

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
-----------------------------	------

Tabellenverzeichnis	XIX
---------------------------	-----

1. Problemstellung und Forschungsfragen der Arbeit.....	1
1.1 Ausgangslage.....	1
1.2 Forschungsfragen	7
1.3 Forschungsmethodik und zentrale Begriffe.....	8
1.3.1 Eingrenzung des Untersuchungsobjektes.....	8
1.3.2 Untersuchung der empirischen Evidenz.....	8
1.3.3 Entwicklung des Untersuchungsrahmens.....	8
1.3.4 Gewinnung von Erfahrungswissen.....	12
1.3.5 Aggregation / Schlussfolgerungen	12
1.4 Kapitelstruktur der Arbeit	13
1.4.1.1 Eingrenzung des Untersuchungsobjektes.....	13
1.5 Mediale Inszenierung virtueller Teamarbeit – ein Thema für die wirtschaftswissenschaftliche und sozialwissenschaftliche Forschung?	15
2. Virtuelle Organisationsformen, virtuelle Teams und Telemedien	17
2.1 Der Begriff „virtuell“	17
2.1.1 Auseinanderfallen von Tathandlung und Wahrnehmung.....	18
2.1.2 Virtualität, Virtual Reality, analoge Medien	20
2.1.3 Virtualität und ihr Gegenteil: Aktualität	20
2.2 Fokussierung auf organisatorische Virtualisierung.....	21
2.2.1 Erklärungs- und Definitionsansätze für virtuelle Organisation.....	22
2.2.1.1 Herkunft des Begriffes	22
2.2.1.2 Auflösung und Verschiebung von Grenzen	23
2.2.1.3 Virtuelle Unternehmen in Abgrenzung zu anderen überbetrieblichen Kooperationskonzepten.....	24
2.2.1.4 Die Konzeptbildung virtueller Unternehmen durch die Konzeptionierung des „Gegenmodells“: dem aktuellen Unternehmen	25
2.2.1.5 Zwischenfazit zum Konzept virtueller Unternehmen / virtueller Organisationsformen	26
2.2.1.6 Das Konzept der fehlenden physikalischen Attribute.....	26
2.2.1.7 Binnenperspektive und Außenperspektive.....	27
2.2.1.8 Virtual work: Die Unterstützung der Entwicklung erfolgskritischer Kompetenzen durch Virtualisierung von Arbeitsprozessen in und zwischen Unternehmen.....	28
2.2.1.9 Die Zuordnung virtueller Unternehmen / virtueller Organisationsformen anhand der Dimensionen Raum, Zeit, Struktur	29

2.2.2	Gesamtfazit zu Erklärungsansätzen virtueller Unternehmen / virtueller Organisationsformen	31
2.3	Die Rolle der Informations- und Kommunikationstechnologien für die Virtualisierung	32
2.4	Nahtlosigkeit als Qualitätskriterium von Virtualität.....	34
2.4.1	Interne und externe Nahtlosigkeit	35
2.4.2	Virtualisierung als Entwicklungsrichtung	36
2.5	Stufenmodell der virtuellen Organisation	38
2.5.1	Herkunft und Verwendungsbegründung des Modelles: Projekt TREVIUS	39
2.5.1.1	Auftraggeber und Auftragnehmer.....	39
2.5.1.2	Zielsetzungen	39
2.5.1.3	Beteiligte Firmen	41
2.5.1.4	Eingesetzte Technologien	42
2.5.1.5	Arbeitspakete	44
2.5.1.6	Zielsetzungen des Referenzmodelles	45
2.5.2	Detaillierte Beschreibung des Modelles.....	50
2.5.2.1	Stufen des Referenzmodelles	50
2.6	Telemedien	58
2.6.1	Ausgangspunkt Distanzüberwindung.....	58
2.6.2	Telemedien, Telekooperation, Groupware.....	59
2.6.3	Gruppierung der Telemedien	63
2.6.4	Zusammenfassung der Definition der Telemedien	68
3.	Empirische Evidenz virtueller Organisationsformen	69
3.1	Strategiestudie virtuelle Unternehmen in Baden-Württemberg	69
3.1.1	Auftraggeber, Auftrag und Zielsetzungen.....	70
3.1.2	Herausforderungen	70
3.1.3	Gesamtmodell der Untersuchung.....	70
3.1.3.1	Aufbau des Fragebogens.....	72
3.1.4	Rücklauf, Repräsentativität und organisationale Felder	74
3.1.5	Auswertungen	74
3.1.6	Ergebnisse	76
3.1.6.1	Gesamtüberblick über Verteilungsformen	76
3.1.6.2	Verteilungsformen auf Arbeitsplatzebene	77
3.1.6.3	Integrationsmassnahmen auf Einzelarbeitsplatzebene.....	78
3.1.6.4	Verteilungsformen auf Teamebene	80
3.1.6.5	Integrationsmassnahmen auf Teamebene	81
3.1.6.6	Verteilungsformen auf Unternehmensebene.....	83
3.1.6.7	Integrationsmassnahmen auf unternehmensübergreifender Ebene.....	85
3.1.6.8	Untersuchung konsistenter Virtualisierungsstrategien	87
3.1.6.9	Virtualisierung und Erfolg	90
3.2	Zusammenfassung der Strategiestudie virtuelle Unternehmen in Baden-Württemberg.....	90

3.3	Überprüfung anhand weiterer Arbeiten	92
3.3.1	Materiallage	92
3.3.2	Sekundärquellen zur empirischen Evidenz virtueller Organisationsformen im Überblick	92
3.3.3	Zusammenfassung der ausgewerteten Sekundärquellen	95
3.3.4	Erwartete Entwicklung virtueller Organisationsformen	96
3.4	Hindernisse auf dem Weg zur Realisierung virtueller Organisationsformen	97
3.4.1	Hybride Strukturen	97
3.4.2	Papiergebundenheit heutiger Büroarbeit	97
3.4.3	Wissensmanagement und Vertrauensbildung	98
3.4.4	Heterogenität / Standardisierung von Ausstattung und Verfahren	99
3.4.5	Vertragliche Regelungen zwischen den Partnern	99
3.4.6	Kompetenzportfolio und Komplementarität	100
3.5	Zusammenfassung zur empirischen Evidenz virtueller Organisationsformen	100
4.	Teamarbeit, gemeinsamer Raum und die Metapher der medialen Inszenierung	103
4.1	Detaillierung des Begriffes Teamarbeit	104
4.1.1	Verwendungszweck der Definition	104
4.1.2	Die Begriffe Gruppe, Arbeitsgruppe, Gruppenarbeit, Team, Teamarbeit	104
4.1.3	Definitionsbestandteile der Gruppenarbeit / Teamarbeit	106
4.1.4	Unterstützbarkeit dieser Definitionsbestandteile durch Telemedien	108
4.1.4.1	Arbeitsmittel, Material, Produkt	108
4.1.4.2	Arbeitsprozess	109
4.1.4.3	Arbeitsgruppe	112
4.1.4.4	Arbeitsaufgabe	113
4.1.5	Arbeitsdefinition der Teamarbeit	113
4.2	Einflussbereiche des gemeinsamen Raumes auf die Teamarbeit	115
4.2.1	Ausgangsbild gemeinsamer Raum	115
4.2.2	Unterscheidung von Raum und Ort / space und place	117
4.2.3	Operationalisierung des Ausgangsbildes gemeinsamer Raum / Ort	120
4.2.3.1	Schrittfolge der Operationalisierung	120
4.2.3.2	Einflussbereiche des gemeinsamen Raumes/ des gemeinsamen Ortes für die Teamarbeit	121
4.2.3.2.1	Gemeinsamer Raum / Ort als Grenze und Klammer	121
4.2.3.2.2	Gemeinsamer Raum / Ort als strukturierender und regelgebender Rahmen	122
4.2.3.2.3	Gemeinsamer Raum / Ort als Wahrnehmungs-, Kommunikations- und Interaktionsumgebung	126
4.2.3.2.3.1	Wahrnehmung	126
4.2.3.2.3.2	Kommunikation	129
4.2.3.2.3.3	Interaktion / Tathandlungen	131

4.2.4	Zusammenfassung des Begriffsverständnis der Teamarbeit und der Einflussbereiche des gemeinsamen Raumes / Ortes	132
4.3	Telemedienspezifische Gestaltungswirkungen	134
4.3.1	Filterwirkungen	134
4.3.2	Aufwandswirkungen	134
4.3.3	Wirkungen auf Interaktivität und Initiierungsaufwand.....	135
4.3.4	Wirkungen auf Darstellungsqualität	136
4.3.5	Wirkungen auf Speicherbarkeit und Sicherheit	137
4.4	Herausforderungen der telemedialen Unterstützung virtueller Teamarbeit.....	137
4.5	Metapher der medialen Inszenierung	138
4.5.1	Assoziationswirkungen des Begriffes	138
4.5.2	Verwendungskontexte des Begriffes.....	139
4.5.2.1	Inszenierung im Theaterkontext.....	141
4.5.2.2	Inszenierung in Film und Fernsehen.....	142
4.5.2.3	Inszenierung im Sinne der Selbstinszenierung	143
4.5.3	Übersicht über verschiedene inszenierbare Interaktionen.....	144
4.5.3.1	Beteiligtenkonstellationen für inszenierte Interaktionen	144
4.5.3.2	Ziele der inszenierten Interaktionen.....	146
4.5.3.3	Herausforderungen der inszenierten Interaktionen	148
4.5.4	Rückschlüsse in bezug auf die mediale Inszenierung virtueller Teamarbeit.....	149
4.5.5	Besonderheiten der medialen Inszenierung virtueller Teamarbeit.....	151
5.	Referenzobjekte, Wirk- und Aneignungseffekte der medialen Inszenierung.....	153
5.1	Referenzobjekte der medialen Inszenierung	153
5.1.1	Zuordnung der Definitionsbestandteile der Teamarbeit zu Funktionen des gemeinsamen Raumes / Ortes	154
5.1.2	Formulierung der Referenzobjekte der medialen Inszenierung	155
5.1.3	Zusammenfassung der Referenzobjekte der medialen Inszenierung	158
5.2	Wirkeffekte der medialen Inszenierung.....	159
5.2.1	Grundlagen der Ableitung.....	159
5.2.2	Formulierung der Wirkeffekte	160
5.2.3	Zusammenfassung der Wirkeffekte	164
5.2.4	Medieninhärente Wirkeffekte – nutzungsbedingte Wirkeffekte.....	165
5.3	Aneignungseffekte der medialen Inszenierung	166
5.3.1	Gruppierung von Aneignungseffekten	166
5.3.2	Einflussgrößen auf Aneignungseffekte	168
6.	Beschreibung der ausgewerteten Quellen.....	171
6.1	Quellen für die Untersuchung telemedien spezifischer Gestaltungswirkungen	171

6.2	Quellen für die Untersuchung der Abbildung der gemeinsamen Klammer und die Realisierung asynchroner Zusammenarbeit.....	173
6.3	Zusammenspiel der unterschiedlichen Quellen.....	174
6.4	Darstellungssystematik	175
7.	Exploration der Untersuchungen telemedienspezifischer Gestaltungswirkungen	177
7.1	Überblick über die Anlage der Untersuchungen.....	177
7.2	Ergebnisse der einzelnen Untersuchungen	189
7.3	Gesamtergebnisse	200
7.3.1	Umsetzung der Referenzobjekte	200
7.3.2	Wirkeffekte.....	200
	7.3.2.1 Aufwandswirkungen	200
	7.3.2.2 Integration und subjektive Befindlichkeit der Teammitglieder	202
	7.3.2.3 Wirkungen auf Sicherheit / Transparenz.....	202
	7.3.2.4 Wirkungen auf Wahrnehmung / Kommunikation / Interaktion	203
7.3.3	Aneignungseffekte.....	204
	7.3.3.1 Art des Telemedieneinsatzes.....	204
	7.3.3.2 Geregelte, standardisierte, geübte Nutzung der Telemedien.....	205
7.4	Zusammenfassung	205
8.	Exploration der Fallstudien und weiterer Sekundärquellen.....	207
8.1	Darstellung der Fallstudien	207
8.1.1	Darstellungssystematik.....	207
8.1.2	Fallstudie Teledienstentwicklung.....	208
	8.1.2.1 Rahmenbedingungen und Teamauftrag	208
	8.1.2.2 Vorgehensweise und ausgewertetes Material	210
	8.1.2.3 Eckdaten der Zusammenarbeit und der telemedialen Unterstützung	211
	8.1.2.4 Ergebnisse	211
	8.1.2.4.1 Realisierung der funktionalen Plattform und des gemeinsamen Kontextes	211
	8.1.2.4.2 Bewältigung des verringerten Anteiles zeitsynchroner Zusammenarbeit	215
	8.1.2.4.3 Wirkeffekte	216
	8.1.2.4.4 Aneignungseffekte	219
	8.1.2.4.5 Findet eine mediale Inszenierung statt?.....	222
8.1.3	Fallstudie E-Business-Lösung.....	222
	8.1.3.1 Rahmenbedingungen und Teamauftrag	222
	8.1.3.2 Vorgehensweise und ausgewertetes Material	223
	8.1.3.3 Eckdaten der Zusammenarbeit und der telemedialen Unterstützung	224
	8.1.3.4 Ergebnisse	225

8.1.3.4.1	Realisierung der funktionalen Plattform und des gemeinsamen Kontextes	225
8.1.3.4.2	Bewältigung des verringerten Anteils zeitsynchroner Zusammenarbeit	226
8.1.3.4.3	Wirkeffekte	227
8.1.3.4.4	Aneignungseffekte	228
8.1.3.4.5	Findet eine mediale Inszenierung statt?	230
8.1.4	Fallstudie Spieleproduktion	231
8.1.4.1	Rahmenbedingungen und Teamauftrag	231
8.1.4.2	Vorgehensweise und ausgewertetes Material	231
8.1.4.3	Eckdaten der Zusammenarbeit und der telemedialen Unterstützung	232
8.1.4.4	Ergebnisse	232
8.1.4.4.1	Realisierung der funktionalen Plattform und des gemeinsamen Kontextes	232
8.1.4.4.2	Bewältigung des verringerten Anteiles zeitsynchroner Zusammenarbeit	234
8.1.4.4.3	Wirkeffekte	234
8.1.4.4.4	Aneignungseffekte	235
8.1.4.4.5	Findet eine mediale Inszenierung statt?	235
8.2	Zusammenfassung der Ansätze der Realisierung virtueller Teamarbeit in der Praxis	235
8.2.1	Realisierung der funktionalen Plattform	237
8.2.1.1	Ergebnisse aus den Fallstudien	237
8.2.1.2	Weitergehende Ansätze	239
8.2.2	Realisierung des gemeinsamen Kontextes	245
8.2.2.1	Ansätze aus den Fallstudien	245
8.2.2.2	Weitergehende Ansätze	246
8.2.3	Bewältigung des verringerten Anteils zeitsynchroner Zusammenarbeit	248
8.2.3.1	Ansätze aus den Fallstudien	248
8.2.3.2	Weitergehende Ansätze	249
8.2.4	Wirkeffekte	251
8.2.5	Aneignungseffekte	253
8.3	Fazit: Unzureichende Professionalität in der medialen Inszenierung	255
9.	Inszenierungsansätze	258
9.1	Drei Ansätze der medialen Inszenierung virtueller Teamarbeit	258
9.1.1	Personalisierung der gemeinsamen Plattform und des gemeinsamen Kontextes	258
9.1.2	Standardisierung	259
9.1.3	Permanenzierung durch Schaffung eines dauerhaften Bezugspunktes	260
9.1.4	Entwicklungsrichtungen	261
9.2	Ex-post-Betrachtung der Metapher der medialen Inszenierung	262
10.	Inszenierungskompetenz der Mitglieder virtueller Teams	266
10.1	(Medien-)Kompetenz: Begriff und Verwendung	266

10.1.1	Medienkompetenz	266
10.1.2	Inszenierungskompetenz an Stelle von Medienkompetenz.....	267
10.2	Ableitung und Beschreibung erforderlicher Komponenten der Inszenierungskompetenz.....	268
10.2.1	Zuordnung der erarbeiteten Aneignungseffekte auf die Suchpunkte der medialen Inszenierung.....	268
10.2.2	Bausteine der Inszenierungskompetenz	270
10.2.2.1	Bewusstsein und Beurteilungsfähigkeit	271
10.2.2.1.1	Sensibilisierung für die Wirkung der medialen Inszenierung.....	271
10.2.2.2	Werkzeugbezogene Handlungsfähigkeit.....	272
10.2.2.2.1	Vermeidung von Datenschutzverletzung und Datensicherheitseinschränkungen.....	272
10.2.2.2.2	Beherrschung von Qualitätsparametern, Leistungsgrenzen und Gestaltungsspielräumen von Telemedien	272
10.2.2.3	Arbeitsumgebungsbezogene Handlungsfähigkeit	274
10.2.2.3.1	Kontinuierliche Kommunikation und Explizierung nebenläufiger Wahrnehmungsinhalte	274
10.2.2.3.2	Aktive individuelle Verankerung der Teammitglieder in der gruppenbezogenen Plattform.....	275
10.2.2.4	Handlungsfähigkeit in bezug Kommunikations- und Interaktionsstruktur	276
10.2.2.4.1	Vereinbarung von Kommunikationsmodi und – ritualen beziehungsweise –standards	276
10.2.2.4.2	Entwicklung einer gemeinsamen „Etikette“	277
10.2.2.5	Rollenspezifische Handlungsfähigkeit.....	278
10.2.2.5.1	Dauerhaftigkeit der Moderation von Erfahrung, Bewertung und Weiterentwicklung von Standards / Ritualen.....	278
10.2.2.5.2	Transparenz und gerechte Verteilung von Mehraufwand	278
10.2.2.5.3	„Fit“ der spezifischen Anforderungen medialer Inszenierung mit dem gesamten (zeitlichen) Projektplan.....	279
10.3	Zusammenfassung.....	280
10.4	Praktische Ansätze der Vermittlung von Inszenierungskompetenz.....	281
10.4.1	Europäisches Institut für Medienkompetenz in Marl (ecmc).....	281
10.4.2	Us-amerikanische Ratgeberliteratur und daran anknüpfende Beratungsangebote	282
10.4.3	Hochschulseminare	282
10.4.4	Selbsterfahrungsgruppen	283
10.5	Handlungsbedarf für betriebliche Ansätze der Vermittlung von Inszenierungskompetenz.....	283
11.	Zusammenfassung.....	287
	Literaturverzeichnis	293