

### **The equalization of gender differences in virtual negotiations**

It is a widespread fact that men and women negotiate differently. Corresponding to general gender stereotypes, men tend to be more argumentative, whereas women act in a more cooperative way. But does this effect occur even in virtual negotiations?

One reason why this might not be the case could be the fact that the so called *stereotype threat* has no impact on virtual negotiations. Stereotype threat is defined as the fear of being judged in terms of the stereotype. This often leads to a self-fulfilling-prophecy thus to an enhancement of exactly that behaviour which is supposed to be stereotypic. In virtual negotiations, stereotypic cues are less salient, so the effect does not occur.

Hierarchy effects could be another explanation for the equalization of men's and women's behaviour in virtual negotiations. Different parties in negotiations often possess a different amount of power which influences the feeling of certainty. When it comes to virtual negotiations, cues regarding the status of the different parties are less salient on both sides, so the uncertainty is equal and hierarchy effects are reduced.

In a nutshell, the use of virtual media could offer a solution, when negotiations tend to be influenced by gender effects too much.

### **Das Angleichen von Geschlechtsunterschieden in virtuellen Verhandlungen**

Dass Männer und Frauen in unterschiedlicher Weise verhandeln, ist ein weitverbreiteter Fakt. Allgemeinen Geschlechtsstereotypen zufolge, neigen Männer dazu, streitlustiger zu sein, wohingegen Frauen eher kooperativ verhandeln. Aber tritt dieser Effekt auch in virtuellen Verhandlungen auf?

Ein Grund dafür, dass dies nicht der Fall ist, könnte sein, dass der sogenannte *stereotype threat* auf virtuelle Verhandlungen keinen Einfluss hat. Stereotype threat wird definiert als die Angst davor, im Sinne des Stereotyps bewertet zu werden. Dies führt oft zu einer sich-selbsterfüllenden Prophezeiung, also zu einer Steigerung genau des Verhaltens, welches als stereotyp angesehen wird. In virtuellen Verhandlungen sind stereotype Hinweise schwächer ausgeprägt, sodass der Effekt nicht auftritt.

Hierarchische Effekte könnten eine andere Erklärung für das Angleichen männlichen und weiblichen Verhaltens in virtuellen Verhandlungen sein. Die verschiedenen Verhandlungsparteien unterscheiden sich oft hinsichtlich ihrer Macht, was sich auf das Gefühl von Sicherheit auswirkt. Hinweise auf den Status der einzelnen Parteien sind in virtuellen Verhandlungen oft weniger salient, sodass die Unsicherheit auf beiden Seiten gleich ist und Hierarchie-Effekte reduziert werden.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Einsatz virtueller Medien eine Lösung bieten kann, wenn Verhandlungen zu stark von Geschlechtseffekten beeinflusst werden.

Bollen, K., & Euwema, M. (2013). The Role of Hierarchy in Face-to-Face and E-Supported Mediations: The Use of an Online Intake to Balance the Influence of Hierarchy. *Negotiation and Conflict Management Research*, 6(4), 305-319.

Eagly, A. H., & Carli, L. L. (1981). Sex of researchers and sex-typed communications as determinants of sex differences in influenceability: a meta-analysis of social influence studies. *Psychological Bulletin*, 90(1), 1.

Major, B., McFarlin, D. B., & Gagnon, D. (1984). Overworked and underpaid: on the nature of gender differences in personal entitlement. *Journal of personality and social psychology*, 47(6), 1399.

Rancer, A. S., Baukus, R. A. (1987). Discriminating males and females on belief structures about arguing. In L. B. Nadler, M. K. Nadler, & W. R. Todd-Mancillas (Eds.), *Advances in gender and communication research* (pp. 155-173). Lanham, MD: University Press of America.

Steele, C. M., Spencer, S. J., & Aronson, J. (2002). Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat. *Advances in experimental social psychology*, 34, 379-440.

Stuhlmacher, A. F., & Walters, A. E. (1999). Gender differences in negotiation outcome: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, (52), 653-677.