

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	XV
Tabellenverzeichnis .....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
<b>1. Einordnung des Themas, Fragestellung und Vorgehensweise.....</b>	<b>1</b>
1.1 Forschungsinteresse der Arbeit.....	1
1.1.1 Amerikanische multinationale Unternehmen als personalpolitische Innovatoren? .....	2
1.1.2 Zum Stand der Innovationsforschung .....	3
1.2 Forschungsfragen.....	15
1.3 Wissenschaftstheoretische Einordnung der Arbeit .....	21
1.4 Gang der Untersuchung .....	27
<b>2. Die Anwendbarkeit der Erkenntnisse aus Adoptions- und Diffusionsforschung auf Organisationen und Personalinnovationen .....</b>	<b>35</b>
2.1 Diffusion als soziales Phänomen .....	35
2.2 Eine dimensionale Betrachtung von Innovationen als Ausgangspunkt .....	38
2.2.1 Das Problem der Erfassung von (Personal-) Innovationen .....	38
2.2.2 Die Abgrenzung von Innovationen und Nicht-Innovationen .....	43
2.2.3 Zur Definition von Innovationen.....	52
2.2.4 Ansätze einer Klassifikation von Innovationen.....	57
2.2.5 Die Eigenschaften der Innovation als Erklärungsfaktoren von (Personal-) Innovationen .....	63
2.3 Personalinnovationen als Forschungsgegenstand .....	71
2.3.1 Anforderungen an Personalinnovationen als geeignete Untersuchungsgegenstände .....	72
2.3.2 Aktienoptionspläne – eine inhaltliche Einführung .....	75
2.3.3 Konkretisierung der Forschungsfragen .....	78

2.4	Die Abgrenzung des relevanten sozialen Systems .....	79
2.4.1	Die Bestandteile eines sozialen Systems aus systemwissenschaftlicher Sicht .....	79
2.4.2	Die Abgrenzung sozialer Systeme in der Diffusionsforschung .....	85
2.4.3	Die Diffusion von Aktienoptionsplänen in das soziale System Deutschland .....	91
2.4.4	Systemeigenschaften als Erklärungsfaktoren von Personalinnovationen .....	96
2.5	Die Kommunikation von Innovationen .....	104
2.5.1	Die Berücksichtigung unterschiedlicher Kommunikations- kanäle in klassischen Diffusionsstudien .....	106
2.5.2	Die Betrachtung von Kommunikationsbeziehungen im Kontext sozialer Netzwerkforschung – ein zukunftsweisender Ansatz für die (organisationale) Diffusionsforschung? .....	110
2.5.3	Die Anwendbarkeit der sozialen Netzwerkforschung bei der Betrachtung von Personalinnovationen .....	119
2.5.4	Inhalte der Kommunikation .....	122
2.5.5	Die Rolle von Informations-Brokern .....	127
2.5.6	Die Rolle von Change Agents .....	131
2.5.7	Die Rolle von Opinion-Leadern .....	135
2.5.8	Das Kommunikationsverhalten als Erklärungsfaktor von Personalinnovationen .....	139
2.6	Der Akteur im Adoptionsprozess .....	143
2.6.1	Der Prozess der Übernahme einer Innovation .....	143
2.6.2	Die Eigenschaften individueller Adopter als Erklärungsfaktoren von Innovationen .....	148
2.6.3	Die Eigenschaften der Organisation als Erklärungsfaktoren von Personalinnovationen .....	155
2.7	Die Integration der Erkenntnisse aus Diffusions- und Adoptionsforschung .....	170
2.7.1	Die kombinierte Betrachtung von Diffusions- und Adoptionsprozess .....	170
2.7.2	Grundzüge einer Kontingenztheorie der Innovation .....	172

<b>3. Der organisationale Adoptionsprozess aus Sicht ausgewählter Organisationstheorien.....</b>	<b>177</b>
3.1 Der Adoptionsprozess aus Sicht entscheidungstheoretischer Organisationsansätze.....	178
3.1.1 Anlässe für Innovations-Entscheidungen.....	180
3.1.2 Der Ort der Innovations-Entscheidung – ein Exkurs .....	183
3.1.3 Die Dekonstruktion der Innovations-Entscheidung .....	186
3.1.4 Die Umsetzung von Innovations-Entscheidungen .....	193
3.2 Die Wirkungen von Kontingenzzfaktoren auf den Adoptionsprozess... 195	
3.2.1 Die Systematisierung von Situationsmerkmalen.....	197
3.2.2 Die Berücksichtigung des Adoptionsprozesses im Situativen Ansatz .....	205
3.2.3 Die instrumentelle Effizienz von Innovations-Entscheidungen .....	209
3.3 Umwelterwartungen als Determinanten der Innovationsentscheidung? Ein institutionalistischer Blick auf den Adoptionsprozess .....	212
3.3.1 Eine akteursorientierte Betrachtung der Organisations-Umwelt .....	213
3.3.2 Verständnis und Wirkung von Institutionen aus institutionalistischer Sicht .....	216
3.3.3 Die Wirkung von Institutionen auf Innovationsentscheidungen .....	220
3.3.4 Die Begründung des Entscheidungsverhaltens im Neo-Institutionalismus .....	226
3.3.5 Die Übernahme von Personalinnovationen aus institutionalistischer Sicht .....	228
3.4 Fazit der organisationstheoretischen Betrachtungen.....	232
3.5 Auf dem Weg zu einer realistischen Konzeption des Adoptionsprozesses .....	236
3.5.1 Multi Ebenenmodelle als theoretische Bezugsrahmen .....	237
3.5.2 Denkbare Entscheidungsmodelle .....	246

<b>4. Die Ausbreitung von Personalinnovationen am Beispiel von Aktienoptionsplänen.....</b>	<b>251</b>
4.1 Der Verlauf der Ausbreitung von Aktienoptionsplänen in Deutschland.....	252
4.2 Institutionelle Meilensteine im Diffusionsprozess von Aktienoptionsplänen .....	256
4.2.1 Rechtliche Rahmenbedingungen der Einführung von Aktienoptionsplänen .....	257
4.2.2 Wandel der Kultur der Führungskräfteentlohnung im Zuge von Kapitalmarktveränderungen.....	269
4.2.3 Anzeichen für eine Deinstitutionalisierung von Aktienoptionsplänen?.....	273
4.3 Methodische Vorgehensweise.....	276
4.3.1 Design der empirischen Untersuchung.....	276
4.3.2 Ablauf der Untersuchung .....	280
4.3.3 Grundgesamtheit und Repräsentativität des Rücklaufs.....	283
4.4 Empirische Ergebnisse.....	293
4.4.1 Deskriptive Analyse des Nicht-Einsatzes von Aktienoptionsplänen .....	294
4.4.2 Der Ausbreitungsverlauf von Aktienoptionsplänen .....	299
4.4.3 Gründe für den Ausbreitungsverlauf.....	306
4.4.4 Grenzen und Perspektiven der empirischen Erfassung von Personalinnovationen .....	318
<b>5. Zusammenfassung, Fazit und Ausblick.....</b>	<b>323</b>
 Anhangsverzeichnis	 333
Literaturverzeichnis	401