

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 EINFÜHRUNG.....	1
1.1 Zielsetzung	1
1.2 Was ist ein OBC-System?	2
1.3 Untersuchungsansatz	5
2 QUANTITATIVES UND QUALITATIVES MARKTPOTENTIAL	7
2.1 Definition und Größe der Zielgruppe.....	7
2.1.1 "Büroarbeitsplätze mit überwiegend unstrukturierten Arbeitsaufgaben" - Arbeitsdefinition	7
2.1.1.1 Arbeitsaufgaben und Tätigkeiten im Büro	8
2.1.1.2 Unstrukturierte Aufgaben	10
2.1.2 Einordnung der Zielgruppe in die Aufbauorganisation von Unternehmen.....	14
2.1.3 Quantitative Abschätzung.....	16
2.2 Identifikation von Anwendungsmöglichkeiten in ausgewählten Branchen.....	21
2.2.1 Entwicklung des Suchrasters.....	22
2.2.1.1 Die technischen Kommunikationsfunktionen des OBC-Systems	22
2.2.1.2 Durch das OBC-System unterstützbare Tätigkeiten.....	24
2.2.2 Anwendungsmöglichkeiten für das OBC-System	28
2.2.2.1 Auswahl der Branchen.....	29
2.2.2.2 Durchführung der Analyse	30
2.2.3 Branchenübergreifende Anwendungsmöglichkeiten für OBC-Systeme.....	33
3 BEGLEITUNG DES OBC-PILOTEINSATZES.....	39
3.1 Konzept und Ablauf der empirischen Begleitforschung	39
3.2 Konzept zur Nutzen- und Kostenerhebung.....	42
3.2.1 Definitionen und Modellentwicklung.....	42
3.2.2 Mögliche Unternehmensziele beim Kauf von Multimedia- Kommunikationssystemen.....	47
3.2.3 Die potentiellen Einsatzmöglichkeiten der technischen Kommunikationsfunktionen des OBC-Systems	48
3.2.4 Nutzen und Nutzenkriterien	50
3.2.4.1 Ebenen der Nutzenkriterien	50
3.2.5.2 Technische Ebene	52
3.2.5.3 Ebene der Ablauforganisation.....	53

3.2.5.4 Unternehmensebene	54
3.2.5.5 Ebene der Humansituation	56
3.2.6 Kosten durch Einsatz von Multimedia-Kommunikationssystemen ..	57
3.2.6.1 Quantitativ erfaßbare Kosten	58
3.2.6.2 Intangible Kosten	59
3.3 Umfeld des Piloteinsatzes	60
3.3.1 Anwendergruppe 1	60
3.3.2 Anwendergruppe 2	65
3.3.3 Anwendergruppe 3	69
3.3.4 Stellung der Pilotanwender in der Zielgruppe	73
3.4 Nutzung der OBC-Systeme	78
3.4.1 Überblick über die Nutzung des OBC-Systems in den drei Anwendergruppen bis Dezember 1991	78
3.4.2 Die Weiterentwicklung der Nutzung des OBC-Systems bei vier Anwendern bis Juni 1993	84
3.4.3 Umgang mit dem OBC-System	86
3.4.4 Die Nutzung der technischen Kommunikations- funktionen	87
3.4.5 Beispiele für OBC-Anwendungen	90
3.5 Ergebnisse der Nutzen-/Kostenerhebungen	94
3.5.1 Unternehmensziele beim Einsatz des OBC-Systems	94
3.5.2 Tätigkeiten, für die das OBC-System eingesetzt wurde	95
3.5.3 Nutzen durch den Einsatz des OBC-Systems	100
3.5.3.1 Nutzen auf der technischen Ebene (Arbeitsplatz)	101
3.5.3.2 Nutzen auf der Ebene der Ablauforganisation	106
3.5.3.3 Nutzen auf der Unternehmensebene	111
3.5.3.4 Nutzen auf der Ebene der Humansituation	112
3.5.4 Kosten durch den Einsatz des OBC-Systems	116
4 SCHLUSSFOLGERUNGEN	119
4.1 Was bringt der Einsatz von Multimedia-Kommunikationssystemen?	119
4.2 Wer braucht ein Multimedia-Kommunikationssystem?	122
4.3 Ausblick	124
LITERATURVERZEICHNIS	126
ANHANG	132
Raster für OBC-Anwendungsmöglichkeiten	
im Maschinenbau	132
in der Chemischen Industrie	137

in einem Software-Haus	141
in einer Ingenieurberatung.....	144
in der Luft- und Raumfahrt-Industrie	146
in einer Werbeagentur.....	149
in Banken.....	151
Tab. 1: Antworten zu Fragen nach Veränderungen am Arbeitsplatz 1991 und 1993.....	154