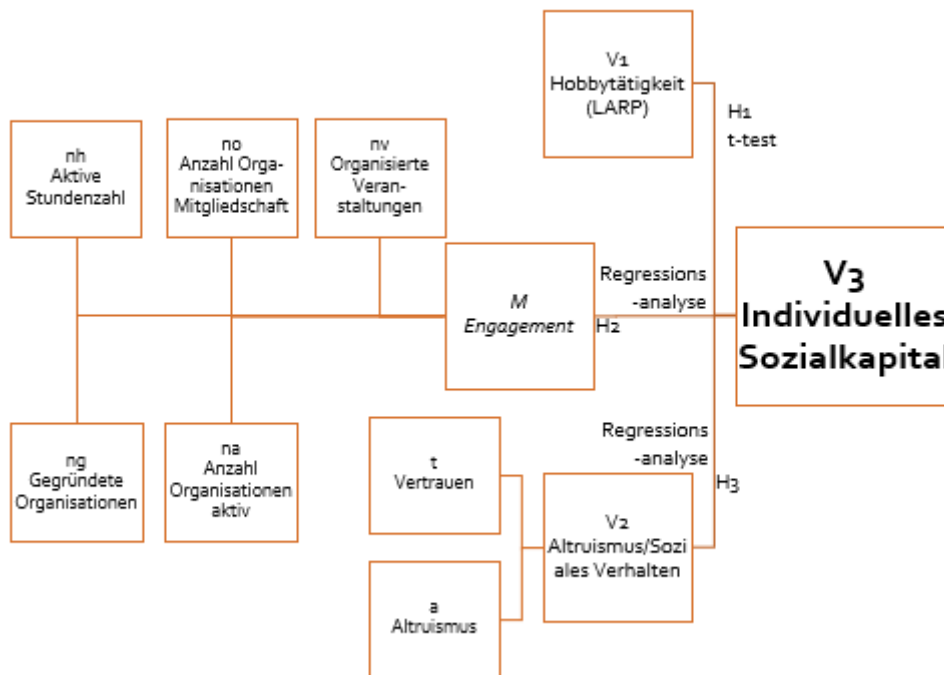


ABBILDUNG 6 : MODELL HOBBYTÄTIGKEIT UND INDIVIDUELLES SOZIALKAPITAL (EIGENE DARSTELLUNG)

Das Modell beschreibt die unterschiedlichen Einflüsse, die auf individuelles Sozialkapital ausgeübt werden können, V1. Die Hobbytätigkeit speist sich aus der Zielgruppe der Erhebung, welche zu 100 % aus Live-Action-RollenspielerInnen besteht. Die Differenz des gemessenen Sozialkapitals zu der von Neidhardt erhobenen Studie ist Objekt dieser Untersuchung. Des Weiteren wird das individuelle, organisatorische Engagement als Mediator des Sozialkapitals in Bezug auf die Ausübung des Hobbys betrachtet. Vertrauen und langfristig reziprokes Verhalten zählen, gemäß diesem Modell, ebenfalls auf das Sozialkapital ein. Die Wirkung von Vertrauen wird jedoch isoliert, nicht im Kontext des organisatorischen Engagements, sondern nur auf die Gesamtpopulation untersucht. Eine Nebenuntersuchung betrifft außerdem das prosoziale, altruistische Verhalten der Gesamtpopulation, welche als Randuntersuchung für das kooperative, vertrauensvolle Verhalten hinzugezogen wird. Eine Gewichtung von Faktoren findet aufgrund der gleichwertigen Bedeutung und Aussagekraft der einzelnen Bereiche in dieser Arbeit nicht statt.

Beide Hauptfaktoren - das grundlegende Hobby mit dem darüberhinausgehenden

organisatorischen Engagement und das kooperative Verhalten - werden gleichwertig behandelt.

2.5 HYPOTHESEN

Sozialkapital entsteht durch soziale Verbindungen. Diese Prämisse ist innerhalb von Vereinen und Freizeitzusammenschlüssen gegeben. In Deutschland gibt es zum Stand Februar 2021 „620.000 Vereine mit über 50 Millionen Vereinsmitglieder in Deutschland“, in welchen sich ehrenamtlich 20 – 30 Millionen Menschen jährlich engagieren. (Bundesverband BVVE, 2021) Dies ist ein deutliches Indiz, dass Menschen sich außerhalb ihrer Arbeitszeit gerne wertschöpfend betätigen. Auch Live-Action-RollenspielerInnen organisieren sich in Vereinen, jedoch nicht ausschließlich. Die grundlegenden Strukturen sind aber auch in informellen, nicht als Verein organisierten Gruppen sehr ähnlich bis identisch. So gibt es Verantwortliche für die Lagerplanung, eine Fundusverwaltung, die Organisation von gemeinsamen Bastel- und Bauwochenenden, gemeinsame Kassen für Anschaffungen, Fahrten, Organisation und Ratschläge für den Einstieg ins Hobby sowie Hilfe bei der ersten Ausstattung von Neulingen. Dabei werden zahlreiche Fähigkeiten des gemeinsamen Miteinanders geschult und ausgebaut. Diese Fähigkeiten helfen dabei, verschiedene Dimensionen des Sozialkapitals zu erschließen und daraus entstehende Ressourcen zu nutzen. Die grundlegende Ausstattung mit Sozialkapital wird, so die Vermutung, höher sein als im allgemeinen Bevölkerungsdurchschnitt. Da Hobbytätigkeiten vor allem in der Freizeit und die Sphäre des Privaten stattfindet, liegt der Schluss nahe, dass das private Sozialkapital im Vergleich signifikant höher als jenes des Bevölkerungsdurchschnittes ist. Aus dieser Folgerung ergibt sich die Hypothese H1a.

H1a: Eine aktive Hobbytätigkeit erhöht das private Sozialkapital im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Gleichzeitig ist jedoch auch eine leichte Erhöhung des Sozialkapitals der Berufssphäre zu erwarten. Diese fällt jedoch vermutlich im Vergleich zur Privatsphäre niedriger aus, da eine Hobbytätigkeit nicht zwingend oder nur sehr selten personelle Überschneidungen mit der beruflichen Tätigkeit hat. Dennoch sind die Fähigkeiten, die im Privaten erworben werden, auch nützlich im Berufsleben. Neidhardt (2018) und auch

Putnam (2020, S. 80 ff) nennen hier beispielsweise eine gesenkte Zutrittschürde zu bestimmten Stellen, professionellen Rat bei beruflichen Schwierigkeiten und damit verbunden bessere Aufstiegschancen. Deswegen ergibt sich als Hypothese H1b:

H1b: Eine aktive Hobbytätigkeit erhöht das Sozialkapital der Arbeitssphäre im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Eine gängige Faustregel des Sozialkapitals ist, dass gute Leute gute Leute anziehen. (Putnam 2020, Bourdieu 1968) Dieser Regel folgend müsste also gelten, dass Personen, die in ihrer Freizeit freiwillig wichtige Aufgaben und Zusatzbelastungen übernehmen und diese meistern, im Ansehen anderer weiter steigen müssten und der Wunsch, sich mit ihnen zu vernetzen und Kontakte zu pflegen, bei anderen höher ist. Dies deckt sich auch mit den Regeln der Reziprozität, da ein gegenseitiges Geben und Nehmen für eine stabile Beziehung sich in etwa die Waage halten sollte. (Putnam, 2020)

Ein zu starkes Ungleichgewicht in die eine oder andere Richtung kann zum Abbruch einer Beziehung führen. Deswegen ist davon auszugehen, dass jene Personen, die freiwillig wichtige Aufgaben übernehmen, auch über ein höheres Sozialkapital verfügen müssten als Menschen, welche zwar im Hobbybereich tätig sind, aber lediglich eine konsumierende Rolle ausfüllen. Die sich aus diesem Gedankengang ableitende Hypothese 2 lautet also:

H2: Bei Personen, die in ihrer Freizeit (auch abseits von Verbänden) freiwillig mehr verantwortungsvolle Aufgaben wie die Organisation oder Leitung von Gruppen übernehmen, ist die Ausstattung mit Sozialkapital höher als im Bundesdurchschnitt.

Ein beachtenswerter Indikator für Sozialkapital ist über die Zugehörigkeit zu Gruppen hinaus Prosozialität in Form von Vertrauen. Dieses ist, anderen entgegengebracht ein wichtiger Faktor, um soziale Interaktionen zu beschleunigen, die Komplexität zu reduzieren und das miteinander generell zu vereinfachen. Vertrauen baut sich in Gruppen häufig schnell alleine durch die gemeinsame Interessensbasis auf, da Vertrauen und Ähnlichkeit sich, wie zahlreiche Studien belegen, gegenseitig bedingt (vgl. z.B. Investigating interactions of trust and interest similarity (Ziegler & Golbeck, 2007), Analyzing Correlation between Trust and User Similarity in Online Communities

(Ziegler & Lausen, 2004) , Source Effects on Psychological Reactance to Regulatory Policies: The Role of Trust and Similarity (Song et al., 2018)). Der Schluss liegt jedoch nahe, dass Vertrauen auch das Maß beeinflusst, in welchem Sozialkapital aufgebaut und erhöht werden kann. Der Schluss, der sich aus der vorliegenden Literatur ableiten lassen kann, ist, das Vertrauen und damit prosoziales Verhalten mit dem Maß an individuellen Sozialkapital korreliert. Die dritte Hypothese lautet deswegen:

H₃: Personen, die über hohes individuelles Sozialkapital verfügen verhalten sich vertrauensvoller und damit sozialer als jene, die über niedriges individuelles Sozialkapital verfügen.

3 METHODENTEIL

3.1 LOGIK DES FORSCHUNGSDESIGNS

Es handelt sich bei der vorliegenden Studie um empirische Sozialforschung. Diese umfasst jedoch ein sehr weites Feld und findet deswegen auch in den Kommunikations- und Organisationswissenschaften Anwendung. Häder (2019) beschreibt: „Unter empirischer Sozialforschung wird eine Gesamtheit von Methoden, Techniken und Instrumenten zur wissenschaftlich korrekten Durchführung von Untersuchungen des menschlichen Verhaltens und weiterer sozialer Phänomene verstanden.“ (Häder, 2019, S. 13) Weiter führt er aus, dass darunter eine „Gesamtheit von Methoden, Techniken und Instrumenten zur wissenschaftlich korrekten Durchführung“ zum Verständnis des menschlichen Verhaltens zusammengefasst wird. Innerhalb der sozialwissenschaftlichen Datenerhebung wird zwischen qualitativen und quantitativen Daten unterschieden. „Die Menge aller Merkmalsmessungen bezeichnet man als (quantitative) *Daten* einer Untersuchung. Werden Merkmale oder Merkmalsausprägungen verbal beschrieben, spricht man von *qualitativen* Daten.“ (Häder, 2019, S. 16) Qualitative Daten sind also in Zahlen gefasste Werte. Ob beispielsweise eine Person auf ihre Gesundheit achtet oder nicht lässt sich auf einer Zahlenskala von 1 (sehr wenig) bis 7 (sehr viel) abbilden. Wenn dagegen erfragt werden soll, welche genauen Maßnahmen eine Person zum Erhalt ihrer Gesundheit, beschrieben an ihrem Tagesablauf, ergreift, spricht man von einer qualitativen Erhebung. Da die von Neidhardt (2018) erstellte Studie eine quantitative Analyse ist, ist die Wahl für eine vergleichbare Analyse bereits vorgegeben und wird so ebenfalls als quantitative Analyse in Form eines Onlinefragebogens durchgeführt. Dies bietet einige methodische und logistische Vorteile, aber auch Nachteile, auf welche hier kurz eingegangen werden soll. Als Vorteile gilt zu nennen, dass in quantitativen Erhebungen durch die größere Stichprobenauswahl auch eher Valide und Reliable, darüber hinaus auch allgemeingültigere Ergebnisse erzielt werden können als in der rein qualitativen Forschung. Dazu kommt ein etwas objektiveres, weniger frei interpretierbares Ergebnis als bei gezielten Interviews mit ausgewählten Gesprächspartnern in einer qualitativen Studie. Dazu ist die Materialfülle meist geringer. Da sich quantitative Studien hervorragend digital abbilden lassen, ist ein weiterer Vorteil die niedrige Zutrittsbarriere und einfache Erreichbarkeit auch größerer Erhebungspopulationen.

Als Nachteil kann die Voraussetzung statistischer Grundlagen und Kenntnisse entsprechender Software als Voraussetzung für eine fehlerfreie Auswertung angeführt werden. Auch ist es schwieriger, einzelne Werte in möglicherweise unterschiedliche Interpretationskontexte einzuordnen. Während bei einem Interview bei Missverständnissen noch einmal nachgefragt werden kann, ist dies bei einem Fragebogen, bei welchem die erstellenden Personen nicht oder nur schwer greifbar sind, schwieriger bis unmöglich. Dazu entfällt, je nach Distributionsweg der Studie, eine gewisse Kontrolle über die Erhebungspopulation. (Häder, 2019, S. 64–70)

Das Ergebnis der Studie verspricht für Unternehmen und den Managementbereich von Interesse zu sein, da Unternehmen gemäß ihrer Natur soziale Konstrukte des gegenseitigen, zwischenmenschlichen Austausches darstellen. (Badura et al., 2013, S. 24) Aus dem Modell abgeleitete Erkenntnisse können Hinweise und Handlungsempfehlungen ableiten, in Unternehmen eine Sozialkapital förderndes Personal auszumachen und gezielt zu gewinnen.

Um die im Theorieteil aufgestellten Hypothesen H₁, H₂ und H₃ ordentlich überprüfen zu können, müssen zum einem die elementaren Bestandteile des individuellen Sozialkapitalindex von Neidhardt abgefragt werden. Der Fragebogen, der für diese Arbeit erstellt wurde, orientiert sich sehr eng an dem von Neidhardt erstellten Fragebogen, der bereits nach statistischen Vorgaben auf Robustheit überprüft wurde (vgl. Neidhardt 199 – 211). Dies verfolgt den Zweck, eine hohe Vergleichbarkeit zu gewährleisten und es wurden auch Abfragen über die der zehn Items des Individuellen Sozialkapitals hinaus verwendet, um statistisch aussagekräftige Analysen zu gewährleisten. Zum anderen gilt es zu überprüfen, wie Daten, welche nicht in der Vergleichsstudie abgefragt wurden, aber für die Beantwortung der hier aufgestellten Hypothesen notwendig sind, erhoben werden können. Zur Abfrage des individuellen Sozialkapitals eignet sich eine Überprüfung verschiedener verfügbarer Ressourcenarten. Bei Neidhardts Aufstellung handelt es sich um zehn einzelne Items, welche im Originalfragebogen Ressourcen der Privatsphäre und der Arbeitssphäre abdecken. Alle Items der Arbeitssphäre haben die grundlegenden Eigenheiten instrumenteller Handlungen inne und messen den Zugang zu möglichen Ressourcen. Diese müssen in ihrer Natur nicht zwingend tiefe Verbindungen sein, um einen großen

individuellen Nutzen und Mehrwert zu bieten. Bei der Auswahl der Items wurde darauf geachtet, beide Sphären zu beleuchten. Der Fokus der Items ist jedoch mit einer Verteilung von sieben zu drei klar auf der Privatsphäre verortet. Die unterschiedliche Gewichtung begründet sich darin, dass durch eine Beschäftigung zwar ein Vorteil zur Generierung von Sozialkapital besteht, dieser jedoch nicht übermäßig in einem Vergleich mit Nichtbeschäftigten ins Gewicht fallen sollte. (vgl. Neidhardt S.135ff).

Es handelt sich bei den zehn Items um ein direktes Messtool, welches die verschiedenen, bereits genannten Arten und Dimensionen des Sozialkapitals erfasst. Pro Item gibt Neidhardt ein arithmetisches Mittel aus. Dieses dient hier als Vergleichswert für die selbstständig erhobenen Daten, um eine Auskunft über das Maß des individuellen Sozialkapitals geben zu können. Jedes Item ist hierbei mindestens einer Ressourcenart zugeordnet, die meisten sogar zwei Ressourcenarten. Die Items, die Neidhardt als Indikatoren für privates Sozialkapital nutzt, sind folgende:

#	Fragestellung	Art der Ressource
1	Wie viele Leute kennst du, die du jederzeit anrufen kannst, wenn du jemanden zum Reden brauchst?	expressive, emotionale Ressource
2	Bitte denke kurz an eine dir wichtige Person (z.B. Deinen Partner, deine Eltern, deine Kinder, einen engen Freund oder eine enge Freundin). Wie viele Personen kennst du, die bei dieser Person ein gutes Wort für dich einlegen würde, z.B. nach einem schlimmen Streit?	expressive, emotionale, verbindende Ressource
3	Wie viele Personen kennst du, die dir ohne finanzielle Gegenleistung bei kleineren Arbeiten (in deinem Haushalt) helfen würden, z.B. wenn du Probleme mit der Technik hast (Fernseher, PC, Telefon)?	expressive Humankapital- ressource
4	Wie viele Personen kennst du, bei denen du dir sonntags Lebensmittel leihen kannst?	expressive, ökonomische Ressource
5	Wie viele Personen außer deinem Bankberater	instrumentelle

	kennst du, die sich gut mit Geldangelegenheiten auskennen und auf deren Rat du dich in solchen Dingen verlassen kannst?	Humankapital-ressource
6	Wie hoch ist der maximale Geldbetrag, den du dir insgesamt von anderen Personen leihen könntest, wenn du kurzfristig in eine finanzielle Notlage geraten würdest? Geh dabei davon aus, dass du auf deine eigenen Mittel keinen Zugriff hättest.	instrumentelle, ökonomische Ressource
7	Wie viele Personen kennst du, bei denen du immer, wenn du eingeladen wirst, Menschen kennenlernen, die dir sympathisch sind?	instrumentelle Zugangsprivilegien-ressource

TABELLE 3 ITEMS UND DIMENSIONEN DES INDIVIDUELLEN SOZIALKAPITALS DER PRIVATSPHÄRE NACH NEIDHARDT (2018, S. 124)

Die Items des Sozialkapitals der Berufssphäre sind wie folgt:

#	Fragestellung	Art der Ressource
8	Wie viele Personen kennst du, die dir einen deiner Qualifikation angemessenen Arbeitsplatz vermitteln würden?	überbrückende Zugangsprivilegien-ressource
9	Wie viele Personen kennst du, die bei deinem Chef ein gutes Wort einlegen würden (wenn es z.B. um deine Beförderung/Entfristung geht oder darum, eine Abmahnung zu verhindern)?	verbindende Unternehmens-ressource
10	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk an beruflichen Kontakten.	Unternehmens-ressource

TABELLE 4 ITEMS UND DIMENSIONEN DES INDIVIDUELLEN SOZIALKAPITALS DES ARBEITSLEBENS NACH NEIDHARDT (2018, S.124)

3.1.1 VARIABLEN KONSTRUKTION

Für den reinen deskriptiven Vergleich des erhobenen individuellen Sozialkapitals mit der Studie von Neidhardt werden die errechneten arithmetischen Mittel, Mediane, Varianzen und Extremantworten als Indikator für die Veränderung des sozialen Kapitals betrachtet. Erwartet wird, dass innerhalb der für diese Arbeit angefertigten Studie erhobenen Werte signifikant höher ausfallen als der von Neidhardt erhobene Bundesdurchschnitt.

Das arithmetische Mittel berechnet sich folgendermaßen:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

Die aufaddierte Summe aller Beobachtungswerte wird also durch die Anzahl der Beobachtungswerte dividiert. (Hellbrück, 2016, S. 20)

H1a und H1b gelten als angenommen, wenn die jeweiligen arithmetischen Mittel in Summe signifikant höher als die Vergleichswerte der Studie von Neidhardt sind.

Indexbildung

Für die zweite Hypothese wird für alle Studienteilnehmende ein gemitteltes Sozialkapital als gemeinsamer Index gebildet. Da die Items alle gleichwertig gewichtet sind, können diese einfach addiert werden, um dann durch die Itemanzahl geteilt zu werden. Damit wird allen Teilnehmenden ein individuelles Sozialkapital zugeordnet. Die Organisationstätigkeit ist ein Faktor, der nicht in der Ursprungstudie von Neidhardt vorkommt.

Der maximale Indexwert wird sich aus dem Mittelwert aller maximal möglichen Antwortmöglichkeiten bilden. Das mögliche Antwortmuster der Fragen ist folgendes:

Code	Wie viele Personen kennst du, die...	Was ist der maximale Geldbetrag...	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk...
1	0 Personen	0€	trifft voll und ganz zu
2	1 Person	bis 100 €	trifft eher zu
3	2 Personen	bis 500€	weder zutreffend

			noch unzutreffend
4	3-4 Personen	bis 1000€	trifft eher nicht zu
5	5-7 Personen	bis 5000€	trifft überhaupt nicht zu
6	8 -10 Personen	bis 10.000€	
7	mehr als 10 Personen	bis 20.000€	
8		bis 50.000€	
9		mehr als 50.000€	

TABELLE 5 CODIERUNG DER SOZIALKAPITALITEMS

Die abgefragten Größeneinheiten sind bei acht der Items die Personenanzahl, die gekannt wird. Ein Item erfasst einen maximalen Geldbetrag und ein weiteres entspricht dem Schätzwert über die empfundene Ausprägtheit des eigenen beruflichen Netzwerkes. Der maximal mögliche Mittelwert über alle zehn Items ist sieben, was das Scoring des Sozialkapitals auf eine Skala von 1 – 7 festlegt.

Zur Überprüfung der zweiten Hypothese¹⁸ wird auf Basis des individuellen Sozialkapitalindex der Ursprungsstudie und der Tabelle 7 aus dem vorherigen Kapitel ein neues Maß gesucht. Dieses soll vergleichen, ob ein erhöhtes Engagement im Hobbybereich ein generell erhöhtes Sozialkapital zur Folge hat. Dieses wird im Folgenden „Orgaaktivitätsfaktor“ (kurz für Organisationsaktivitätsfaktor) benannt und bildet das Kriterium O_a . Ein solches Maß lässt sich auf verschiedenen Wegen konstruieren. So wäre es zum Beispiel möglich, ausschließlich das Item [OrgaAktiv] als Maß zu wählen. Die dazugehörige Fragestellung lautet:

*In wie vielen Organisationen engagierst du dich über die bloße Teilnahme an Angeboten hinaus (z.B. auf Con fahren oder Training in einem Sportverein) z.B. als Gruppenverantwortliche*r, Organisator*in von Veranstaltungen, in der Jugendarbeit, der Öffentlichkeitsarbeit oder als Vorstandsmitglied? Dies würde das Engagement im Hobbybereich jedoch ausschließlich an der Anzahl der Organisationen, der Teilnehmende angehören, festmachen. Die wirkliche Arbeit, die investiert wird, ist*

¹⁸ Bei Personen, welche in ihrer Freizeit (auch abseits von Verbänden) freiwillig verantwortungsvolle Aufgaben wie die Organisation oder Leitung von Gruppen übernehmen, ist die Ausstattung mit individuellen Sozialkapital höher als bei anderen.

daraus jedoch nicht abzulesen. Deswegen wird das Item OrgaAktiv durch ein weiteres ergänzt, nämlich OrgaMitglied. Die Fragestellung hierzu lautet: *In wie vielen Organisationen bist du Mitglied?* Dies fügt der rein qualitativen Fragestellung der Ämter eine Mengenqualität hinzu. Eine mögliche Formel für das Kriterium 1 für die Hypothese, im Folgenden H_{2krit1} genannt, wäre:

$$O_a = OrgaAktiv + OrgaMitglied$$

Wie viele Stunden bist du in einer durchschnittlichen Woche insgesamt bei diesen Organisationen aktiv?

Die Ergänzung um dieses Item hat den Vorteil, dass es der reinen, numerischen Anzahl eine zeitliche Komponente hinzufügt.

Zur besseren Lesbarkeit der Auswertung ist es allerdings hilfreich, die Operatoren durch ihre Anzahl k zu teilen, um eine Skala in einem besser darstellbaren Bereich zu erhalten. Die angepasste Formel für H_{2krit1} lautet also:

$$O_a = \frac{OrgaAktiv + OrgaMitglied + AktivStunden}{3}$$

Eine weitere Option wäre darüber hinaus noch ein weiteres Item hinzuzufügen, nämlich das Item ConOrga. Dieses hat abgefragt, wie viele Veranstaltungen ¹⁹ die Teilnehmenden bereits selbst geplant und durchgeführt haben: *Hast du schon einmal gemeinsam mit anderen ein Straßen-, Dorf- oder Vereinsfest, eine LARP Veranstaltung oder ähnliches organisiert?*

Die Antwortoptionen beginnen bei ein- oder zweimal und enden bei zehn oder mehr. Daraus lässt sich ebenfalls ableiten, ob jemand, der vielleicht keinen wirklichen Posten in einer Organisation innehat und trotzdem erweitertes Engagement in diesem Bereich aufzeigt. Die um das weitere Item ergänzte Formel H_{2krit1} lautet also in diesem Fall:

¹⁹ Sog. Live-Action-Rollenspiele, kurz „Cons“ für Conventions, aber auch andere Gemeinschaftsveranstaltungen wie Straßen-, -Dorf oder Vereinsfeste, da all diese Veranstaltungen eine organisatorische Gruppierung und Eigeninitiative gemein haben, welche für dieses Item als relevant festgelegt wurde.

$$O_a = \frac{OrgaAktiv + OrgaMitglied + AktivStunden + ConOrga}{4}$$

Um den Orgaaktivitätsfaktor noch um den Faktor des initialen Gründungsaufwandes zu ergänzen, wird noch ein fünftes und letztes Item zugefügt: *Hast du schon einmal eine solche Organisation mitgegründet?* Diese Frage soll ergründen, ob die befragte Person bereits willens und in der Lage war, selbst eine Gruppe an Menschen mit einer gemeinsamen Idee (und möglicherweise auch mit anderen) zusammenzubringen. Indirekt lässt sich darauf auf Eigeninitiative und Führungsbestrebungen schließen.

$$O_a = \frac{OrgaAktiv + OrgaMitglied + AktivStunden + ConOrga + OrgaMitgründung}{5}$$

Allerdings haben diese Formeln die Verzerrung gemein, dass die Werte aufgrund der Abfrage von null größer fünf oder größer zehn nicht problemlos auf einer Skala abgebildet oder verortet werden können, da die Skala durch die Art der gestellten Fragen nach oben quasi bis unendlich offen ist ²⁰. Einen Ausweg bietet der Median als Zentralwert. Der Median wird als Grenze festgelegt und anhand dieser eine binäre Unterteilung der Daten durchgeführt. Alle Werte unterhalb des Medians werden hierbei als „niedriger“ Orgaaktivitätsfaktor definiert, die Werte oberhalb als hohe Orgatätigkeit.

Für das Scoring wird das Maximum ²¹ aller fünf Orgaitems addiert und alle Items werden aufgrund derselben Bedeutung für den Score gleichwertig gewichtet.

#	Item	Maximalwert
1	In wie vielen Organisationen engagierst du dich über die bloße Teilnahme an Angeboten hinaus (z.B. auf Con fahren oder Training in einem Sportverein) z.B. als Gruppenverantwortliche*r, Organisator*in von Veranstaltungen, in der Jugendarbeit, der Öffentlichkeitsarbeit oder als Vorstandsmitglied?	5

²⁰ Die Fragestellung gibt in der höchsten Kategorie immer die Option „größer als“ vor. Größer als fünf kann also genau so sechs wie sechzig bedeuten. Die Skala ist damit nach oben nicht limitiert.

²¹ Zu beachten ist, dass bei den Antwortoptionen, bei welchen „nein“ den höchsten Wert einnimmt, eine Rekodierung vorgenommen werden muss, um „nein“ den niedrigsten Wert, also „1“, zuzuordnen. Dies ist notwendig, um eine korrekte Berechnung des Scores zu ermöglichen.

	<p>1= 0 Organisationen 2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen</p>	
2	<p>In wie vielen Organisationen bist du Mitglied?</p> <p>1= 0 Organisationen 2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen</p>	5
3	<p>Wie viele Stunden bist du in einer durchschnittlichen Woche insgesamt bei diesen Organisationen aktiv?</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 bis 2 Stunden 3= 3 bis 5 Stunden 4= mehr als 5 Stunden</p>	4
4	<p>Hast du schon einmal gemeinsam mit anderen ein Straßen-, Dorf- oder Vereinsfest, eine LARP Veranstaltung oder ähnliches organisiert?</p> <p>1= Ja, schon ein- oder zweimal 2= Ja, schon drei - bis fünfmal 3= Ja, schon sechs - bis zehnmal 4= Ja, schon zehnmal oder öfter 5= nein</p>	5
5	<p>Hast du schon einmal eine solche Organisation mitgegründet?</p> <p>1= Ja, schon einmal 2= Ja, schon zweimal 3= Ja, schon drei- oder viermal 4= Ja, schon fünfmal oder öfter 5= nein</p>	5
	Minimal möglicher Orgascore	5
	Höchst möglicher Orgascore	24

TABELLE 6 ORGASCORE MIT MAXIMALWERTEN

3.1.2 MEDIANAUSWERTUNG

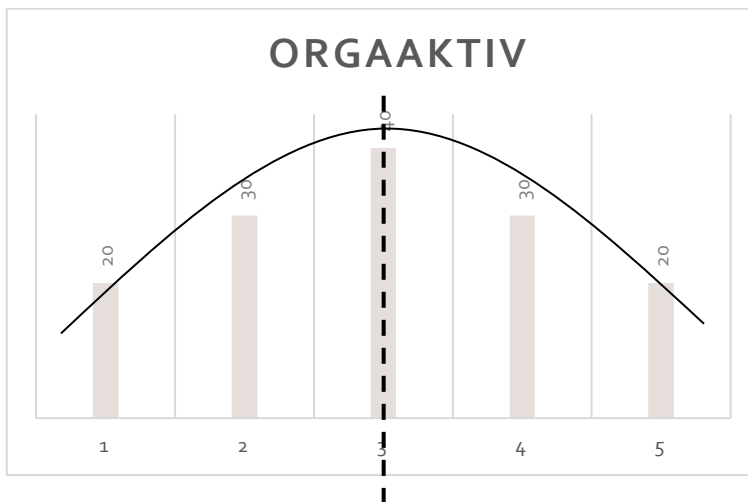


ABBILDUNG 7 NORMALVERTEILUNG MIT MEDIAN, EIGENE DARSTELLUNG

In diesem beispielhaft skizzierten Fall würde der Median bei drei liegen, da vor und nach diesem Wert gleich viele Antworten gegeben wurden. Für eine rechnerische Verwertung werden im Anschluss der Medianbestimmung alle Werte, die kleiner sind als drei, als „wenig“ gewertet und mit dem Faktor null versehen, während alle Werte, die Größer oder gleich drei sind, mit „viel“ gewertet und mit dem Faktor eins versehen werden.

Dies wird für alle Items durchgeführt. Die Teilnehmenden können also jeweils maximal einen aggregierten Orgaaktivitätsfaktor von fünf haben, nämlich, wenn sie bei allen fünf Items durch diese Auswertung den Faktor eins zugeordnet bekommen.

Diese Items können nach systematischer Überprüfung Einblick in vier unterschiedliche Aktivitätsebenen bieten. Die Anzahl der Gruppen, denen die Teilnehmenden angehören, das Maß des Engagements in diesen Gruppen in aktiven Ämtern, die geleistete Stundenanzahl pro Woche und die intrinsische Organisationsbereitschaft.

Das zweite Kriterium für die Hypothese H2 sei das individuelle Sozialkapital S_i . Hier gibt es ebenfalls verschiedene Möglichkeiten, das Kriterium zu errechnen. So könnten beispielsweise nur die sieben Items der Sozialkapitals der Privatsphäre verwendet werden, um keine Benachteiligung von StudentInnen, RentnerInnen oder Erwerbslosen in der Auswertung zu provozieren. Da jedoch ohnehin die Privatsphäre mit sieben zu drei Items der Arbeitssphäre eine höhere Gewichtung erfährt, werden für das zweite Kriterium H2kritz alle zehn Items des individuellen Sozialkapitals

herangezogen, welche im Folgenden als $\sum ISK$ die Items des individuellen Sozialkapitals²² zusammenfassen und als Messwert bestimmen soll. Die Formel für dieses Kriterium lautet also:

$$S_i = \frac{\sum ISK}{10}$$

Diese Formel ergibt einen aggregierten Mittelwert des verfügbaren Sozialkapitals für alle Teilnehmenden. Anschließend wird eine lineare Regression auf die Faktoren Sozialkapital und Orgaaktivitätsscore angewandt. Mittels einer Regressionsanalyse werden daraufhin die beiden errechneten Werte korreliert und auf ein Koordinatensystem aufgetragen. „Die Regressionsanalyse ist ein Verfahren zur Schätzung des Einflusses einer oder mehrerer Merkmale auf eine abhängige Variable. Der große Vorteil der Regressionsanalyse ist, dass sie den Einfluss eines einzelnen Merkmals auf eine abhängige Variable unter Konstanthaltung der anderen Einflussgrößen schätzt.“ (Wolf & Best, 2010, S. 607) Die beiden Merkmale, welche hier im Fokus stehen, sind das individuelle Sozialkapital und der Orgascore. Mittels einer linearen Regression wird die Stärke des Einflusses eines Merkmales auf eine abhängige Variable überprüft. (Wolf & Best, 2010, S.607) Die abhängige Variable ist hier der Sozialkapitalindex, auf welchen der Orgascore angewandt wird.

Die Hypothese H₂ lautet: Bei Personen, welche in ihrer Freizeit (auch abseits von Verbänden) freiwillig mehr verantwortungsvolle Aufgaben wie die Organisation oder Leitung von Gruppen übernehmen, ist die Ausstattung mit Sozialkapital höher als bei anderen.

Die Nullhypothese²³ wird zugunsten der H₂ Hypothese abgelehnt, wenn in der linearen Regression ein signifikanter, positiver Zusammenhang besteht.

²²Reden, GutesWort, KleineHilfe, Lebensmittel, BankHilfe, GeldLeihen, Kennenlernen, JobVermittlung, ArbeitHilfe, InvOutgoing[2]

²³ Die Nullhypothese H₀ stellt die Basis da, welcher die Gegenhypothese H₁ gegenübergestellt wird. Mit statistischen Methoden wird ermittelt, ob H₀ oder H₁ angenommen werden kann. (Kuhlenkasper und Handl (2019, S. 29)

3.1.3 LOGISTISCHE REGRESSION FÜR SOZIALKAPITAL IN ABHÄNGIGKEIT ZUM ORGASCORE

Die logistische Regression erweitert die lineare Regression. Sie ist eine Fokusschärfung des einfachen linearen Modells. Auch hier kommt es zu einer Einschätzung der maximalen Wahrscheinlichkeit. Die abhängige Variable ist in diesem Fall jedoch binär, es wird also nur eine ja/nein Auskunft abgefragt und dieser der Wert eins oder null zugeordnet. In diesem Fall ist die abhängige Variable die Auskunft, inwieweit das Sozialkapital unter bestimmten Voraussetzungen, wie z.B. der Organisationstätigkeit, ansteigt. Anhand dieses Items werden die im Kapitel zuvor beschriebenen Variablen korreliert. Die Ausgabe der Ergebnisse erfolgt in Form von Koeffizienten des logistischen Regressionsmodells. Zur besseren Bewertung werden daraus die AME Werte ermittelt. Diese geben die gemittelte Wahrscheinlichkeit des Wechsels (also von wenig zu viel) der abhängigen Variable bei Wechsel der unabhängigen Variable von wenig nach viel an. In diesem konkreten Fall wird also überprüft, inwieweit der Wechsel von einer niedrigen zu einem hohen Orgaaktivitätsscore einen Wechsel von niedrigem zu hohem Sozialkapital befördert.

Die lineare Regression gibt einen generellen Zahlenfaktor an, um wie viel das Sozialkapital bei erhöhten Organisationsscore steigt oder sinkt. Um zusätzlich zu quantifizieren, wie wahrscheinlich jemand mit einem hohen Orgaaktivitätsscore in der erhobenen Population ein erhöhtes individuelles Sozialkapital besitzt, wird im Anschluss eine logistische Regression durchgeführt. Dazu wird auch das Sozialkapital am Median geteilt und einem hohen oder niedrigen Wert zugeordnet. Das Sozialkapital bildet für dieses Modell die abhängige Variable. Zusätzlich zu dem Faktor [Orgaaktivität] werden in diesem Modell noch weitere Vergleichsvariablen nach dem gleichen System gebildet. Diese sind:

Geschlecht (Female): Nur Probandinnen. Diese Variable überprüft den Einfluss des Geschlechtes auf das Sozialkapital.

Low Income: Diese Variable teilt die Population in zwei Hälften und spiegelt den Einfluss geringen Einkommens auf das individuelle Sozialkapital wider.

Variable	Items
abhängige Variable	[Sozialkapital] ²⁴
Geschlecht (Female)	[Gender]
Low Income	[Einkommen]
Orgaaktivität	[OrgaAktiv], [OrgaMitglied], [AktivStunden, ConOrgaR], [OrgaMitgruendung]

ABBILDUNG 8 : VARIABLEN FÜR LOGISTISCHE REGRESSION - SOZIALKAPITAL

Die Ausprägung der Variablen ist dichotom, da sie nur zwei Zustände annehmen können. (Wolf & Best, 2010, S. 825) Das Merkmal, das erklärt werden soll, ist das individuelle Sozialkapital S_i , welches mit dem Orgaaktivitätsfaktor korreliert wird. Da die abhängige Variable in diesem Modell nur zwei Zustände annehmen kann und es sich damit um eine binäre Variable handelt ²⁵, ist die Regressionsart, auf die zurückgegriffen wird, eine logistische Regression. (Wolf & Best, 2010, S. 825)

Diese Messung geht über die reine Annahme der Hypothese 2 hinaus, um quantifizierbare Interpretationen zu ermöglichen. Die Quantifizierung wird über die AME (Average Marginal Effect) Werte ermittelt, welche jedem einzelnen Fall²⁶ eine Wechselwahrscheinlichkeit auf Basis der durch die logistische Regression ermittelten Koeffizienten (β) zuordnet und darüber mittelt. (Waniek, 2017)

3.2 ERFASSUNG DES PROSOZIALEN VERHALTENS DURCH VERTRAUEN UND LANGFRISTIGE REZIPROZITÄT

Da eine Live-Experimentdurchführung aufgrund der weiten regionalen Streuung der Zielgruppe und der Methodenwahl des Onlinefragebogens nicht in Frage kommt, wurde sich für diese Studie für eine textliche Vignettenstudie entschieden. Vignetten verwenden textuelle Beschreibungen, die ausführlicher sind als die meisten schriftlichen Stimuli, die in anderen Versuchsaufbauten verwendet werden, um Szenarien zu schaffen, die sehr relevant und realistisch sind, was die ökologische

²⁴ Bestehend aus [Reden], [GutesWort], [KleineHilfe] [Lebensmittel], [BankHilfe], [GeldLeihen], [Kennenlernen], [JobVermittlung], [ArbeitHilfe], [InvOutgoingz]

²⁵ Das Sozialkapital ist entweder hoch oder niedrig.

²⁶ d.h. jeder einzelnen Person, die befragt wurde

Zuverlässigkeit und Validität der gemessenen Antworten erhöht. (Hughes & Huby, 2004) Es wird argumentiert, dass Vignetten sehr leistungsfähige Instrumente zur Auslösung von kontextabhängigem Verhalten mit hoher interner und externer Validität unter hochgradig kontrollierten experimentellen Bedingungen sind, die eine systematische Variation von Behandlungen auf sehr ökonomische Weise ermöglichen. (Aguinis & Bradley, 2014)

Die gewählten textbasierenden Szenariobeschreibungen sind wie folgt:

Szenario 1: Bitte stelle dir folgendes Szenario vor: Du und eine dir gänzlich fremde Person werdet zu einem Spiel eingeladen. Die Regeln sind einfach: Jeder von euch ist einzeln in einem Raum untergebracht. Dort bekommt ihr einen Fünfzig-Euro-Schein und einen Briefumschlag. Ihr werdet beide von einer Schiedsrichterin gebeten, euren Geldschein in einen Briefumschlag zu legen, und dann allein gelassen. Ihr habt jetzt die Möglichkeit, den Geldschein in den Briefumschlag zu stecken oder ihn in der Hand zu behalten. Anschließend gebt ihr den Umschlag bei der Schiedsrichterin ab.

Danach wird das Spiel ausgewertet:

1. Wenn ihr beide das Geld in den Umschlag getan habt, dürft ihr jeweils den Fünfzig-Euro-Schein des anderen als Belohnung behalten.
2. Wenn in keinem der beiden Umschläge Geld liegt, bekommt keiner von euch eine Belohnung, und ihr müsst auch den Geldschein in der Hand wieder abgeben.
3. Nur einer von euch beiden legt das Geld in den Umschlag, der andere nicht. Die Person, die kein Geld in den Umschlag gelegt hat, bekommt die fünfzig Euro aus dem Umschlag des anderen. Der eigene Fünfzig-Euro-Schein darf zusätzlich behalten werden.

Dieses Szenario entspricht dem simpelsten spieltheoretischen Modell nach Kreps (siehe Tabelle 7) und wurde auf die Zielgruppe angepasst formuliert. Den Teilnehmenden wird eine Situation mit verschiedenen Entscheidungswegen geschildert. Die Ausformulierung des Szenarios dient der besseren Vorstellbarkeit. Szenario 2: Das zweite Szenario unterscheidet sich vom ersten lediglich an einer Stelle:

„Nun nehmen wir die gleichen Voraussetzungen wie eben, mit einem kleinen Unterschied: Die Person ist ein dir fremder Liveaction-Rollenspieler.“ Damit soll der Faktor, dass wir als Menschen bereits im Kindesalter dazu tendieren, Individuen, die uns ähnlich sind, zu bevorzugen, mit in Betracht gezogen werden. (Dunham et al., 2011, S. 808)

Die erste Frage ist eine des Vertrauens, da dieses in Fremde investiert wird. Die Wahrscheinlichkeit, in Zukunft mit den Auswirkungen des eigenen Handelns zufällig konfrontiert zu werden ist bei einer randomisierten Auswahl der ExperimententeilnehmerInnen niedrig. Wenn darüber hinaus eine Anonymisierung der Teilnehmenden untereinander erfolgt, ist es sehr unwahrscheinlich, von der möglicherweise übertrumpften Person jemals zufällig zur Rede gestellt zu werden. Diese Wahrscheinlichkeit steigt natürlich, sobald man mit den Experimenteteilnehmenden private oder berufliche Domänen teilt. So ist die zweite Frage eher eine der Reziprozität, da sich langfristig aus einem möglicherweise einmalig nicht kooperativen Verhalten ein überraschender, sozialer Nachteil entwickeln könnte. Für die vorliegende Arbeit eignet sich ein binäres Vertrauensspiel, welches nur eine 2x2 Matrix an Ausgangsmöglichkeiten abbildet, am besten, da es gut zu vermitteln ist und einen einfachen Aufbau hat.

	Teilnehmende (TG) vertrauen fremder Person /Live-Action- RollenspielerIn (TH)		Teilnehmende (TG) vertrauen fremder Person /Live-Action- RollenspielerIn nicht (TH)	
<i>fremde Person /Live- Action-RollenspielerIn belohnt Teilnehmende</i>	50 € für TG	50 € für TH	0 € für TG	0 € für TH
<i>fremde Person /Live- Action-RollenspielerIn belohnt Teilnehmende nicht</i>	-50 € für TG	100 € für TH	0 € für TG	0 € für TH

TABELLE 7: DARSTELLUNG DES IM FRAGEBOGEN BESCHRIEBENEN VERTRAUENSSPIELS NACH KREPS

Die Items, welche aus dem Experiment gebildet werden, sind die Items Trust 1 und Trust 2. Diese werden für die Auswertung recodiert. Die Option, Geld in den Umschlag zu legen, wird auf „1“ codiert, kein Geld in den Umschlag zu legen auf „0“. Anschließend werden die beiden Werte summiert und ein Vertrauensscore gebildet. Die Fragestellung an sich spielt dabei eine untergeordnete Rolle. Sie lässt allerdings die Vertrauensbereitschaft ablesen. ProbandInnen mit einem Vertrauensscore von 0 wird unterstellt, eher nicht vertrauensvoll zu handeln und damit der klassischen Empfehlung der Spieltheorie zu folgen, in Spielsituationen grundlegend nicht zu investieren. Der Wert 1 lässt auf wechselnde Strategien schließen, der Wert zwei darauf, dass die entsprechende Person grundlegend vertrauensvoll und kooperativ handelt.

3.2.1 VERTRAUENSSCORE

Alle drei Items, [Trust₁], [Trust₂] und [Spende] werden zum neu erstellten Fragebogen hinzugefügt und bilden eine Erweiterung des Fragebogens von Neidhardt. Für die Auswertung des Trustindex werden, wie bereits zuvor bei Hypothese zwei, die gegebenen Antworten in zwei Kategorien geteilt. Entweder wird das Geld in den Umschlag gelegt beziehungsweise gespendet, woraufhin die entsprechende Antwort mit eins gezählt wird. Daraus ergeben sich die Variablen t_1 und t_2 . Diese werden zu einem kombinierten Vertrauensscore V_i aufsummiert. Dieser kann die Werte null bis zwei annehmen, wenn entweder gar nicht, einmal oder zweimal Geld in den Umschlag gelegt wurde. Allen Teilnehmenden wird damit ein eigener Vertrauensscore zugeordnet. Dieser wird mit dem bereits zuvor gebildeten individuellen Sozialkapitalindex S_i in einer Regressionsanalyse überprüft. Die unterschiedlichen Fragestellungen spielen eigentlich keine Rolle. Sie bilden jedoch die drei unterschiedlichen Investitionsverhalten von Menschen ab, nämlich Vertrauen in jedem Fall, mit Strategieänderung oder kein Vertrauen in keinem der beiden Fälle.

3.2.2 BEWERTUNG DES LANGFRISTIG REZIPROKEN VERHALTENS

Zusätzlich wird außerdem der Fragebogenabschluss in die Auswertung einbezogen, was so genannten Antwortverzerrungen gegensteuern soll. Paulhus (2002) definiert Antwortverzerrungen als „jede systematische Tendenz zur Beantwortung von Fragebogenitems auf einer Grundlage, die genaue Selbstauskünfte beeinträchtigt.“

Beispiele hierfür sind die Tendenz, die wünschenswerte Antwort oder die moderatere Antwort zu wählen oder Aussagen unabhängig von ihrem Inhalt zuzustimmen (für eine Übersicht siehe (Paulhus, 2002, S. 49–69) In Anlehnung an (Douglas N. Jackson & Messick, 1958) unterscheidet Paulhus Antwortstile und Verhaltensweisen, die über die Zeit und die Fragebögen hinweg konsistent sind. Social Desirable Responding (SDR) wird dort definiert als die Tendenz, übermäßig positive Selbstbeschreibungen abzugeben. (Paulhus, 2002, S. 49–69) Um eine Entscheidungssituation, die eine Auswirkung auf das wirkliche Leben der Teilnehmenden hat, zu erzeugen, wird am Ende des Fragebogens eine Entscheidungsmöglichkeit aufgemacht, die mit der Incentivierung des Fragebogens zusammenhängt. Diese war zu Beginn in Form eines Amazon-Gutscheins über 50 Euro als mögliche Gewinnoption ausgelobt. Die Entscheidungsfrage, die am Ende des Fragebogens nun gestellt wird, lautet:

Vielen Dank für deine Zeit und all deine Geduld!

Nun habe ich noch eine letzte Frage an dich. Anfangs hatte ich versprochen, dass du einen 50-Euro-Gutschein gewinnen kannst. Es gäbe aber auch eine andere Option. Als Alternative zum Gewinn würde ich das Geld auch spenden. Dazu habe ich hier eine kleine Auswahl an Institutionen - aber du kannst natürlich auch eine eigene wählen.

Im Falle deines Gewinns würde ich das Geld dann entweder anonym oder in deinem Namen spenden.²⁷

Dieser Faktor wird mit [Spende] kodiert und bietet einen Anhaltspunkt für prosoziales Verhalten im Sinne von langfristig reziprokem Verhalten gegenüber Fremden.

Die Bereitschaft zu spenden hat hierbei einen besonderen Stellenwert, da sie einen direkten Einfluss auf das Leben der Teilnehmenden hat. 50 Euro sind, gemessen am Median der Gesamtpopulation, ein Betrag, der zwischen 1,3% und 1,9% des Nettohaushaltseinkommens liegt. Damit ist der Betrag für die Teilnehmenden groß genug, dass er einen Einfluss auf das monatlich verfügbare Budget hat, aber klein

²⁷ Antwortmöglichkeiten: 1 = Bitte keine Spende, 2 = Spende an Seawatch, 3 = Spende an Ärzte ohne Grenzen, 4 = Spende an WWF, 5 = Spende an DKMS, 6 = Sonstiges

genug, dass es zu verkräften ist, wenn darüber nicht verfügt werden kann.

Das Spendenverhalten wird in ein neues Modell überführt. Um die Zusammenhänge betrachten zu können, werden für das Modell passgerechte neue Variablen gebildet:

- Female:
Zur Variablenbildung wird der Datensatz in zwei Teile geteilt.
Weiblich [1] und nicht weiblich [0]
- EKLow:
Der Datensatz wird am Median geteilt. Die untere Hälfte wird als niedriges Einkommen [0] codiert, die obere Hälfte als hohes Einkommen [1].
- Sozialkapital:
Die gesamten Items des privaten Sozialkapitals (Privatsphäre sowie Arbeitssphäre) werden für jeden Fall aufsummiert. Am Median wird die Population geteilt. Alles unterhalb des Medians wird als niedriges Sozialkapital [0] codiert, alles oberhalb des Medians als hohes Sozialkapital [1] codiert.
- Strategische Netzwerknutzung:
Die strategische Netzwerknutzung ist eine neue Variable, welche für diese Untersuchung gebildet wird. Die gewählten Items lassen auf eine Netzwerkpflege zurückschließen, die kalkuliert und berechnend vollzogen wird. Das Netzwerk wird bewusst nach Nützlichkeit kultiviert. Die Variable besteht aus folgenden Items:

#	Item	Maximalwert
1	<p>Ich sehe mich manchmal bewusst nach neuen Freunden um oder kontaktiere alte Freunde, zu denen der Kontakt eingeschlafen war.</p> <p>1= sehr häufig 2= häufig 3= manchmal 4= selten 5= nie</p>	5
2	<p>Ich halte zu manchen Menschen vor allem deshalb Kontakt, weil es manchmal nützlich sein kann, sie zu kennen.</p> <p>1= sehr häufig 2= häufig 3= manchmal 4= selten 5= nie</p>	5

3	Ich habe schon versucht, mich mit einem Menschen anzufreunden, weil ich dachte, dass es nützlich sein kann, ihn oder sie zu kennen. 1= sehr häufig 2= häufig 3= manchmal 4= selten 5= nie	5
4	Zu manchen Menschen, die ich kenne, nehme ich hin und wieder Kontakt auf, damit die Beziehung zu ihnen nicht einschläft. 1= sehr häufig 2= häufig 3= manchmal 4= selten 5= nie	5
5	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk an beruflichen Kontakten. 1= trifft voll und ganz zu 2= trifft eher zu 3= weder zutreffend noch unzutreffend 4= trifft eher nicht zu 5= trifft überhaupt nicht zu	5
	Minimal möglicher Strategiescore	5
	Maximal möglicher Strategiescore	25

TABELLE 8: ITEMS STRATEGIESCORE MIT MAXIMALWERTEN, FRAGEN WURDEN AUS DEM ORIGINALFRAGEBOGEN VON NEIDHARDT (2018, S.208- 209) ÜBERNOMMEN

Für die Auswertung müssen die verwendeten Items umgekehrt codiert werden, um eine aufsteigende Skala von wenig nach viel zu liefern. Der Median wird als Grenze gesetzt. Alle Werte unterhalb des Medians gelten als niedriges strategisches Verhalten [0], alle Werte oberhalb des Medians als stark strategisches Verhalten [1].

- Glück:

Das individuelle Glücksempfinden wird als neue Variable festgelegt. Mit dieser wird die im Fragebogen gemessene Zufriedenheit dargestellt. Die verwendeten Items sind:

#	Item	Maximalwert
1	Wie zufrieden bist du mit deinem Privatleben? 1= vollkommen zufrieden 2= eher zufrieden 3= weder zufrieden noch unzufrieden 4= eher unzufrieden 5= vollkommen unzufrieden	5

2	Wie zufrieden bist du mit deiner Arbeit? 1= vollkommen zufrieden 2= eher zufrieden 3= weder zufrieden noch unzufrieden 4= eher unzufrieden 5= vollkommen unzufrieden	5
3	Wie zufrieden bist du mit deinem Leben insgesamt? 1= sehr häufig 2= häufig 1= vollkommen zufrieden 2= eher zufrieden 3= weder zufrieden noch unzufrieden 4= eher unzufrieden 5= vollkommen unzufrieden	5
	Minimal möglicher Glücksscore	3
	Maximal möglicher Glücksscore	15

TABELLE 9 ITEMS GLÜCKSSCORE MIT MAXIMALWERTEN, FRAGEN WURDEN AUS DEM ORIGINALFRAGEBOGEN VON NEIDHARDT (2018, S.209) ÜBERNOMMEN

Für die Auswertung müssen die verwendeten Items umgekehrt codiert werden, um eine aufsteigende Skala von wenig nach viel zu liefern. Der Median wird als Grenze gesetzt. Alle Werte unterhalb des Medians gelten als niedrige Zufriedenheit [0], alle Werte oberhalb des Medians als hohe Zufriedenheit [1].

- Orgaaktivität:
Diese Variable muss nicht neu zusammengesetzt, sondern kann aus der vorherigen Hypothesenberechnung ohne Anpassungen übernommen werden.
- Ties:
Diese Variable wird für diese Auswertung neu gebildet und fasst die Stärke sozialer Verbindungen zusammen. Die verwendeten Items sind folgende:

#	Item	Maximalwert
1	Bitte denke kurz an eine dir wichtige Person (z.B. deinen Partner, deine Eltern, deine Kinder, einen engen Freund oder eine enge Freundin) Wie viele Personen kennst du, die bei dieser Person ein gutes Wort für dich einlegen würde, z.B. nach einem schlimmen Streit? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen	7

	7= mehr als 10 Personen	
2	<p>Wie viele Leute kennst du, die du jederzeit anrufen kannst, wenn du jemanden zum Reden brauchst?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>	7
3	<p>Wie viele Stunden verbringst du in einer durchschnittlichen Woche damit, deine Verwandten persönlich zu treffen, mit ihnen zu telefonieren, zu videochatten oder ihnen zu schreiben?</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 Stunde 3= 2 Stunden 4= 3 bis 4 Stunden 5= 5 bis 7 Stunden 6= 8 bis 10 Stunden 7= mehr als 10 Stunden</p>	7
4	<p>Was würdest du sagen: Zu wie vielen deiner Verwandten hast du eine enge Beziehung?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>	7
5	<p>Wie viele Stunden verbringst du in einer durchschnittlichen Woche damit, deine Freunde persönlich zu treffen, mit ihnen zu telefonieren, zu videochatten oder ihnen zu schreiben?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 Stunde 3= 2 Stunden 4= 3 bis 4 Stunden 5= 5 bis 7 Stunden 6= 8 bis 10 Stunden 7= mehr als 10 Stunden</p>	7
6	<p>Was würdest du sagen: Wie viele enge Freunde hast du?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>	7
	Minimaler Tiescore	6

Maximaler Tiescore	42
--------------------	----

TABELLE 10 ITEMS FÜR TIES MIT MAXIMALWERTEN, FRAGEN WURDEN AUS DEM ORIGINALFRAGEBOGEN VON NEIDHARDT (2018, S.206- 209) ÜBERNOMMEN

Der Median wird als Grenze gesetzt. Alle Werte unterhalb des Medians gelten als schwache Verbindungen [0], alle Werte oberhalb des Medians als starke Verbindungen [1].

Variable	Items
abhängige Variable	[Spenden]
Geschlecht: Female	[Gender]
Low Income	[Einkommen]
Sozialkapital	[Reden], [GutesWort], [KleineHilfe] [Lebensmittel], [BankHilfe], [GeldLeihen], [Kennenlernen], [JobVermittlung], [ArbeitHilfe], [InvOutgoing2]
strategische Netzwerknutzung	[InvKontakte[1]], [InvKontakte[2]], [InvKontakte[3]], [InvKontakte[4]], [InvOutgoing2]
Glück	[ZufriedenPrivat[1]], [ZufriedenPrivat[2]], [ZufriedenPrivat[3]],
Orgaaktivität	[OrgaAktiv], [OrgaMitglied], [AktivStunden, ConOrgaR], [OrgaMitgruendung]
Ties	[GutesWort], [Reden], [VerwandtZeit], [VerwandtEng], [FreundeZeit], [FreundeEng]

TABELLE 11 ALLE VARIABLEN FÜR DIE SPENDENÜBERPRÜFUNG

Die abhängige Variable dieses Modells ist die Spendenbereitschaft [Spenden]. Sie wird gebildet, indem die Spendenbereitschaft binär in Spende [1] oder keine Spende [0] aufgeteilt wird.

Die Daten werden in einer logistischen Regression ausgewertet. Die Ergebnisse können, sofern sie signifikant sind, aufzeigen, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein Wechsel von einem niedrigen zu einem hohen Status eine Erhöhung des langfristig reziproken Verhaltens in Form der Spendenbereitschaft folgt.

3.3 DATENERHEBUNG

Über einen Zeitraum von fünf Wochen wurden insgesamt 1004 Fragebögen erfasst. Die Verteilung erfolgte über soziale Medien (Facebook), gezielter über verschiedene Gruppen. Dazu wurden auch über direkte Ansprache von Gruppenvertretenden eine Linkweitergabe zur Umfrage in Gruppen initiiert, bei welchen die Mitglieder in sozialen

Medien nicht vertreten sind. Von diesen wurden 798 vollständig ausgefüllt. 216 wurden nur teilweise ausgefüllt oder das Ausfüllen wurde abgebrochen. Diese wurden nicht in die Gesamtauswertung eingeschlossen. Von den 798 vollständig ausgefüllten Fragebögen gaben darüber hinaus 20 der TeilnehmerInnen an, keine Live-Action-RollenspielerInnen zu sein. Diese wurden aus der Gesamtmenge ebenfalls entfernt, so dass insgesamt 778 vollständig beendete Datensätze der zuvor definierten Zielgruppe ausgewertet werden konnten. Davon identifizieren sich 419 (54%) der Teilnehmenden als weiblich, 347 (45%) als männlich und 12 (2%) als divers. Die Verteilung von Männern und Frauen hat sich in der Forschung der Studienerstellerin im Vergleich zu der von „Teilzeithelden“ beinahe umgekehrt und der dort festgestellte männliche Überhang ist in der selbst erhobenen Population ein weiblicher.

Diese Verteilung bestätigt die von Menegaki et.al getätigte Beobachtung, dass vor allem jüngere Menschen und Frauen an Onlinebefragungen teilnehmen. Das Durchschnittsalter, welches sowohl im Mittelwert (4,12) als auch im Median (4) bei 30-39 Jahre liegt, ist unter dem vom Bundesamt für Statistik 2019 ausgewiesenen Durchschnittsalter von 44,3 Jahren. Dies deckt sich mit der Umfrage von „Teilzeithelden“, welche ein Durchschnittsalter von 32 Jahren erfasst hatte.

3.3.1 REPRÄSENTATIVITÄT DER ZIELGRUPPE

Nach einer stichprobenartigen Überprüfung der von Neidhardt verwendeten statistischen Grundlage zur Repräsentativität wurde diese übernommen und als Basis zur Überprüfung der Zielgruppe verwendet. Auf eine hohe Repräsentativität wurde bei der Vergleichsstudie vom Studienersteller durch eine Selektion der Teilnehmenden und Incentivierung geachtet. (Neidhardt, 2018, S. 129) Dies ermöglicht eine hohe Vergleichbarkeit der erhobenen Daten zu einer Stichprobe, die der gesellschaftlichen Realität in Deutschland entspricht. Die demografischen Merkmale der Teilnehmenden der Zielgruppe setzen sich folgendermaßen zusammen:

Wert	Quote lt. statistischem Bundesamt	eigene Quote
Anteil männlicher und weiblicher Quoten gemäß stat. Bundesamt vom Report 31.12.2013		
männlich	48,52%	44,60%
weiblich	51,48%	53,86%
divers	2011 nicht erfasst	1,54%
Anteil der Teilnehmenden nach Alter, Quoten vom 31.12.2013		
18-29 Jahre	16,64%	19,81%
30-39 Jahre	14,35%	48,90%
40-49 Jahre	18,30%	26,78%
50-59 Jahre	18,32%	4,12%
60-69 Jahre	13,27%	0,39%
<70 Jahre	19,07%	0%
Anteil der teilnehmenden mit der höchsten Bildung, Quoten von 2014		
kein Abschluss	3,78%	0,26%
8-9 Jahre Schule	35,14%	1,54%
10 Jahre Schule	30,77%	13,77%
12-13 Jahre Schule	13,40%	36,42%
Hochschulabschluss	16,53%	48,01%
Anteil der Teilnehmenden nach Einkommensgruppen, Quoten von 2021, Nettohaushaltseinkommen		
1300 und weniger	18,99%	11,17%
1301 -2600	31,06%	25,45%
2601-3600	18,61%	20,87%
3600-5000	16,11%	20,45%
1001 und mehr	15,23%	22,04%

TABELLE 12 REPRÄSENTATIVITÄT DER STUDIE, EIGENE DARSTELLUNG NACH NEIDHARDT 2017 (QUELLE: STATISTISCHES BUNDESAMT 2015B, STATISTISCHES BUNDESAMT 2015A UND STATISTISCHES BUNDESAMT 2014 EBD.)

Die Auswertung zeigt im Vergleich zu den Zahlen des statistischen Bundesamtes, dass

die Studie nicht dem Anspruch gerecht werden kann, repräsentativ für den deutschen Bevölkerungsdurchschnitt zu sein. Dies wird aber aufgrund des Forschungsgegenstandes, welcher eben die Hobbyaktivität der Teilnehmenden ist, bei der Auswertung auch an keiner Stelle vorausgesetzt. Auffälligkeiten zeigen sich vor allem bei einem starken Altersüberhang im Bereich 30-39. Die allgemeine Schulbildung der Erhebungspopulation ist darüber hinaus mit einer Hochschulabsolventenquote von 48,01% deutlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt. Demzufolge ist es nur wenig überraschend, dass sich auch das Einkommen in einem tendenziell höheren Bereich als jenem der durchschnittlichen Bevölkerung befindet.

3.3.2 CODIERUNG DER DATEN

In einer Exceltabelle werden die Daten einer ersten Sichtung auf Plausibilität unterworfen. Dabei werden die ausgegebenen Formate auf ihre formelle Richtigkeit überprüft. Felder mit Fragen, die nicht ausgefüllt wurden, werden bei dem Import in das Statistikprogramm mit NA markiert, um keine Verzerrungen der Gesamtdatenmengen zu verursachen²⁸. Um die Daten in das Statistikprogramm einlesen zu können, werden sie im csv.-Format exportiert. Dabei wird auch besondere Aufmerksamkeit auf die Feldtrenner²⁹ gelegt. Dies kann eine Fehlerquelle sein, welcher an dieser Stelle problemlos vermieden werden kann. (Hellbrück, 2016, S. 15) Als Feldtrenner bieten sich Semikolons oder Kommas an. Dies wird gemäß den Empfehlungen in der Literatur beachtet. Es wird, da R als Statistikprogramm gewählt wurde, mit Kommas als Feldtrenner gearbeitet.

Damit das Programm die Daten verarbeiten kann, wurden als nächstes alle Antworten in numerische Variablen übersetzt. Zu diesem Zweck wurde der Fragebogen vor der Erstellung codiert und in einem Codebuch festgehalten (siehe Anhang I - Studien Codebuch). Dies ist für die Arbeit essenziell, weil es eine einheitliche Übersetzung der Fragen in Codes gewährleistet. Die Frage Nummer 13 im Fragebogen sieht

²⁸ Die R-Konvention für fehlende Werte ist NA (eine Standardabkürzung für "Nicht verfügbar" oder "Keine Antwort"). Wenn R weiß, dass ein Wert fehlt, gibt es "NA" (ohne die Anführungszeichen) aus. Wenn R eine ASCII-Datendatei liest, erkennt es standardmäßig die Zeichenfolge "NA" als eine fehlende Beobachtung. (Heiberger und Holland (2015, S. 21)

²⁹ Komma oder Punkt

exemplarisch in der Ansicht des Befragten folgendermaßen aus:

13 Wie viele Personen kennst du, die dir ohne finanzielle Gegenleistung bei kleineren Arbeiten (in deinem Haushalt) helfen würden, z.B. wenn du Probleme mit der Technik hast (Fernseher, PC, Telefon)

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- 0 Personen
- 1 Person
- 2 Personen
- 3 bis 4 Personen
- 5 bis 7 Personen
- 8 bis 10 Personen
- mehr als 10 Personen
- Keine Antwort

ABBILDUNG 9 FRAGE 13, DARSTELLUNG IN LIMESURVEY, BEISPIELFRAGE

Im Codebuch übersetzt sich die Frage zu kleinen Haushalthilfen wie folgt:

<u>[KleineHilfe]</u>	<p>Wie viele Personen kennst du, die dir ohne finanzielle Gegenleistung bei kleineren Arbeiten (in deinem Haushalt) helfen würden, z.B. wenn du Probleme mit der Technik hast (Fernseher, PC, Telefon)</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen</p> <p>2= 1 Person</p> <p>3= 2 Personen</p> <p>4= 3 bis 4 Personen</p> <p>5= 5 bis 7 Personen</p> <p>6= 8 bis 10 Personen</p> <p>7= mehr als 10 Personen</p>
----------------------	--

ABBILDUNG 10 DARSTELLUNG FRAGE 13 IM CODEBUCH

Die Codierung gestaltet sich hierbei folgendermaßen: In der linken Spalte ist der Code für die Frage angelegt, in diesem Falle: „[KleineHilfe]“. Dies ist der Operator für das Statistikprogramm, auf welchen sich alle Formeln beziehen können. Die gegebenen Antworten sind zum Zeitpunkt des Exportes in Textform. Diese müssen in eine numerische Form übersetzt werden. Dazu dient die zweite Spalte des Codebuches, wo den Antwortoptionen ein numerischer Vektor zugeordnet wird. Das gesamte Codebuch findet sich zur besseren Nachvollziehbarkeit im Appendix.

Nachdem die Datensätze gemäß des Codebuches händisch in der Exportdatei übersetzt wurden, kann diese in das Statistikprogramm eingelesen werden.

3.3.3 RELIABILITÄT NACH CRONBACHS ALPHA- KONSISTENZANALYSE

Mittels psychometrischer Messmethoden lassen sich Attribute messen, welche nicht "direkt observiert oder gemessen werden können." (Fayers and Hand, 2002, S. 233) Diese sollte gemäß Switzer et.al. (1999) eine hohe innere Konsistenz aufweisen. Wenn man über soziales Kapital nachdenkt, ist es auf den ersten Blick offensichtlich, dass ein und dieselbe soziale Bindung Zugang zu einer Vielzahl unterschiedlicher Ressourcen bringen kann. Daher könnte es angebracht sein, insbesondere so lange die bewerteten Ressourcen mehr oder weniger eng miteinander verbunden sind, aus der Menge der zur Messung dieser Ressourcen verwendeten Items ein psychometrisches Maß zu erstellen. Diese Schritte ist Jan Neidhardt in seinem vorgeschlagenen Index gegangen und hat nach wissenschaftlich fundierten Ansprüchen an die eigene Arbeit einen Fragebogen entworfen, welcher mehrere Konzepte für Sozialkapital vereint und auf Items reduziert, die es ermöglichen, ein individuelles Maß für Sozialkapital zu erforschen. Kern des Fragebogens sind acht Items, welche das private Sozialkapital („social capital oft private sphere“) und das Sozialkapital des Arbeitslebens („social capital of the work sphere“) messen und erfassen. Die Erarbeitung dieser Items unterlag der vorliegenden Studie gemäß zahlreichen statistischen Qualitätsmerkmalen, wie beispielsweise Cronbachs Alpha.

Cronbachs Alpha ist ein Instrument zur Bewertung der Qualität eines solchen Maßes. Wenn die Ressourcen jedoch nicht so eng miteinander verbunden sind, könnte die Erstellung eines psychometrischen Maßes nicht mehr angemessen sein. Stattdessen könnte die Schaffung eines kompositorischen Maßes zu besseren Ergebnissen führen. Kompositionsmaße, die auch als multidimensionale Indizes oder klinimetrische Skalen (Feinstein, 1987) bezeichnet werden, zielen auf eine etwas andere Fragestellung ab: Wie kann der Forscher einen Indikator erstellen, der nicht eine latente Variable repräsentiert, sondern die Informationen einer Reihe von verschiedenen Variablen oder Elementen aggregiert, die ganz unterschiedliche Dinge messen? Eine einfache Summierung ihrer Werte, wie sie typischerweise bei einem psychometrischen Maß vorgenommen wird, kann daher ungeeignet sein. Gemäß Noble e.al. (2006) gibt es

grob drei Kriterien für kompositorische Messherangehensweisen: "Erstens sollte ihre Konstruktion auf einem theoretischen Modell beruhen. Das bedeutet, dass der Forscher ex ante ein Konzept entwickeln sollte, was er zu messen beabsichtigt und welche Komponenten es umfasst. Zweitens sollte dieses Modell durch kompositorische Maßnahmen operationalisiert werden. Drittens muss der Maßstab dem Zweck entsprechen." (Noble et al, S.172) Im Hinblick auf eine gewisse Vergleichbarkeit, aber auch, weil es über den Rahmen dieser Arbeit hinausgegangen wäre, wurde für die Studie und den Fragebogen eng an dem von Jan Neidhardt entwickelten Fragebogen zur Messung individuellen Sozialkapitals gearbeitet, welcher eine Robustheit nach Cronbachs Alpha in der Zusammenstellung der Anzahl der einzelnen Frageitems aufweist. Neidhardts Items zur Messung von Sozialkapital beider Sphären umfasst sowohl kompositorische wie auch psychometrische Skalen, welche für eine hohe innere Robustheit des Index sorgt.

Cronbachs Alpha wird laut Döring und Bortz (2016) folgendermaßen berechnet:

$$\alpha_{Cronbach} = \frac{p}{p-1} * \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^p \sigma^2(\chi_j)}{\sigma^2(\chi)}\right)$$

P gibt die Anzahl der untersuchten Variablen an. $\sigma^2(\chi_j)$ ist die Standardabweichung einer Variable j, $\sigma^2(\chi)$ zieht die gemeinsame Standardabweichung aller Variablen heran. Je höher Cronbachs Alpha ausfällt, desto stärker ist die Interkorrelation der einzelnen Items.

Eine eigene Überprüfung von Cronbachs Alpha hat für die zehn Items des privaten Sozialkapitals einen Wert von 0,81 ergeben, welcher dem Wert von 0,804 von Neidhardt sehr nahekommt. (Neidhardt, S.138) Dies ist ein guter Wert, der auf eine gute Reliabilität der Items hinweist.

Darüber hinaus würde auch die Entfernung einzelner Items nicht zu einer großen Veränderung von Cronbachs Alpha führen. In der nachfolgenden Tabelle, welche im Quellmaterial gelistet wurde, finden sich die Werte von Cronbachs Alpha, wenn ein Item entfernt wird. In der linken Spalte sind die Werte der Vergleichsstudie aufgetragen und in der rechten Spalte finden sich die selbst erhobenen Werte:

#	Item	$\alpha_{\text{CronbachN}}$	$\alpha_{\text{CronbachE}}$
1	Wie viele Leute kennst du, die du jederzeit anrufen kannst, wenn du jemanden zum Reden brauchst?	0,77	0,74
2	Bitte denke kurz an eine dir wichtige Person (z.B. deinen Partner, deine Eltern, deine Kinder, einen engen Freund oder eine enge Freundin). Wie viele Personen kennst du, die bei dieser Person ein gutes Wort für dich einlegen würde, z.B. nach einem schlimmen Streit?	0,76	0,75
3	Wie viele Personen kennst du, die dir ohne finanzielle Gegenleistung bei kleineren Arbeiten (in deinem Haushalt) helfen würden, z.B. wenn du Probleme mit der Technik hast (Fernseher, PC, Telefon)?	0,77	0,75
4	Wie viele Personen kennst du, bei denen du dir sonntags Lebensmittel leihen kannst?	0,76	0,76
5	Wie viele Personen außer deinem Bankberater kennst du, die sich gut mit Geldangelegenheiten auskennen und auf deren Rat du dich in solchen Dingen verlassen kannst?	0,79	0,78
6	Wie hoch ist der maximale Geldbetrag, den du dir insgesamt von anderen Personen leihen könntest, wenn du kurzfristig in eine finanzielle Notlage geraten würdest? Geh dabei davon aus, dass du auf deine eigenen Mittel keinen Zugriff hättest.	0,83	0,81
7	Wie viele Personen kennst du, bei denen du immer, wenn du eingeladen wirst, Menschen kennen lernst, die dir sympathisch sind?	0,77	0,76

TABELLE 13: ROBUSTHEIT VON CRONBACHS ALPHA FÜR DIE ENTFERNUNG VON EINZELNEN ITEMS FÜR SOZIALKAPITAL DER PRIVATSPHÄRE, DATENVERGLEICH NEIDHARDT (2018, S.138)

Die Werte liegen sehr dicht zusammen und weisen keine großen Abweichungen voneinander auf. Das bedeutet, dass die Daten dieser Studie mit denen von Neidhardt verglichen und belastbare Aussagen getroffen werden können.

Für die zweite Hypothese werden folgende fünf Items als Messwert zusammengefasst:

#	Item	α_{Cronbach} wenn Item weggelassen
1	In wie vielen Organisationen engagierst du dich über die bloße Teilnahme an Angeboten hinaus (z.B. auf Con fahren oder Training in einem Sportverein) z.B. als Gruppenverantwortliche*r, Organisator*in von Veranstaltungen, in der Jugendarbeit, der Öffentlichkeitsarbeit oder als Vorstandsmitglied? 1= o Organisationen	0,67

	2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen	
2	In wie vielen Organisationen bist du Mitglied? 1= 0 Organisationen 2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen	0,69
3	Wie viele Stunden bist du in einer durchschnittlichen Woche insgesamt bei diesen Organisationen aktiv? 1= 0 Stunden 2= 1 bis 2 Stunden 3= 3 bis 5 Stunden 4= mehr als 5 Stunden	0,72
4	Hast du schon einmal gemeinsam mit anderen ein Straßen-, Dorf- oder Vereinsfest, eine LARP Veranstaltung oder ähnliches organisiert? 1= Ja, schon ein- oder zweimal 2= Ja, schon drei - bis fünfmal 3= Ja, schon sechs - bis zehnmal 4= Ja, schon zehnmal oder öfter 5= nein	0,77
5	Hast du schon einmal eine solche Organisation mitgegründet? 1= Ja, schon einmal 2= Ja, schon zweimal 3= Ja, schon drei- oder viermal 4= Ja, schon fünfmal oder öfter 5= nein	0,72

TABELLE 14 ROBUSTHEIT VON CRONBACHS ALPHA FÜR DIE ENTFERNUNG VON EINZELNEN ITEMS FÜR DEN ORGAAKTIVITÄTSSCORE , EIGENE DATENAUSWERTUNG

Nach einer Überprüfung von Cronbachs Alpha weist diese Zusammenstellung an Items eine interne Konsistenz von 0,76 auf. Damit sind diese Items geeignet, das organisatorische Engagement zu bestimmen.

3.3.4 DATENERHEBUNGSMETHODE

Um die Zielgruppe zu erreichen, wurde sich aus mehreren Gründen für einen Online-Fragebogen entschieden. Zum ersten ist es logistisch einfacher, eine große Gruppe an Menschen online zu erreichen. Zweitens hat die Corona-Situation 2020 in Deutschland eine direkte, persönliche und interpersonelle Befragung drastisch erschwert und ein Ausweichen auf den digitalen Raum ist beinahe unausweichlich geworden. Und drittens

wird die Auswertung erleichtert und die Fehlerquote reduziert, da die Daten direkt in einem geeigneten Onlinetool (in diesem Falle Lime Survey mit einer Hochschullizenz der Hochschule Osnabrück) erfasst und gespeichert werden und die Antworten nicht händisch übertragen werden müssen. Die Exportfunktion ermöglicht einen einfachen, zuverlässigen Zugriff auf die Daten, während diese gleichzeitig online in einer Cloud gesichert werden und so die Gefahr des Datenverlustes durch technische Anwendungsfehler deutlich reduziert wird. In der Forschung gibt es auch berechtigte Kritik an Online-Umfragen. So stellten Menegaki et.al (2016) heraus, dass jüngere Menschen und Frauen tendenziell lieber an Online-Umfragen teilnehmen als andere Bevölkerungsgruppen. Diese Herausforderung wurde in den letzten Jahren jedoch weniger gewichtig, nimmt die Nutzung des Internets über alle Geschlechts- und Altersgruppen hinweg doch stetig zu. Als weitere Schwierigkeit wird die relativ niedrige Reaktionsrate genannt. Diese ist in diesem Fall jedoch, auf Basis der gewählten Zielgruppe, welche sich in der Vergangenheit durch eine relativ hohe Bereitschaft der Teilnahme an Forschungsarbeiten ausgezeichnet hat, und aufgrund des direkten Netzwerkzugangs, etwas relativiert. Als letztes besteht das Problem der Selektion, welches besagt, dass Menschen wahrscheinlicher an einer Studie partizipieren, an der sie interessiert sind. (Neidhardt, 2018, S. 130–131) Der Fragebogen wurde von August 2020 bis Oktober 2020 einem Pretest mit 25 unterschiedlichen ProbandInnen unterzogen. Dabei wurde an der ursprünglichen Version von den ProbandInnen angemerkt, dass die große Anzahl an finanziellen Faktoren, welche in der Studie von Neidhardt abgefragt werden, eine enorme Barriere darstellen könnte, den Fragebogen bis zum Ende auszufüllen. Dies wurde berücksichtigt und die Anzahl der Fragen, welche auf die finanziellen Rücklagen, Monatseinkommen und ähnliche Faktoren abzielen, reduziert. Ausgewählt wurden hierbei für den finalen Fragebogen jene Fragen, welche im Sinne der Datensparsamkeit für das vorliegende Modell unbedingt benötigt wurden. (Kraus & Kreitenweis, 2020, S. 231) Auch andere Anmerkungen wurden genutzt, um das Fragebogenmodell zu verbessern. Dabei wurde jedoch durch einen direkten Vergleich darauf geachtet, dass die Nähe zum Originalmodell in so vielen Punkten wie möglich erhalten wurde, um eine Vergleichbarkeit der erhobenen Datensätze zu ermöglichen. Als Pflichtantworten wurden nur jene Fragen gesetzt, welche für die Auswertung des Trustindex und für die Einordnung, ob die Teilnehmenden Live-Action-

RollenspielerInnen sind, notwendig sind. Die restlichen Fragen waren so gesetzt, dass ein Nicht-Ausfüllen der Frage die Durchführung der Umfrage nicht behindert hat.

4 ANALYSE

Die Analyse der Daten ist in einen rein deskriptiven, beschreibenden Teil und den statistischen Auswertungsteil unterteilt. Zuerst wird ein allgemeiner Überblick vermittelt, der sich aus den Daten ohne aufwändige Berechnungen ableiten lässt. Die komplexeren, statistischen Berechnungen finden sich im Anschluss daran. Dies dient dazu, die Datenlage einzuschätzen und die Auswertungen gezielter und einfacher einordnen zu können.

4.1 BESCHREIBUNG DER ERHOBENEN DATEN

Für eine Einordnung der Erhebungspopulation im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt dient Tabelle 12 Repräsentativität *der Studie, eigene Darstellung nach Neidhardt 2017 (Quelle: statistisches Bundesamt 2015b, statistisches Bundesamt 2015a und statistisches Bundesamt 2014 ebd.)*

Für die folgende Analyse sind einige Items von besonderer Bedeutung:Item	Gesamte Antworten (Anzahl Total/Prozent)	Median
Einkommen	743/ 95,50%	3.600€ bis unter 5.000€
LarpDauer	778/100,00%	5 bis 10 Jahre
ArbeitHilfe	618/ 79,43%	3 bis 4 Personen
KleineHilfe	776/ 99,74%	5 bis 7 Personen
JobVermittlung	644/ 82,78%	3 bis 4 Personen
BankHilfe	758/ 97,43	2 Personen
GutesWort	751/ 96,53	5 bis 7 Personen
Reden	775/ 99,61	5 bis 7 Personen
Kennenlernen	742/95,37	5 bis 7 Personen
Lebensmittel	757/ 97,30	5 bis 7 Personen
Trust1	778/ 100,00	Ich lege den 50 Euro Schein in den Umschlag.
Trust2	778/ 100,00	Ich lege den 50 Euro Schein in den Umschlag.
GeldLeihen	755/ 97,04	bis 5.000€
OrgaAktiv	775/ 99,61	1 Organisation
OrgaMitglied	776/ 99,74	2 Organisationen
AktivStunden	752/ 96,66	1 bis 2 Stunden

OrgaMitgruendung	775/ 99,61	Nein (keine Orga gegründet)
ConOrga	777/ 99,87	Ja, schon sechs- bis zehnmals.
VerwandtZeit	770/ 98,97	2 Stunden
VerwandtWichtig	773/ 99,36	trifft überwiegend zu
FreundeZeit	772/ 99,23	5 bis 7 Stunden
FreundeWichtig	774/ 99,49	trifft überwiegend zu
InvKontakte[1]	777/ 99,87	manchmal
InvKontakte[2]	773/ 99,36	selten
InvKontakte[3]	773/ 99,36	Nie
InvKontakte[4]	774/ 99,49	manchmal
InvOutgoing[2]	762/ 97,94	eher zufrieden
ZufriedenPrivat[1]	775/ 99,61	eher zufrieden
ZufriedenPrivat[2]	749/ 96,27	eher zufrieden
ZufriedenPrivat[3]	775/ 99,61	eher zufrieden
Spende	778/ 100,00	(keine Medianermittlung)

Die Tabelle beschreibt die Gesamtanzahl der Antworten pro Item und die jeweiligen Mediane zur Einordnung der folgenden Variablen. Es ist bemerkenswert, dass die Antwortquote bei den meisten Items über 95% liegt.³⁰ Dies verspricht eine hochwertige Auswertung. Lediglich die Items ArbeitHilfe und JobVermittlung liegen darunter. Dies ist vermutlich dadurch zu erklären, dass 108 der Befragten angaben, aktuell nicht beschäftigt zu sein oder sich im Studium zu befinden. Auf die Sozialkapitalitems³¹ wird im Anschluss gezielt eingegangen. Der Großteil der Teilnehmenden legt im Vertrauensspiel das Geld in den Umschlag. Die meisten sind in einer bis zwei Organisationen unterschiedlich intensiv engagiert, haben aber im Median bereits sechs bis zehnmals eine Veranstaltung durchgeführt. Aus der ersten Begutachtung lässt sich außerdem eine generell hohe Zufriedenheit und viel Zeit, die mit Freunden verbracht wird, ablesen. Dazu wird das eigene Netzwerk grundlegend eher nicht strategisch genutzt, was die tendenzielle niedrigen Mediane der Items InvKontakte [1]-[4] anzeigen. Hervorzuheben sind außerdem noch die Totalwerte bei Trust [1], Trust [2] und [Spende]. In der ersten Experimentfrage haben lediglich 50 Personen angegeben, kein Geld in den Umschlag zu legen, in der zweiten waren es sogar nur 42. Das bedeutet, nur 6,87 % der Beteiligten sind nicht bereit, einer fremden Person zu vertrauen, sich in einer Spielsituation kooperativ zu verhalten. Das prosoziale Verhalten

³⁰ Da nicht alle Antworten als Pflichtantwortfelder gesetzt wurden, sind Abweichungen von einer hundertprozentigen Ausfüllquote normal.

³¹ ArbeitHilfe bis Lebensmittel und InvOutgoing[2]

lag bei 84,05 % Spendenbereitschaft. Von den 778 Teilnehmenden haben sich lediglich 107 dafür entschieden, den ausgelobten Gewinn von 50 Euro nicht zu spenden, sondern für sich selbst zu beanspruchen.

Eine vollständige Auswertung der Häufigkeit der Antworten befindet sich im Anhang (siehe Anhang 2 – Ausgegebene Antworten).

4.2 ANALYSE DES INDIVIDUELLEN SOZIALKAPITALS

Der Index von Neidhardt misst sieben Items des privaten Sozialkapitals und drei auf das Arbeitsleben bezogene Sozialkapitalitems besondere Bedeutung bei. Diese sind:

Reden, GutesWort, KleineHilfe, Lebensmittel, BankHilfe, GeldLeihen und Kennenlernen für die Privatsphäre und JobVermittlung, ArbeitHilfe und InvOutgoing[2] für die Arbeitssphäre. Eine Ausnahme bildet das Item „ArbeitHilfe“, da hier die Studienteilnehmenden „Ich habe keinen Chef“ ankreuzen konnten, was die Skala auf 8 Antwortoptionen erhöht. Die achte Option würde für Auswertungszwecke jedoch auf NA gesetzt und damit ausgeklammert. Auf die einzelnen Items wird im nachfolgenden Abschnitt genauer eingegangen. Im erstellten Fragebogen sind sie folgendermaßen codiert:

Code	Wie viele Personen kennst du, die...	Was ist der maximale Geldbetrag...	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk...
1	0 Personen	0€	trifft voll und ganz zu
2	1 Person	bis 100 €	trifft eher zu
3	2 Personen	bis 500€	weder zutreffend noch unzutreffend
4	3-4 Personen	bis 1000€	trifft eher nicht zu
5	5-7 Personen	bis 5000€	trifft überhaupt nicht zu
6	8 -10 Personen	bis 10.000€	
7	Mehr als 10 Personen	bis 20.000€	
8	(Ich habe keinen Chef)	bis 50.000€	
9		mehr als 50.000€	

TABELLE 15 CODIERUNG DER SOZIALKAPITALITEMS

Um die Daten mit den von Neidhardt erhobenen (siehe Anhang) zu vergleichen, werden für die verschiedenen Fragen das arithmetische Mittel, der Median, die Standardabweichung und die Prozentzahl an Antworten ermittelt, welche jeweils im

schwächsten Bereich lagen. Das arithmetische Mittel oder auch der Mittelwert gibt zum einem die durchschnittlich von allen Teilnehmenden gegebene Antwort aus. Da das arithmetische Mittel jedoch nicht robust gegenüber starken Ausreißern ist, wird zusätzlich der Median gebildet, um einen differenzierteren Blick auf die Antworten zu bekommen, da dieser genau in der Mitte der erhobenen Daten liegt. Je enger Mittelwert und arithmetisches Mittel zusammenliegen, desto weniger starke Ausreißer, in die eine oder andere Richtung, gibt es. Die Standardabweichung gibt als Streuungsmaß zusätzlich einen Eindruck, wie stark die Werte vom arithmetischen Mittelwert abweichen. Je größer die Standardabweichung von 0 entfernt ist, desto breiter gestreut sind die Antworten um den Mittelwert, das heißt desto höher ist die Quote an sehr hohen oder sehr niedrigen Antworten.

Für die vorliegenden Daten konnten folgende Werte ermittelt werden:

#	Code	Item	Mean	P Value	Median	Stan d.Ab w	null/ü berh.n icht zutr
Privates Sozialkapital							
1	Reden	...Personen, die du jederzeit anrufen kannst, wenn du jemanden zum Reden brauchst	4,72	<2,2e ⁻¹⁶ ³²	5 bis 7 Personen	1,46	2,58%
2	GutesW ort	...Personen die ein gutes Wort einlegen, z.B. nach einem schlimmen Streit	4,73	<2,2e ⁻¹⁶	5 bis 7 Personen	1,51	2,26%
3	KleineHi lfe	...Personen die ohne finanzielle Gegenleistung bei kleinen Arbeiten helfen	5,52	<2,2e ⁻¹⁶	5 bis 7 Personen	1,43	0,90%

³² <0.0000000000000022, das bedeutet, der p -Wert liegt sehr nahe bei null

4	Lebensmittel	...Personen bei denen du sonntags Lebensmittel leihen kannst	4,72	<2,2e ⁻¹⁶	5 bis 7 Personen	1,64	4,76%
5	BankHilfe	...Personen außer deinem Bankberater, die sich auskennen	3,13	<2,2e ⁻¹⁶	2 Personen	1,26	12,30%
6	GeldLeihen	...maximaler Geldbetrag, den du von anderen Personen leihen könntest	5,16	<2,2e ⁻¹⁶	bis 5.000 Euro	1,77	0,66%
7	Kennenlernen	... Menschen, bei denen du immer neue Menschen kennenlernst, die dir sympathisch sind	4,79	<2,2e ⁻¹⁶	5 bis 7 Personen	1,71	5,26%
Berufliches Sozialkapital							
8	JobVermittlung	...Personen, die dir eine deiner Qualifikation angemessenen Job vermitteln können	4,18	<2,2e ⁻¹⁶	5 bis 7 Personen	1,69	9,47%
9	ArbeitHilfe	...Personen, die bei deinem Chef ein gutes Wort für dich einlegen würden	4,55	<2,2e ⁻¹⁶	3-4 Personen	1,77	5,18%
10	InvOutgoing[2]	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk an beruflichen Kontakten (trifft voll und ganz zu - trifft überhaupt nicht zu)	3,13	<2,2e ⁻¹⁶	weder zutreffend noch unzutreffend	1,13	10,62%

TABELLE 16 ANTWORTMUSTER FÜR DIE VERSCHIEDENEN SOZIALKAPITALITEMS MIT ARITHMETISCHEM MITTEL, MEDIAN, STANDARDABWEICHUNG UND EXTREMANTWORT

Im folgenden Kapitel wird jedes Item mit dem individuellen Sozialkapitalindex verglichen. Dies dient der Überprüfung der Hypothesen H1a und H1b. Dazu werden die von Neidhardt erhobenen Mittelwerte, Mediane, die Standardabweichung und die Extremantworten, das heißt jene Antworten, die in den jeweiligen Bereichen die niedrigsten sind, herangezogen (siehe Anhang 3 – Ausgabewerte Studie Neidhardt).

4.2.1 T-TEST

Für jedes einzelne Item wurde außerdem ein t-test durchgeführt.

#	Item	t	df	Mean	p-value
1	Reden	18,936	774	4,72	$<2,2e^{-16}$ ³³
2	GutesWort	22,044	750	4,73	$<2,2e^{-16}$
3	KleineHilfe	34,762	775	5,52	$<2,2e^{-16}$
4	Lebensmittel	19,219	756	4,72	$<2,2e^{-16}$
5	BankHilfe	22,128	757	3,13	$<2,2e^{-16}$
6	GeldLeihen	30,69	754	5,16	$<2,2e^{-16}$
7	Kennenlerne n	21,345	741	4,79	$<2,2e^{-16}$
8	JobVermittlu ng	25,385	643	4,18	$<2,2e^{-16}$
9	ArbeitHilfe	20,765	617	4,55	$<2,2e^{-16}$
10	InvOutgoing[2]	12,48	761	3,13	$<2,2e^{-16}$
11	SK-Gesamt- Mean	12,398	777	3,93	$<2,2e^{-16}$

TABELLE 17 T-TEST FÜR DIE ERHOBENEN DATEN

Dieser zeigt deutlich eine Signifikanz bei allen Items inklusive eines aggregierten Sozialkapital-Mittelwertes über alle zehn Items hinweg. Die beobachteten Ergebnisse sind also nicht rein zufällig und bei jedem einzelnen Item kann die Nullhypothese ausgeschlossen werden.

4.2.2 PRIVATES SOZIALKAPITAL

Schon im ersten direkten Vergleich zu den Werten von Neidhardt fällt auf, dass alle Werte in der Auswertung dieser Studie höher liegen. Um wie viel erhöht, soll eine Detailauswertung der einzelnen Items zeigen. Beachtenswert ist bei allen Vergleichen

³³ <0.0000000000000022 , das bedeutet, der p-Wert liegt sehr nahe bei null

der sehr niedrige p-Wert, der auf eine hohe Signifikanz der Daten hinweist. Das gesamte aggregierte arithmetische Mittel aller zehn Items ist mit 4,57 um 1,35 höher als bei den von Neidhardt erhobenen Daten.

Item „Reden“

Das arithmetische Mittel der in der Umfrage gegebenen Antworten liegt bei 4,72. Im Vergleich liegt das Mittel bei Neidhardt bei 3,73, also fast um den Faktor eins niedriger. Der Median liegt hier bei 5-7 Personen³⁴, das bedeutet, arithmetisches Mittel und Median liegen im gleichen Wertebereich, was wiederum heißt, dass der Durchschnitt und der typische gegebene Wert einander entsprechen. Die Standardabweichung liegt mit 1,46 über den 1,38 von Neidhardt. Die Antworten streuen also ein wenig weiter, mit einem Unterschied von lediglich 0,10 aber nicht deutlich höher. Bezeichnend ist die Abweichung zwischen den Extremwerten, also jenen Befragten, welche von sich selbst sagen, keine Vertrauten, mit denen sie sprechen könnten, zu haben. Bei Neidhardt liegt dieser Wert 2,71 % höher als bei den vorliegenden Daten. Das heißt, mehr Befragte der Zielgruppe „Live-Action-RollenspielerInnen“ haben angegeben, jemanden zum Sprechen zu haben und auch mehr Personen, auf die sie zugehen können, wenn sie jemanden zum Reden brachen. Der t-Test ergab für dieses Item einen p-Wert nahe null, was beutet, dass die Steigerung ist als signifikant zu betrachten ist.

Item „Gutes Wort“

Das arithmetische Mittel der Antworten dieser Frage liegt mit 4,73 zu 3,51 und einem Median von 5-7 Personen zu 2 Personen auch hier höher als bei Neidhardt. Die Streuung um den Mittelwert ist hier auch um den Faktor eins höher als in der Vergleichsstudie, die Standardabweichung ist in einem ähnlichen Rahmen um 0,16 erhöht. Die Extremwerte liegen hier 4,73 % auseinander. Das bedeutet, die Live-Action-RollenspielerInnen haben statt durchschnittlich dreieinhalb Personen sechs Personen, die ein gutes Wort bei einem wichtigen Menschen für sie einlegen könnte und beinahe 5 % mehr haben zumindest eine Person, die für eine solche Bitte in Frage käme. Auch

³⁴ ebenfalls den Faktor eins über Neidhardt

dieser Anstieg ist signifikant.

Item „KleineHilfe“

Der Trend der vorherigen Antworten setzt sich in dieser fort und verstärkt sich sogar. Das arithmetische Mittel liegt 1,78 Punkte höher, ebenso ist der Median bei Neidhardt bei 3-5 Personen und hier bei 5-7 Personen. Die Standardabweichung ist um 0,13 niedriger, die Antworten streuen also geringer und der Faktor der Extremantworten liegt 7,29 % niedriger als in der Vergleichsstudie. Summierend lässt sich also feststellen, dass die Befragten mehr Menschen kennen, die ihnen bei kleinen Problemen im Haushalt ohne finanzielle Gegenleistung helfen würden, als der Durchschnitt der Vergleichsstudie, nämlich durchschnittlich bis zu drei mehr. Der sehr niedrige p-Wert weist auf eine hohe Signifikanz hin.

Item „Lebensmittel“

In der erhobenen Studie liegen arithmetisches Mittel und Median erneut recht genau einen ganzen Punkt (1,14) über der Vergleichsstudie. Die Extremantwort liegt 6,53 % unter den von Neidhardt erhobenen Antworten. Das bedeutet 6,53 % weniger Teilnehmende sagen von sich selbst, niemanden zu haben, bei welchem sie Lebensmittel leihen könnten.

Item „BankHilfe“

Auch bei diesem Item ist ein deutlicher Unterschied festzustellen. Das arithmetische Mittel unterscheidet sich um den Faktor eins, der Median liegt hier bei zwei Personen, was dem arithmetischen Mittel erneut sehr nahekommt. Der p-Wert ist sehr niedrig und die Antworten damit signifikant. Die Extremantworten fallen höher aus als bei den restlichen Fragen, vermutlich wegen des spezifischen Themas. Bemerkenswert ist jedoch, dass auch bei diesem sehr speziellen Thema ein Unterschied von 23,36 % besteht, also 23,36 % mehr Teilnehmende grundsätzlich jemanden kennen, der sie in Bankthemen beraten kann.

Item „GeldLeihen“

Die Teilnehmenden der Studie scheinen im Vergleich zu Neidhardts Studie auch einen verbesserten Zugang zu Geldmitteln, welche im Notfall kurzfristig geliehen werden könnten, zu haben. Der Median liegt hier bei 5000 Euro im Vergleich zu 1000 Euro. Dieses Item ist eine Ressource des Humankapitals und eine Ressource instrumenteller Handlungen, das heißt, sie erhöht in diesem Fall die individuelle Liquidität und vermeidet Strafzinsen durch das Aufnehmen eines Kredites. Das arithmetische Mittel liegt 1,35 höher und mit 5,16 am zweithöchsten innerhalb der Items des Sozialkapitals der Privatsphäre. Die Standardabweichung ist um 0,07 geringer als bei Neidhardt. Bezeichnend ist hier, dass lediglich 0,66 % aller Teilnehmenden angeben, in Notfällen kein Geld leihen zu können - 9,03 % weniger als im Erhebungsdurchschnitt der Vergleichsstudie. Die Quote der Extremantworten ist hier auch von allen Items des privaten Sozialkapitals am niedrigsten.

Item „Kennenlernen“

Das letzte Item stellt die Frage, wie viele interessante, neue Menschen bei Feiern von Bekannten kennengelernt werden. Diese Frage ist deswegen interessant, weil sie auch die potenzielle Erweiterung des eigenen Netzwerkes um interessante und wertvolle Kontakte abbildet. Als Item instrumenteller Handlungen und Ressource der Zugangsprivilegien zahlt dies auf die überbrückende Wirkung von Sozialkapital ein und ermöglicht im besten Fall den Zugang zu neuen Sozialkapitalressourcen. (Neidhardt 2018, S.122) Auch das letzte Item des Sozialkapitals der Privatsphäre setzt den Trend der vorherigen Fragen fort. Arithmetisches Mittel und Median sind um einen Punkt erhöht, die Standardabweichung ist mit 0,13 vergleichbar und der Anteil der Extremantworten fällt geringer aus, hier um 10,12 %. Damit ist auch die Quote an Menschen, deren Netzwerk sich stetig durch Einladungen bei Freunden erweitert, höher als bei der Vergleichsstudie.

Zusammenfassung privates Sozialkapital

Zusammenfassend lässt sich über den ersten Bereich des Sozialkapitals sagen, dass alle sieben Items im Vergleich zu einem Bevölkerungsdurchschnitt auf ein signifikant erhöhtes Sozialkapital hinweisen. Dies gilt sowohl für Ressourcen expressiver Handlungen als auch für instrumentelle Ressourcen. Auch bezeichnend ist die Differenz

zur Originalstudie im Bereich der Extremantworten, welche im Median um 7,29 % höher liegt und Unterschiede bis zu 23 % aufweist. Das durchschnittliche gesamte arithmetische Mittel liegt in diesem Bereich bei 4,68, das Mittel der Vergleichsstudie in diesem Bereich bei 3,33.

Die Nullhypothese, dass es keinen Zusammenhang zwischen Hobby und Sozialkapital gibt, kann in Anbetracht der erhobenen Ergebnisse abgelehnt werden. Die Werte sind in allen Bereichen des Sozialkapitals der Privatsphäre erhöht. Die durchschnittliche Standardabweichung ist nicht signifikant erhöht oder niedriger, was bedeutet, dass das Antwortmuster vergleichbar ist.

4.2.3 BERUFLICHES SOZIALKAPITAL

Item „JobVermittlung“

Das arithmetische Mittel liegt bei 4,18 für die Zielgruppe und damit um 1,7 höher als bei der Durchschnittsstudie. Der p-Wert tendiert auch hier gegen null und beweist damit eine statistische Signifikanz der Daten. Live-Action-RollenspielerInnen kennen durchschnittlich drei bis vier Personen, die ihnen einen Beruf entsprechend ihrer Fähigkeiten vermitteln können, der Durchschnitt der Vergleichsstudie lediglich eine Person. Die Standardabweichung ist um 0,18 höher als in der Vergleichsstudie, die Anzahl der Extremantworten um 27,65 % niedriger, was bedeutet, dass über ein Viertel der Teilnehmenden mehr mindestens einen Kontakt haben, der ihnen eine Stelle vermitteln kann und somit die Zugangshürde zum Jobmarkt im Vergleich niedriger ist.

Item „ArbeitHilfe“

Auch das zweite Item der Arbeitssphäre ist in allen Messbereichen deutlich erhöht. Das arithmetische Mittel liegt 2,30 über dem Durchschnitt. Die Extremantworten sind 10,72 % niedriger und die Studienteilnehmenden haben unter ihren KollegInnen im Schnitt drei bis vier Personen, die ein gutes Wort bei einem Vorgesetzten einlegen würden. Der gegen null tendierende p-Wert zeigt auch hier ein signifikantes Ergebnis an.

Item „Invoutgoing“

Das letzte Item beschreibt die Selbsteinschätzung der Teilnehmenden in Bezug auf die Ausprägtheit ihres eigenen beruflichen Netzwerkes. Das arithmetische Mittel liegt bei 3,13 und damit recht nahe an der Vergleichsstudie mit 2,62 auf einer Skala von eins bis fünf. Auch die Standardabweichung ist mit 1,13 zu 1,18 sogar niedriger. Der Anteil der Antworten, die besagen, dass der Aussage über ein ausgeprägtes berufliches Netzwerk zu verfügen überhaupt nicht zugestimmt werden kann, liegt bei 10,62 % und damit 11,81 % niedriger als in der Durchschnittsstudie.

Die Hypothese H1b lautete:

H1b: Eine aktive Hobbytätigkeit erhöht das Sozialkapital der Arbeitssphäre im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Diese Hypothese kann nach eingehendem Vergleich ebenfalls angenommen werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Live-Action-RollenspielerInnen über signifikant erhöhtes Sozialkapital im Bevölkerungsvergleich verfügen. (siehe Abbildung 11: individuelles Sozialkapital – Vergleich)

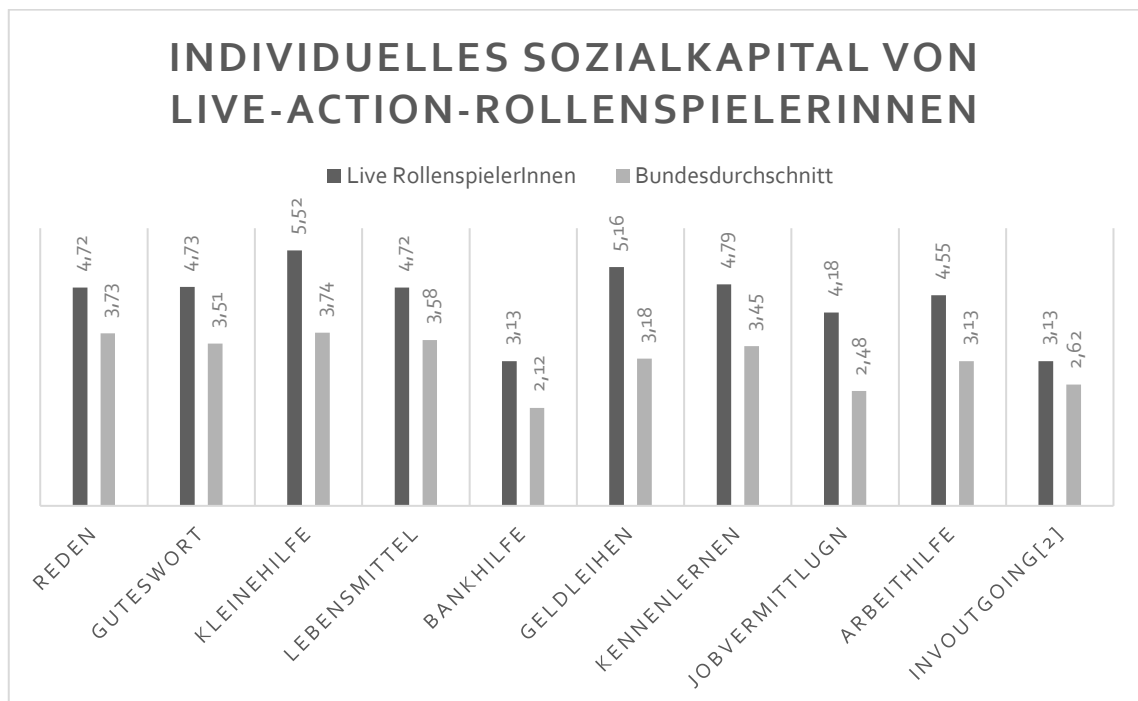


ABBILDUNG 11: INDIVIDUELLES SOZIALKAPITAL – VERGLEICH (EIGENE DARSTELLUNG)

4.3 REGRESSIONSANALYSE ORGAAKTIVITÄT UND SOZIALKAPITAL

Die lineare Regression des individuellen Sozialkapitals mit dem Orgascore ergab folgende Ergebnisse:

	Koeffizient	Std.Error	R ²	p-Value
<i>Orgascore</i>	0,18512	0,02426	0,06971	6,91*10 ⁻¹⁴ ³⁵

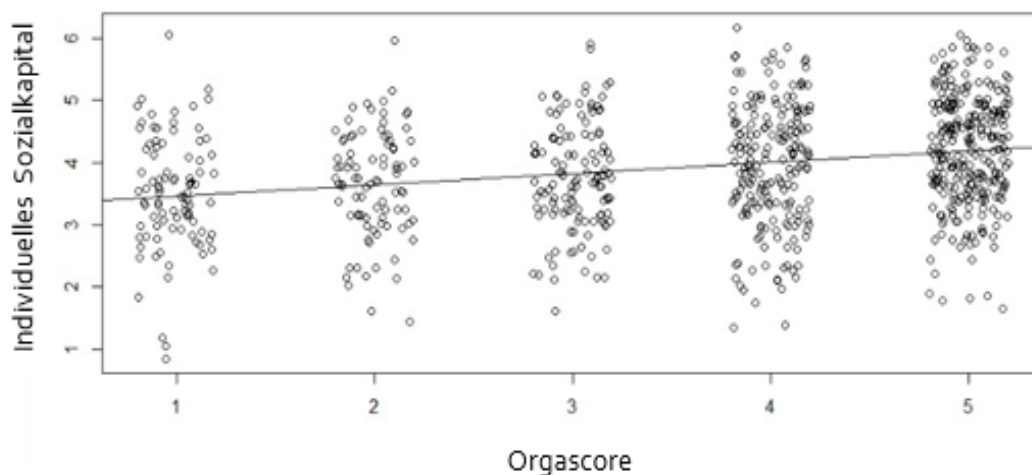


ABBILDUNG 12 DARSTELLUNG DER LINEAREN REGRESSION ALS STREUDIAGRAMM

Der Koeffizient besagt, dass bei einer Erhöhung des Organisationscore um eine Einheit das individuelle Sozialkapital um 0,19 Einheiten steigt, das heißt pro Schritt auf dem Orgascore erhöht sich das individuelle Sozialkapital um 19 %. Der Mittelwert des individuellen Sozialkapitals der Gesamtpopulation beträgt 3,92. Somit ist eine Erhöhung um 0,19 eine Verbesserung von 5 % des durchschnittlichen Sozialkapitals der erhobenen Population. R² liegt bei 0,06917 . Der Zusammenhang ist signifikant.

Die Nullhypothese kann aufgrund der starken Signifikanz und dem positiven Anstieg zugunsten von H₂ abgelehnt werden.

³⁵ 0,0000000000000691

Die logistische Regression gab folgende Ergebnisse aus:

Variable	Koeffizient (β)	Std.Error	p-Wert	AME
<i>Aktivität</i>	0,83	0,15	6,88e-08	0,19 ($\pm 0,06$)
<i>Female</i>	0,05	0,15	0,75	0,01 ($\pm 0,06$)
<i>EKLow</i>	0,59	0,16	0,000171	0,14 ($\pm 0,07$)

ABBILDUNG 13 LOGISTISCHE REGRESSION VON ORGAAKTIVITÄT

Nur Aktivität und EK-Low sind in dieser Auswertung die signifikanten Variablen. Hier betrachten wir weiter die AME Werte. Diese geben für den Wechsel von niedriger zu hoher Orgaaktivität eine Wahrscheinlichkeit von 19 % an, über ein höheres individuelles Sozialkapital zu verfügen. Bei einem Wechsel von niedrigem auf hohes Einkommen steigt die Wahrscheinlichkeit, über gemäß der Gesamtpopulation hohes Sozialkapital zu verfügen, um 14 %. Das Geschlecht spielt in diesem Zusammenhang keine Rolle.

4.4 REGRESSIONEN VERTRAUEN UND LANGFRISTIG REZIPROKES VERHALTEN

Die lineare Regression des Trustscores auf das Sozialkapital mit dem Sozialkapital als abhängige Variable ergibt folgende Werte:

Variable	Koeffizient	Std.Error	p-Wert
<i>Trust Score</i>	0,00	0,09	0,97

TABELLE 18 REGRESSIONSTABELLE TRUSTSCORE UND INDIVIDUELLES SOZIALKAPITAL, EIGENE AUSWERTUNG

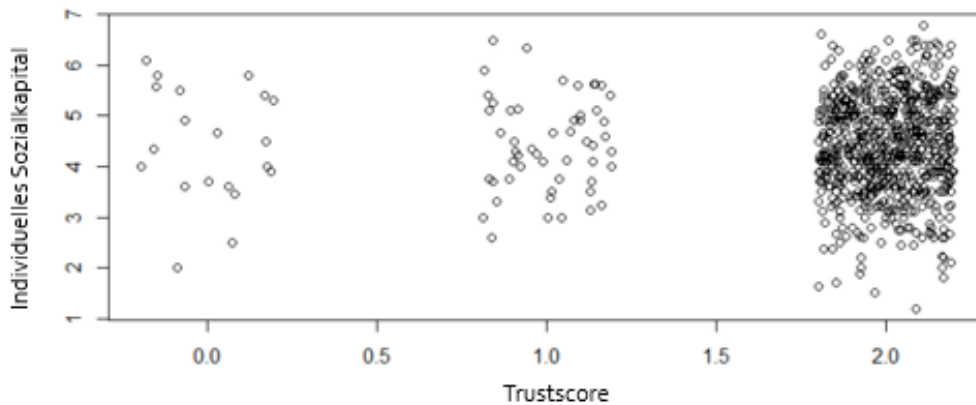


ABBILDUNG 14 TRUSTSCORE UND INDIVIDUELLER SOZIALKAPITALINDEX, REGRESSION (EIGENE DARSTELLUNG)

Der Koeffizient ist null. Zudem ist der p-Wert mit 0,97 derart, dass die Nullhypothese nicht abgelehnt werden kann. Die Hypothese H3 wird hiermit verworfen.

Die Datenauswertung für die logistische Regression und die Überprüfung des Verhaltens im spieltheoretischen Experiment durch die Messung der realen Spendenbereitschaft ergab folgende Ergebnisse:

<i>Variable</i>	Koeffizient (β)	Std.Error	p-Wert	AME
<i>Strategisches Verhalten</i>	-0,86	0,28	0,0008	-0.09
<i>Female</i>	0,41	0,22	0,07	0.05
<i>Glück</i>	0,05	0,23	0,84	0.01
<i>Aktivität</i>	0,26	0,23	0,26	0.03
<i>Sozialkapital</i>	-0,07	0,28	0,80	-0.01
<i>Ties</i>	0,71	0,27	0,01	0.08
<i>EK Low</i>	0,60	0,23	0,009	0.07

TABELLE 19 REGRESSIONSTABELLE PROSOZIALES VERHALTEN, EIGENE AUSWERTUNG

Statistisch signifikant sind die Variablen strategisches Verhalten und EK Low. Die Auswirkungen der restlichen Variablen sind nicht signifikant und können deswegen verworfen werden. Strategisches Verhalten verringert die Wahrscheinlichkeit der Spendenbereitschaft um 9 %.

Der Wechsel von niedrigem strategischem Verhalten zu hohem strategischem Verhalten senkt die Spendenbereitschaft um 9 %. Der Wechsel von niedrigem zu hohem Einkommen erhöht die Spendenbereitschaft um 7 %.

4.5 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUFFÄLLIGKEITEN

Die aufgestellte Hypothese H1a lautet: Eine aktive Hobbytätigkeit erhöht das private Sozialkapital im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Der Test der Hypothese erfolgte über einen t-test und eine deskriptive Vergleichsauswertung, welche bestätigen konnten, dass die Ergebnisse in jedem Fall als signifikant zu bewerten sind. Das durchschnittliche individuelle Sozialkapital von Live-Action-RollenspielerInnen ist auf einer Skala von eins bis sieben im Durchschnitt um 1,35 Punkte höher als beim Bevölkerungsdurchschnitt. Das ist eine Erhöhung um 19,28 %. Betrachtet man die Privatsphäre und die Berufssphäre isoliert, ist das private Sozialkapital um 18,01 % und das berufliche Sozialkapital sogar um 22,37 % erhöht.

Alle Werte, die in diesem Modell verglichen wurden, sind in allen Bereichen höher als die der Gesamtstudie. Sowohl der t-test als auch die einzelne p-Value Berechnung zeigen einen signifikanten und starken Zusammenhang des erhöhten Sozialkapitals und der ausgewählten Vergleichsgruppe an. Diese verfügt in allen Bereichen über mehr individuelles Sozialkapital.

Die Hypothese, dass Menschen, die einem Hobby nachgehen, über höheres individuelles Sozialkapital verfügen, konnte in der statistischen Überprüfung angenommen werden. Die gemeinsame Basis der Hobbyausübung scheint einen gravierenden Einfluss auf das verfügbare Sozialkapital auszuüben.

Interessant ist an dieser Stelle zu beobachten, dass die Selbsteinschätzung der Studienteilnehmenden bei der Größe des beruflichen Netzwerkes der Selbsteinschätzung des Bevölkerungsdurchschnittes in diesem Bereich beinahe genau entspricht. Der Median liegt an der gleichen Stelle. Dies könnte bedeuten, dass Live-Action-RollenspielerInnen ihr eigenes Netzwerk als durchschnittlich ausgeprägt ansehen, obwohl sie bei der Option, einen Arbeitsplatz gemessen ihrer Qualifikation zu erhalten, Zugang zu durchschnittlich ein bis zwei Personen mehr haben. Außerdem ist

das berufliche Sozialkapital bei ihnen deutlich ausgeprägter als bei der Vergleichsstudie von Neidhardt. Das kann darauf hinweisen, dass die Wahrnehmung der Netzwerkpflege im beruflichen Bereich für Live-Action-RollenspielerInnen einen untergeordneten Stellenwert einnimmt und deswegen als eher durchschnittlich bewertet wird. Bemerkenswert sind auch die deutlich niedrigeren Extremantworten in allen Bereichen, welche vermutlich bei dem erhöhten Gesamtdurchschnitt eine Rolle spielen.³⁶

Der Zusammenhang zwischen freiwilligem, freizeitleichem Engagement und Sozialkapital wurde mit folgender Hypothese überprüft: Bei Personen, die in ihrer Freizeit (auch abseits von Verbänden) freiwillig mehr verantwortungsvolle Aufgaben wie die Organisation oder Leitung von Gruppen übernehmen, ist die Ausstattung mit Sozialkapital höher als bei anderen.

Das organisatorische Potenzial wurde zunächst als Score zusammengefasst und als lineare Regression auf dem addierten Sozialkapitalscore (einer Skala von eins bis sieben) abgebildet. Die absolute Steigerung des individuellen Sozialkapitals von durchschnittlich 5 % pro Schritt auf der Sozialkapitalskala ist signifikant, wenn auch nicht stark ausgeprägt. Die hohe Varianz (R^2) weist darauf hin, dass es wahrscheinlich andere, in diesem Modell nicht erforschte Variablen gibt, die das Sozialkapital stärker beeinflussen als der Orgascore.

Die logistische Regression bestätigt darüber hinaus, dass ein Wechsel von einer niedrigen auf eine hohe Organisationsaktivität eine um 19 % erhöhte Wahrscheinlichkeit für höheres Sozialkapital voraussagt. Dazu scheint auch ein Wechsel von einer niedrigen in eine hohe Einkommenskategorie die Wahrscheinlichkeit, über höheres individuelles Sozialkapital zu verfügen, zu erhöhen. Es scheint andere, in dieser Arbeit nicht erforschte Faktoren zu geben, die das individuelle Sozialkapital stärker beeinflussen als der reine Organisationswille.

³⁶ Bemerkenswert deshalb, weil es bedeutet, dass die Grundanzahl an Menschen, die zumindest eine Person kennen, höher als im Vergleichsdurchschnitt ist. Eine einzelne Person kann in einer Krisensituation bereits einen großen Unterschied für die eigene mentale Verfassung machen.

Dennoch sind die Daten insoweit deutlich, dass die Hypothese, dass erhöhtes organisatorisches Engagement eine Erhöhung des Sozialkapitals mit sich bringt, angenommen werden konnte.

Als Prädiktor für das Individuum eignet sich der Orgascore jedoch tendenziell weniger, da zwar die grundlegende Wahrscheinlichkeit erhöht ist, die Streuung jedoch so hoch, dass die Aussagekraft dieses Scores nur bedingt von Nutzen für eine Vorhersage der tatsächlichen Höhe der Sozialkapitals ist.

Mit der dritten Hypothese wurde die grundlegende Bereitschaft, anderen zu vertrauen, überprüft. Die aufgestellte Hypothese lautete: Personen, die über hohes individuelles Sozialkapital verfügen, verhalten sich vertrauensvoller und damit sozialer als jene, die über niedriges individuelles Sozialkapital verfügen.

Die lineare Regression des aufgestellten Trust Index mit dem individuellen Sozialkapital ergab keinen signifikanten Zusammenhang. Damit musste die dritte Hypothese abgelehnt werden.

Auffällig ist jedoch, dass beinahe die gesamte Population einen Trustscore von 2 hatte (siehe Abbildung 14 Trustscore und individueller Sozialkapitalindex, Regression (eigene Darstellung)) und die grundsätzliche Vertrauensbereitschaft und Kooperationsquote mit 93,13 % enorm hoch ist. Damit ist es nicht möglich, signifikante Ergebnisse zu erhalten, da der Großteil der Antworten gleich ist. Hier müssten in eine neue Befragung durchgeführt werden, um diesen Bereich stärker aufzuschlüsseln. Die Hypothese könnte so erneut und im besten Falle mit einer randomisierten Population getestet werden.

Beachtenswert ist auch Anschlussauswertung des prosozialen Verhaltens. Die grundlegende Spendenbereitschaft, welche als Indikator für die langfristige Reziprozität der Erhebungspopulation dient, liegt bei 84,05 % und ist damit im oberen Quantil angesiedelt. Auffällig in dieser Betrachtung ist die Umkehrung des Spendenverhaltens ins Negative bei einer strategischen Nutzung des sozialen Netzwerkes. Diese war so nicht vorherzusehen und wurde in der Hypothesenauswertung lediglich als Vergleichsvariable herangezogen. Die Wahrscheinlichkeit, den Betrag am Ende zu spenden, sinkt um 10 %, wenn die

strategische Netzwerknutzung besonders ausgeprägt ist. Die Korrelation ist statistisch signifikant. Dieses Indiz würde sich lohnen, in einer eigenen Studie genau zu untersuchen, um weitere Erkenntnisse aus dem Einfluss der Strategischen Nutzung auf das soziale Verhalten abzuleiten.

5 DISKUSSION

5.1 BEDEUTUNG DER AUSWERTUNG FÜR ORGANISATIONEN

Dass aktives Engagement in einem Hobby als Katalysator für individuelles Sozialkapital dienen kann, konnte in der vorliegenden Datenauswertung belegt werden. Dieser Zusammenhang ist nicht überraschend. Bereits Bourdieu postuliert, dass einige Gruppen "absichtlich organisiert sind, um soziales Kapital zu konzentrieren" [Bourdieu (1986), S. 249], und nennt als Beispiel insbesondere "prestigeträchtige Gruppen". Auch Putnam (2020) betrachtet die Zugehörigkeit in Gruppen als einen validen Indikator für erhöhtes Sozialkapital, gerade in Bezug auf Kleingruppen. (Putnam, 2020, S. 149) Gerade die aktive Mitgliedschaft und das aktive Engagement scheint in diesem Kontext eine vitale Funktion auszuüben. In der Studie von Neidhardt (2018) wurde ein positiver Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu Gruppen und Sozialkapital induziert. (Neidhardt, 2018, S. 154–155) Allerdings war bei der Erhebung der Anteil an Mitgliedern in Organisationen wie Rotaryclub, Studentenverbindungen und ähnlichen, die ihren eigenen Mitgliedsstatus als „aktiv“ beschrieben, zu gering, um daraus valide Ergebnisse abzuleiten. Dies konnte in der vorliegenden Arbeit mit einer hochaktiven Hobbyistengruppe getan werden. So scheint ein großer Faktor die Art des Hobbys und die investierte Zeit in der Ausübung der Beschäftigung zu sein. Diese Erkenntnisse decken sich mit der Forschung von Pena-Lopez und Sánchez-Santos (2017), welche in unterschiedlichen Aktivitäten verschiedene Beziehungsfaktoren, welche unterschiedlich auf das Sozialkapital einwirkten, identifizieren konnten.

„Anders als beim privaten Netzwerk ist die Richtung des Effekts bei Gruppen klarer, aber eine gewisse Differenzierung ist notwendig: Die Zugehörigkeit zu einer Gruppe verbindet ein Individuum mit anderen Individuen und steigert so sein Sozialkapital. Es ist nicht klar, warum das Vorhandensein von sozialem Kapital es für ein Individuum wahrscheinlicher macht, einer Gruppe beizutreten, die bestimmte Bestrebungen verfolgt.“ (Neidhardt, 2018, S. 64)

Interessant und aufschlussreich wäre an dieser Stelle ein Vergleich zwischen unterschiedlich gerichteten Arten von Gruppen und Verbänden. Ob beispielsweise ein Sportverein, ein Schützenverein oder die Gruppe der PfadfinderInnen in ihren Vernetzungen ähnliche Tendenzen für die Ausstattung mit individuellem Sozialkapital

aufweisen. Die Vermutung liegt nahe, dass das einzelne Individuum von den positiven Gruppenfaktoren in Bezug auf das Sozialkapital desto stärker profitiert, je intensiver und aktiver die Intensität der Interaktion in Gruppen eine Auswirkung auf das individuell verfügbare Sozialkapital ausübt.

Diese Tendenz könnte, so die vorliegenden Ergebnisse, für Individuen mit ähnlicher Freizeitstruktur wie Live-Action-RollenspielerInnen ebenfalls gelten und somit für EntscheiderInnen in Unternehmen beachtenswert sein, wenn das strategische Ziel, das Sozialkapital einer Organisation gezielt zu erhöhen, angestrebt wird. Menschen, welche in der Beobachtung Tendenzen für niedriges Sozialkapital aufweisen, könnten beispielsweise darin unterstützt werden, sich freizeitlich intensiver zu engagieren. In diesem Zusammenhang kann die interne Kommunikation eines Unternehmens eine Schlüsselrolle spielen, indem beispielsweise Plattformen geschaffen werden, die Menschen mit ähnlichen Interessen über die Arbeit hinaus in Gruppen und Vereinen vernetzen und so die Verbindungen zwischen Unternehmen und Vereinen stärker fördern. Alternativ wäre die Frage nach der Freizeitbeschäftigung ein guter Indikator für Einstellungsprozesse. Die Frage „Womit verbringen Sie ihre Freizeit? Haben sie aktive Hobbies?“ kann also in Vorstellungsgesprächen das Firmeninteresse nach erhöhtem Sozialkapital positiv unterstützen. Auch könnten Recruitingmaßnahmen, die gezielt in Richtung von Vereinen mit aktiven, engagierten Mitgliedern positioniert werden, erfolgsversprechend sein, um das generelle Sozialkapital eines Unternehmens nachhaltig zu erhöhen.

Die Hypothese, dass eine organisatorische Tätigkeit positiven Einfluss auf Sozialkapital ausübt, konnte bestätigt werden. Der Grundzusammenhang zeichnete sich bereits in der vorliegenden Literatur ab. Gerade die zeitliche Komponente korreliert laut (Bourdieu 1983), (Becker, 1974), (Schnell et al., 2013) und (Glaeser et al., 2002) mit der Bildung von Sozialkapital. (Neidhardt, 2018, S. 62) Organisatorische Tätigkeiten, die eine Zusammenarbeit mit anderen beinhalten, eignen sich gut dazu, gemeinsam Zeit zu verbringen und in dieser Sozialkapital durch eine Vertiefung von Bindungen und dem Aufbau von interpersonellem Vertrauen zu erhöhen. Doch ist die eher geringe, wenn auch signifikante Divergenz innerhalb der Erhebungspopulation über die grundsätzlich bereits sehr hohe Aktivität, die eine Ausübung des Hobbys Live-Action-Rollenspiel mit

sich bringt, gemessen an der hohen Grundaktivität des Hobbys plausibel.

Die erhobene Gesamtpopulation geht dem Hobby LARP im Durchschnitt bereits fünf bis zehn Jahre nach, was auf einen großen Einsatz in diesem Hobbybereich schließen lässt. Ob und inwiefern dieser Faktor einen wie auch immer gearteten Einfluss auf das Sozialkapital ausübt, wurde in diesem Modell nicht überprüft und könnte Gegenstand weiterer Forschung darstellen.

Die hohe Varianz weist darauf hin, dass andere Faktoren als die organisatorische Tätigkeit eine stärkere Rolle für den Aufbau von Sozialkapital innerhalb dieses Hobbykreises spielen. Welche genau das sind, müsste in einer neuen Erhebung untersucht werden. Diese würde sich insbesondere deswegen lohnen, da die durchgeführte Studie gezeigt hat, dass der Orgascore als schwacher Indikator für ein erhöhtes Sozialkapital dienen könnte. Die Richtung des Einflusses ist dabei völlig unklar. Es kann sowohl der Fall sein, dass der Orgascore das Sozialkapital erhöht oder das Sozialkapital die organisatorischen Kapazitäten. Die Schlussfolgerung hier wäre entweder, dass Menschen mit niedrigem Sozialkapital mehr organisatorische Verantwortung übernehmen müssten, um ihr individuelles Sozialkapital zu erhöhen. Es könnte im Umkehrschluss jedoch auch bedeuten, dass Menschen mit hohem Sozialkapital mehr Ressourcen zur Verfügung haben, die sie in eine organisatorische Tätigkeit stecken können und diese dadurch erhöht wird. Daher wäre es in diesem Fall ein guter Indikator für ein erhöhtes Sozialkapital. Zu beachten ist außerdem, dass diese dennoch signifikante positive Tendenz in einem Personenkreis mit erhöhtem Sozialkapital darauf hinweist, dass es Möglichkeiten der Erhöhung desselbigen gibt, indem Personen, die bislang noch keinerlei organisatorisches Engagement entwickelt haben, beginnen, proaktiver zu handeln. Es wäre möglich, dass die beobachteten Effekte in einem weniger sozialen Kreis stärkere Auswirkungen haben können.

Für Managemententscheidungen kann dieses Wissen als Basis für Führungsentscheidungen wie beispielsweise die Reaktion auf Urlaubsanfragen von Mitarbeitenden genutzt werden. Eine positive Verstärkung von erwünschten Verhaltensweisen ist eine einfache Möglichkeit, strategische Entscheidungen in

Unternehmen über alle Ebenen hinweg zu verfestigen. Eine Erkenntnis, die nach aktueller Fachmeinung im Bereich der Personalführung oder des Veränderungsmanagements ein gutes Werkzeug zur Verfestigung von Verhaltensweisen ist. (vgl. (Blöschl, 2011), (Alexander, 2014, S. 38–44), (Becker, 2005, S. 61–62)) Unter der Prämisse, dass die grundlegend beobachtete Tendenz, dass organisatorisches Engagement das individuelle Sozialkapital auch bei Personen, die bereits über erhöhtes Sozialkapital verfügen, weiter erhöhen kann, lassen sich EntscheidungsträgerInnen gegenüber Empfehlungen aussprechen. So kann es lohnend sein, Engagement, das die Koordination mit anderen Mitgliedern eines Unternehmens fördert, klarer zu fördern und Impulsanreize zu setzen, beispielsweise durch Bonuszahlungen. Entsprechende Kommunikationsmaßnahmen wie direkte Mailings, Ankündigungen im Intranet oder das Schaffen von Zeiten für interpersonale Treffen während der Arbeitszeit, können Mitarbeitende motivieren, sich in firmeninternen Gremien zur Gestaltung des Unternehmensalltages abseits der normalen Arbeitsroutine zu engagieren. Die Möglichkeiten, welche die organisatorische Zusammenarbeit von Mitarbeitenden fördern, sollte dabei stetig zwischen Management und Kommunikationsabteilung abgestimmt und in Mitarbeiterzeitungen oder firmeneigenen Portalen möglichst konsequent und dauerhaft beworben und intern kommuniziert werden. Doch nicht nur der innerbetriebliche Fokus sollte unter diese Prämisse gesetzt werden. Auch die Motivation von Mitarbeitenden, sich im Privaten zu engagieren, und Freistellung für organisatorische Verpflichtungen in der Freizeit kann in der internen Führungskommunikation als Bestandteil der Sozialkapitalstrategie vermittelt werden. Wenn Menschen kooperieren, können sie nicht nichts empfinden. Das Interagieren mit anderen Menschen löst in jedem Fall Emotionen aus, positive wie negative. (Badura et al., 2013, S. 1)

Eine positive Reaktion von Vorgesetzten auf Freistellungswünsche für Hobbyorganisation kann einen direkten Einfluss darauf haben, wie wohl sich Angestellte damit fühlen, in ihrer Freizeit über ein passives Maß hinaus Verantwortung zu übernehmen.

Die dritte und letzte Hypothese, dass Personen mit erhöhtem Sozialkapital sich vertrauenswürdiger und kooperativer verhalten, musste zugunsten der Nullhypothese

abgelehnt werden. Die innerhalb der Erhebungspopulation sehr hohe Kooperationsbereitschaft macht es unmöglich, einen direkten Zusammenhang zwischen erhöhtem Sozialkapital und der Vertrauensbereitschaft herzustellen. Dieser Ansatz müsste in einer randomisierten Forschungsgruppe noch einmal aufs Neue überprüft werden, um auswertbare Resultate zu liefern.

Allerdings ist ein Aspekt der Nebenuntersuchung bezüglich des prosozialen, altruistischen Verhaltens beachtenswert. Auch diese Untersuchung ist signifikant. Dem altruistischen, prosozialen Verhalten war jedoch keine eigene Hypothese gewidmet, sondern es wurde lediglich als Sekundärbeobachtung in die Studie eingeführt, um das kooperative Vertrauensverhalten besser einordnen zu können.

Das Spenden an sich wurde den Teilnehmenden durch eine große Auswahl verschiedener Organisationen und einem Freitextfeld zum Eintragen einer zusätzlichen Organisation an, welche im Gewinnfall eine Spende gerichtet werden sollte, zusätzlich erleichtert. In der Auswertung haben sich zwei Faktoren als signifikante Einflussgrößen auf die Spendenbereitschaft erwiesen: Das Nettohaushaltsvermögen und die strategische Netzwerknutzung. Höheres Einkommen führt zu einer 7% höheren Spendenbereitschaft im Vergleich zu niedrigem Einkommen³⁷. Somit lässt sich die in der erhobenen Studie gemessene Spendenbereitschaft mit der grundlegenden Prosozialität der Gruppe und verfügbaren Geldmitteln positiv verbinden. Die strategische Netzwerkpflge dagegen offenbart eine interessante negative Korrelation, die in einer genaueren Untersuchung behandelt werden sollte. Im Rahmen der hier erhobenen Studie lässt sich daraus lediglich ableiten, dass es in einer derart prosozialen Gruppe einen bezeichnenden Einfluss hat, wie strategisch das Netzwerk genutzt wird. Die beinahe zehn Prozent niedrigere Spendenbereitschaft ist ein Indikator dafür, dass die strategische eher gezielt reziproke Netzwerkpflge einer Person mögliche positive Effekte von Freizeitengagement auf prosoziales Verhalten schmälern kann. Ein Netzwerk, das rein zweckgebunden genutzt wird, ist unter der Voraussetzung, die beobachteten Faktoren unterliegen nicht weiteren, ungekannten

³⁷ Die groß angelegte Metastudie von Schmukle, Korndörfer et al. konnte 2019 die von Côté et al. (2015) aufgestellte Behauptung, hohes Einkommen mindere die Bereitschaft sich anderen gegenüber großzügig verhalten, widerlegen. Die Erkenntnisse widersprechen damit nicht dem allgemeinen Forschungsstand zu diesem Thema, sondern stützen diesen. Anm. d. Autorin

Variablen, ein negativer Indikator für wünschenswertes, prosoziales Verhalten. Die Erklärung dafür liegt möglicherweise in der grundlegenden Beschaffenheit altruistischen Verhaltens gegenüber rationalem, egoistischem Handeln. Die beobachtete Gruppe ist deutlich prosozial und damit tendenziell eher langfristig reziprok orientiert in einem altruistischen als egoistischen Sinne. Bewusst strategisches Verhalten scheint dem entgegenzustehen. Diese Tendenz zeigte sich in anderer Form auch bereits in der Vergleichsstudie, in welcher gezielt reziprokes Verhalten negativ mit dem verfügbaren Sozialkapital korreliert. (Neidhardt, 2018, S. 61–62) Für Managementhandeln kann diese Korrelation für Beförderungsentscheidungen von Bedeutung sein. Spielen prosoziale Verhaltensweisen bei Führungskräften eine Rolle in der strategischen Ausrichtung des Unternehmens, kann es lohnend sein, einer potenziellen Führungskraft Fragen zu der Nutzung ihrer Netzwerke und der Einschätzung der Wichtigkeit persönlicher, enger Bindungen zu stellen. Dabei sollte der Fokus auf dem Selbstzweck der Bindung und nicht auf einem dahinterliegenden Ziel liegen. Eine starke strategische Tendenz im Antwortenmuster könnte, unter der Prämisse, dass diese Korrelation auch innerhalb einer randomisierten Erhebungsgruppe beobachtet werden würde, auf ein eher egoistisches als altruistisches Wertekonzept schließen lassen. Im Recruitingprozess kann es sich lohnen, neben der fachlichen Selbstdarstellung auch sog. „Soft-Skills“³⁸ gezielt abzufragen und innerhalb des Einstellungsprozesses stärker zu gewichten.

Generell können die Erkenntnisse dieser Studie für Kommunikationsverantwortliche und EntscheiderInnen in Unternehmen für strategische Personalentscheidungen eine gewisse Richtungstendenz weisen. Die Art und Intensität der Freizeitbeschäftigung einer potenziellen Führungskandidatin oder eines neu eingestellten Entscheiders könnte eine Tendenz anzeigen, wie es um das individuelle Sozialkapital, aber auch um das prosoziale Verhalten der entsprechenden Person bestellt ist. Folgt man der im vorherigen Abschnitt aufgestellten These, dass ein aktives Gruppenhobby generell prosoziale Verhaltensweisen stärkt und befördert, oder Menschen mit solchen

³⁸ Fähigkeiten, die nicht zwingend Fach- oder Methodenwissen beinhalten, sondern zwischenmenschliche oder kommunikative Fähigkeiten.

Tendenzen sich eher in aktiven Gruppenhobbys engagieren, kann ein stärkeres Interesse an persönlichen Freizeitscheidungen und einem Einfluss dieses Faktors bei der Personalwahl geeignet sein, das Sozialkapital eines Unternehmens gezielt zu steigern. Daraus ergeben sich weitere Handlungsoptionen, wie eine stärkere Orientierung von Firmen an ortsansässigen Vereinen oder aktiven Gruppen sowie einer strategischen Erschließung solcher Gruppen durch gezielte PR und Kommunikationsmaßnahmen. Maßnahmen dieser Art können finanzielle Zuwendungen durch Spenden an regionale Vereine sein, die durch soziale Interaktion gestützt werden. Austausch-Fußballspiele zwischen einem örtlichen Fußballverein und einer eigenen Firmensportmannschaft. Ein Reparaturwochenende für die Ausrüstung eines ansässigen PfadfinderInnenvereins könnte von einer Firma mit Wochenendausgleich von Teilnehmenden finanziert und unterstützt werden. Intergrationsvereine könnten in der Ausrichtung ihrer Sommerfeste durch Firmenmitglieder und gemietete Ausstattung aktiv unterstützt werden. Mit Kanuvereinen könnten Absprachen getroffen werden, dass Mitgliedsbeiträge von Firmenmitgliedern durch das Unternehmen getragen werden. Wie Firmenfitness könnte auf diese Art die Gemeinschaftsverknüpfung zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Vereinen gefördert und unterstützt werden.

5.2 LIMITATIONEN UND GRENZEN

Naturgemäß unterliegt eine wissenschaftliche Arbeit einigen Limitationen und Grenzen, die durch den gesetzten Rahmen bestimmt werden, aber grundlegend beachtet werden sollten. Die zusätzlich zur Ursprungsstudie von Neidhardt definierten Faktoren müssten in einer randomisierten Studie noch einmal überprüft werden, um die Wirkzusammenhänge konkret verallgemeinern zu können. Die beobachtete Erhöhung des individuellen Sozialkapitals gilt in dieser Arbeit ausschließlich für die erhobene Gesamtpopulation der Live-Action-RollenspielerInnen.

Weiterhin konnte der konkrete Wirkzusammenhang zwischen organisatorischem Engagement und Sozialkapital nicht zielgerichtet genug erschlossen werden. Es kann sein, dass auf beide Variablen stärkere, noch unbekannte Faktoren einwirken. Diese müssten in einer weiterführenden Studie genauer betrachtet werden. Auch, inwiefern

individuelle Charakterausprägungen das individuelle Sozialkapital beeinflussen, konnte nicht erforscht werden, da eine umfassende psychologische Bewertung der TeilnehmerInnen der Studie innerhalb des gegebenen Rahmens nicht durchgeführt wurde. Gemäß Badura et. al (2016) senkt beispielsweise eine hohe individuelle Machtorientierung von Führungskräften das Sozialkapital der Abteilung. Die hohe Varianz, die in der zweiten Hypothese festgestellt wurde, gibt einen Hinweis darauf, dass es noch Faktoren gibt, die einen starken Einfluss auf das Sozialkapital trotz hohen Engagements ausüben.

Diese Arbeit wurde innerhalb der Zeit der Corona-Pandemie 2020 geschrieben und die Daten zwischen September und Oktober 2020 erfasst. Da diese Phase gesamtgesellschaftliche Herausforderungen und Umbrüche mit sich gebracht hat, ist es nicht auszuschließen, dass diese sich auf die Studie ausgewirkt haben. Gerade die Fragen der Selbsteinschätzung der eigenen Zufriedenheit und die beruflichen Situationen der Teilnehmenden sind zu einer gewissen Wahrscheinlichkeit davon betroffen. Da diese Faktoren für die Auswertung jedoch nicht ohne erheblichen Mehraufwand zu isolieren gewesen wären, wurde davon abgesehen und die Auswertung ohne „Corona-Korrekturen“ vollzogen.

Eine weitere Limitation liegt in der Zielgruppenauswahl. Diese speist sich aus dem individuellen Sozialkapital der Menschen, die diese Umfrage ausgefüllt und geteilt haben. Damit wird das zu untersuchende Objekt zwangsweise Bestandteil der Art und Weise, wie die Antworten zustande kommen. Das bedeutet, dass die Umfrage über soziale Medien innerhalb der Zielgruppe verteilt wurde und somit ohnehin eher Menschen zugänglich gemacht wurde, die über ein nicht näher bestimmtes aber zumindest minimal erhöhtes Sozialkapital verfügen. Es wäre möglich, dass der Effekt des gestiegenen Sozialkapitals nicht in der Hobbyausübung zugrunde liegt, sondern in der generellen Nutzung sozialer Medien.

Wichtig ist an dieser Stelle zu bemerken, dass sowohl das Thema Vertrauen als auch das der Prosozialität in dieser Arbeit höchstens oberflächlich in die Auswertung einfließen konnten, da jedem einzelnen dieser Themenbereiche eine enorme Komplexität innewohnt. Jeder dieser Bereiche hätte eine eigene, intensive Betrachtung

aber verdient, um die genauen Zusammenhänge noch gezielter aufzuschlüsseln. Hier konnten lediglich Indizien erforscht werden.

Auch hat sich diese Arbeit zu keinem Zeitpunkt mit den negativen Auswirkungen von Sozialkapital auseinandergesetzt. Aber natürlich kann das Sozialkapital, wie ökonomisches Kapital auch, sowohl für wünschenswerte als auch unliebsame Zwecke wie Kontrolle und Ausschluss von Gruppenmitgliedern verwendet werden. (Langer, S. 2) Lesenswert ist in diesem Zusammenhang auch der Beitrag von Banassi und Gargiulo: „The dark side of social Capital“ (Gargiulo & Benassi, 1999), die sich ausgiebig dem Positivität-Bias dieses sehr positiv konnotierten Forschungsfeldes widmen und die Auswirkungen enger sozialer Beziehungen auf die Handlungsfähigkeit von Managern untersucht. Dieser gesamte Themenkomplex wurde jedoch aufgrund der ohnehin bereits hohen Fülle an Informationen gezielt ausgeklammert.

5.3 ZUKÜNFTIGE FORSCHUNGSANSÄTZE

Naturgemäß unterliegt eine wissenschaftliche Arbeit einigen Limitationen und Grenzen, die durch den gesetzten Rahmen bestimmt werden. aber grundlegend beachtet werden sollten. Die zusätzlich zur Ursprungsstudie von Neidhardt definierten Faktoren müssten in einer randomisierten Studie noch einmal überprüft werden, um die Wirkzusammenhänge konkret verallgemeinern zu können. Die beobachtete Erhöhung des individuellen Sozialkapitals gilt in dieser Arbeit ausschließlich für die erhobene Gesamtpopulation der Live-Rollenspieler.

Weiterhin konnte der konkrete Wirkzusammenhang zwischen Organisatorischen Engagement und Sozialkapital nicht zielgerichtet genug erschlossen werden. Es kann sein, dass auf beide Variablen stärkere, noch unbekannte Faktoren einwirken. Diese müssten in einer weiterführenden Studie genauer betrachtet werden. Auch, inwiefern individuelle Charakterausprägungen das individuelle Sozialkapital beeinflussen konnte nicht erforscht werden, da eine umfassende psychologische Bewertung der TeilnehmerInnen der Studie innerhalb des gegebenen Rahmens nicht durchgeführt wurde. Gemäß Badura et. al (2016) senkt beispielsweise eine hohe individuelle Machtorientierung von Führungskräften das Sozialkapital der Abteilung. Die hohe Varianz, die in der zweiten Hypothese festgestellt wurde, gibt einen Hinweis darauf,

dass es noch Faktoren gibt, die einen starken Einfluss auf das Sozialkapital trotz hohen Engagements ausüben.

Diese Arbeit wurde innerhalb der Zeit der Coronapandemie 2020 geschrieben und die Daten zwischen September und Oktober 2020 erfasst. Da diese Phase Gesamtgesellschaftliche Herausforderungen und Umbrüche mit sich gebracht hat, ist es nicht auszuschließen, dass diese sich auf die Studie ausgewirkt haben. Gerade die Fragen der Selbsteinschätzung der eigenen Zufriedenheit und die Beruflichen Situationen der Teilnehmenden sind zu einer gewissen Wahrscheinlichkeit davon betroffen. Da diese Faktoren für die Auswertung jedoch nicht ohne erheblichen Mehraufwand zu isolieren gewesen wären, wurde davon abgesehen und die Auswertung ohne „Corona – Korrekturen“ vollzogen.

Eine weitere Limitation liegt in der Zielgruppenauswahl. Diese speist sich aus dem individuellen Sozialkapital der Menschen, die diese Umfrage ausgefüllt und geteilt haben. Damit wird das zu untersuchende Objekt zwangsweise Bestandteil der Art und Weise, wie die Antworten Zustandekommen, d.h. diese Frage wird dadurch, dass die Umfrage über Soziale Medien innerhalb der Zielgruppe verteilt wurde ohnehin eher Menschen zugänglich gemacht wurde, die über ein nicht näher bestimmtes aber zumindest minimal erhöhtes Sozialkapital verfügen. Es wäre möglich, dass der Effekt des gestiegenen Sozialkapitals nicht in der Hobbyausübung zugrunde liegt, sondern in der generellen Nutzung sozialer Medien.

Wichtig ist an dieser Stelle zu bemerken, dass sowohl das Thema Vertrauen als auch das der Prosozialität in dieser Arbeit höchstens oberflächlich in die Auswertung einfließen konnten, da jedem einzelnen dieser Themenbereiche eine enorme Komplexität innewohnt. Jeder dieser Bereiche hätte eine eigene, intensive Betrachtung aber verdient, um die genauen Zusammenhänge noch gezielter aufzuschlüsseln. Hier konnten lediglich Indizien erforscht werden.

Auch hat sich diese Arbeit zu keinem Zeitpunkt mit den negativen Auswirkungen von Sozialkapital auseinandergesetzt. Aber natürlich kann Sozialkapital Phänomen, wie ökonomisches Kapital auch, sowohl für wünschenswerte als auch unliebsame Zwecke wie Kontrolle und Ausschluss von Gruppenmitgliedern verwendet werden. (Langer,

S. 2) Lesenswert ist in diesem Zusammenhang auch der Beitrag von Banassi und Garguilo : „The dark side of social Capital“, die sich ausgiebig dem Positivität – Bias dieses sehr positiv konnotierten Forschungsfeldes widmen und den Auswirkungen enger Sozialer Beziehungen auf die Handlungsfähigkeit von Managern untersucht. Dieser gesamte Themenkomplex wurde jedoch aufgrund der ohnehin bereits hohen Fülle an Informationen gezielt ausgeklammert.

5.4 ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Arbeit bietet empirische Zusammenhänge von freizeitleichem Engagement und der Verfügbarkeit von Sozialkapital. In einem theoretisch fundierten Modell wurden verschiedene Einflussfaktoren auf Sozialkapital und prosoziales Verhalten untersucht. Es konnte statistisch signifikant nachgewiesen werden, dass freizeitleiche Aktivität das verfügbare Sozialkapital in allen Bereichen nachweisbar erhöht. Aus den in dieser Arbeit gewonnen Erkenntnissen konnten Handlungsempfehlungen abgeleitet werden, die EntscheiderInnen in Unternehmen pragmatische Ansätze zur Erhöhung des betrieblichen Sozialkapitals durch gezieltes Anwerben von SozialkapitalträgerInnen und die Förderung des Sozialkapital durch Freizeitaktivitäten bieten. Viele der in dieser Arbeit erforschten Zusammenhänge benötigen weitere Untersuchung, um die Wirkrichtungen und Stärken der Ausprägungen auch in repräsentativen Bevölkerungsgruppen genauer zu untersuchen.

Doch eines ist unbestreitbar. Eine Ausrichtung auf mehr Sozialkapital im Betrieb hat das Potenzial, das Leben von Mitarbeitenden im selben Maß zu verbessern und bereichern wie die Resilienz des Unternehmens zu erhöhen. Durch gesündere, zufriedener und glücklichere Angestellte, die sich weniger Sorgen um ihr Leben machen, beschreiten Organisationen Wege, von denen die Erfinder des Homo Oeconomicus nicht einmal zu träumen gewagt hätten. Denn das, was uns verbindet, ist das, was uns stärkt. Ein Unternehmen, das durch enge, zwischenmenschliche Verknüpfungen innerhalb der Organisation, aber auch über die eigenen Grenzen hinaus gestärkt wird, profitiert von Vorteilen, die in Zahlen bislang noch nicht gemessen werden können. Doch dies ist nur eine Frage der Zeit.

Die Erforschung und Messbarmachung individuellen Sozialkapitals sowie das

Herausarbeiten klarer Merkmale von Sozialkapitalträgern könnte damit auch in Zukunft die strategische Entscheidung der Erhöhung von Sozialkapital gezielter fördern.

LITERATURVERZEICHNIS

- Adler, P. S. & Kwon, S.-W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *The Academy of Management Review*, 27(1), 17–41. <https://doi.org/10.2307/4134367>
- Aguinis, H. & Bradley, K. J. (2014). Best Practice Recommendations for Designing and Implementing Experimental Vignette Methodology Studies. *Organizational Research Methods*, 17(4), 351–371. <https://doi.org/10.1177/1094428114547952>
- Alexander, E. (2014). Essentielle Experimente: Hilfreiche Forschungsergebnisse für Change-Prozesse. In *Organisationsentwicklung* (Bd. 03, S. 38–44). Handelsblatt Fachmedien GmbH.
- Alós-Ferrer, C. & Farolfi, F. (2019). Trust Games and Beyond. *Frontiers in neuroscience*, 13, 887. <https://doi.org/10.3389/fnins.2019.00887>
- Badura, B. (2017). *Arbeit und Gesundheit im 21. Jahrhundert*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-53200-3>
- Badura, B., Greiner, W., Rixgens, P., Ueberle, M. & Behr, M. (2013). *Sozialkapital*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-36913-1>
- Bardura, B. (2. Oktober 2008). *Sozialkapital und Kennzahlen als Beitrag zur Unternehmenssteuerung*. Bundesanstalt Für Arbeitsschutz Und Arbeitsmedizin. (2019). *Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit – Berichtsjahr 2018*. <https://doi.org/10.21934/BAUA.BERICHT20191115>
- Becker, G. S. (1974). A Theory of Social Interactions. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1063–1093. <https://doi.org/10.1086/260265>
- Becker, L. (2005). Change Management in Personalbereichen. In P. M. Wald (Hg.), *Neue Herausforderungen im Personalmanagement* (S. 51–72). Gabler Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97867-7_4
- Becker, F. (2019). *Mitarbeiter wirksam motivieren: Mitarbeitermotivation mit der Macht der Psychologie*. Springer. <http://www.springer.com/>
- Beierlein, C., Kemper, C., Kovalenta, A. & Rammstedt, B. Kurzsкала zur Messung des zwischenmenschlichen Vertrauens:: Die Kurzsкала Interpersonales Vertrauen (KUSIV3), 2012(22) (GESIS-Working Papers).
- Berkman, L. F., Kawachi, I [Ichiro] & Glymour, M. (2014). *Social Epidemiology* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Bierhoff, H.-W. (2009). *Psychologie prosozialen Verhaltens: Warum wir anderen helfen* (1. Aufl.). Kohlhammer Urban Taschenbücher: Band 418. Kohlhammer Verlag.
- Bierhoff, H.-W., Frey, D. & Bengel, J. (Hg.). (2006). *Handbuch der Psychologie: / hrsg. von J. Bengel ... ; Bd. 3. Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie*. Hogrefe. http://deposit.dnb.de/cgi-bin/dokserv?id=2811998&prov=M&dok_var=1&dok_ext=htm
- Blöschl, L. (2011). Verstärkung. In M. Linden & M. Hautzinger (Hg.), *Verhaltenstherapiemanual* (S. 343–347). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-16197-1_67
- Bogaert, S., Boone, C. & van Witteloostuijn, A. (2012). Social Value Orientation and Climate Strength as Moderators of the Impact of Work Group Cooperative Climate on Affective Commitment. *Journal of Management Studies*, 49(5), 918–944. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2011.01029.x>
- Bornay-Barrachina, M., López-Cabrales, A. & Valle-Cabrera, R. (2017). How do employment relationships enhance firm innovation? The role of human and social capital. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(9), 1363–1391. <https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1155166>
- Bosma, N., van Praag, M., Thurik, R. & Wit, G. de (2004). The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups. *Small Business Economics*, 23(3), 227–236. <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000032032.21192.72>
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Hg.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (S. 241–258). Greenwood Pr.
- Braun, H. I. & Jackson, D. N [Douglas N.] (Hg.). (2015). *The role of constructs in psychological and educational measurement*. Routledge.
- Buchholz, U. & Knorre, S. (2017). *Interne Kommunikation in agilen Unternehmen*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-16977-0>

- Bueno, E., Paz Salmador, M. & Rodríguez, Ó. (2004). The role of social capital in today's economy. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 556–574. <https://doi.org/10.1108/14691930410567013>
- Bundesamt, S. WISTA: Wirtschaft und Statistik. https://www.statistischebibliothek.de/mir/servlets/MCRFileNodeServlet/DEAusgabe_derivate_00000224/Wista_4_2015.pdf;jsessionid=5B3382C88DC97CBABC86C0E397C9C014
- Bundesgesundheitsministerium. (9. März 2021). *Steuerliche Vorteile von Gesundheitsmanagement*. <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/themen/praevention/betriebliche-gesundheitsfoerderung/steuerliche-vorteile.html>
- Bundesverband BVVE. (16. Februar 2021). *Vereine in Deutschland*. <https://bundesverband.bvve.de/vereine-in-deutschland/>
- Buskens, V. & Raub, W. (2006). Spieltheoretische Modellierungen und Empirische Anwendungen in der Soziologie. *Sonderheft 2004 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie: „Methoden der Sozialforschung“*, 183–216.
- Campbell, C., Wood, R. & Kelly, M. (1999). *Social capital and health*. Health Education Authority.
- Cladridge, T. (2004). *Social Capital and Natural Resource Management: An important role for social capital?* [Unpublished Thesis, University of Queensland]. <https://www.socialcapitalresearch.com/literature/definition/>
- Cladridge, T. (2018). *Functions of social capital – bonding, bridging, linking*. <https://d1fs2th61pidml.cloudfront.net/wp-content/uploads/2018/11/Functions-of-Social-Capital.pdf?x83909>
- Coleman, J. S. (2000). *Foundations of social theory* (3. print). Belknap Press of Harvard Univ. Press.
- Côté, S., House, J. & Willer, R. (2015). High economic inequality leads higher-income individuals to be less generous. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(52), 15838–15843. <https://doi.org/10.1073/pnas.1511536112>
- Cressie, N. A. C. & Whitford, H. J. (1986). How to Use the Two Samplet-Test. *Biometrical Journal*, 28(2), 131–148. <https://doi.org/10.1002/bimj.4710280202>
- Dahrendorf, R. (1967). *Homo Sociologicus: Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle* (1. Aufl.). *Studienbücher zur Sozialwissenschaft: Bd. 20*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-93724-7>
- Davidson, M. & Fielden, S. L. (2003). *Individual diversity and psychology in organizations*. *Wiley handbooks in the psychology of management in organizations*. John Wiley. <http://www.netLibrary.com/urlapi.asp?action=summary&v=1&bookid=103154> <https://doi.org/10.1002/0470013354>
- Deutscher Liverollenspiel-Verband e.V. (1. Februar 2021). *Was ist LARP?* <https://www.dlr.eu/was-ist-larp/>
- Diekmann, A. (Hg.). (2006). *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie [Sonderheft]. Sonderheft 2004 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie: „Methoden der Sozialforschung“*, 613. Opladen. Westdt. Verl.
- Diekmann, A. & Voß, T. (Hg.). (2004). *Scientia nova. Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften: Anwendungen und Probleme*. Oldenbourg.
- Dombrowski, K. Zauberfeder Verlag - Medienübersicht. http://www.zauberfeder-verlag.de/Produkte/ZF_Medienuebersicht.pdf
- Dunham, Y., Baron, A. S. & Carey, S. (2011). Consequences of "minimal" group affiliations in children. *Child development*, 82(3), 793–811. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2011.01577.x>
- Eichhorn, W. (2010). Vertrauen aus ökonomischer spieltheoretischer Sicht. In M. Maring (Hg.), *Vertrauen - zwischen sozialem Kitt und der Senkung von Transaktionskosten*. KIT Scientific Publishing.
- Eisend, M. & Kuß, A. (2017). *Grundlagen empirischer Forschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09705-9>
- Eisinga, R., Grotenhuis, M. t. & Pelzer, B. (2013). The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach, or Spearman-Brown? *International journal of public health*, 58(4), 637–642. <https://doi.org/10.1007/s00038-012-0416-3>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

- Engel, C. (1999). *Vertrauen: ein Versuch*. Bonn.
- Facebook. (30. März 2021). *Larp Suchergebnisse auf Facebook*. Facebook. <https://www.facebook.com/search/groups?q=larp%20>
- Farrell, A. H. & Dane, A. V. (2020). Bullying, victimization, and prosocial resource control strategies: Differential relations with dominance and alliance formation. *Evolutionary Behavioral Sciences*, 14(3), 270–283. <https://doi.org/10.1037/ebs0000178>
- Fehr, E. & Gächter, S. (2000). Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity. *Journal of Economic Perspectives*(40), 159–181. <http://www.unizh.ch/iew/wp/>
- Feinstein, A. R. (1987). Clinimetric perspectives. *Journal of Chronic Diseases*, 40(6), 635–640. [https://doi.org/10.1016/0021-9681\(87\)90027-0](https://doi.org/10.1016/0021-9681(87)90027-0)
- Ferlander, S. (2007). The Importance of Different Forms of Social Capital for Health. *Acta Sociologica*, 50(2), 115–128. <https://doi.org/10.1177/0001699307077654>
- Fine, B. (2010). *Theories of social capital: Researchers behaving badly. Political economy and development*. Pluto Press. <http://hdl.handle.net/10419/182431>
- Franzen, A. & Pointer, S. *Sozialkapital: Konzeptualisierungen und Messungen*.
- Fuchs, S. (2020). *Geltungsbereiche des sozialen Kapitals in Deutschland*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-28877-8>
- Gargiulo, M. & Benassi, M. (1999). The Dark Side of Social Capital. In R. T. A. J. Leenders & S. M. Gabbay (Hg.), *Corporate Social Capital and Liability* (S. 298–322). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-5027-3_17
- Gary Charness, Ernan Haruvy (2002). Altruism, Equity, and Reciprocity in a Gift Exchange Experiment: An Encompassing Approach. *Games and Economic Behavior*(40), 201–231. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.163236>
- Gazizulina, A., Eskina, E., Vasilieva, I. & Valeeva, O. (2017). The Reasons for the Increase in Self-Organization in Companies. *International Journal of Reliability, Quality and Safety Engineering*, 24(06), 1740002. <https://doi.org/10.1142/S0218539317400022>
- Glaeser, E. L., Laibson, D. & Sacerdote, B. (2002). An Economic Approach to Social Capital *The Economic Journal*, 112(483), F437–F458. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00078>
- Glass, T. A., Freedman, M., Carlson, M. C., Hill, J., Frick, K. D., Ialongo, N., McGill, S., Rebok, G. W., Seeman, T., Tielsch, J. M., Wasik, B. A., Zeger, S. & Fried, L. P. (5. März 2021). *Experience corps: Design of an intergenerational program to boost social capital and promote the health of an aging society*. Springer. <https://link.springer.com/article/10.1093/jurban/jth096#citeas>
- Gollwitzer, M. & Schmitt, M. *Sozialpsychologie kompakt: Mit Online-Material (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage)*.
- Google Scholar. (23. Februar 2021). *social capital - Google Scholar*. https://scholar.google.de/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2001&as_yhi=2021&q=social+capital&btnG=&oq=social+
- Google Scholar. (23. Februar 2021). *sozialkapital - Google Scholar*. https://scholar.google.de/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2001&as_yhi=2021&q=sozialkapital&btnG=
- Götz, K. (2006). *Vertrauen in Organisationen (1. Aufl.)*. *Managementkonzepte*. Rainer Hampp Verlag. https://www.wiso-net.de/document/EBOK,AEBO_9783866180420276
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- Grootaert, C. (2004). *Measuring social capital: An integrated questionnaire*. *World Bank working paper: no. 18*. World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/15033>
- Gupta, A. & Bapna, R. (2011). Trust, reciprocity and the strength of ties in online social networks.
- Häder, M. (2019). *Empirische Sozialforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-26986-9>
- Handl, A. & Kuhlenkasper, T. (2018). *Einführung in die Statistik: Theorie und Praxis mit R*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-56440-0>
- Hazleton, V. & Kennan, W. (2000). Social capital: reconceptualizing the bottom line. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(2), 81–87. <https://doi.org/10.1108/13563280010372513>

- Heiberger, R. M. & Holland, B. (2015). *Statistical Analysis and Data Display*. Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-4939-2122-5>
- Hellbrück, R. (2016). *Angewandte Statistik mit R: Eine Einführung für Ökonomen und Sozialwissenschaftler* (3. Aufl. 2016). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12862-3>
- Holler, M. J. & Illing, G. (2006). *Einführung in die Spieltheorie* (6. Aufl.). *Springer-Lehrbuch*. Springer Berlin Heidelberg. <http://gbv.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=971198> <https://doi.org/10.1007/3-540-29948-3>
- Hughes, R. & Huby, M. (2004). The construction and interpretation of vignettes in social research. *Social Work and Social Sciences Review*, 11(1), 36–51. <https://doi.org/10.1921/17466105.11.1.36>
- Hülsmann, M. (Hg.). (2002). *Studien zur Managementforschung: Bd. 1. Grenzen effizienzorientierter Verwaltungsmodernisierung: Eine kritische Analyse des Leitbildes "Dienstleistungsunternehmen Kommune"*. Univ. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80840-0>
- Instagram. (30. März 2021). #larp Hashtag auf Instagram: Fotos und Videos. <https://www.instagram.com/explore/tags/larp/>
- Jackson, D. N [Douglas N.] & Messick, S. (1958). Content and style in personality assessment. *Psychological bulletin*, 55(4), 243–252. <https://doi.org/10.1037/h0045996>
- Jackson, D. N [Douglas Northrop], Wiley, D. E., Braun, H. I. & Messick, S. (Hg.). (2002). *The role of constructs in psychological and educational measurement*. L. Erlbaum. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=63966>
- Jaenesch, A. (2014). *LARP - Ein Definitionsversuch*. <https://www.teilzeithelden.de/2014/04/05/larp-ein-definitionsversuch/>
- Katherine Scrivens, C. S. (2020). *OECD Statistics Working Papers: Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurement*. <https://dx.doi.org/10.1787/5jzbcx010wmt-en> <https://doi.org/10.1787/18152031>
- Kawachi, I [Ichirō] (Hg.). (2008). *Social capital and health*. Springer. <http://www.loc.gov/catdir/enhancements/fy0824/2007929723-b.html>
- Kenmore, R. (2001). Just thinking about: Human, Networks, Social Capital and Innovation, 1–5.
- Klimecki, O. M., Mayer, S. V., Jusyte, A., Scheeff, J. & Schönenberg, M. (2016). Empathy promotes altruistic behavior in economic interactions. *Scientific reports*, 6, 31961. <https://doi.org/10.1038/srep31961>
- Koob, D. Sozialkapital zur Sprache gebracht : eine bedeutungstheoretische Perspektive auf ein sozialwissenschaftliches Begriffs- und Theorieproblem.
- Kopelman, S. (2019). Tit for Tat and Beyond: The Legendary Work of Anatol Rapoport. *Negotiation and Conflict Management Research*, 13(1), 60–84. <https://doi.org/10.1111/ncmr.12172>
- Kopf, T. (2006). *Verhaltenstheoretische Soziologie - George Caspar Homans* (1. Auflage). GRIN Verlag.
- Kromrey, H. & Strübing, J. (2009). *Empirische Sozialforschung: Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung* (12. Aufl.). *UTB Soziologie: Bd. 1040*. Lucius & Lucius.
- Kuhlenkasper, T. & Handl, A. (2019). *Einführung in die statistische Auswertung von Experimenten: Theorie und Praxis in R*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-59054-6>
- Kunitz, S. J. (2004). Social capital and health. *British medical bulletin*, 69, 61–73. <https://doi.org/10.1093/bmb/ldh015>
- Lancee, B. (2010). The Economic Returns of Immigrants' Bonding and Bridging Social Capital: The Case of the Netherlands. *International Migration Review*, 44(1), 202–226. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2009.00803.x>
- Lang, R. & Schmidt, A. (Hg.). (2007). *Individuum und Organisation*. DUV. <https://doi.org/10.1007/978-3-8350-9386-7>
- Langer, I. Sozialkapital digital? Die Auswirkungen computervermittelter Kommunikation auf das soziale Kapital von Organisationen.
- Lee, R., Tüselmann, H., Jayawarna, D. & Rouse, J. (2011). Investigating the Social Capital and Resource Acquisition of Entrepreneurs Residing in Deprived Areas of England. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 29(6), 1054–1072. <https://doi.org/10.1068/c1188b>
- Leenders, R. T. A. J. & Gabbay, S. M. (Hg.). (1999). *Corporate Social Capital and Liability*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4615-5027-3>
- Leetz, M. (2003). *Georg C. Homans - Grundfragen soziologischer Theorien*. GRIN Verlag GmbH.

- Levine, D. K. (1998). Modeling Altruism and Spitefulness in Experiments. *Review of Economic Dynamics*, 1(3), 593–622. <https://doi.org/10.1006/redy.1998.0023>
- Lillbacka, R. (2006). Measuring Social Capital. *Acta Sociologica*, 49(2), 201–220. <https://doi.org/10.1177/0001699306064774>
- Lin, N. & Dumin, M. (1986). Access to occupations through social ties. *Social Networks*, 8(4), 365–385. [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(86\)90003-1](https://doi.org/10.1016/0378-8733(86)90003-1)
- Lin, N. & Erickson, B. H. (Hg.). (2008). *Social capital: An international research program*. Oxford Univ. Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199234387.001.0001>
- Linden, M. & Hautzinger, M. (Hg.). (2011). *Verhaltenstherapiemanual*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-16197-1>
- Live Adventure Event GmbH (Hg.). (27. Februar 2021). *Explore the World of Mythodea*. <https://mythodea.de/>
- Loury, G. (1992). The economics of discrimination: Getting to the core of the problem. *Harvard Journal for African American Public Policy* 1, 91–110.
- Luhmann, N. (2014). *Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität* (5. Aufl.). UTB: Bd. 2185. UVK-Verl.-Ges; UTB. <http://www.utb-studi-e-book.de/9783838540047>
- Mankiw, N. G. & Taylor, M. P. (2014). *Economics* (3. ed.). Cengage Learning.
- Maring, M. (Hg.). (2010). *Vertrauen - zwischen sozialem Kitt und der Senkung von Transaktionskosten*. KIT Scientific Publishing.
- Matys, T. (2014). *Macht, Kontrolle und Entscheidungen in Organisationen: Eine Einführung in organisationale Mikro-, Meso- und Makropolitik* (2. Aufl.). *Studentexte zur Soziologie*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01626-5>
- Menegaki, A. N., Olsen, S. B. & Tsagarakis, K. P. (2016). Towards a common standard – A reporting checklist for web-based stated preference valuation surveys and a critique for mode surveys. *Journal of Choice Modelling*, 18, 18–50. <https://doi.org/10.1016/j.jocm.2016.04.005>
- Metaplan (Hg.). (1991) [Wolfgang Schnelle über:] *Mikropolitik. Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen. 1991*. <https://www.metaplan.com/de/#de>
- Moldaschl, M. (2005). Das soziale Kapital von Arbeitsgruppen und die Nebenfolgen seiner Verwertung. *Gruppendynamik und Organisationsberatung*, 36(2), 221–239. <https://doi.org/10.1007/s11612-005-0125-y>
- Mowday, R. T. & Sutton, R. I. (1993). Organizational behavior: linking individuals and groups to organizational contexts. *Annual review of psychology*, 44, 195–229. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.44.020193.001211>
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242. <https://doi.org/10.2307/259373>
- Neidhardt, J. (2018). *Social Capital from an Individual Perspective* [Dissertation], Stuttgart.
- Neuberger, O. (2002). Individualisierung und Organisierung. In M. Hülsmann (Hg.), *Studien zur Managementforschung: Bd. 1. Grenzen effizienzorientierter Verwaltungsmodernisierung: Eine kritische Analyse des Leitbildes "Dienstleistungsunternehmen Kommune"* (S. 487–522). Univ. https://doi.org/10.1007/978-3-322-80840-0_24
- Neumann, J. & Morgenstern, O. *Theory of Games and Economic Behaviour*.
- Noble, M., Wright, G., Smith, G. & Dibben, C. (2006). Measuring Multiple Deprivation at the Small-Area Level. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 38(1), 169–185. <https://doi.org/10.1068/a37168>
- OrganisationsEntwicklung*. (2014). Handelsblatt Fachmedien GmbH.
- Paperbox Productions e.V. (Hg.). (31. März 2021). *Paperbox Productions e.V.* <https://paperboxproductions.com/>
- Paulhus, D. L. (2002). Social Desirable Responding: The evolution of a Construct. In D. N. Jackson, D. E. Wiley, H. I. Braun & S. Messick (Hg.), *The role of constructs in psychological and educational measurement* (S. 49–69). L. Erlbaum.
- Pena-López, J. A. & Sánchez-Santos, J. M. (2017). Individual social capital: Accessibility and mobilization of resources embedded in social networks. *Social Networks*, 49, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2016.11.003>
- Purser, R. E. & Cabana, S. (1998). *The self managing organization: How leading companies are transforming the work of teams for real impact*. The Free Press.

- Putnam, R. D. (2007). E Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-first Century The 2006 Johan Skytte Prize Lecture. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 137–174. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2007.00176.x>
- Putnam, R. D. (2020). *Bowling Alone: Revised and Updated: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, Incorporated.
- Richardson, J. G. (Hg.). (1986). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood Pr.
- Schmukle, S. C., Korndörfer, M. & Egloff, B. (2019). No evidence that economic inequality moderates the effect of income on generosity. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(20), 9790–9795. <https://doi.org/10.1073/pnas.1807942116>
- Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2013). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (9., aktualisierte Aufl.). Oldenbourg.
- Schnelle, W. (1991). Anleitungen zum Lesen organisationswissenschaftlicher Bücher: 1. Brief. In Metaplan (Hg.), [Wolfgang Schnelle über:] *Mikropolitik. Rationalität, Macht und Spiele in Organisationen*. 1991 (S. 1–2). https://resources.metaplan.de/wp-content/uploads/2017/05/Brief1_1999_Ku%CC%88per-Ortmann-Mikropolitik.pdf
- Seibert, S. E., Kraimer, M. L. & Liden, R. C. (2001). A Social Capital Theory of Career Success. *Academy of Management Journal*, 44(2), 219–237. <https://doi.org/10.5465/3069452>
- Sell, F. L. *Anwendungen der Spieltheorie in den Wirtschaftswissenschaften*.
- Sell, F. L. & Wiens, M. (2009). Warum Vertrauen wichtig ist — Der ökonomische Blickwinkel. *Wirtschaftsdienst*, 89(8), 526–533. <https://doi.org/10.1007/s10273-009-0963-2>
- Simon, H. A. (1976). *Administrative behavior: A study of decision-making processes in administrative organization* (3. ed., with new introd). Free Press.
- Simpson, B. & Willer, R. (2008). Altruism and Indirect Reciprocity: The Interaction of Person and Situation in Prosocial Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 71(1), 37–52. <https://doi.org/10.1177/019027250807100106>
- Six, F. E. (2007). Building interpersonal trust within organizations: a relational signalling perspective. *Journal of Management & Governance*, 11(3), 285–309. <https://doi.org/10.1007/s10997-007-9030-9>
- Sobel, J. (2002). Can We Trust Social Capital? *Journal of Economic Literature*, 40(1), 139–154. <https://doi.org/10.1257/jel.40.1.139>
- Song, H., McComas, K. A. & Schuler, K. L. (2018). Source Effects on Psychological Reactance to Regulatory Policies: The Role of Trust and Similarity. *Science Communication*, 40(5), 591–620. <https://doi.org/10.1177/1075547018791293>
- Statista. (5. März 2021). *Arbeitsunfähigkeit - Ausfall an Bruttowertschöpfung in Deutschland nach Wirtschaftszweig 2018: (in Milliarden Euro)*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/869875/umfrage/ausfall-an-bruttowertschoepfung-aufgrund-von-arbeitsunfaehigkeit-nach-wirtschaftszweig/>
- Statista. (5. März 2021). *Arbeitsunfähigkeit - Ausfall an Bruttowertschöpfung in Deutschland nach Diagnosegruppe 2018*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/869803/umfrage/ausfall-an-bruttowertschoepfung-aufgrund-von-arbeitsunfaehigkeit-nach-diagnose/>
- Statistisches Bundesamt. (10. März 2019). *Altersdurchschnitt der Bevölkerung sank 2015 auf 44 Jahre und 3 Monate*. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2017/06/PD17_197_12411.html
- Suchanek, A. & Kerscher, K.-J. (2007). Der Homo oeconomicus: Verfehltes Menschenbild oder leistungsfähiges Analyseinstrument? In R. Lang & A. Schmidt (Hg.), *Individuum und Organisation* (S. 251–275). DUV. https://doi.org/10.1007/978-3-8350-9386-7_11
- Switzer, G. E., Wisniewski, S. R., Belle, S. H., Dew, M. A. & Schultz, R. (1999). Selecting, developing, and evaluating research instruments. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 34(8), 399–409. <https://doi.org/10.1007/s001270050161>
- Trivers, R. L. (1971). The Evolution of Reciprocal Altruism. *The Quarterly Review of Biology*, 46(1), 35–57. <https://doi.org/10.1086/406755>
- Uslaner, E. M. & Wilson, R. K. (2017). *Trust Experiments, Trust Games, and Surveys - Oxford Handbooks* (Bd. 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190274801.013.2>

- van der Gaag, M., Snijders, T. A. B. & Flap, H. (2008). Position Generator Measures and Their Relationship to Other Social Capital Measures¹. In N. Lin & B. H. Erickson (Hg.), *Social capital: An international research program* (S. 27–48). Oxford Univ. Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199234387.003.0011>
- van der Gaag, M. & Weber, M. (2008). Measurement of Individual Social Capital: Questions, Instruments, and Measures. In I. Kawachi (Hg.), *Social capital and health* (S. 29–49). Springer.
- Wagner, T. (14. März 2021). *Thilo Wagners LARP-Kalender - LARP-Termine*. Thilo Wagner. <https://bit.ly/39MS6Vj>
- Wald, P. M. (Hg.). (2005). *Neue Herausforderungen im Personalmanagement*. Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-97867-7>
- Waldritter e.V. (Hg.). (31. März 2021). *Waldritter e.V.* <http://www.waldritter.de/>
- Waniek, L. (2017). *Interpretation der Effekte bei der logistischen Regression*. <https://www.statworx.com/at/blog/statistik-at/stolperfalle-nicht-linearitaet-marginaler-effekte-in-der-logistischen-regression/>
- Waterbusch et.al. How Trust is Defined: A Qualitative and Quantitative Analysis of Scientific Literature. <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1142&context=amcis2014>
- Wiens, M. (2013). *Vertrauen in der ökonomischen Theorie: Eine mikrofundierte und verhaltensbezogene Analyse*. Zugl.: München, Univ. d. Bundeswehr, Diss., 2012. *Schriften zur Internationalen Wirtschaftspolitik: Bd. 9*. Lit.
- Winter, S. (2019). *Grundzüge der Spieltheorie*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-58215-2>
- Wöhe, G. & Döring, U. (2010). *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre* (24. Aufl.). *Vahlers Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*. Vahlen.
- Wolf, C. & Best, H. (Hg.). (2010). *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92038-2>
- Wolf, C. & Best, H. (2010). Lineare Regressionsanalyse. In C. Wolf & H. Best (Hg.), *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse* (S. 607–638). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92038-2_24
- Wuthnow, R. (1996). *Sharing the journey: Support groups and America's new quest for community* (1st Free Press pbk. ed.). Free Press.
- Ziegler, C.-N. & Golbeck, J. (2007). Investigating interactions of trust and interest similarity. *Decision Support Systems*, 43(2), 460–475. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.11.003>

ANHANG I - STUDIEN CODEBUCH

Code	Fragebogen
[Intro]	<p>Live- Rollenspiel und Sozialkapital</p> <p>Hallo, und danke, dass du dir die Zeit nimmst, mir zu helfen! Diese Masterarbeit erforscht das verfügbare Sozialkapital bei Menschen, die sich im Hobbybereich engagieren im deutschsprachigen Raum am Beispiel von Leuten wie dir: Liverollenspieler*innen.</p> <p>Sozialkapital? Ja! Menschen, die wir kennen und schätzen lernen und zu denen wir Beziehungen pflegen, sind wahnsinnig wertvoll - das gilt für freundschaftliche Bekannte genauso wie für Arbeitskolleg*innen!</p> <p>Die Forschungsfrage zielt darauf ab, herauszufinden, ob Menschen im Larp-Bereich über ein höheres Sozialkapital verfügen als der Durchschnitt. Deswegen zählt jeder einzelne vollständig ausgefüllte Fragebogen!</p> <p>Die Fragen werden in etwa 10 - 15 Minuten deiner Zeit in Anspruch nehmen. Ich weiß, das ist lang, aber es hilft mir enorm! Deine persönlichen Daten werden dabei anonymisiert gespeichert und höchst vertraulich behandelt.</p> <p>Natürlich ist das alles nicht ganz umsonst - du hast durch einen ausgefüllten Fragebogen die Möglichkeit, einen Amazon-Gutschein im Wert von 50 Euro zu gewinnen!</p> <p>Danke bereits hier, mit vielen lieben Grüßen, Sarah</p> <p>Hast du irgendwelche Fragen oder Anmerkungen zu der Studie? Du erreichst mich per Mail unter sarah.moser@hs-osnabrueck.de! Schön, dass du da bist!</p> <p>In dieser Umfrage sind 51 Fragen enthalten.</p>
[LarpRouting]	<p>Larper*in oder nicht</p> <p>Diese Umfrage richtet sich an Liverollenspieler*innen.</p> <p>Bist oder warst du jemals aktive*r Live - Action - Rollenspieler*in *</p> <p>Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:</p> <p>1= Ja 2= Nein</p>
[Section1]	Demografische Fragen
[Gender]	<p>Als allererstes würde ich dir gerne ein paar Fragen stellen die mir helfen, diese Umfrage gut auszuwerten.</p> <p>Du bist...</p> <p>1= weiblich 2= männlich 3= divers</p>
[Schulabschluss]	<p>Was ist dein höchster Schulabschluss bzw. dein höchster im Ausland erzielter, vergleichbarer Schulabschluss?</p> <p>1= Schule beendet ohne Abschluss 2= Volks-/Hauptschulabschluss bzw. Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse 3= Realschulabschluss/ Mittlere Reife/ Polytechnische Oberschule mit Abschluss 10. Klasse 4= Fachhochschulreife (Abschluss einer Fach - oder Berufsoberschule) 5= Abitur bzw. Erweiterte Oberschule mit Abschluss 12.Klasse (Hochschulreife) 6= Hochschul-/Fachhochschulabschluss</p>
[Alter]	<p>Wie alt bist du?</p> <p>1= unter 18 2= 18 bis 23 Jahre 3= 24 bis 29 Jahre 4= 30 bis 39 Jahre 5= 40 bis 49 Jahre 6= 50 bis 59 Jahre</p>

	7= über 59 Jahre alt
[Einkommen]	<p>Wie hoch war das monatliche Nettoeinkommen deines Haushalts (Summe aller Einkünfte) im letzten Jahr?</p> <p>1= bis 1.300 € 2= 1.300€ bis unter 2600€ 3= 2600€ bis unter 3.600€ 4= 3.600€ bis unter 5.000€ 5= 5.000€ bis unter 10.000€ 6= über 10.000€</p> <p>(Das Nettoeinkommen setzt sich wie folgt zusammen: Einkünfte aller in deinem Haushalt lebenden Personen + Nebenjobs + Bezüge aus Renten oder Pensionen + Sonstige öffentliche Zahlungen, (z.B. Kindergeld) + weitere Einkünfte und Einnahmen ((z.B. Kapitalerträge, Stipendien, etc.) - abzüglich gesetzlicher Steuern - abzüglich Sozialversicherungsbeiträge</p>
[Haushalt]	<p>Wie viele Personen leben aktuell in deinem Haushalt? [open numeric]</p>
[Section2]	Berufliche Fragen
[Job]	<p>Bist du...</p> <p>1= selbstständig tätig und beschäftigst nicht mehr als eine*n Arbeitnehmer*in 2= selbstständig tätig mit zwei und mehr Arbeitnehmer*innen 3= im öffentlichen Dienst oder verbeamtet tätig 4= Angestellte*r (außerhalb des öffentlichen Dienstes) 5= in Ausbildung/ Studium 6= arbeitslos gemeldet 7= in Rente/Pension oder Vorruhestand 8= in Mutterschutz/ Erziehungsurlaub / Elternzeit 9= einen Freiwilligendienst oder Wehrdienst absolvierend 10= Hausmann/ Hausfrau 11= Sonstiges, und zwar:...</p>
[Stellung] [Routing [Job] = [3] or [4] or [7]]	<p>Hast du eine leitende Funktion inne und Personalverantwortung für zwei oder mehr Personen?</p> <p>1= ja 2= nein</p>
[StellungPast] [Routing [Job] =[1]or [3] or [5] or [6] or [7] or [10] or [11]	<p>Hattest du während deiner bisherigen Berufstätigkeit jemals eine leitende Funktion inne und Personalverantwortung für zwei oder mehr Personen? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= ja 2= nein</p>
[Stellung Muttersch] [Routing][Job] =[8]	<p>Hattest du vor deinem Mutterschutz/Erziehungsurlaub bzw. deiner Elternzeit eine leitende Funktion inne und Personalverantwortung für zwei und mehr Personen? Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind: Antwort war 'in Mutterschutz/ Erziehungsurlaub / Elternzeit' bei Frage '7 [Job]' (Bist du...) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= ja 2= nein</p>
[Section3]	Live Rollenspiel - Fragen zum Hobby
[LarpDauer]	<p>Wie lange larpst du bereits? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= weniger als 1 Jahr 2= 1 - 3 Jahre 3= 3 - 5 Jahre 4= 5 - 10 Jahre</p>

	<p>5= 10 -15 Jahre 6= 15 - 20 Jahre 7= Mehr als 20 Jahre (Es ist egal, welches Genre du spielst. Es zählen die Jahre insgesamt.)</p>
[Section4]	<p>Sozialkapital Teil eins Ich bin daran interessiert, ob du jemanden kennst, der dich bei folgenden Dingen unterstützt. Bitte denke dabei an deine Freunde und Bekannte, aber auch an deine Verwandten, Parter*in(nen) oder ggf. deine Kinder.</p>
[ArbeitHilfe]	<p>Wie viele Personen kennst du, die bei deinem Chef ein gutes Wort einlegen würden (wenn es z.B. um deine Beförderung/Entfristung geht oder darum, eine Abmahnung zu verhindern) ? Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind: Antwort war 'im öffentlichen Dienst oder verbeamtet tätig' oder 'Angestellte*r (außerhalb des öffentlichen Dienstes)' oder 'in Mutterschutz/ Erziehungsurlaub / Elternzeit' oder 'in Ausbildung/ Studium' bei Frage '7 [Job]' (Bist du...) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen 8= Ich habe keinen Chef</p>
[KleineHilfe]	<p>Wie viele Personen kennst du, die dir ohne finanzielle Gegenleistung bei kleineren Arbeiten (in deinem Haushalt) helfen würden, z.B. wenn du Probleme mit der Technik hast (Fernseher, PC, Telefon) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[JobVermittlung]	<p>Wie viele Personen kennst du, die dir einen deiner Qualifikation angemessenen Arbeitsplatz vermitteln würden Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind: Antwort war 'im öffentlichen Dienst oder verbeamtet tätig' oder 'selbstständig tätig und beschäftigt nicht mehr als eine*n Arbeitnehmer*in' oder 'selbstständig tätig mit zwei und mehr Arbeitnehmer*innen' oder 'Angestellte*r (außerhalb des öffentlichen Dienstes)' oder 'in Ausbildung/ Studium' oder 'in Mutterschutz/ Erziehungsurlaub / Elternzeit' oder 'einen Freiwilligendienst oder Wehrdienst absolvierend' bei Frage '7 [Job]' (Bist du...) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[KleineHilfe Haushalt]	<p>Wie viele dieser Personen leben in deinem Haushalt? [open numeric]</p>
[BankHilfe]	<p>Wie viele Personen außer deinem Bankberater kennst du, die sich gut mit Geldangelegenheiten auskennen und auf deren Rat du dich in solchen Dingen verlassen kannst?</p>

	<p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[BankHilfe Haushalt]	<p>Wie viele dieser Personen leben in deinem Haushalt? [open numeric]</p>
[GutesWort]	<p>Bitte denke kurz an eine dir wichtige Person (z.B. Deinen Partner, deine Eltern, deine Kinder, einen engen Freund oder eine enge Freundin)</p> <p>Wie viele Personen kennst du, die bei dieser Person ein gutes Wort für dich einlegen würde, z.B. nach einem schlimmen Streit? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[Reden]	<p>Wie viele Leute kennst du, die du jederzeit anrufen kannst, wenn du jemanden zum Reden brauchst? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[Kennenlernen]	<p>Wie viele Personen kennst du, bei denen du immer, wenn du eingeladen wirst, Menschen kennen lernst, die dir sympathisch sind? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[Lebensmittel]	<p>Wie viele Personen kennst du, bei denen du dir sonntags Lebensmittel leihen kannst? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[Section5] [Selbst Entwickelte Spieltheoretische Vignettenszenarios, die allen	<p>Entscheidungsfragen</p>

Teilnehmenden gleichermaßen zur Verfügung gestellt wurden]	
[Trust1] [Vignette1]	<p>Bitte stelle dir folgendes Szenario vor: Du und eine dir gänzlich fremde Person werdet zu einem Spiel eingeladen. Die Regeln sind einfach: Jeder von euch ist einzeln in einem Raum untergebracht. Dort bekommt ihr einen Fünfzig-Euro-Schein und einen Briefumschlag. Ihr werdet beide von einer Schiedsrichterin gebeten, euren Geldschein in einen Briefumschlag zu legen, und dann allein gelassen. Ihr habt jetzt die Möglichkeit, den Geldschein in den Briefumschlag zu stecken oder ihn in der Hand zu behalten. Anschließend gebt ihr den Umschlag bei der Schiedsrichterin ab. Danach wird das Spiel ausgewertet: 1. Wenn ihr beide das Geld in den Umschlag getan habt, dürft ihr jeweils den Fünfzig-Euro-Schein des anderen als Belohnung behalten. 2. Wenn in keinem der beiden Umschläge Geld liegt, bekommt keiner von euch eine Belohnung, und ihr müsst auch den Geldschein in der Hand wieder abgeben. 3. Nur einer von euch beiden legt das Geld in den Umschlag, der andere nicht. Die Person, die kein Geld in den Umschlag gelegt hat, bekommt die fünfzig Euro aus dem Umschlag des anderen. Der eigene Fünfzig-Euro-Schein darf zusätzlich behalten werden. Einer von euch beiden geht also leer aus, der andere bekommt das Doppelte. Für welche der Optionen würdest du dich entscheiden? * Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ich lege den 50 Euro Schein in den Umschlag 2= Ich lege nichts in den Umschlag</p>
[Trust2] [Vignette2]	<p>Nun nehmen wir die gleichen Voraussetzungen wie eben, mit einem kleinen Unterschied: Die Person ist ein dir fremder Liverollenspieler. Jeder von euch ist einzeln in einem Raum untergebracht. Dort bekommt ihr einen Fünfzig-Euro-Schein und einen Briefumschlag. Ihr werdet beide von einer Schiedsrichterin gebeten, euren Geldschein in einen Briefumschlag zu legen, und dann allein gelassen. Ihr habt jetzt die Möglichkeit, den Geldschein in den Briefumschlag zu stecken oder ihn in der Hand zu behalten. Anschließend gebt ihr den Umschlag bei der Schiedsrichterin ab. Danach wird das Spiel ausgewertet: 1. Wenn ihr beide das Geld in den Umschlag getan habt, dürft ihr jeweils den Fünfzig-Euro-Schein des anderen als Belohnung behalten. 2. Wenn in keinem der beiden Umschläge Geld liegt, bekommt keiner von euch eine Belohnung, und ihr müsst auch den Geldschein in der Hand wieder abgeben. 3. Nur einer von euch beiden legt das Geld in den Umschlag, der andere nicht. Die Person, die kein Geld in den Umschlag gelegt hat, bekommt die fünfzig Euro aus dem Umschlag des anderen. Der eigene Fünfzig-Euro-Schein darf zusätzlich behalten werden. Einer von euch beiden geht also leer aus, der andere bekommt das Doppelte. Für welche der Optionen würdest du dich entscheiden? * Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ich lege den 50 Euro Schein in den Umschlag 2= Ich lege nichts in den Umschlag</p>
[Section6]	<p>Sozialkapital Teil zwei Danke schon einmal, das du bis hierhin durchgehalten hast! Es kommen nochmal einige Fragen. Weiter geht es also!</p>

[GeldLeihen]	<p>Wie hoch ist der maximale Geldbetrag, den du dir insgesamt von anderen Personen leihen könntest, wenn du kurzfristig in eine finanzielle Notlage geraten würdest? Geh dabei davon aus, das du auf deine eigenen Mittel keinen Zugriff hättest.</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0€ 2= bis 100€ 3= bis 500€ 4= bis 1.000€ 5= bis 5.000€ 6= bis 10.000€ 7= bis 20.000€ 8= bis 50.000€ 9= mehr als 50.000€</p>
[GeldLeihen Verwandt]	<p>Bist du mit den meisten Leuten, die dir Geld leihen würden, verwandt?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= Ja 2= Ungefähr mit der Hälfte 3= nein</p>
[Section7]	<p>Organisationen</p> <p>Im Rahmen dieser Studie möchte ich dir nun einige allgemeine Fragen stellen, die für die Auswertung der Befragungsergebnisse von wissenschaftlicher Bedeutung sind. Menschen engagieren sich in Deutschland in vielfältigen Formen und Organisationen, z. B. in Vereinen oder Gruppen (z. B. Larpvereinen oder Gruppen, Sportvereine, Musikvereine, Heimatvereine ...), Bürgerinitiativen, Beiräten (z. B. Elternbeirat, Gemeinderäten), einer Kirchen- oder Moscheengemeinde, der Freiwilligen Feuerwehr und vielen mehr.</p>
[OrgaAktiv]	<p>In wie vielen Organisationen engagierst du dich über die bloße Teilnahme an Angeboten hinaus (z.B. auf Con fahren oder Training in einem Sportverein) z.B. als Gruppenverantwortliche*r, Organisator*in von Veranstaltungen, in der Jugendarbeit, der Öffentlichkeitsarbeit oder als Vorstandsmitglied?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Organisationen 2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen</p>
[OrgaMitglied]	<p>In wie vielen Organisationen bist du Mitglied?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Organisationen 2= 1 Organisation 3= 2 Organisationen 4= 3-4 Organisationen 5= 5 oder mehr Organisationen</p>
[AktivStunden]	<p>Wie viele Stunden bist du in einer durchschnittlichen Woche insgesamt bei diesen Organisationen aktiv?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 bis 2 Stunden 3= 3 bis 5 Stunden 4= mehr als 10 Stunden</p>
[Orga Mitgründung]	<p>Hast du schon einmal eine solche Organisation mitgegründet?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= Ja, schon einmal 2= Ja, schon zweimal 3= Ja, schon drei- oder viermal 4= Ja, schon fünfmal oder öfter 5= nein</p>

[ConOrga]	Hast du schon einmal gemeinsam mit anderen ein Straßen-, Dorf- oder Vereinsfest, eine Larpveranstaltung oder ähnliches organisiert? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ja, schon ein- oder zweimal 2= Ja, schon drei - bis fünfmal 3= Ja, schon sechs - bis zehnmal 4= Ja, schon zehnmal oder öfter 5= nein
[Unternehmens Gruendung]	Hast du schon einmal gemeinsam mit anderen ein Unternehmen gegründet? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ja, schon einmal 2= Ja, schon zwei- oder dreimal 3= ja, schon viermal oder öfter 4= nein
Section8	Vitamin B Clubs
[Stipendium] [Routing von [Schulabschluss] „Hochschul- /Fachhochschul Abschluss“]	Bist du während deines Studiums von einem Begabtenförderungswerk (z. B. Studienstiftung des deutschen Volkes, Friedrich-Ebert-Stiftung etc.) mit einem Stipendium ausgestattet worden? 1= Ja 2= Nein
[MitgliedGruppe]	Bist du Mitglied in einer der folgenden Gruppen? 1= Einer Studentenverbindung 2= Einem Rotary- oder Lionsclub oder vergleichbaren Wohltätigkeitsclub 3= Einem Soldaten- oder Veteranenverein 4= Einer Partei oder einer politischen Verbindung 5= einem Berufsverband (Gewerkschaften sind hier nicht gemeint) 6= ich bin kein Mitglied in einer der genannten Gruppen
[PrivatNetzwerk]	Bist du Mitglied in einem sozialen Netzwerk für private Kontakte (z. B. Facebook, tumblr, Instagram etc.)? Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ja 2= Nein
[BerufNetzwerk]	Bist du Mitglied in einem Netzwerk für berufliche Kontakte (z. B. LinkedIn, Xing etc.) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ja 2= Nein
[Section8.1]	Filter Netzwerk Routinggruppe
[Netzwerk1] [Routing von [PrivatNetzwerk] „Ja“]	Du hast angegeben, dass du Mitglied in einem sozialen Netzwerk für private Kontakte bist. Mit welchem Ziel hast du dich bei einem solchen Netzwerk angemeldet (bitte gib den Hauptgrund dafür an)? Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind: Antwort war 'Ja' bei Frage '34 [PrivatNetzwerk]' (Bist du Mitglied in einem sozialen Netzwerk für private Kontakte (z. B. Facebook, tumblr, Instagram etc.)?) Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Ich wollte neue Freunde finden 2= Ich wollte alte Freunde, zu denen ich den Kontakt verloren habe, wiederfinden 3= Ich wollte so den Kontakt zu meinen bestehenden Freunden erhalten 4= Ich wollte die Möglichkeit haben, am Leben anderer Menschen teilzunehmen 5= Sonstiges
[Netzwerk1] [Routing von [BerufNetzwerk] „Ja“]	Du hast angegeben, dass du Mitglied bei einem sozialen Netzwerk für berufliche Kontakte bist. Mit welchem Ziel hast du dich bei einem solchen Netzwerk angemeldet? Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

	<p>Antwort war 'Ja' bei Frage '35 [BerufNetzwerk]' (Bist du Mitglied in einem Netzwerk für berufliche Kontakte (z. B. LinkedIn, Xing etc.))</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= Ich wollte einen neuen Job finden. 2= Ich wollte mein Einkommen steigern. 3= Ich wollte dadurch Aufträge für meine Firma aquirieren. 4= Ich wollte dadurch die Möglichkeit zur beruflichen Kooperation finden. 5= Ich wollte dadurch neue Angestellte oder Mitarbeitende finden. 6= Sonstiges</p>
[Section9]	<p>Verwandtschaft</p> <p>Einen möglichen sozialen Bezugspunkt stellt die eigene Verwandtschaft dar. Mit Verwandtschaft meine ich Menschen, mit denen du verwandt oder verschwägert bist, nicht jedoch dein Partner/deine Partnerin und bei dir zu Hause lebende Kinder.</p>
[VerwandtZeit]	<p>Wie viele Stunden verbringst du in einer durchschnittlichen Woche damit, deine Verwandten persönlich zu treffen, mit ihnen zu telefonieren, zu videochatten oder ihnen zu schreiben?</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 Stunde 3= 2 Stunden 4= 3 bis 4 Stunden 5= 5 bis 7 Stunden 6= 8 bis 10 Stunden 7= mehr als 10 Stunden</p>
[Verwandt Wichtig]	<p>Wie stehst du zu folgender Aussage: "Meine Verwandtschaft ist mir wichtig"?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= Trifft völlig zu 2= Trifft überwiegend zu 3= weder zutreffend noch unzutreffend 4= Trifft überwiegend nicht zu 5= Trifft überhaupt nicht zu 6= Ich habe keine Verwandten (mehr)</p>
[VerwandtEng]	<p>Was würdest du sagen: Zu wie vielen deiner Verwandten hast du eine enge Beziehung?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen 2= 1 Person 3= 2 Personen 4= 3 bis 4 Personen 5= 5 bis 7 Personen 6= 8 bis 10 Personen 7= mehr als 10 Personen</p>
[Section10]	<p>Freunde</p> <p>Neben Beziehungen zur eigenen Verwandtschaft stellen Freundschaften ebenfalls wichtige soziale Bindungen dar.</p>
[FreundeZeit]	<p>Wie viele Stunden verbringst du in einer durchschnittlichen Woche damit, deine Freunde persönlich zu treffen, mit ihnen zu telefonieren, zu Videochatten oder ihnen zu schreiben?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Stunden 2= 1 Stunde 3= 2 Stunden 4= 3 bis 4 Stunden 5= 5 bis 7 Stunden 6= 8 bis 10 Stunden 7= mehr als 10 Stunden</p>
[FreundeWichtig]	<p>Wie stehst du zu folgender Aussage: "In meiner Freizeit verbringe ich gerne Zeit mit meinen Freunden"?</p>

	<p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= Trifft völlig zu</p> <p>2= Trifft überwiegend zu</p> <p>3= Weder zutreffend noch unzutreffend</p> <p>4= Trifft überwiegend nicht zu</p> <p>5= Trifft überhaupt nicht zu</p>
[FreundeEng]	<p>Was würdest du sagen: Wie viele enge Freunde hast du?</p> <p>Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:</p> <p>1= 0 Personen</p> <p>2= 1 Person</p> <p>3= 2 Personen</p> <p>4= 3 bis 4 Personen</p> <p>5= 5 bis 7 Personen</p> <p>6= 8 bis 10 Personen</p> <p>7= mehr als 10 Personen</p>
[Section11]	Investition in Freunde und Kontakte
InvFreunde [Validierter Matrix Fragebogen]	<p>Wie stehst du zu folgenden Aussagen?</p> <p>[Für alle InvFreunde Items:</p> <p>1= trifft voll und ganz zu</p> <p>2= trifft eher zu</p> <p>3= weder zutreffend noch unzutreffend</p> <p>4= trifft eher nicht zu</p> <p>5= trifft überhaupt nicht zu]</p>
InvFreunde[1]	Wenn mir einer meiner Freunde oder Verwandten einen größeren Gefallen tut, dann habe ich das Gefühl in der Schuld der Person zu stehen
InvFreunde[2]	Freundschaft ist ein Geben und ein Nehmen
InvFreunde[3]	Es kann auf Dauer nicht gut gehen, wenn jemand nur um Gefallen bittet und nie Gefallen erbringt
InvFreunde[4]	Ich bin stets dafür offen, neue Menschen kennen zu lernen
InvKontakte	<p>Wie stehst du zu folgenden Aussagen?</p> <p>[Für alle InvKontakte Items:</p> <p>1= sehr häufig</p> <p>2= häufig</p> <p>3= manchmal</p> <p>4= selten</p> <p>5= nie]</p>
InvKontakte[1]	Ich sehe mich manchmal bewusst nach neuen Freunden um oder kontaktiere alte Freunde, zu denen der Kontakt eingeschlafen war.
InvKontakte[2]	Ich halte zu manchen Menschen vor allem deshalb Kontakt, weil es manchmal nützlich sein kann, sie zu kennen.
InvKontakte[3]	Ich habe schon versucht, mich mit einem Menschen anzufreunden, weil ich dachte, das es nützlich sein kann, ihn oder sie zu kennen.
InvKontakte[4]	Zu manchen Menschen, die ich kenne, nehme ich hin und wieder Kontakt auf, damit die Beziehung zu ihnen nicht einschläft.
ArbeitKontakt	<p>Wie stehst du zu folgenden Aussagen?</p> <p>[Für alle ArbeitKontakt Items:</p> <p>1= sehr häufig</p> <p>2= häufig</p> <p>3= manchmal</p> <p>4= selten</p> <p>5= nie]</p>
ArbeitKontakt[1]	Bei meiner Arbeit komme ich mit unterschiedlichen Menschen in Kontakt
InvOutgoing	<p>Wie stehst du zu folgenden Aussagen?</p> <p>[Für alle InvOutgoingItems:</p> <p>1= trifft voll und ganz zu</p> <p>2= trifft eher zu</p> <p>3= weder zutreffend noch unzutreffend</p>

	4= trifft eher nicht zu 5= trifft überhaupt nicht zu]
InvOutgoing[1]	Meine Freizeit verbringe ich am liebsten gemeinsam mit anderen.
InvOutgoing[2]	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk an beruflichen Kontakten.
InvOutgoing[3]	Ich verfüge über ein ausgeprägtes Netzwerk an privaten Kontakten.
Section12	Glücklich und Zufrieden
ZufriedenPrivat	Bitte beantworte mir zuletzt noch einige Fragen dazu, wie du dich selbst in deiner aktuellen Lebenssituation einschätzt. [Für alle ZufriedenPrivat Items 1= vollkommen zufrieden 2= eher zufrieden 3= weder zufrieden noch unzufrieden 4= eher unzufrieden 5= vollkommen unzufrieden
ZufriedenPrivat[1]	Wie zufrieden bist du mit deinem Privatleben?
ZufriedenPrivat[2]	Wie zufrieden bist du mit deiner Arbeit?
ZufriedenPrivat[3]	Wie zufrieden bist du mit deinem Leben insgesamt?
Selbsteinsch	Ich sehe mich selbst als... [Für alle SelbsteinschItems 1= trifft voll und ganz zu 2= trifft größtenteils zu 3= trifft eher zu 4= weder zutreffend noch unzutreffend 5= trifft eher nicht zu 6= trifft überhaupt nicht zu]
Selbsteinsch[1]	extrovertiert, begeistert
Selbsteinsch[2]	kritisch, streitlustig
Selbsteinsch[3]	ängstlich, leicht zu verunsichern
Selbsteinsch[4]	offen für neue Erfahrungen, vielschichtig
Selbsteinsch[5]	zurückhaltend, still
Selbsteinsch[6]	verständnisvoll, warmherzig
Selbsteinsch[7]	unorganisiert, achtlos
Selbsteinsch[8]	gelassen, emotional stabil
Selbsteinsch[9]	konventionell, unkreativ
Section13	Abschluss Vielen Dank für deine Zeit und all deine Geduld! Nun habe ich noch eine letzte Frage an dich. Anfangs hatte ich ja versprochen, dass du einen 50-Euro-Gutschein gewinnen kannst. Es gäbe aber auch eine andere Option. Als Alternative zum Gewinn würde ich das Geld auch spenden. Dazu habe ich hier eine kleine Auswahl an Institutionen - aber du kannst natürlich auch eine eigene wählen. Im Falle deines Gewinns würde ich das Geld dann entweder anonym oder in deinem Namen spenden.
[Spende]	Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus: 1= Bitte keine Spende 2= Spende an Seawatch 3= Spende an Ärzte ohne Grenzen 4= Spende an WWF 5= Spende an DKMS 6= Sonstiges

[Anonym]	<p>Diese Umfrage wurde, wie bereits zu Beginn angekündigt, anonym erhoben. Wenn du an der Verlosung teilnehmen möchtest, benötige ich aber eine E-Mail Adresse von dir.</p> <p>Das gleiche gilt, wenn du die Ergebnisse der Umfrage gerne sehen möchtest wenn sie ausgewertet ist.</p> <p>Bitte wählen Sie die zutreffenden Punkte aus und schreiben Sie einen Kommentar dazu:</p> <p>1= Ich würde gerne an der Verlosung teilnehmen (E-Mail Adresse bitte eintragen)</p> <p>2= Ich würde gerne die Ergebnisse der Studie sehen sobald sie fertig ist (E-Mail Adresse bitte eintragen)</p>
[Abschluss]	<p>Vielen Dank für deine Zeit und deine Mühen!</p> <p>Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.</p>

(Anm – Dieses Codebuch basiert in großen Teilen auf dem von Neidhardt (2018) erarbeiteten Fragebogen – vgl. Neidhardt 2018, S.199 – 211)

ANHANG 2 – AUSGEGEBENE ANWORTEN

Antworten (laut Codebuch)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Antworten gesamt
Gender	419	347	12								778
Schulabschluss	2	12	107	89	194	373					777
Alter	0	30	124	380	208	32	3				777
Einkommen	83	189	155	152	125	39					743
Haushalt	214	317	143	87	11	2	1				775
Job	51	8	174	382	91	16	8	18	2	13	763
Job[other]	Individualauskunft, für die Auswertung nicht relevant										0
Stellung	146	428									574
StellungPast	307	401									708
StellungMuttersch	7	11									18
LarpDauer	8	42	66	189	181	174	116				776
ArbeitHilfe	32	32	82	188	112	36	109	27			618
KleineHilfe	7	11	36	149	186	89	298				776
JobVermittlung	61	42	81	216	114	43	87				644
KleineHilfeHaushalt	297	43	18	15	1						374
BankHilfe	93	130	223	237	57	5	13				758
BankHilfeHaushalt	145	27	14	11	1						198
GutesWort	17	29	89	225	191	46	154				751
Reden	20	27	70	249	214	56	139				775
Kennenlernen	39	32	70	194	168	49	190				742
Lebensmittel	36	26	85	210	173	61	166				757
Trust1	728	50									778
Trust2	736	42									778
GeldLeihen	5	36	90	148	185	128	83	38	42	0	755
GeldLeihenVerwandt	230	321	209								760
OrgaAktiv	224	245	196	102	8						775
OrgaMitglied	142	178	200	203	53						776
AktivStunden	202	302	201	47	0						752
OrgaMitgruendung	237	105	31	3	399						775
ConOrga	176	163	100	216	122						777

ANHANG 3 – AUSGABEWERTE STUDIE NEIDHARDT

#	Item	Mean	Median	Std. Dev.	zero or strongly disagree
Social Capital in the Private Sphere					
1	... you can call anytime if you need someone to talk to? ²	3.73	3-4 persons	1.38	5.29%
2	... would put in a good word for you with that person, e.g. after a bad fight?	3.51	2 persons	1.35	6.99%
3	... help you with small jobs around in your household [...] without a financial reward?	3.74	3-4 persons	1.56	8.19%
4	... borrow you groceries on a Sunday?	3.58	3-4 persons	1.58	11.29%
5	... that knows a lot about financial matters and on whose advice in these things you can rely on?	2.12	1 person	1.08	35.66%
6	... maximum amount of money you could borrow [...]?	3.81	1 000 Euro	1.84	9.69%
7	... each time you get invited, you get to know new people that you find likable?	3.45	3-4 persons	1.58	15.38%
Social Capital in the Work Sphere					
8	... place you in a job that fits to your qualification?	2.48	1 person	1.51	37.12%
9	.. would put in a good word for you with your boss[...]?	3.13	2 persons	1.55	15.90%
10	I have a wide network of professional contacts at my command.	2.62	neither agree nor disagree	1.18	22.43%

Table 4.3: Answer pattern for the different social capital items; mean and std. deviation coded as presented in table 4.2

ANHANG 4 – VERSCHIEDENE BERECHNUNGEN IN R

Antworten-Zusammenfassung

Vollständige Antworten	795
Unvollständige Antworten	213
Antworten gesamt	1008

Export: Nur vollständige Datensätze wurden gewertet

Filter: [LarpRouting] → Nein 17 Datensätze, wurden gefiltert

```

103      Glück      Ties      Aktivität      Sozialkapital      Female      fitted
104 Min. :0.0000 Min. :0.0000 Min. :0.0000 Min. :0.0000 Min. :0.0000 Min. :0.8377
105 1st Qu.:0.0000 1st Qu.:0.0000 1st Qu.:0.0000 1st Qu.:0.0000 1st Qu.:0.0000 1st Qu.:0.8377
106 Median :1.0000 Median :1.0000 Median :1.0000 Median :1.0000 Median :1.0000 Median :0.8377
107 Mean :0.5308 Mean :0.5437 Mean :0.5257 Mean :0.5219 Mean :0.5386 Mean :0.8625
108 3rd Qu.:1.0000 3rd Qu.:1.0000 3rd Qu.:1.0000 3rd Qu.:1.0000 3rd Qu.:1.0000 3rd Qu.:0.8987
109 Max. :1.0000 Max. :1.0000 Max. :1.0000 Max. :1.0000 Max. :1.0000 Max. :0.8987
110
111      se.fitted      dydx_strategischesV2      Var_dydx_strategischesV2      _weights      _at_number
112 Min. :0.01697 Min. : -0.07374 Min. :0.0007051 Min. : NA Min. :1
113 1st Qu.:0.01697 1st Qu.: -0.07374 1st Qu.:0.0007051 1st Qu.: NA 1st Qu.:1
114 Median :0.01716 Median : -0.07374 Median :0.0007051 Median : NA Median :1
115 Mean :0.01708 Mean : -0.06384 Mean :0.0007051 Mean : NaN Mean :1
116 3rd Qu.:0.01716 3rd Qu.: -0.04936 3rd Qu.:0.0007051 3rd Qu.: NA 3rd Qu.:1
117 Max. :0.01716 Max. : -0.04936 Max. :0.0007051 Max. : NA Max. :1
118                                     NA's :778
119
120
121 AME?
122 summary(h3AME)
123      factor      AME      SE      z      p      lower      upper
124      Aktivität 0.0298 0.0252 1.1811 0.2376 -0.0196 0.0792
125      EKlow 0.0622 0.0254 2.4497 0.0143 0.0124 0.1119
126      Female 0.0458 0.0247 1.8542 0.0637 -0.0026 0.0942
127      Glück 0.0046 0.0259 0.1788 0.8581 -0.0462 0.0555
128      Sozialkapital 0.0172 0.0331 0.5204 0.6028 -0.0477 0.0821
129      strategischesV2 -0.0901 0.0280 -3.2221 0.0013 -0.1449 -0.0353
130      Ties 0.0291 0.0319 0.9120 0.3618 -0.0334 0.0917
131
132 Anova?
133      Df Sum Sq Mean Sq F value Pr(>F)
134 strategischesV2 1 0.94 0.9370 8.364 0.00394 **
135 Female 1 0.30 0.2997 2.675 0.10236
136 Glück 1 0.16 0.1608 1.435 0.23126
137 Aktivität 1 0.32 0.3237 2.889 0.08960 .
138 Sozialkapital 1 0.26 0.2595 2.316 0.12847
139 Ties 1 0.07 0.0707 0.631 0.42735
140 EKlow 1 0.68 0.6811 6.080 0.01390 *
141 Residuals 735 82.34 0.1120
142 ---
143 Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
144 35 observations deleted due to missingness
145

```



```

146 Chi Square
147 > ##Chi Square Test
148 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$strategischesV2)
149
150     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
151
152 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$strategischesV2
153 X-squared = 5.3968, df = 1, p-value = 0.02017
154
155 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$Female)
156
157     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
158
159 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$Female
160 X-squared = 2.8792, df = 1, p-value = 0.08973
161
162 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$EKlow)
163
164     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
165
166 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$EKlow
167 X-squared = 6.8437, df = 1, p-value = 0.008896
168
169 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$Sozialkapital)
170
171     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
172
173 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$Sozialkapital
174 X-squared = 3.7868, df = 1, p-value = 0.05166
175
176 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$Female)
177
178     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
179
180 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$Female
181 X-squared = 2.8792, df = 1, p-value = 0.08973
182
183 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$Ties)
184
185     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
186
187 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$Ties
188 X-squared = 3.2879, df = 1, p-value = 0.06979
189
190 > chisq.test(h3_clean$Spende, h3_clean$Aktivität)
191
192     Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction
193
194 data:  h3_clean$Spende and h3_clean$Aktivität
195 X-squared = 0.98082, df = 1, p-value = 0.322
196

```

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

„Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne unzulässige fremde Hilfe angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.“

Ort, Datum

Unterschrift