

Anhang 1:

Fragebogen zum Geschäftsbericht 1998 der Vorwerk GmbH

Wie beurteilen Sie die Informationen über	we				viel
Unternehmen Vorwerk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
wirtschaftliche Situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmenspolitik und -strategie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forschung und Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie beurteilen Sie den Inhalt	we				viel
Text	verständlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	anschaulich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ansprechend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Graphik/Illustration	verständlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	anschaulich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ansprechend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie etwas erfahren, was ihnen bisher nicht bekannt war? Wenn ja, machen Sie bitte eine kurze Angabe		Ja	Nein		
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Was hat Ihnen besonders gut/gar nicht gefallen?					
Gefällt Ihnen der Geschäftsbericht?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Beobachtungen:		Ja	Nein		
Spiel	HelpMax		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Blau		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Wackelauge		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Hasenbraten		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gelacht/Kommentar		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Dauer der Beschäftigung			Minuten		
Fragebogen:	Interviewer:				

Frequencies

Statistics

		NEU	GUT	HELPMAX	BLAU	WACKEL
N	Valid	22	20	22	22	22
	Missing	0	2	0	0	0

Statistics

		HASE	LACHEN
N	Valid	22	19
	Missing	0	3

Frequency Table

NEU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	68,2	68,2	68,2
	2	7	31,8	31,8	100,0
Total		22	100,0	100,0	

GUT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	77,3	85,0	85,0
	2	3	13,6	15,0	100,0
	Total	20	90,9	100,0	
Missing	System	2	9,1		
Total		22	100,0		

HELPMAX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	81,8	81,8	81,8
	2	4	18,2	18,2	100,0
Total		22	100,0	100,0	

Anhang 2:
Vorwerk GmbH Geschäftsbericht
Aktivitäten

BLAU

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	59,1	59,1	59,1
	2	9	40,9	40,9	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

WACKEL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	40,9	40,9	40,9
	2	13	59,1	59,1	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

HASE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	77,3	77,3	77,3
	2	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

LACHEN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	77,3	89,5	89,5
	2	2	9,1	10,5	100,0
	Total	19	86,4	100,0	
Missing	System	3	13,6		
	Total	22	100,0		

Anhang 2:
 Auswertung Vorwerk GmbH Geschäftsbericht
 Lesedauer

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DAUER	22	3,00	22,00	9,6591	4,5287
Valid N (listwise)	22				

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
DAUER	22	9,6591	4,5287	,9655

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
DAUER	10,004	21	,000	9,6591	7,6512	11,6670

Anhang 3

Einige Daten zur Entwicklung des Internet

Die Geschichte des Internet ist älter als die meisten Menschen vermuten. Für seine Entwicklung ist das US-amerikanische Militär verantwortlich. Das US-Verteidigungsministerium wollte im Kalten Krieg mit der Sowjetunion ein Informationsnetz schaffen, das nicht durch die Zerstörung einer Zentrale lahmgelegt werden konnte, sondern unabhängig von zentralen Datenverarbeitungseinheiten funktionieren sollte. Bereits Ende der Fünfziger-Jahre wurde in den USA zu diesem Zweck die „Advanced Research Projects Agency“ (ARPA) gegründet und mit der technischen Entwicklung betraut. Das US-Verteidigungsministerium konnte das von der ARPA entwickelte Netzwerk 1969 zur Benutzung für militärische Zwecke freigeben. Dieses ARPA-Netz stellt die Kernzelle des heutigen Internets dar.¹ Seine Struktur ist im Gegensatz zu bisherigen Computernetzwerken nicht hierarchisch aufgebaut, um zu verhindern, daß die Zerstörung einzelner Bestandteile das ganze Netz funktionsunfähig macht.

Das entstandene Netz wurde in den späten Sechziger-Jahren dem wissenschaftlichen Bereich der US-Universitäten zur Verfügung gestellt und diese nutzen seine Infrastruktur zum Austausch von Informationen untereinander. In der ersten Zeit wurde an eine kommerzielle Nutzung nicht gedacht, sie war sogar vertraglich verboten. Erst als das CERN (European Organization for Nuclear Research, Genf²) im Jahre 1991 den Zugriff auf Daten und Informationen im Internet vereinfachte und 1992 mit dem World Wide Web (WWW) das Netz für die Öffentlichkeit zugänglich machte, nahm die Zahl der Nutzer stetig zu, und das weltweite Informationsnetz entstand. „1994 really was the ‚Year of the Web‘. The world’s First International World-Wide Web conference was held at CERN in May. This event was heavily oversubscribed. It was attended by 400 users and developers, and was hailed as the ‚Woodstock

¹ In Deutschland gehört das Wissenschaftsnetz WiN des Vereins zur Förderung eines Deutschen Forschungsnetzes e.V. (DFN-Verein) zum Internet. Vgl. <http://www.dfn.de/> Zur Entwicklung des Internets vgl. u.a. Kühlen (1995) S. 164ff

² Das CERN wurde bei seiner Gründung 1951 provisorisch mit ‚Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire‘ bezeichnet, später dann offiziell ‚Organisation européenne pour la

of the Web'. As 1994 progressed, Web stories got into all the media. A second conference was held in the US in October, organised by NCSA and the already created International WWW Conference Committee (IW3C2). It was attended by 1300 people. (...) By the end of 1994, the Web had 10,000 servers, of which 2,000 are commercial, and 10 million users. Traffic was equivalent to shipping the entire collected works of Shakespeare every second."³

Da eine Regulierung der Inhalte und Anbieter in der ersten Zeit unterblieb, wurde das Netz schnell für heute unerwünschte Anwendungen genutzt. Die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland stieg von 4 Millionen im September 1997 auf fast 16 Millionen im Januar 2000.⁴ Unternehmen sahen am Anfang nicht die Chancen, die ihnen die Nutzung des weltweiten Netzes für die Präsentation des Unternehmens oder sogar für Geschäfte mit Kunden bietet. Die Entwicklung geht jedoch auch im kommerziellen Bereich schnell voran und heute machen Unternehmen wie Amazon außerordentlich guten Umsatz mit dem Online-Angebot ihrer Ware.⁵ Erste virtuelle Kaufhäuser sind bereits eingerichtet, und ständig entwickeln Unternehmen neue E-Commerce-Anwendungen hinzu, da E-Commerce in vielen Fällen eine gute Ergänzung des bestehenden Angebotes bedeutet. Ein typisches Anwendungsgebiet, das heute bereits vielfach genutzt wird, sind Bestellungen über E-Mail.⁶

Recherche Nucléaire' oder 'European Organization for Nuclear Research', vgl. CERN Internetseite: <http://cern.web.cern.ch/CERN/CERNName.html>.

³ CERN, <http://public.web.cern.ch/Public/ACHIEVEMENTS/WEB/history.html>

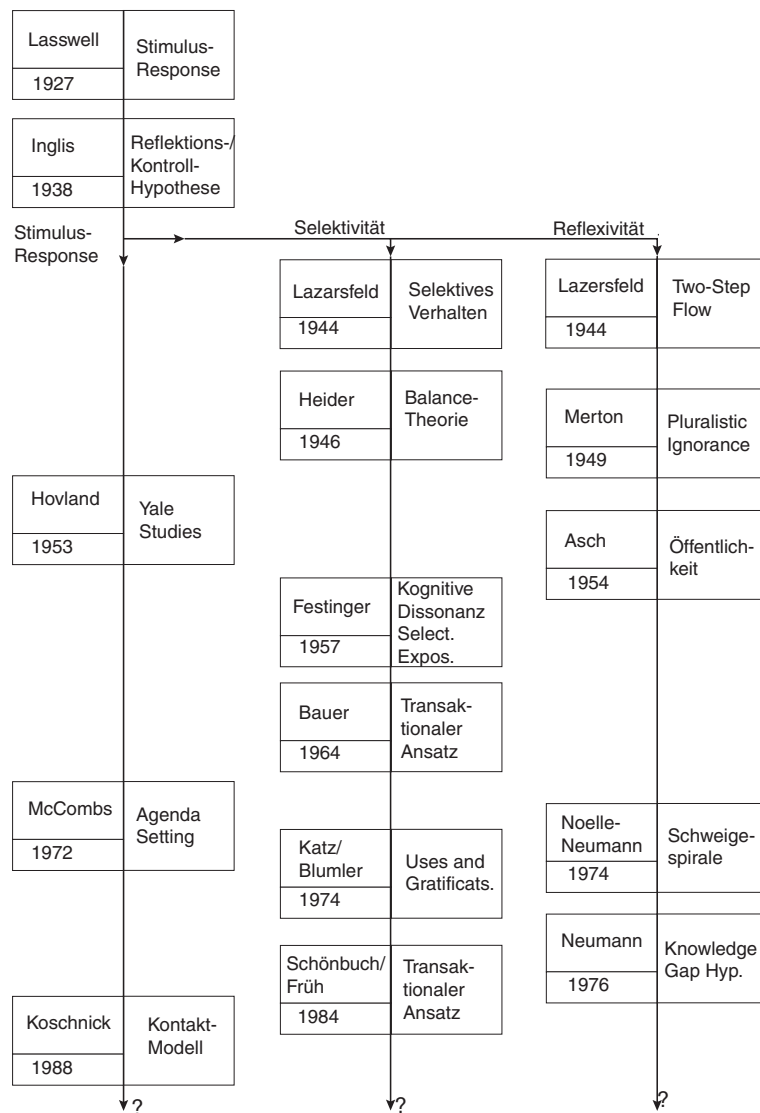
⁴ vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2000) S. 2. Das Eurobarometer für April–May 2000 nennt die Zahl von 14 Millionen privater Internetzugänge in Deutschland. Vgl. Eurobarometer 2000, hektographiertes Papier der European Commission vom Februar 2001.

⁵ vgl. Schnell (2000) S. 272

⁶ vgl. u.a. Meints/Vollmert (2000) S. 1

Anhang 4

Stammbaum der Wirkungsforschung



Quelle: Merten (1994) S. 314

Anhang 5

Exemplarische Übersicht über wesentliche Theorien der Sozialpsychologie

Frey/Irle (1993) und Frey/Irle (1998) geben einen umfassenden Überblick über wichtige Theorien der Sozialpsychologie. U. a. werden folgende Theorien dargestellt und in einen Forschungszusammenhang gestellt: Die Hypothesentheorie der sozialen Wahrnehmung von Bruner/Postman, die davon ausgeht, daß jeder Wahrnehmungsvorgang mit einer Hypothese beginnt und diese die Wahrnehmung beeinflusst, vgl. Lilli/Frey (1993). Die Theorie sozialer Vergleichsprozesse nach Festinger zeigt auf, daß sich Menschen überwiegend mit Personen aus der gleichen gesellschaftlichen Schicht vergleichen, vgl. Frey et al. (1993). Die Kognitiv-physiologische Theorie der Emotion von Schachter hinterfragt, welche Faktoren am Zustandekommen von Emotionen beteiligt sind, vgl. Hammerl/Grabitz/Gniech (1993). Die Attributionstheorie nach Heider beschäftigt sich mit naiven psychologischen Erklärungen von Verhalten, vgl. Meyer/Försterling (1993). Die Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit untersucht, wie stark die Aufmerksamkeit, die eine Person sich selbst gibt, ihren psychischen Zustand beeinflusst, vgl. Wicklund/Frey (1993). Die Theorie der psychologischen Reaktanz nach Brehm und Wortmann beschreibt den Einfluß, den die persönliche Freiheit des Menschen auf seine Wahrnehmung und sein Verhalten haben, vgl. Dickenberger/Gniech/Grabitz (1993). Das Elaboration-Likelihood-Modell von Petty und Cacioppo versucht, mehrere Ansätze theoretisch zusammenzufassen. Es beschäftigt sich mit der Übernahme von Ansichten in Abhängigkeit des Kommunikators, vgl. Stahlberg/Frey (1993). Die Theorie des überlegten Handelns und die Theorie des geplanten Verhaltens befassen sich mit dem Zusammenhang von Einstellungen und Verhalten, vgl. Frey/Stahlberg/Gollwitzer (1993). Außerdem gibt es noch eine Reihe von Theorien, die sich mit Motivation und Informationsverarbeitung befassen. Für die vorliegende Arbeit relevant sind dies: Die Theorien zur sozialen Urteilsbildung, die sich mit der sinnlichen Aufnahme von Signalen und der anschließenden Verarbeitung beschäftigen, vgl. Beckmann/Mattenklott (1998). Und die Theorien konzeptgesteuerter Informationsverarbeitung, die sich mit Assoziation und Konstruktion von Wirklichkeit anhand von Wissen befassen, vgl. Schwarz (1998).