

E-Leadership. Neue Medien in der Personalführung

Dr. rer. oec.
Renato C. Müller

Altenbergstrasse 40

CH-3013 Bern

+41 31 348 16 38

+41 78 864 22 04

rcmueller@rcmueller.ch

www.rcmueller.ch

Von der Wirtschafts- und Sozialwissen-
schaftlichen Fakultät der Universität Bern
am 18.09.2008 mit dem Prädikat
„*summa cum laude*“ promoviert



E-Leadership. Neue Medien in der Personalführung

Doktorarbeit von Dr. Renato C. Müller

Die Dissertation von Renato C. Müller zeichnet sich durch folgende Punkte aus:

- Systematische Aufarbeitung und Darstellung der relevanten thematischen Grundlagen zu *Führung, Management* und *Leadership*.
- Genaue Charakterisierung von *E-Leadership, der Personalführung mit neuen Medien*, mit all ihren spezifischen Besonderheiten.
- Darstellung der Zusammenhänge für das erfolgreiche E-Leadership in einem *Bezugsrahmen*.
- Erarbeitung eines *Effektivitäts- und Effizienzkonzepts*, um die Wirksamkeit von E-Leadership festzustellen.
- Durchführung der bisher breitesten *quantitativen Untersuchung* zum Thema E-Leadership (bei 2'000 Deutschschweizer Unternehmen, mit einer Ausschöpfung von 432 Antworten).
- Darstellung von *75 signifikanten Unterschieden* und *6 Korrelationen* in der quantitativen Untersuchung.
- Vertiefte Untersuchung und Beschreibung des Phänomens E-Leadership in *fünf Fallstudienunternehmen* (ABB, BAKOM, Basler Versicherungen, Credit Suisse, RUAG).
- Gesamtdiskussion der quantitativen und qualitativen Untersuchungen anlässlich eines *Expertengesprächs* mit Dr. Pascal Sieber.
- Zusammenfassung aller Erkenntnisse in einem präzisierten Bezugsrahmen und in der Formulierung von 23 Gestaltungsempfehlungen für die erfolgreiche Personalführung mit neuen Medien.

E-Leadership. Neue Medien in der Personalführung

Zusammenfassung der Doktorarbeit von Dr. Renato C. Müller

In der Dissertation wird ein *Gestaltungsansatz für die Personalführung mit neuen Medien* entwickelt. Die Dissertation basiert auf einem pluralistischen Forschungsansatz mit zwei Schwerpunkten (entscheidungsorientierter und verhaltensorientierter Ansatz) und konzentriert sich auf die Unternehmensperspektive, wobei ebenfalls die Interessen der Mitarbeitenden angemessen berücksichtigt werden.

Das theoretische Hauptziel ist die Entwicklung eines gestaltungsorientierten Bezugsrahmens für die durch neue Medien unterstützte Personalführung (*Erklärungsaufgabe*). Das pragmatische Hauptziel ist es, der Praxis (der Unternehmensleitung, personalwirtschaftlichen Entscheidungsträgern, Führungspersonen etc.) Hinweise (Gestaltungsempfehlungen) zu geben, wie die Personalführung mit neuen Medien effektiv und effizient zu gestalten ist (*Gestaltungsaufgabe*). Der Verfasser ist dazu mit folgenden *drei grundlegenden Forschungsschritten* vorgegangen:

1. Forschungsschritt:

Aufgrund einer systematischen Literaturanalyse und anhand der Ergebnisse aus den konzeptionellen Grundlagen wurde ein *konzeptioneller Bezugsrahmen* entwickelt, welcher die folgenden Elemente enthält:

- Ausserbetriebliche, betriebliche und personelle *Bedingungsgrößen*, welche die Personalführung mit neuen Medien vorbestimmen und einschränken.
- Ein *Effektivitäts- und Effizienzkonzept*, das die Personalführung mit neuen Medien hinsichtlich der Erfüllung des Sach- und Formalziels beurteilt.
- *Spezifische Aktionsparameter*, welche den Erfolg der Personalführung mit neuen Medien unmittelbar beeinflussen können. Es handelt sich dabei um die technische und die personalwirtschaftliche Prämisse, den Personalmanagement-Mix, die Qualifizierungsoffensive sowie den Medien-Mix.

2. Forschungsschritt:

Der erstellte Bezugsrahmen wurde in einem zweiten Schritt anhand einer *quantitativen und einer darauf aufbauenden qualitativen empirischen Studie* in der Schweizer Unternehmenspraxis präzisiert und durch deren Gegebenheiten ergänzt:

- Die *quantitative Untersuchung* (Online-Befragung bei 2'000 Unternehmen) hatte das Ziel, festzustellen, *welche Medien* in der Personalführung eingesetzt werden und *welche Prozesse* der Personalführung sich besonders Erfolg versprechend mit *neuen Medien* unterstützen lassen. Es hat sich gezeigt, dass neben der Face-to-Face-Kommunikation nur *Internet/Intranet und E-Mail/Voicemail* vergleichbare Verbreitungs- und Bedeutungswerte in der Personalführung aufweisen. *Bedeutende Managementaufgaben* (bspw. Planen und Organisieren) lassen sich *sehr gut* mit neuen Medien unterstützen. Bei *echten Leadershipaufgaben* (z. B. Delegieren, soziale Kontakte pflegen, motivieren) sind die Befragten *eher zurückhaltend* im Einsatz.
- Die *qualitative Untersuchung* (fünf Fallstudien und ein Expertengespräch) hat die *Ergebnisse der quantitativen Studie vertieft* und anhand der *konkreten Unternehmenspraxis weiter illustriert*. Zudem wurde der *konzeptionelle Bezugsrahmen diskutiert*. Im Sinne einer umfassenden Rückschau auf das empirische Vorgehen wurden im Expertengespräch *sämtliche Ergebnisse ein weiteres Mal aus einer zusätzlichen Sichtweise* analysiert.

3. Forschungsschritt:

Die zentralen Ergebnisse der empirisch-explorativen Forschungsstrategie haben in einem dritten Schritt einerseits zu einem *präzisierten Bezugsrahmen* geführt und andererseits – angereichert mit eigenen Plausibilitätsüberlegungen des Verfassers sowie den Erkenntnissen aus der Literaturanalyse – zu *konkreten Gestaltungsempfehlungen* für die erfolgreiche Personalführung mit neuen Medien.

Das methodische Vorgehen hat sich sehr gut bewährt. Die verfolgte Forschungsstrategie hat dazu beigetragen, dass sich der Verfasser dem noch jungen Untersuchungsgegenstand E-Leadership auf eine aufschlussreiche Art und Weise nähern konnte. Aus dem Dissertationsprojekt ergeben sich verschiedene Anregungen für weitere Projekte.