

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Entwicklung in der Arbeitswelt: Virtualisierung interner Kommunikation	1
1.1.1	<i>Steigende E-Mail-Kommunikation innerhalb von Unternehmen</i>	2
1.1.2	<i>Etablierung neuer Arbeitsformen: Telearbeit und virtuelle Teams</i>	3
1.2	Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	6
1.3	Aufbau der Arbeit	7
2	Forschungsstand zum Vertrauenskonstrukt und der Einfluss der Virtualisierung auf Vertrauen	10
2.1	Stand der Vertrauensforschung.....	10
2.1.1	<i>Vertrauen in der ökonomischen Theorie</i>	11
2.1.1.1	Vertrauen in der Neuen Institutionenökonomie.....	12
2.1.1.2	Vertrauen aus entscheidungstheoretischer Perspektive	15
2.1.1.3	Diskussion der ökonomischen Perspektive.....	19
2.1.2	<i>Vertrauen als soziologische Kategorie</i>	20
2.1.2.1	Vom interpersonalen Vertrauen zum Systemvertrauen	21
2.1.2.2	Vertrauen und Vertrautheit	24
2.1.2.3	Diskussion der soziologischen Perspektive	26
2.1.3	<i>Vertrauen als psychologisches Konstrukt</i>	28
2.1.3.1	Modelltheoretische Betrachtung von Vertrauen	29
2.1.3.2	Vertrauen und Attribution.....	35
2.1.3.3	Diskussion der psychologischen Perspektive	36
2.1.4	<i>Empirische Forschungsergebnisse zum Vertrauenskonstrukt im Kontext unternehmerischer Tätigkeiten</i>	37
2.1.4.1	Wirkungsmechanismen von Vertrauen.....	37
2.1.4.2	Kommunikation und Vertrauen	39
2.2	Einfluss der Virtualisierung auf Vertrauen	41
2.2.1	<i>Einfluss der Virtualisierung im Kontext unternehmerischer Tätigkeit</i>	41
2.2.2	<i>Erklärungsansätze zum Einfluss virtueller Kommunikation auf Vertrauen</i>	42
2.2.2.1	Verhaltenswissenschaftliche nonverbale Kommunikationsforschung	42
2.2.2.2	Sozialwissenschaftliche Forschung zur computervermittelten Kommunikation	43
2.2.2.3	Soziologische Interaktionsforschung	45
2.3	Zusammenfassung des Forschungsstandes und weitere Vorgehensweise.....	47
3	Gemeinsamer Kommunikationsstil im Unternehmen als Ansatz zur Förderung von Vertrauen bei Virtualisierung interner Kommunikation	52
3.1	Vertrauen im Unternehmen auf der Makroebene: Vertrauenskultur bei virtueller Kommunikation	52
3.1.1	<i>Unternehmenskultur als gemeinsam geteiltes System von Bedeutungen</i>	52
3.1.2	<i>Die Rolle von Kommunikation für die Unternehmenskultur</i>	55
3.1.2.1	Kommunikation als Prozess der Bedeutungsvermittlung	55
3.1.2.2	Kommunikationsstil als Merkmal von Unternehmenskultur	59
3.1.3	<i>Kommunikationsprozesse als Grundlage für die Entwicklung von Unternehmenskultur</i>	61
3.1.3.1	Entstehung und Tradierung von Unternehmenskultur im Rahmen von Institutionalierungs- und Internalisierungsprozessen.....	63
3.1.3.2	Objektivierung kultureller Institutionen über zwei Stufen	67

3.1.4	<i>Entwicklung von Vertrauenskultur über die Stufen der Spezifizierung und der Generalisierung</i>	68
3.1.4.1	Vertrauen zwischen den Unternehmensmitgliedern und Ähnlichkeit als Vertrauen fördernder Faktor	69
3.1.4.2	Etablierung von Vertrauenskultur im Sinne einer kulturellen Institution auf der Generalisierungsstufe.....	71
3.1.5	<i>Identifizierung des gemeinsamen Kommunikationsstils im Unternehmen als Ansatz für ein Vertrauensmanagement bei virtueller Kommunikation</i>	74
3.2	Vertrauen im Unternehmen auf der Mikroebene: interpersonales Vertrauen im Rahmen virtueller Beziehungen.....	77
3.2.1	<i>Grundlagen zu Vertrauen im Unternehmen</i>	78
3.2.1.1	Situationsmerkmale von Vertrauen.....	79
3.2.1.2	Vertrauen als Nicht-Schadens-Erwartung.....	81
3.2.2	<i>Bestimmungsfaktoren von Vertrauen</i>	84
3.2.2.1	Individuelle Vertrauensbereitschaft	84
3.2.2.2	Situative Vertrauensbereitschaft	86
3.2.3	<i>Attributionstheoretische Prinzipien bei der Vertrauensbildung</i>	89
3.2.3.1	Attribution als unvoreingenommene Datenverarbeitung.....	90
3.2.3.2	Attributionsverzerrungen und -irrtümer.....	94
3.2.3.2.1	Verzerrungen aufgrund begrenzter Wahrnehmungs- und Kognitionskapazitäten.....	96
3.2.3.2.2	Motivationsbedingte Verzerrungen.....	98
3.2.3.3	Attributionseffekte aus der Wahrnehmung von Ähnlichkeit	99
3.2.3.3.1	Ähnlichkeitswahrnehmung aufgrund eines gemeinsamen Kommunikationsstils	99
3.2.3.3.2	Der Einfluss von In-Group-Attributionen auf Vertrauen	100
3.2.3.3.3	Anwendung des Falschen Konsensus und der Einfluss auf Vertrauen ...	102
3.2.4	<i>Ableitung eines Wirkungsmodells zum Einfluss eines gemeinsamen Kommunikationsstils auf Vertrauen</i>	105
4	Empirische Überprüfung der Vertrauen fördernden Wirkung eines gemeinsamen Kommunikationsstils	109
4.1	Design und Methodik der E-Mail-Kommunikationsstudie.....	109
4.1.1	<i>Strukturierung der Kommunikationszeit zwischen den Teammitgliedern</i>	112
4.1.2	<i>Vorgabe eines E-Mail-Kommunikationsstils</i>	113
4.1.3	<i>Erstellung einer Checkliste</i>	115
4.1.4	<i>Durchführung eines Vertrauensspiels</i>	117
4.1.4.1	Beschreibung des Vertrauensspiels.....	117
4.1.4.2	Zielsetzung des Vertrauensspiels.....	120
4.1.4.2.1	Beginn des Vertrauensspiels	120
4.1.4.2.2	Spielzüge im Rahmen des Vertrauensspiels.....	121
4.1.5	<i>Punktevergabe im Rahmen des Vertrauensspiels</i>	122
4.1.6	<i>Online-Befragung und Gewinnchancen</i>	126
4.2	Datengenerierung.....	128
4.2.1	<i>Operationalisierung der Variablen</i>	128
4.2.1.1	Übereinstimmung des Kommunikationsstils	128
4.2.1.2	Wahrnehmung von Ähnlichkeit zum Kommunikationspartner	129
4.2.1.3	Individuelle Vertrauensbereitschaft	129
4.2.1.4	Situative Vertrauensbereitschaft	130
4.2.1.5	Vertrauen.....	131
4.2.2	<i>Datenaufbereitung und Stichprobengröße</i>	132

4.2.3	<i>Güte der Daten</i>	133
4.2.3.1	Cronbachs Alpha und Item to Total-Korrelation zur Prüfung der Reliabilität.....	134
4.2.3.2	Faktorenanalyse zur Prüfung der Validität	137
4.3	Datenanalyse	141
4.3.1	<i>Hypothesenprüfung mittels Kausalanalyse</i>	141
4.3.1.1	Hypothesen und Modellstruktur	141
4.3.1.2	Güte des Kausalmodells.....	143
4.3.1.2.1	Anpassungsmaße zur Beurteilung der Güte des Kausalmodells.....	144
4.3.1.2.2	Globale und lokale Anpassungsmaße des Kausalmodells	145
4.3.1.3	Prüfung der Hypothesen und Interpretation.....	149
4.3.2	<i>Hypothesenprüfung mittels Varianzanalyse</i>	152
4.3.2.1	Prüfung des Interaktionseffektes zwischen individueller Vertrauensbereitschaft und Ähnlichkeitswahrnehmung auf die situative Vertrauensbereitschaft	152
4.3.2.2	Vorgabe des Kommunikationsstils als Einflussfaktor auf Ergebnisse der Studie	155
4.4	Zusammenfassung der empirischen Ergebnisse	157
5	Implikationen	160
5.1	Schlussfolgerungen für ein Management von Vertrauenskultur bei Virtualisierung interner Kommunikation.....	160
5.2	Kritische Reflektion der Arbeit und weiterer Forschungsbedarf.....	164
	Literatur	169
	Anhang	191
	Anhang 1: Selbst- und Fremdeinschätzung des E-Mail-Kommunikationsstils	191
	Anhang 2: Unterlagen zur Teilnahme an der E-Mail-Kommunikationsstudie.....	192
	Anhang 3: Fragebogen zur Messung der Kommunikation in Dyaden	202