



dandelion.com

© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelion.com network.

Thomas Gaugler

Interorganisatorische Informationssysteme

Ein Analyse- und Gestaltungsrahmen
für das Informationsmanagement

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Stefan Klein

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Teil I Ausgangssituation und Problemstellung	1
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung und Motivation	1
1.2 Zielsetzung und Beitrag der Arbeit	2
1.3 Forschungsvorgehen und Aufbau der Arbeit	3
1.3.1 Forschungsvorgehen	3
1.3.2 Aufbau der Arbeit	4
1.4 Begriffliche Grundlagen	6
2 Entstehung und Entwicklungstrend interorganisatorischer Informations-	
systeme	13
2.1 Entstehungsgeschichte	13
2.2 Electronic Data Interchange	14
2.2.1 Datenformat und EDI-Standards	15
2.2.2 Interface Software und interne IS	16
2.2.3 Value-Added-Networks	17
2.2.4 Nutzeffekte durch EDI	18
2.3 EDI, Internet und Electronic Commerce	19
2.3.1 Internet-based EDI: 'Lite EDI'	20
2.3.2 'Open-EDI Reference Model'	22
2.3.3 Electronic Commerce	23
3 Interorganisatorische Informationssysteme als Gestaltungsaufgabe	27
3.1 Analyse der Wettbewerbssituation	27
3.2 Erkenntnisse aus EDI-Projekten	29
3.2.1 EDI-Strategie Paradoxon	29
3.2.2 EDI-Adoption: Unternehmensübergreifende EDI-Einführung	30
3.2.3 Realisierung der Nutzeffekte	34
3.3 IT-basierte Unternehmenstransformation	35
3.4 Business Network Redesign	37
3.4.1 Geschäftsprozess-Portfolio	37
3.4.2 Rollen-Beziehungsmodell	40
3.5 Koordinationsstrategie	41

3.5.1	Vier Elemente als Bezugsrahmen der Koordinationsstrategie	42
3.5.2	Konfiguration der Koordinationstrategie	44
3.6	Forschungsbedarf und weiteres Vorgehen	44
3.6.1	Desiderata der Forschung	45
3.6.2	Weiteres Vorgehen	46
Teil II Theoretische Grundlagen für die systematische Gestaltung von IOS		47
4	Definition und Abgrenzung	47
4.1	IOS als Mensch-Aufgabe-Technik-System	47
4.2	Aufgabenorientierte Betrachtung: Leistungskoordination zwischen Unternehmen	48
4.2.1	Rechtliche Selbständigkeit und Entscheidungsautonomie der beteiligten Unternehmen	49
4.2.2	Business-to-Business Kommunikation und Phasen der Leistungskoordination	49
4.3	Technikorientierte Betrachtung: Betriebsziele und Schichtenmodell	51
4.3.1	Betriebsziele von IOS	51
4.3.2	Schichtenmodell eines IOS	53
4.4	Konstituierende Merkmale eines IOS	55
4.5	Beispiele von IOS	55
5	Typologie interorganisatorischer Informationssysteme	57
5.1	Transaktionskostentheorie als theoretische Grundlage	57
5.1.1	Kosten und Merkmale der ökonomischen Leistungskoordination	57
5.1.2	Annahmen der Transaktionskostentheorie	59
5.1.3	Formen der ökonomischen Leistungskoordination	59
5.2	IOS-Typologie auf Basis der Transaktionskostentheorie	64
5.2.1	IOS-Systemklasse: Elektronischer Markt	64
5.2.2	IOS-Systemklasse: Elektronische Hierarchie	68
5.2.3	IOS-Systemklasse: Elektronisches Unternehmensnetzwerk	72
5.2.4	Synopse der IOS-Systemklassen	74
5.3	Beschreibungsmerkmale eines IOS	75
5.3.1	Teilnehmer und Trägerschaft	76
5.3.2	Unterstützungsfunktion und Anwendungsbereich	77
5.3.3	Technische Realisierung	78
5.3.4	Zusammenfassung	79
6	Wirkungen interorganisatorischer Informationssysteme	81
6.1	Wirkungen in Abhängigkeit der IOS-Systemklasse	81
6.2	Substitutionseffekte	85
6.3	Vermittlungseffekte	84
6.3.1	Reduktion der Suchkosten	86
6.3.2	Intermediation und Disintermediation	87
6.3.3	Netzexternalitäten	94
6.4	Integrationseffekte	100
6.4.1	Unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse	101

6.4.2	Verbundnutzen durch technische, organisatorische und unternehmensübergreifende Integration	103
6.4.3	Bindungseffekte und Wechselkosten	109
6.4.4	"Shirking" und Ressourcenmissbrauch	118
6.4.5	Verlagerung des Wettbewerbs: "Supply Chain Competition"	119
6.5	Chronologische Entwicklung des Erkenntnisstandes	120
6.5.1	Move-to-the-Market-These	121
6.5.2	Double-Bind-These	121
6.5.3	Move-to-the-Middle-These	121
6.5.4	Mixed-Mode-These	122
6.5.5	Relativierung der Move-to-the-Market-These	122
6.6	Synopse der Wirkungen	122
Teil III Empirische Untersuchungen		125
7	IOS-Einsatz in Schweizer Unternehmen	125
7.1	Hintergrund und Untersuchungsmethode	125
7.1.1	Zielsetzung	125
7.1.2	Untersuchungsgesamtheit und Stichprobe	125
7.1.3	Zielpersonen der Befragung	126
7.1.4	Datenerhebung und Fragestellungen	126
7.2	Beschreibung der Unternehmen in der Auswertung	126
7.3	Untersuchungsergebnisse	128
7.4	Schlussfolgerungen	137
8	Fallstudie "Howeg Online"	139
8.1	Forschungsvorgehen	139
8.1.1	Bestimmung der Forschungsmethode	139
8.1.2	Untersuchungsmodell	140
8.1.3	Fragestellungen	143
8.1.4	Datenerhebung	144
8.1.5	Fallselektion	144
8.1.6	Geltungsbegründung	144
8.2	Fallstudienanalyse	145
8.2.1	Überblick Projekt "Howeg Online"	145
8.2.2	Unternehmensporträt Howeg-Planteurs Réunis AG	146
8.2.3	Koordinationsstrategie: Einflussfaktoren und Gestaltungsparameter	149
8.2.4	Projekt "Howeg Online"	156
8.2.5	Interorganisatorisches Informationssystem: "Howeg Online"	165
8.3	Kommentierte Projektergebnisse	170
8.4	Schlussfolgerungen	172
Teil IV Analyse- und Gestaltungsrahmen für IOS		175
9	Strategische Ausrichtung des IOS-Einsatzes	175
9.1	Koordinationsstrategie: Situations- und Potentialanalyse	176
9.2	Geschäftsmodelle für den IOS-Einsatz	179
9.2.1	Grundlagen	180

9.2.2	Geschäftsmodell als Produkt-Geschäftsprozess Matrix	181
9.2.3	Gestaltungsoptionen für Geschäftsmodelle	185
9.2.4	Zielgruppenspezifische Geschäftsmodelle	192
9.2.5	Zusammenfassung	193
9.3	Institutionalisierung des IOS-Einsatzes im Unternehmen	194
9.3.1	Center Konzepte für den IOS-Einsatz	194
9.3.2	Neue Aufgaben beim IOS-Betrieb	196
10	Wirkungsorientierte Gestaltungsoptionen des IOS-Einsatzes	197
10.1	Management der Substitutionseffekte	197
10.2	Management der Vermittlungseffekte	198
10.2.1	Management der Suchkosten	198
10.2.2	Management der Disintermediation und Intermediation	201
10.2.3	Management der Netzexternalitäten	204
10.3	Management der Integrationseffekte	208
10.3.1	Management der Informationssystem-Architektur	209
10.3.2	Management der unternehmensübergreifenden Geschäftsprozesse	217
11	Schlussbetrachtungen	225
11.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	225
11.2	Ausblick	231
Anhang A:	Angaben zur Marktstudie	233
Anhang B:	Fallstudienprotokoll	234
Anhang C:	Interviewpartner Fallstudie "Howeg Online"	240
Anhang D:	Quellen Fallstudie "Howeg Online"	241
Literaturverzeichnis		243