

Dirk Sliwka

A portrait of Dirk Sliwka, a man with a beard and glasses, wearing a white shirt and an orange sweater. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a gradient of blue and orange.

Während Dirk Sliwka früher Laborexperimente bevorzugte, gilt sein Interesse zunehmend den Feldexperimenten, in denen er zusammen mit Unternehmen über die Wirkung von Anreizsystemen forscht. Während manche Berater und zuletzt die New Worker den Sinn von variabler Vergütung infrage stellten, hat Sliwka bisher immer betont, dass Boni oder Provisionen immer dann einen positiven Effekt auf die Leistung der Mitarbeitenden haben, wenn sich die Leistung klar und objektiv messen lässt. Bei einem Experiment im Einzelhandel musste er diese Sichtweise relativieren, da Gespräche eine bessere Auswirkung auf die Leistung von Kassiererinnen hatten als monetäre Anreize. Sliwka war überrascht von den Forschungsergebnissen, mit denen er seine Ansicht korrigieren musste, er selbst spricht von einer „datengetriebenen Korrektur“.

Sliwka, der Personalwirtschaft an der Universität Köln lehrt, ist der bekannteste und einflussreichste Personalökonom im deutschsprachigen Raum. Auch wenn der Professor zuletzt wenig öffentliche Auftritte hatte, ist sein Einfluss groß, auf seine Arbeiten wird häufig Bezug genommen. Die Korrektur von bisherigen Erkenntnissen ist für ihn kein Problem, es gehört zu seinem Forschungsleitsatz: Es gibt keine ewigen Wahrheiten, vielmehr sammeln Forscher Daten und lernen daraus.

Erst neulich führte er bei einer großen Einkaufsplattform wieder eine Untersuchung durch: Bringen freiberufliche Einkaufsberater mehr Umsatz, wenn sie ein Fixum oder eine Provision erhalten? Er stellte Thesen auf, führte ein A/B-Testing durch und kam zur Erkenntnis: Wer diesen Job als Hauptjob macht, bringt mit dem Provisionsmodell mehr Umsatz. Wer den Job aus Freude an der Beratung macht, bringt mit einem Fixum mehr Umsatz. Für Menschen wie Sliwka, die offen sind, bleibt die Realität kompliziert. Er lehrt uns, einfache Wahrheiten immer wieder zu hinterfragen.

# DER UNANGENEHM