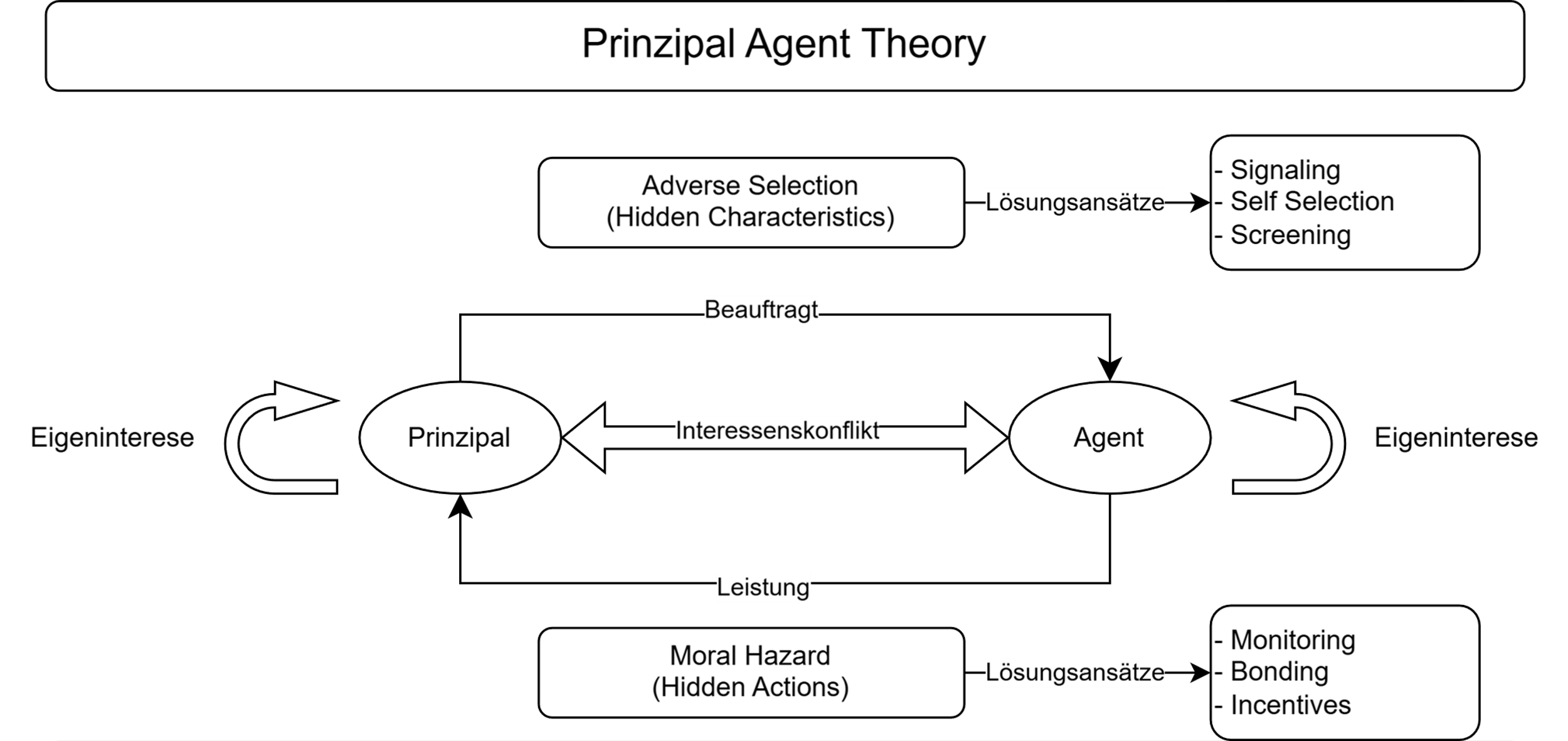
Theorien

[Principal Agent Theory --- 1](#_Toc183426604)

# Principal Agent Theory[[1]](#footnote-1) ---

Allgemein:

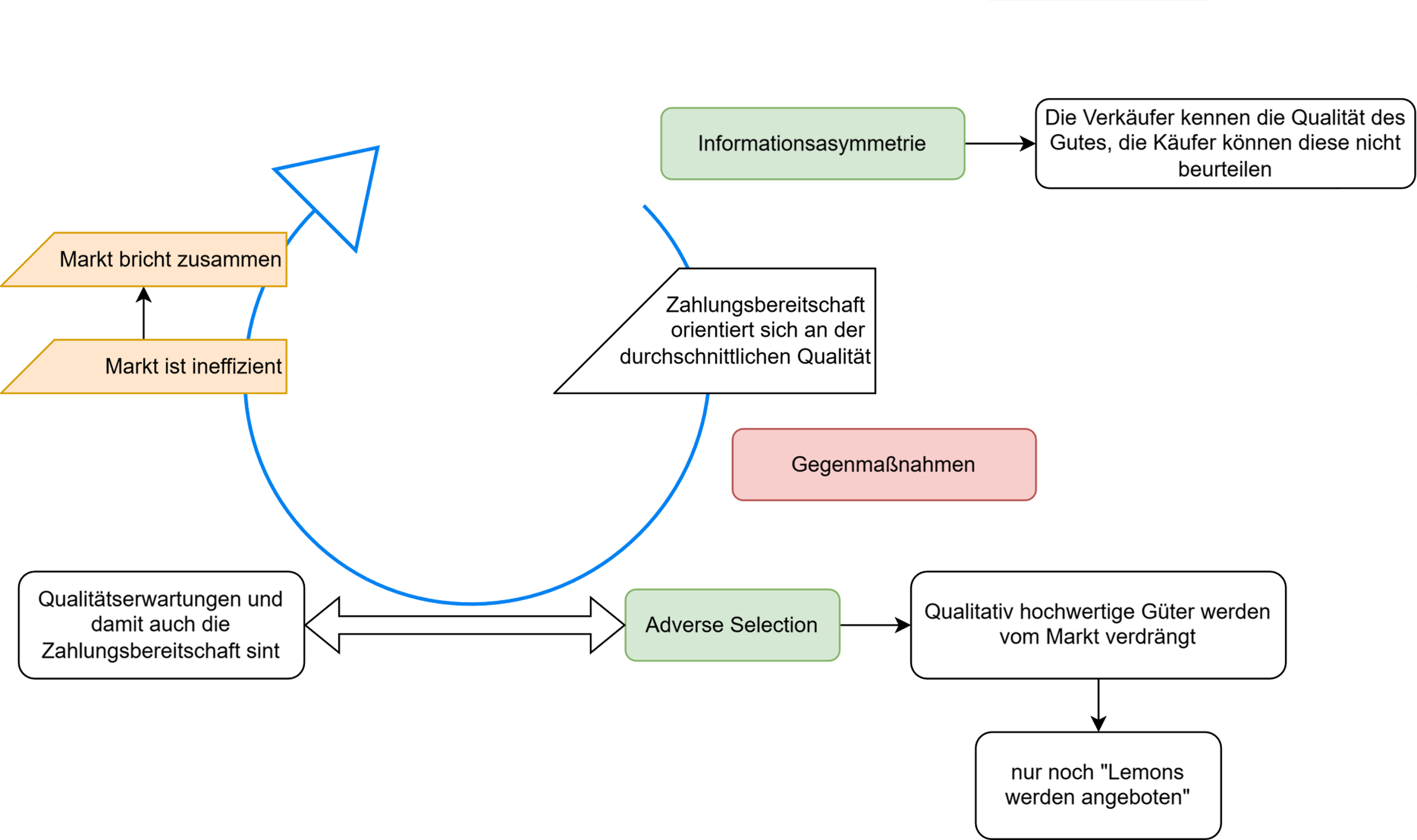
* Auftraggeber: Prinzipal
* Auftragnehmer: Agent



Lösungsansätze:

* Signaling
* Der Agent muss seine Fähigkeiten nachweisen, bspw. mittels Abschlüsse oder Zertifikaten
* Self Selection
* Der Agent muss aus mehreren Verträgen auswählen. Die jeweilige Entscheidung ermöglicht Rückschlüsse über die Eigenschaften des Agenten.
* Screening
* Der Prinzipal untersucht/überprüft die Qualität des Agenten
* Assessment Center, Vorstellungsgespräche
* Monitoring
* Der Prinzipal überwacht die Handlung des Agenten
* Bonding
* Der Agent wird per Vertrag an die Vorgaben des Prinzipals gebunden und so der Handlungsspielraum des Agents eingeschränkt.
* Incentive
* Der Prinzipal bietet dem Agent Anreize für gewünschtes Verhalten, bspw. Boni oder Aktienanteile.

# Markets for Lemons ---

*Lösungsansätze*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Maßnahme*** | ***Beschreibung*** | ***Pro*** | ***Contra*** |
| Standards und Gütesiegel | * Somit wird dem Konsumenten gezeigt, dass Güter über gewisse Mindeststandards verfügen oder bestimmte Eigenschaften aufweist. | * Transparenz * Verbesserte Kaufentscheidungen | * Bias-Siegel * Besiegelte irrelevante Eigenschaften * „Leere Siegel“ |

1. Principal Agent Theory Synonym zu Informationsasymmetrie [↑](#footnote-ref-1)