

Reihe: Planung, Organisation und Unternehmensführung · Band 85

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln, Prof. Dr. Winfried Matthes, Wuppertal, Prof. Dr. Udo Winand, Kassel, Prof. (em.) Dr. Joachim Griese, Bern, Dr. Harald F. O. von Kortzfleisch, Kassel, PD Dr. Ludwig Theuvsen, Göttingen, und Dr. Andreas Al-Laham, Dortmund

Dr. Felix Zimmermann

# Vertrauen in Virtuellen Unternehmen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Udo Winand,  
Universität Kassel



# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>XV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>XVII</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Vertrauen als unzureichend erforschte Ressource in Virtuellen Unternehmen</i>	3
1.2 <i>Zielsetzung und Aufbau der Arbeit</i>	4
<b>2 Vertrauen – Perspektiven, Formen und Funktionen eines Interaktionsmechanismus</b>	<b>7</b>
2.1 <i>Der Begriff des Vertrauens</i>	7
2.2 <i>Vertrauen als Gegenstand interdisziplinärer Forschung: Gemeinsamkeiten und Unterschiede</i>	10
2.2.1 <i>Psychologische Auslegung von Vertrauen</i>	11
2.2.2 <i>Soziologische Auslegung von Vertrauen</i>	13
2.2.3 <i>Philosophische Auslegung von Vertrauen</i>	16
2.2.4 <i>Sozialpsychologische Auslegung von Vertrauen</i>	18
2.2.5 <i>Ökonomische Auslegung von Vertrauen</i>	20
2.2.5.1 <i>Transaktionskostentheorie</i>	21
2.2.5.2 <i>Prinzipal-Agenten-Theorie</i>	25
2.2.5.3 <i>Spieltheoretische Betrachtungen</i>	29
2.2.6 <i>Zwischenfazit und Arbeitsdefinition von Vertrauen</i>	32
2.3 <i>Formen von Vertrauen: Unterschiedliche Bezugs- und Zeitpunkte in Vertrauensbeziehungen</i>	34
2.3.1 <i>Die Unterscheidung von kognitivem und emotionalem Vertrauen</i>	35
2.3.2 <i>Die Vertrauensrelationen</i>	36
2.3.2.1 <i>Interpersonales Vertrauen</i>	37
2.3.2.2 <i>Personales Vertrauen in Systeme</i>	40
2.3.2.3 <i>Interorganisationales Vertrauen</i>	42

2.3.2.4 Organisationsvertrauen in Personen	44
2.3.3 Vertrauensformen unter temporären Gesichtspunkten	45
2.3.3.1 Swift Trust	45
2.3.3.2 Initial Trust	49
2.4 <i>Substitutive und komplementäre Interaktionsmechanismen zu Vertrauen</i>	52
2.4.1 Macht	53
2.4.2 Kontrolle	55
2.4.3 Misstrauen	58
2.4.4 Zusammenfassung	59
2.5 <i>Zur Genese von Vertrauen</i>	59
2.5.1 Komponenten und Voraussetzungen von Vertrauensbeziehungen	60
2.5.2 Reziprozität und Rekursivität im Vertrauensaufbau	63
2.5.3 Der Aufbau von Vertrauen als Prozess	65
2.6 <i>Wirkungsweise von Vertrauen in und zwischen Organisationen</i>	67
2.6.1 Vertrauen in der betrieblichen Arbeit	67
2.6.2 Vertrauen als interorganisatorisches Koordinationsinstrument	71
2.7 <i>Funktionen und Folgen von Vertrauen</i>	73
2.8 <i>Eine Kosten-Nutzen-Betrachtung von Vertrauen</i>	78
<b>3 Virtuelle Unternehmen – Zielsetzung und Konzeption</b>	<b>81</b>
3.1 <i>Begriff der Virtuellen Unternehmung</i>	81
3.1.1 Historische Entwicklung	82
3.1.2 Definition	83
3.2 <i>Ursachen der Entstehung und Ziele Virtueller Unternehmen</i>	87
3.3 <i>Spezifische Merkmale Virtueller Unternehmen</i>	93
3.4 <i>Konzeption und Abgrenzung</i>	96
3.4.1 Die institutionelle Sicht: Virtuelle Unternehmen als Netzwerke	97
3.4.1.1 Netzwerke und Netzwerkeigenschaften	97
3.4.1.2 Netzwerkformen und Virtuelle Unternehmen	104

3.4.2 Die instrumentelle Sicht: Virtualität als Kompetenz	108
3.4.2.1 Ressourcen und Kompetenzen von Unternehmen	109
3.4.2.2 Virtualität: Spezifische Fähigkeiten als Differenzierungskriterium	111
3.4.3 Entwicklungsstufen und Formen Virtueller Unternehmen	115
3.4.4 Schlüsselpositionen in Virtuellen Unternehmen: Broker und Leader	118
<b>4 Stellenwert und Funktionen von Vertrauen in Virtuellen Unternehmen</b>	<b>125</b>
4.1 <i>Merkmale und Ziele Virtueller Unternehmen als Bezugspunkte von Vertrauensfunktionen</i>	125
4.1.1 Kooperationsbasierte Leistungserstellung durch rechtlich selbständige Unternehmen im Rahmen einer Netzwerkstruktur	126
4.1.2 Weitgehender Verzicht auf die Institutionalisierung von Managementfunktionen und eine detaillierte Vertragsgestaltung	130
4.1.3 Zusammenführung partnerspezifischer Kernkompetenzen bei Auftritt gegenüber Externen als einheitliches Unternehmen	136
4.1.4 Die intensive Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologie	140
4.1.5 Die Zusammenarbeit auf Basis eines gemeinsamen Geschäftsverständnisses	143
4.2 <i>Nachteile des Vertrauens</i>	146
4.3 <i>Schlussfolgerung: Zum Stellenwert von Vertrauen in Virtuellen Unternehmen</i>	148
<b>5 Vertrauensgenese in Virtuellen Unternehmen – eine phasenorientierte Betrachtung</b>	<b>151</b>
5.1 <i>Grundlegende Erkenntnisse zur Vertrauensgenese in Virtuellen Unternehmen</i>	152
5.1.1 Verschiedene Ebenen von Einflussfaktoren	152
5.1.2 Komponenten des Vertrauensaufbaus	155

<i>5.2 Phasenspezifische Analyse der Vertrauensgenese</i>	157
5.2.1 Anbahnungsphase	160
5.2.1.1 Vertrauenskomponente Kommunikation	161
5.2.1.2 Vertrauenskomponenten Vertrautheit durch Vergangenheitsinformationen und Reputation	163
5.2.1.3 Vertrauenskomponenten Ähnlichkeit und Reziprozität	165
5.2.1.4 Vertrauenskomponenten Konsistenz und nondiskrepantes Verhalten	167
5.2.2 Vereinbarungsphase	170
5.2.2.1 Vertrauenskomponente Kommunikation	170
5.2.2.2 Vertrauenskomponenten Vertrautheit durch Vergangenheitsinformationen und Reputation	174
5.2.2.3 Vertrauenskomponenten Ähnlichkeit und Reziprozität	174
5.2.2.4 Vertrauenskomponenten Konsistenz und nondiskrepantes Verhalten	177
5.2.3 Operative Phase	179
5.2.3.1 Vertrauenskomponente Kommunikation	180
5.2.3.2 Vertrauenskomponenten Vertrautheit durch Vergangenheitsinformationen und Reputation	183
5.2.3.3 Vertrauenskomponenten Ähnlichkeit und Reziprozität	185
5.2.3.4 Vertrauenskomponenten Konsistenz und nondiskrepantes Verhalten	188
5.2.4 Auflösungsphase	191
5.2.4.1 Vertrauenskomponente Kommunikation	191
5.2.4.2 Vertrauenskomponenten Vertrautheit durch Vergangenheitsinformationen und Reputation	193
5.2.4.3 Vertrauenskomponenten Ähnlichkeit und Reziprozität	194
5.2.4.4 Vertrauenskomponenten Konsistenz und nondiskrepantes Verhalten	195
5.2.5 Die Rolle des Brokers	197
<i>5.3 Zusammenfassung und Schlussfolgerung</i>	201

<b>6</b>	<b>Impulse für ein Vertrauensmanagement in Virtuellen Unternehmen</b>	<b>207</b>
6.1	<i>Konkrete vertrauensbildende Maßnahmen</i>	208
6.2	<i>Umfassende und strategische vertrauensbildende Maßnahmen</i>	213
6.2.1	Entwicklung einer Leitlinie für vertrauensvolles Handeln	214
6.2.2	Signalisierung der Vertrauenswürdigkeit	215
6.2.3	Auswahl und Qualifizierung von Mitarbeitern	217
6.3	<i>Praktische Schwierigkeiten bei der Umsetzung eines Vertrauensmanagements</i>	222
<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>225</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>229</b>