

**Viktoria Laukart**

**Untersuchung des Shared Values Prozesses  
auf Relevanz beim Vertrauensmanagement  
in virtuellen Unternehmen**

**Diplomarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplom.de  
ISBN: 9783832475949

**Viktoria Laukart**

**Untersuchung des Shared Values Prozesses auf Relevanz  
beim Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen**

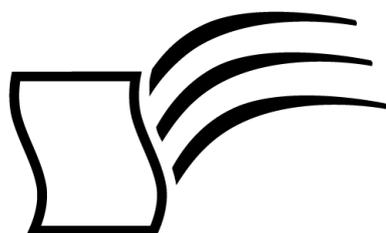


---

Viktoria Laukart

# **Untersuchung des Shared Values Prozesses auf Relevanz beim Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen**

**Diplomarbeit  
Fachhochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen  
Fachbereich Wirtschaft  
Abgabe Juni 2003**



***Diplom.de***

Diplomica GmbH \_\_\_\_\_  
Hermannstal 119k \_\_\_\_\_  
22119 Hamburg \_\_\_\_\_

Fon: 040 / 655 99 20 \_\_\_\_\_  
Fax: 040 / 655 99 222 \_\_\_\_\_

agentur@diplom.de \_\_\_\_\_  
www.diplom.de \_\_\_\_\_

ID 7594

Laukart, Viktoria: Untersuchung des Shared Values Prozesses auf Relevanz beim Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen  
Hamburg: Diplomica GmbH, 2004  
Zugl.: Fachhochschule Hildesheim/Holzminden/Göttingen, Fachhochschule,  
Diplomarbeit, 2003

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH  
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2004  
Printed in Germany

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>V</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	4
<b>2 Virtuelles Unternehmen</b>	<b>6</b>
2.1 Begriffe virtuell, Virtualität, Virtualisierung, Virtualisierungsgrad	6
2.2 Definitionsversuche in der Literatur	7
2.3 Charakteristische Merkmale virtueller Unternehmen	11
2.3.1 Kooperation rechtlich unabhängiger Partner	11
2.3.2 Verbindung von Kernkompetenzen	12
2.3.3 Zeitliche und räumliche Verteiltheit	12
2.3.4 Moderne Informations- und Kommunikationstechnologie	13
2.3.5 Vertrauenskultur	13
2.4 Ableitung einer Arbeitsdefinition	14
<b>3 Vertrauen als elementare Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit von virtuellen Unternehmen</b>	<b>15</b>
3.1 Vertrauen als interdisziplinäres Forschungsgebiet	15
3.1.1 Vertrauen aus psychologischer Perspektive	16
3.1.1.1 Vertrauen als personenspezifische Einstellung (Rotter/Erikson)	16
3.1.1.2 Vertrauen als situationsabhängiges Verhalten (Deutsch)	18
3.1.2 Vertrauen aus soziologischer Perspektive	19
3.1.2.1 Vertrauen als Mechanismus zur Reduktion sozialer Komplexität (Luhmann)	19
3.1.2.2 Vertrauen als einseitiger Ressourcentransfer (Coleman)	21
3.1.2.3 Vertrauen in strukturationstheoretischer Perspektive (Giddens)	22

<b>3.2</b>	<b>Begriffliche Abgrenzung und Festlegung von Vertrauen für diese Arbeit</b>	<b>25</b>
3.2.1	Begriffliche Abgrenzung von Vertrauen	25
3.2.1.1	Vertrauen, Risiko und Unsicherheit	26
3.2.1.2	Zuversicht, Hoffnung, Zutrauen und Vertrauen	27
3.2.2	Begriffliche Festlegung von Vertrauen	28
<b>3.3</b>	<b>Bedeutung und Funktionen von Vertrauen in virtuellen Unternehmen</b>	<b>31</b>
3.3.1	Vertrauen als Koordinations- und Kontrollmechanismus	31
3.3.2	Persönliches Vertrauen und Systemvertrauen	33
3.3.3	Weitere Funktionen bzw. Wirkungen von Vertrauen	34
<b>3.4</b>	<b>Grenzen und Barrieren des Vertrauens in virtuellen Unternehmen</b>	<b>35</b>
<b>3.5</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>37</b>
<b>4</b>	<b>Untersuchung des Shared Values Prozesses auf Relevanz beim Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen</b>	<b>39</b>
<b>4.1</b>	<b>Shared Values Prozess® nach Rob Lebow</b>	<b>39</b>
4.1.1	Überblick über die Entwicklungsgeschichte	39
4.1.2	Das Konzept Shared Values Prozess®	40
<b>4.2</b>	<b>Die Rolle des SVP® beim Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen</b>	<b>43</b>
4.2.1	Vertrauensmanagement in virtuellen Unternehmen	43
4.2.2	Shared Values Prozess® in virtuellen Unternehmen	44
<b>4.3</b>	<b>Mögliche Aufgaben der Shared Values als vertrauensfördernde Faktoren und ihre Umsetzung in virtuellen Unternehmen</b>	<b>46</b>
4.3.1	Besonderheiten bei der Entstehung virtueller Unternehmen	46
4.3.2	Funktionen der Shared Values in virtuellen Unternehmen	50
4.3.2.1	Shared Values als Verhaltenskodex	50
4.3.2.2	Signal- und Symbolfunktion	51
4.3.2.3	Vereinigungs- und Identifikationsfunktion	53
4.3.3	Grenzen und Barrieren von Shared Values	54

<b>4.4 Implementierungsaussicht von Shared Values in virtuellen Unternehmen</b>	<b>56</b>
<b>4.5 Gestaltungsempfehlungen zur Implementierung der Shared Values als vertrauensfördernde Faktoren</b>	<b>59</b>
<b>5 Schlussbetrachtung</b>	<b>61</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>63</b>
<b>Anhang</b>	<b>70</b>
<b>A. Values Attitude Study bzw. DISG-Werte und Einstellungsstudie – Kurzform</b>	<b>70</b>
<b>B. Wertespannungsindex zur Einstellungsstudie</b>	<b>71</b>