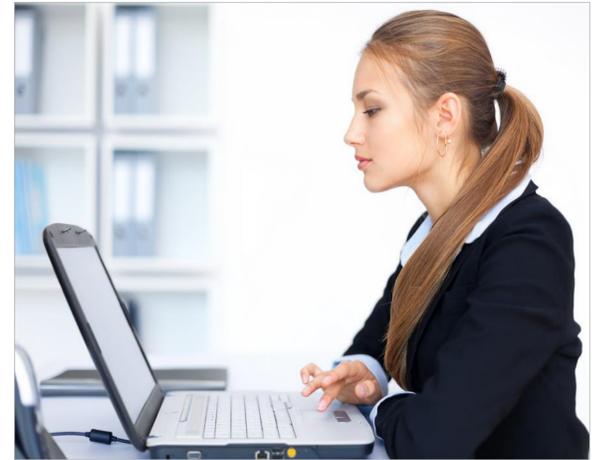
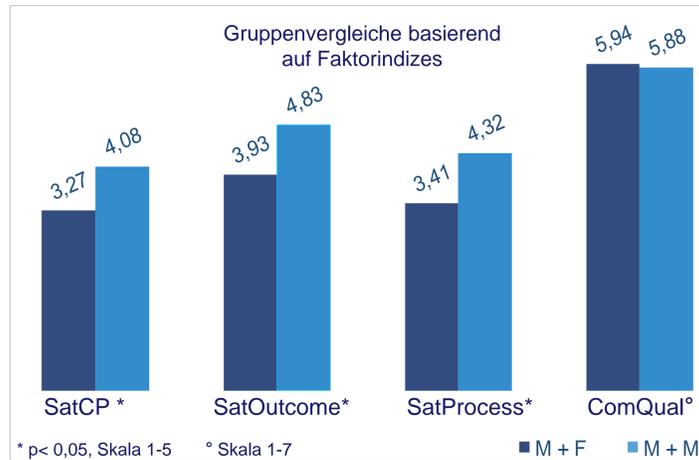




Frau vs. Mann – Wer hat die Hosen an?

Eine Analyse von Genderunterschieden in elektronischen Verhandlungen



Problemstellung

Die Rollen von Männern und Frauen in der Gesellschaft und deren Einfluss auf die Arbeitswelt ist ein viel diskutiertes Thema. Genderspezifische Charakteristika und genderstereotypisches Verhalten sind dabei von großer Bedeutung. Durch den Wandel hin zu einer globalisierten Welt werden Verhandlungen heute schon oftmals über elektronische Medien durchgeführt. Bei dieser Art der textbasierten Kommunikation fallen viele natürliche Informationsquellen über den Kommunikationspartner, wie Gestik und Mimik, weg. Besonders deshalb ist es interessant, ob genderspezifische Verhaltensmuster durch ein elektronisches Medium übertragen werden und so den Verhandlungsprozess beeinflussen.

Forschungsfrage

Im Rahmen des Seminars wird untersucht, ob die Genderzusammenstellung in Online-Verhandlung einen Einfluss auf soziopsychologische Aspekte (Kommunikationsqualität und Zufriedenheiten mit dem Verhandlungsprozess, dem Verhandlungspartner, dem Ergebnis) hat.

Methodik

Um diese Forschungsfrage zu überprüfen wurde ein Laborexperiment mit 33 Männern und 11 Frauen durchgeführt. Diese mussten via anonymer, bilateralen Verhandlungen einen fiktiven Konflikt lösen. Die Verhandlungen wurden dabei entweder zwischen zwei Männern oder einem Mann und einer Frau geführt. Ex Post wurden die Impressionen der Teilnehmer durch einen Fragebogen erfasst, die relevante Variablen mit Hilfe einer Faktorenanalyse extrahiert und die aufgestellten Hypothesen durch einen t-Test evaluiert.

Ergebnis

Die Datenauswertung zeigt, dass die Gruppe, die „Gender-Fit“-Verhandlungen (M+M) durchgeführt hat, bei Online-Konfliktlösungsprozessen zufriedener ist als die Vergleichsgruppe, die den Konflikt „Mixed-Gender“ (M+F) verhandelten. Die Kommunikationsqualität wird nicht durch die Genderzusammenstellung beeinflusst.

Implikationen

Die Ergebnisse zeigen, dass das genderspezifische Verhaltensmuster tatsächlich über ein Onlinemedium transportiert wird. Zudem zeigen unsere Ergebnisse, dass besonders die Zufriedenheit durch einen „Gender-fit“ positiv beeinflusst wird.



GEFÖRDERT VOM