

# Auswirkungen neuer Telekommunikationsmedien auf unternehmerische Kommunikationsentscheidungen

Edwin Fischer



Centaurus-Verlagsgesellschaft  
Pfaffenweiler 1985

**Inhaltsverzeichnis**

1. Problemstellung und Gang der Untersuchung	1
2. Die Eignung aggregierter Modelle zur Erklärung und Prognose der Kommunikationserzeugung und der Kommunikationsteilung	9
3. Kommunikationserzeugung	24
3.1. Strukturmodell der Unternehmung	24
3.1.1. Sachstrukturen	24
3.1.2. Raumstrukturen	29
3.1.3. Zeitstrukturen	41
3.1.4. Technologiestrukturen	49
3.2. Bewertung der Kommunikationsbedarfe	61
3.2.1. Bestimmung des Kommunikationswertes	61
3.2.2. Bestimmung der Kommunikationskosten	74
3.2.3. Die Problematik bilateraler Kommunikationsnutzen	80
4. Kommunikationsteilung	84
4.1. Wirkungsrichtung und Wirkungsstärke disaggregierter Kommunikationsmerkmale	84
4.1.1. Kommunikationsinhalte	84
4.1.2. Kommunikationsdistanz	96
4.1.3. Kommunikationssituation	109
4.1.4. Kommunikationskosten	122
4.1.5. Kommunikationszeitkosten	134

## VI

4.2. Disaggregierte Modelle der Kommunikationsteilung	141
4.2.1. Entwurf eines problemadäquaten Modelldesigns	141
4.2.2. Alternative Entscheidungs- algorithmen	158
4.2.2.1. Logitmodell	158
4.2.2.2. Dogitmodell	167
4.2.2.3. Probitmodell	173
4.2.2.4. Sequentielles Logitmodell	180
4.2.3. Entwürfe konkurrierender und komplementärer Aggregations- verfahren	186
5. Zusammenfassung	194
Literaturverzeichnis	196