

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Übersicht.....	1
2. Notwendigkeit eines Beziehungsmanagementansatzes.....	6
2.1 Markttrends, Motive und Formen zwischenbetrieblicher Wertschöpfung	6
2.1.1 Marktentwicklungen begünstigen Kooperationsbeziehungen.....	7
2.1.2 Motive zwischenbetrieblicher Kooperation	9
2.1.3 Vertikale und horizontale Kooperationsbeziehungen	11
2.1.3.1 Entwicklungen in der Beschaffung vom marktlichen Einkauf zur strategischen Lieferantenkooperation	11
2.1.3.2 Strategische Allianzen und Geschäftsnetzwerke.....	14
2.2 Managementherausforderungen zwischenbetrieblicher Kooperation.....	16
2.2.1 Gründe für das häufige Scheitern von Allianzen	16
2.2.2 Managementherausforderungen	17
2.2.2.1 Strategische Abhängigkeit	18
2.2.2.2 Zwischenbetriebliche Interdependenz.....	18
2.2.2.3 Divergente Zielsysteme der Kooperationspartner.....	19
2.2.2.4 Interorganisationale Distanz.....	20
2.2.2.5 Zur Dialektik zwischenbetrieblicher Kooperation	20
2.2.3 Beziehungsmanagement als unerforschtes Phänomen	22
2.3 Beziehungsmanagement – Abgrenzung und Einordnung.....	24
2.3.1 Unternehmensbeziehungen als relevanter Forschungsgegenstand	25
2.3.2 Übersicht verschiedener Unternehmensbeziehungen.....	26
2.3.3 Ebenen zwischenbetrieblichen Managements	28
2.3.3.1 Unterscheidung verschiedener Untersuchungsebenen	28
2.3.3.2 Beziehungsmanagement als Teil des Netzwerkmanagements	30
2.3.3.3 Beziehungsmanagement als Teil des Wertkettenmanagements	30
2.3.3.4 Beziehungsmanagement als Teil des Portfoliomanagements.....	32
2.3.4 Dimensionen zwischenbetrieblichen Beziehungsmanagements.....	33
2.4 Soziale Dimension zwischenbetrieblichen Beziehungsmanagements	35
2.4.1 Soziale Beziehungsdimension als unerforschtes Phänomen	35
2.4.2 Transaktionskostentheorie als vorherrschender Ansatz vernachlässigt die soziale Dimension	37
2.4.2.1 Erklärungsansatz der Transaktionskostentheorie	38
2.4.2.2 Nichtberücksichtigung relationaler Beziehungsentwicklung	39
2.4.2.3 Konzentration auf opportunistisches Verhalten	40
2.4.3 Soziale Stabilisierung als Ergänzung formeller Mechanismen	42
2.4.3.1 Informelle Stabilisierung durch Beziehungs- und Vertrauensbildung.....	43

2.4.3.2 Soziale Beziehungen als relevanter Betrachtungsgegenstand	44
2.5 Untersuchungsgegenstand und Grundverständnis der Arbeit	45
2.5.1 Charakteristika sozialer Akteure	45
2.5.2 Multi-Ebenen-Modell interorganisationaler Beziehungen	48
2.5.3 Investitionslogik in zwischenbetrieblichen Beziehungen	51
2.5.4 Grundannahmen und Forschungsfragen	53
2.5.5 Überblick über den weiteren Aufbau der Arbeit	55
3. Sozialkapitaltheorie	57
3.1 Einführung und Hintergrund	57
3.1.1 Der Sozialkapitalbegriff als Metapher	58
3.1.2 Verschiedene Beispiele für Sozialkapital	59
3.1.3 Herkunft und Historie des Sozialkapitalbegriffs	67
3.1.3.1 Entstehung des Sozialkapitalbegriffs in der Soziologie	68
3.1.3.2 Adaption des Begriffs in Politologie und Entwicklungspolitik	69
3.1.3.3 Sozialkapital in der Organisationsforschung	70
3.1.4 Sozialkapital im Spannungsfeld von Soziologie und Ökonomie	71
3.1.4.1 Über- und untersozialisierte Positionen	72
3.1.4.2 Wiedervernetzung ökonomischer und soziologischer Positionen	74
3.1.4.3 Vom Homo Oeconomicus zum Homo Reciprocans	76
3.1.5 Zur Relevanz von Sozialkapital im organisationalen Umfeld	78
3.2 Definitionsgerüst und Grundprinzipien	80
3.2.1 Definitionen	80
3.2.2 Grundidee und Abgrenzung des Sozialkapitalkonstrukt	86
3.2.3 Überblick über das weitere Vorgehen	87
3.3 Perspektiven und Betrachtungsebenen des Sozialkapitalkonstrukt	89
3.3.1 Interne und externe Perspektive der Sozialkapitaldefinition	89
3.3.1.1 Externe Sozialkapitaldefinition	89
3.3.1.2 Interne Sozialkapitaldefinition	92
3.3.1.3 Beide Perspektiven umfassende Sozialkapitaldefinitionen	95
3.3.2 Betrachtungsebenen und Forschungsgegenstand	97
3.3.2.1 Unterscheidung typischer Betrachtungsebenen	97
3.3.2.2 Zum Verhältnis von Perspektive und Betrachtungsebene	98
3.3.2.3 Interaktion von Sozialkapital auf verschiedenen Ebenen	102
3.4 Verschiedene Netzwerkstrukturen als Sozialkapital	105
3.4.1 Sozialkapital durch das Überbrücken struktureller Lücken	105
3.4.2 Sozialkapital durch Netzwerkgeschlossenheit	107
3.4.3 Auflösen des scheinbaren Gegensatzes durch Wahl der Perspektive	109
3.4.4 Kontingenzansätze für die Vorteilhaftigkeit der Netzwerkstrukturen	112
3.5 Wirkungen, Funktionen und Effekte von Sozialkapital	116
3.5.1 Positive Sozialkapitaleffekte	116
3.5.1.1 Allokative Funktion von Sozialkapital: Ressourcenzugang	116
3.5.1.2 Adaptive Funktion von Sozialkapital: Kollaborationsfähigkeit	117
3.5.1.3 Autoritäre Funktion von Sozialkapital: Einfluss und Kontrolle	118
3.5.2 Negative Sozialkapitaleffekte	121
3.5.2.1 Negative Effekte durch Akteure in einflussreichen Netzwerkpositionen	122
3.5.2.2 Klubbildung und unethisches Verhalten	122

3.5.2.3	Nachteile für das Kollektiv durch individuelle Sozialkapitalnutzung	123
3.5.2.4	Einschränkung individueller Freiheit durch das Kollektiv	124
3.5.3	Soziale Strukturen als soziale Verbindlichkeiten	125
3.6	Sozialkapital-Elemente in verschiedenen Dimensionen	128
3.6.1	Strukturelle versus inhaltliche Dimensionen	128
3.6.2	Strukturelle Sozialkapitaldimension	130
3.6.2.1	Beziehungs- versus netzwerkbasiertes Sozialkapitalverständnis ..	131
3.6.2.2	Schwache versus starke Beziehungen	132
3.6.2.3	Zusammenfassende Systematisierung	134
3.6.3	Relationale Sozialkapitaldimension	135
3.6.3.1	Vertrauen	135
3.6.3.2	Normen	140
3.6.3.3	Obligationen und Erwartungen	142
3.6.3.4	Identifikation und Identität	143
3.6.4	Kognitive Sozialkapitaldimension	143
3.6.4.1	Gemeinsame Sprache und Codes	144
3.6.4.2	Gemeinsames, wechselseitig bekanntes Wissen	145
3.6.4.3	Gemeinsame mentale Modelle	146
3.6.4.4	Gruppengedächtnis und sozial eingebettete Fähigkeiten	147
3.6.5	Zusammenfassende Übersicht	148
3.7	Sozialkapitalentstehung und Investitionsprozess	150
3.7.1	Entstehungsprozess von Sozialkapital	150
3.7.2	Sozialkapital als sich selbst verstärkendes Konstrukt	152
3.7.3	Authentisches Verhalten und soziale Kompetenzen als Antezedenzen der Sozialkapitalentstehung	153
3.7.4	Eigenschaften der Sozialkapitalinvestition	154
3.7.5	Änderungen im Sozialkapitalbestand	156
3.8	Kapitalcharakteristika und Vergleich mit anderen Kapitalformen	157
3.8.1	Transferierbarkeit	158
3.8.2	Kontrollierbarkeit	159
3.8.3	Fungibilität	161
3.8.4	Pflegeaufwand	161
3.8.5	Synergien mit anderen Kapitalformen	162
3.8.6	Messbarkeit	162
3.9	Kritische Diskussion und Zusammenfassung	164
3.9.1	Typische Kritik am Konstrukt und deren Berücksichtigung	164
3.9.1.1	Begriffspluralität	165
3.9.1.2	Eindeutigkeit und Präzision der Definition	166
3.9.1.3	Problem tautologischer Aussagen	166
3.9.1.4	Uneingeschränkt positive Auslegung des Begriffs	167
3.9.1.5	Fehlen eindeutiger Kausalzusammenhänge	167
3.9.1.6	Auswirkungen der Multi-Ebenen-Anwendung	169
3.9.2	Zusammenfassende Übersicht der Theorieausarbeitung	170
4.	Organisationales Sozialkapital	172
4.1	Zur Abgrenzung von Sozialkapital auf Unternehmensebene	172
4.1.1	Sozialkapital von Individuen im Unternehmen	174

4.1.2	Organisationale Struktur als Sozialkapital für Individuen	174
4.1.3	Beziehungen von Individuen als Sozialkapital für das Unternehmen	175
4.1.4	Externe Unternehmensbeziehungen als Sozialkapital	176
4.2	Sozialkapital und wissensintensive Tätigkeiten im Unternehmen	178
4.2.1	Wissensentstehung im Unternehmen als sozialer Prozess	178
4.2.2	Wissensformen	179
4.2.3	Typischer Prozess der Wissensarbeit	181
4.2.4	Zur Rolle von Sozialkapital im Prozess der Wissensarbeit	183
4.2.4.1	Sozialkapital und implizites Wissen	183
4.2.4.2	Sozialkapital als Grundlage des Wissensaustauschs und -transfers	184
4.2.4.3	Sozialkapital als Grundlage der Wissenskombination und -generierung	186
4.2.4.4	Sozialkapitaldimensionen und Wissensarbeit	186
4.3	Sozialkapital als organisationale Ressource	188
4.3.1	Sozialkapital als Teil organisationaler Wissensressourcen	189
4.3.2	Sozialkapital als Kernressource	190
4.3.3	Unternehmen bieten ein reichhaltiges Umfeld für die Sozialkapitalentstehung	191
4.4	Interorganisationale Betrachtung von Sozialkapital	193
4.4.1	Sozialkapital als Wert externer Unternehmensbeziehungen	193
4.4.1.1	Strukturelle Einbettung und Reputation als Sozialkapital bei der Suche und Auswahl von Kooperationspartnern	194
4.4.1.2	Sozialkapital als Grundlage von Koordinationsvorteilen und Ressourcenzugang	196
4.4.2	Externe Beziehungen von Individuen als Sozialkapital des Unternehmens	198
4.4.3	Unternehmen als rationale oder politische Akteure?	200
4.5	Interorganisationale Arrangements als Multi-Ebenen-Gebilde	202
4.5.1	Individuen als Akteure im Kontext institutionalisierter Beziehungen	202
4.5.2	Zur Relevanz interpersonaler Beziehungen in interorganisationalen Arrangements	205
4.5.3	Existierende Arbeiten mit Bezug zur Sozialkapitaltheorie	206
4.5.4	Grenzen existierender Studien und weiterer Forschungsbedarf	208
5.	Aufbau und Durchführung der empirischen Studie	212
5.1	Ableitung der Forschungsfragen und des Forschungsframeworks	212
5.1.1	Zwischenbetriebliche Kooperation benötigt Sozialkapital	213
5.1.2	Interorganisationale Arrangements stellen ein karges Umfeld für die Sozialkapitalentstehung dar	213
5.1.3	Grundannahme und Forschungsfragen	216
5.1.4	Multi-Ebenen-Modell zwischenbetrieblicher Arrangements zur Einordnung der Forschungsfragen	217
5.1.5	Forschungsframework	219
5.1.6	Abgrenzung der empirischen Studie	220
5.2	Forschungsansatz	223
5.2.1	Ontologische und epistemologische Grundposition der Arbeit	224
5.2.2	Explorativer, theoriebildender Forschungsansatz	228

5.2.3	Fallbasierte Studie	229
5.2.4	Datenerhebung durch semistrukturierte Tiefeninterviews mit Experten	231
5.3	Übersicht über das Forschungsprojekt	233
5.3.1	Forschungsprozess	233
5.3.2	Sampling: Auswahl der Fälle	237
5.3.3	Datenerhebung: Interviewleitfaden und Interviewdurchführung	239
5.3.4	Mehrstufige Datenanalyse und -interpretation	241
5.3.5	Anmerkungen zu Schreibstil und Strukturierung	244
5.4	Übersicht über die untersuchten Fälle	245
5.4.1	FINANCE – Partnerbasiertes Internet-Geschäftsmodell	246
5.4.1.1	Komplexes Partnernetzwerk in der Projektphase	247
5.4.1.2	Beziehung zu BANK: strategische Integration in die Leistungserstellung	248
5.4.1.3	Beziehung zu WEBCONSULT: Koordinatorrolle in der Projektphase	248
5.4.1.4	Beziehung zu CONTENT: Lieferant von Inhalten für Online-Newsletter	249
5.4.2	TELCO – Lieferantenbeziehungen im E-Business	249
5.4.2.1	Beziehung zu WEBCONSULT und INFRANET: strategische Integration	250
5.4.2.2	Beziehung zu DEVELOPER: Entwicklung einer Softwarelösung	251
5.4.2.3	Beziehung zu E-NEWS: Syndizierung von Online-Inhalten	252
5.4.3	LOGISTIK – Internationales strategisches Allianznetzwerk	253
5.4.3.1	Kooperation im strategischen Netzwerk	253
5.4.3.2	Marktliche Beziehungen zum Kapazitätseinkauf	254
5.4.4	MOBILTEL - Lieferantenbeziehungen in Mobilfunk und E-Business	255
5.4.4.1	Beziehung zu SMS-A – Strategischer Lieferant von Mobilfunkdiensten	255
5.4.4.2	Beziehung zu SMS-B – nicht strategischer Zukauf von Mobilfunkdiensten	256
5.4.4.3	Beziehung zu AGENTUR – langfristige Kooperation	257
5.4.5	SYNDICATE – Partnerschaften im indirekten Vertrieb	258
5.4.5.1	Beziehungsanbahnung und Pflege eines Kontaktnetzwerks	259
5.4.5.2	Entwicklungspartnerschaften zur Integration der elektronischen Dienste	259
5.4.6	AIRLINE – Strategische Kooperation in regionalem Joint-Venture	260
5.4.6.1	Beziehung zu REGIO-AIR – gemeinsames Geschäft in einem Joint-Venture	260
5.4.6.2	Marktliche Beziehungen: Einkauf von Beförderungsleistung	261
5.4.7	OUTSOURCE – Lieferantennetzwerk im IT-Outsourcing	262
5.4.7.1	Typische Beziehungen auf Kundenseite	262
5.4.7.2	Management des Provider-Netzwerks	263
6.	Zur Rolle von Sozialkapital in zwischenbetrieblichen Beziehungen	264
6.1	Kontingenzmodell zur Erklärung der Sozialkapitalrelevanz	264
6.1.1	Rolle und Relevanz von Sozialkapital variiert mit der Lebenszyklusphase	265
6.1.2	Kontingenzmodell als Ergebnis der fallübergreifenden Auswertung	267

6.1.2.1	Kontingenzen in der Projektphase	268
6.1.2.2	Kontingenzen in der Routinephase	270
6.1.2.3	Einordnung der Beziehungen in das Kontingenzmodell	272
6.2	Sozialkapital in der Projektphase	274
6.2.1	Sozialkapital als Kernressource beim Aufbau strategischer Kooperation	274
6.2.1.1	Interne und externe Sozialkapitalperspektive der Allianzteams	274
6.2.1.2	Adaptive Effekte der internen Vernetzung des gemeinsamen Teams	277
6.2.1.3	Allokative und autoritäre Effekte der externen Vernetzung des Teams	280
6.2.1.4	Sozialkapital als Kernressource	282
6.2.2	Sozialkapital ermöglicht komplexe gemeinsame Tätigkeiten	284
6.2.2.1	Rollentrennung statt Integration in gemeinsamen Teams	285
6.2.2.2	Kognitives Sozialkapital ermöglicht ein gemeinsames Aufgabenverständnis	286
6.2.2.3	Relationale Sozialkapitalelemente erhöhen die Motivation zur Kollaboration	288
6.2.3	Sozialkapitalbasierte Koordination in komplexen Netzwerksetups	291
6.2.3.1	Informelle Vernetzung als Ersatz formeller Strukturen	291
6.2.3.2	Vorteile der informellen Vernetzung aus Sicht eines Partners im Netzwerk	294
6.2.4	Sozialkapital hat unterstützende Funktion in wohlstrukturierten Projekten	298
6.3	Sozialkapital in der Routinephase	302
6.3.1	Sozialkapital als Kermressource in strategischer Integration	302
6.3.1.1	Soziale Stabilisierung im Tagesgeschäft	302
6.3.1.2	Strukturelle Vernetzung ergänzt teambasiertes Setup	303
6.3.2	Sozialkapital als Unterstützer in strategischen Lieferantenbeziehungen	305
6.3.2.1	Sozialkapital verbessert die Koordination der operativen Zusammenarbeit	306
6.3.2.2	Stabilisierung durch soziale Beziehungen	309
6.3.3	Sozialkapital als Potenzial in nicht-strategischen Beziehungen	312
6.4	Zusammenfassende Diskussion des Kontingenzmodells	316
6.4.1	Charakteristika und Rolle von Sozialkapital im Kontingenzmodell	316
6.4.1.1	Strukturelle Unterschiede sozialer Vernetzung in den Beziehungstypen	318
6.4.1.2	Empirische Evidenz für verschiedene Formen von Sozialkapital in den Fällen	320
6.4.2	Sozialkapitalbalance: Möglichkeiten der Über- und Unterinvestition	321
6.4.2.1	Überinvestition in Sozialkapital in nicht-strategischen Beziehungen	321
6.4.2.2	Unterinvestition in Sozialkapital in strategischen Beziehungen	324
6.4.2.3	Abschließende Diskussion der Rolle von Sozialkapital	325
7.	Implikationen für ein sozialkapitalorientiertes Beziehungsmanagement ..	327
7.1	Sozialkapitalorientiertes Management als Kontextsteuerung	327
7.2	Barrieren der Sozialkapitalentstehung	330
7.2.1	Typische Barrieren	330

7.2.2 Räumliche Distanz	331
7.2.3 Kulturelle und soziale Distanz	333
7.2.4 Misstrauen und oppositionelles Verhalten als Barrieren zweiter Ordnung	337
7.3 Managementmaßnahmen	340
7.3.1 Opportunitäten schaffen für soziale Interaktionen	341
7.3.1.1 Face-to-Face-Treffen und Möglichkeit zur informellen Interaktion	341
7.3.1.2 Hospitation – gemeinsames Arbeiten an einem Ort	343
7.3.2 Gestaltung der Organisationsstrukturen	345
7.3.2.1 Mitarbeiterauswahl und Teamzusammenstellung	345
7.3.2.2 Einsetzen von Beziehungs promotoren	347
7.3.2.3 Überprüfung und Anpassung der Organisationsstrukturen	348
7.3.3 Fördern kooperativen Verhaltens in sozialen Interaktionen	349
7.3.3.1 Kooperatives Verhalten als Voraussetzung der Sozialkapitalentstehung	350
7.3.3.2 Coaching der Mitarbeiter zur Förderung kooperativen Verhaltens	351
7.3.4 Sozialkompetenz als Voraussetzung der Sozialkapitalentstehung	353
7.3.4.1 Sozialkompetenz als Kriterium der Mitarbeiterauswahl	353
7.3.4.2 Gezielte Schulung der Mitarbeiter	355
7.3.5 Zusammenfassung der Managementmaßnahmen	356
7.4 Zur Rolle des Managers im interorganisationalen Kontext	358
7.4.1 Einfluss des zwischenbetrieblichen Kontexts auf die Rolle des Managers	358
7.4.2 Sozialkapitalorientierung und die Rolle des Managers	361
7.5 Zur Rolle der Kommunikationstechnologie	363
7.5.1 Elektronische Kommunikation erschwert die Sozialkapitalentstehung	364
7.5.2 Sozialkapitalentstehung benötigt den reichhaltigen Face-to-Face- Kontext	366
7.5.3 Komplexe Tätigkeiten benötigen den reichhaltigen Face-to-Face- Kontext	367
7.5.4 Kommunikationsmodus folgt der Komplexität der Tätigkeiten	368
7.5.5 Sozialkapital als Grundlage elektronischer Kommunikation	371
7.5.6 Ausblick und Bedarf weiterer Forschungsarbeiten	372
7.6 Zusammenfassendes Resümee des Managementansatzes	375
7.6.1 Charakteristika des Managementansatzes	375
7.6.2 Einordnung des Managementansatzes in den Kontext	377
7.6.3 Beziehungsmanagement als Bündelung bekannter Maßnahmen vor dem Hintergrund neuer Herausforderungen	378
7.6.4 Beziehungsmanagement als organisatorische Fähigkeit	379
8. Zusammenfassung und Ausblick	380
8.1 Beiträge der Arbeit	380
8.2 Zur Rolle der empirischen Ergebnisse	382
8.3 Diskussion des Forschungsansatzes und weiterer Forschungsbedarf	383

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.1: Struktur und Aufbau der Arbeit.....	3
Abbildung 2.1: Unterscheidung marktlicher und strategischer Beziehungen.....	16
Abbildung 2.2: Managementtherausforderungen strategischer Kooperationsbeziehungen.....	22
Abbildung 2.3: Beziehungsmanagementansätze im Rahmen des Wertkettenmanagements ..	31
Abbildung 2.4: Dimensionen zwischenbetrieblichen Beziehungsmanagements.....	34
Abbildung 2.5: Interaktionsmodell zur Visualisierung zwischenbetrieblicher Beziehungen	49
Abbildung 2.6: Investitionskalkül von Sozialkapital in Kooperationsbeziehungen	55
Abbildung 3.1: Konzeption des Beziehungskonstrukts	85
Abbildung 3.2: Balance der Außen- und Innenvernetzung von Gruppen.....	110
Abbildung 3.3: Lückenhafte und dichte Netzwerke aus Sicht von Akteuren und Kollektiven	115
Abbildung 3.4: Visualisierung der Funktionen von Sozialkapital nach Perspektive.....	120
Abbildung 3.5: Systematisierung der strukturellen Sozialkapitaldimension	134
Abbildung 3.6: Verhältnis von Vertrauens- und Sozialkapitalkonstrukt	137
Abbildung 3.7: Detaillierte Ausgestaltung des Sozialkapitalkonstrukts nach Perspektive und Dimension	149
Abbildung 3.8: Einbettung von Sozialkapital in Struktur und Interaktion	152
Abbildung 3.9: Zusammenhang zwischen Sozialkapital, sozialer Kompetenz und Maßnahmen zur Förderung von Sozialkapital	155
Abbildung 3.10: Morphologischer Kasten der Sozialkapitaltheorie.....	171
Abbildung 4.1: Ebenen sozialer Struktur und Sozialkapital in Unternehmen	173
Abbildung 5.1: Sozialkapital im Multi-Ebenen-Modell interorganisationaler Arrangements	219
Abbildung 5.2: Forschungsframework der empirischen Studie	220
Abbildung 5.3: Visualisierung der Art der Sozialkapitalanwendung in der Studie	223
Abbildung 5.4: Zur Abgrenzung von Fällen und Forschungsgegenstand	231
Abbildung 5.5: Linearer und zirkulärer Forschungsprozess.....	234
Abbildung 5.6: Interviewleitfaden.....	240
Abbildung 5.7: Trichterartiger Ablauf der durchgeführten Interviews.....	241
Abbildung 6.1: Charakteristika der Zusammenarbeit in den beiden Lebenszyklusphasen ..	266
Abbildung 6.2: Kontingenzen in der Projektphase	270
Abbildung 6.3: Kontingenzen in der Routinephase	272
Abbildung 6.4: Strukturelle Unterschiede der sozialen Vernetzung in verschiedenen Beziehungstypen	319
Abbildung 6.5: Formen von Sozialkapital in der empirischen Population	320

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.1: Gründe für das Scheitern von Allianzen.....	17
Tabelle 2.2: Forschungsfragen auf verschiedenen Betrachtungsebenen des Netzwerk- und Beziehungsmanagements.....	29
Tabelle 3.1: Definitionsgerüst der Sozialkapitaltheorie	85
Tabelle 3.2: Übersicht typischer Sozialkapitaldefinitionen der externen Perspektive.....	91
Tabelle 3.3: Übersicht typischer Sozialkapitaldefinitionen der internen Perspektive	93
Tabelle 3.4: Übersicht neutraler und perspektivenübergreifender Definitionen.....	96
Tabelle 3.5: Strukturierung von Sozialkapital nach Perspektive und Ebene	99
Tabelle 3.6: Charakterisierung der Beispielvignetten nach Perspektive und Ebene.....	101
Tabelle 3.7: Vergleich der zwei Netzwerktheorien	109
Tabelle 3.8: Negative Effekte von Sozialkapital	121
Tabelle 3.9: Vertrauensformen in schwachen und starken Beziehungen	139
Tabelle 3.10: Kapitalcharakteristika und Vergleich verschiedener Kapitalformen	158
Tabelle 3.11: Berücksichtigung von Sozialkapitalkritik in der Arbeit	170
Tabelle 4.1: Übersicht über verschiedene Sichtweisen auf Sozialkapital in Unternehmen ..	177
Tabelle 4.2: Wissenstypen in Organisationen	180
Tabelle 4.3: Zur Rolle von Sozialkapital in Austausch- und Kombinationsprozessen der Wissensarbeit.....	188
Tabelle 4.4: Übersicht organisationaler Wissensressourcen.....	189
Tabelle 4.5: Diskussion und Bewertung relevanter Arbeiten im Forschungskontext.....	211
Tabelle 5.1: Abgrenzung der empirischen Studie.....	221
Tabelle 5.2: Charakterisierung gängiger Forschungsparadigmen	225
Tabelle 5.3: Phasen des qualitativen Forschungsprozesses	235
Tabelle 5.4: Übersicht über die Fälle und die durchgeführten Interviews.....	238
Tabelle 6.1: Einordnung der einzelnen Beziehungen in das Kontingenzmodell	273
Tabelle 6.2: Sozialkapital als Kernressource in strategischen Integrationsprojekten	284
Tabelle 6.3: Sozialkapital als Ermöglicher in komplexen Tätigkeiten	290
Tabelle 6.4: Sozialkapital als Ermöglicher in komplexen Netzwerken	297
Tabelle 6.5: Sozialkapital als Unterstützer in wohlstrukturierten Projekten.....	301
Tabelle 6.6: Zusätzliche Vernetzung in strategischer Kooperation in der Routinephase ..	305
Tabelle 6.7: Sozialkapital als Unterstützer in strategischen Lieferantenbeziehungen ..	311
Tabelle 6.8: Sozialkapital als Potenzial in nicht-strategischen Beziehungen	315
Tabelle 6.9: Zusammenfassung der Rolle von Sozialkapital in der Projektphase	317
Tabelle 6.10: Zusammenfassung der Rolle von Sozialkapital in der Routinephase	318
Tabelle 7.1: Zusammenfassende Übersicht von Barrieren der Sozialkapitalentstehung ..	339
Tabelle 7.2: Maßnahmen sozialkapitalorientierten Managements	357
Tabelle 7.3: Rollen und Funktionen des Managers im interorganisationalen Kontext.....	363
Tabelle A.1: Auswertungsraster für die Interviewauswertung	387
Tabelle A.2: Sozialkapital in den Episoden einzelner Beziehungen (Teil 1)	388
Tabelle A.3: Sozialkapital in den Episoden einzelner Beziehungen (Teil 2)	389