

dung bezeichnet. *Akzeptanz* ist damit die Einstellung der Person gegenüber der neuen Technologie.

Adoption hingegen beschreibt den Implementierungsprozess auf der Ebene der Systemelemente nach der Einstellungsbildung (Böcker und Gierl, 1988). Das Resultat der Adoption ist die Umsetzung der Nutzungsentscheidung zur tatsächlich beobachtbaren Nutzung. Diese Verbindung kann jedoch gestört sein. Zum einen kann ein Attitude-Behavior-Gap (LaPiere, 1934; Peattie, 2001; Westaby, 2005; Bhattacharjee und Sanford, 2009) existieren. Dabei hat der potenzielle Nutzer eine positive Einstellung gegenüber der Technologie, die sozialen, organisatorischen oder ökonomischen Rahmenbedingungen erlauben jedoch keine Nutzung. Zum anderen kann die Nutzung auch erzwungen werden. Insbesondere im Organisationskontext ist die Adoption verpflichtend. Der Nutzung an sich geht daher keine positive Einstellung voraus.

Die Messung der Diffusion und Adoption auf der Mikro- und Makroebene kann in unterschiedlicher Granularität erfolgen. Während die meisten Ansätze recht grobe Konstrukte wie den Kauf (Marketing), die Benutzung (Landwirtschaft, Technologie) oder auch die Praxis (Werte und Normen) einsetzen, geben differenziertere Betrachtungen anhand des Nutzungsgrades (Häufigkeit oder Dauer) (Davis, 1989; Davis, Bagozzi und Warshaw, 1989; Thompson, Higgins und Howell, 1991) und der Nutzerbewertungen (Goodhue, 1992; Goodhue, 1995) einen tieferen Einblick in die Adoptions- und Diffusionsvorgänge. Akzeptanz ist hingegen nicht direkt beobachtbar. Daher werden zur Messung Skalen und Konstrukte der Einstellungsmessung verwendet. Der Forscher ist hierbei jedoch auf die wahrheitsgetreue Aussage des Akteurs angewiesen.

Kommunikation hat im Akzeptanzbildungs-, Adoptions- und Diffusionsprozess eine zweifache Wirkung. Zunächst stellt sie auf der Mikroebene einen Einflussfaktor zwischen den Individuen dar, indem sie individuelle Entscheidungen durch das System verbreitet. Die individuellen Handlungen erlangen durch die Kommunikation soziale Relevanz. Die Entscheidungen anderer spielen somit in die eigene Entscheidung hinein. Weiterhin bildet Kommunikation das Bindeglied zwischen individuellen Adoptionen und aggregiert damit die Entscheidungen auf der Systemebene (Schmalen und Xander, 2000; Pechtl, 1991). Erst über die Verbindung der Einzelentscheidungen ist es möglich, die Geschwin-

digkeit, Intensität und Muster auf Systemebene zu beobachten. Abbildung 1.2 stellt die einzelnen Schritte auf der Makro- und Mikroebene übergreifend dar.

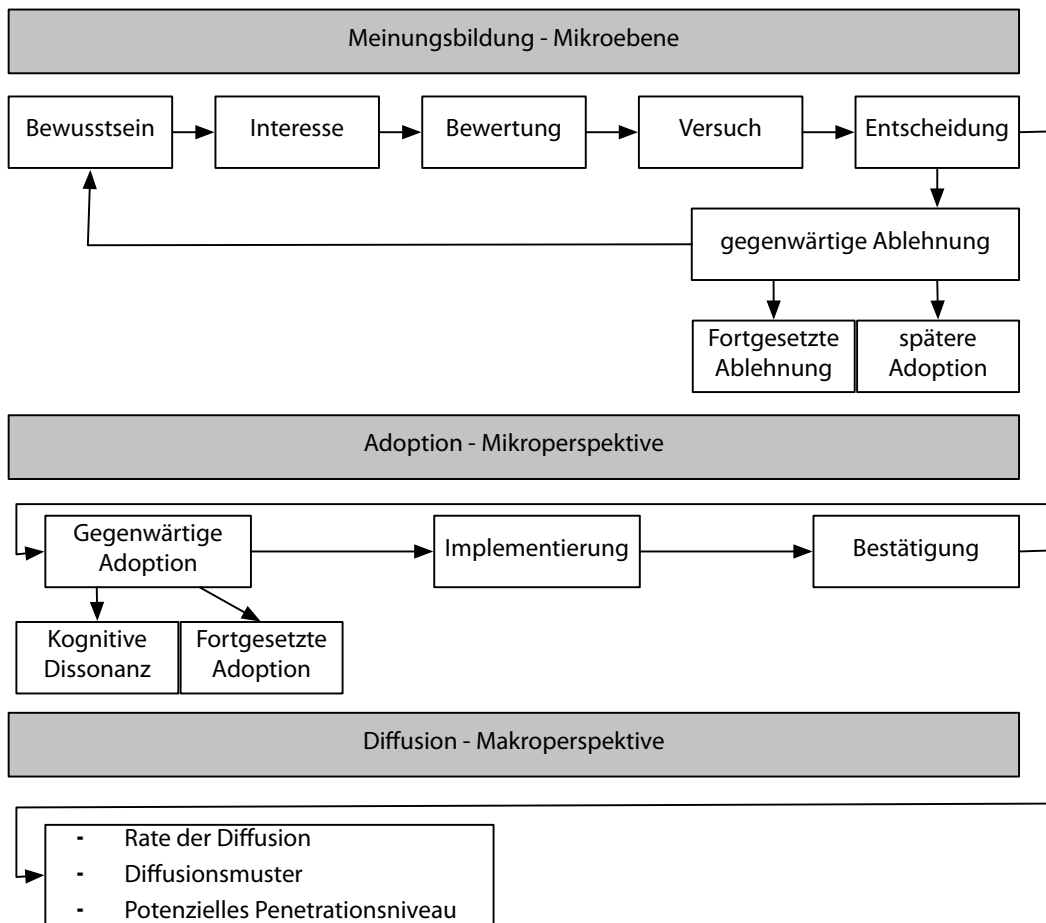


Abbildung 1.2: Prozess der Adoption und Diffusion (nach Schmidt, 2009, S. 21)

Da die Kommunikation bei der Verbreitung der technologischen Neuerung einen starken Einfluss hat, ist der gesamte Vorgang kontextsensitiv. Die Form und die Regulierung der Kommunikationskanäle beeinflusst die Akzeptanzbildung und Diffusion erheblich. Daher ist es notwendig, den Kontext Organisation über eine begriffliche Annäherung festzulegen.

Organisation

Den Kontext der Untersuchung der Akzeptanz-, Nutzungs- und Verbreitungsprozesse bildet die Organisation. Anders als in einem marktförmigen Umfeld sind die Interaktionen und Entscheidungen der Personen an den Organisationsrahmen gebunden und auf ein gemeinsames Ziel ausgerichtet. In der einfachsten

Form kann eine Organisation definiert werden als: „[...] a stable system of individuals who work together to achieve common goals through a hierarchy of ranks and a division of labor.“ (Rogers, 2003, S. 404)

Es handelt sich daher um bewusst strukturierte soziale Systeme, welche durch folgende Elemente gekennzeichnet sind (Rogers, 2003, S. 404):

- (a) Vorgegebene *Ziele* zur Erfüllung des Organisationszwecks;
- (b) Vorgeschriebene *Rollen* und Begrenzung des Handlungs- und Entscheidungsspielraums;
- (c) *Weisungsstruktur* zur Zuordnung von Verantwortung und Schaffung von Ordnung durch Hierarchie;
- (d) *Regeln und Bestimmungen* zur Festlegung der Handlungs- und Entscheidungsinhalte sowie -verfahren;
- (e) *Informelle Muster*, welche sich über die Zeit etablieren, wie Normen, Praktiken und soziale Beziehungen.

Über die Unternehmensziele sowie die Regeln und Bestimmungen wird der Bewertungskontext der Übernahmeentscheidung beeinflusst. Weisungsstruktur, Rollen und informale Muster formen hingegen die Verbreitung der technischen Neuerung.

Wird die Definition der Diffusion als kommunikativer Prozess aufgegriffen, so liegt es nahe, auch einen kommunikationsorientierten Organisationsbegriff zu verwenden. Zentral ist hierfür der Aspekt der Entscheidung, welche definiert ist als eine Handlung, welche auf eine Erwartung gerichtet ist (Luhmann, 1984, S. 594). Alle oben beschriebenen Elemente der Organisation beziehen sich auf Entscheidungen und können durch Entscheidungen hervorgebracht werden. Demnach sind Organisationen „Systeme, die aus Entscheidungen bestehen und die Entscheidungen, aus denen sie bestehen, durch die Entscheidungen, aus denen sie bestehen, selbst anfertigen“ (Luhmann, 1988). Auf diese etwas sperrige Definition wird genauer in Abschnitt 3.1 eingegangen.

Für die individuelle Einstellungsbildung und Übernahmeentscheidung hat dies zur Folge, dass durch das Entscheiden der Organisation, z. B. über Ziele oder die Art, wie Aufgaben erledigt werden, Erwartungen herausgebildet werden,