

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Danksagung	VII
Inhaltsübersicht.....	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XXIII
Abkürzungsverzeichnis	XXV
Zusammenfassung	XXXI
Abstract	XXXIII
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Stand der Forschung ..	1
1.2 Strukturen von IT-Produkten.....	5
1.3 Besonderheiten von IT-Produkten und deren Auswirkungen auf das IT- Produktmanagement	10
1.4 Motivation für die Gestaltung des IT-Produktmanagements	12
1.5 Gegenstand der Arbeit und Konzeptionalisierung	13
1.6 Zielsetzung, Bestimmung der Forschungsinhalte und Gang der Untersuchung	16
1.7 Forschungsdesign ...	20
1.7.1 Wissenschaftstheoretische und -methodologische Basis der Arbeit und Vorgehensweise	22
1.7.2 Theoretischer Zugang	27
2. Systematische Herleitung eines Instrumentariums zur Verortung organisationaler Strukturtypen	31
2.1 Grundlegende organisationstheoretische Begrifflichkeiten	31
2.1.1 Abgrenzung von Funktion und Aufgabe ..	31
2.1.2 Stelle, Stellenarten und Strukturtypen.....	32
2.2 Zugang über Konzepte und Modelle der Organisationstheorie.....	36
2.2.1 Aufgabenextraktion und Gestaltungsansatz der Aufgabenanalyse und Aufgabensynthese	36
2.2.2 Schnittstellenmanagement und Koordinationsorgane	38
2.2.3 Grundmodelle der Aufbauorganisation und Prinzipien der Aufgabenverteilung	38

2.2.4	Parameter der Ausgestaltung einer Stelle.....	41
2.3	Rahmenbedingungen im situativen Kontext einer Organisation	42
2.4	Konzeption eines theoriegeleiteten Modells zur Verortung organisationaler Strukturtypen.....	47
3.	Normen und Industriestandards im Umfeld des IT-Produktmanagements	49
3.1	Identifizierte Normen und Industriestandards	52
3.2	Erkenntnisse aus den Normen und Industriestandards hinsichtlich eines Modells für die Gestaltung des IT-Produktmanagements	86
4.	Die Stelle des IT-Produktmanagements aus wissenschaftlicher Perspektive.....	95
4.1	Systematische Literaturanalyse zur Erhebung des Gestaltungsbereichs des IT-Produktmanagements ..	95
4.1.1	Schritt 1: Definition des zu analysierenden Themenbereichs..	96
4.1.2	Schritt 2: Darstellung des Ablaufs der Literaturanalyse.....	97
4.1.3	Schritt 3: Literatursuche	97
4.1.4	Schritt 4: Auswahl der relevanten Publikationen ...	99
4.1.5	Schritt 5: Quantitative und qualitative Datenanalyse	100
4.1.6	Schritt 6-8: Datenextraktion, Synthese der Publikationen und Dokumentation	102
4.2	Darstellung des Gestaltungsbereichs aus wissenschaftlicher Perspektive.....	106
4.2.1	Die Stelle des IT-Produktmanagements und deren Organisationsformen.....	106
4.2.2	Ziele des IT-Produktmanagements	111
4.2.2.1	Finanzwirtschaftlich.....	113
4.2.2.2	Leistungswirtschaftlich	113
4.2.2.3	Sozial	114
4.2.2.4	Psychographisch.....	115
4.2.3	Rahmenbedingungen des IT-Produktmanagements.....	116
4.2.4	Gestaltungsalternativen des IT-Produktmanagements – Autarkiegrad.....	121
4.2.4.1	Grundfunktionen – Dispositiv	124
4.2.4.1.1	Strategisches Management.....	125
4.2.4.1.2	Produktstrategie	127
4.2.4.1.3	Produktplanung und -kontrolle.....	131
4.2.4.2	Grundfunktionen – Ausführend	133

4.2.4.2 1 Beschaffung/Sourcing	134
4.2.4.2.2 Entwicklung und Design	135
4.2.4 2.3 Produktion und Wartung.....	140
4.2.4.2.4 Marketing.....	141
4.2 4.2.5 Vertrieb.....	142
4.2.4.3 Querschnitts- bzw. Servicefunktionen.....	144
4.2.4.3.1 Professional Services.....	144
4.2.4.3.2 Finanzen.....	146
4.2.4.3.3 Organisation	147
4.2.4.3 4 Information	148
4.2.5 Gestaltungsalternativen des IT-Produktmanagements – Autonomiegrad.....	151
4.2.6 Probleme/Effizienzkriterien des IT-Produktmanagements	153
4.2.6.1 Zielbezogene Probleme und Effizienzkriterien.....	154
4.2.6.2 Probleme und Effizienzkriterien bezüglich der Rahmenbedingungen.....	155
4.2.6 3 Aufgabenbezogene Probleme und Effizienzkriterien	159
4.3 Situative Einflussfaktoren und Typenbildung des IT- Produktmanagements.....	165
5. Wahrnehmung der Stelle des IT-Produktmanagements in der Praxis.....	169
5.1 Analyse von Stellenanzeigen des IT-Produktmanagements.....	169
5.1.1 Identifizierung einer geeigneten Jobbörse zu Analysezwecken	170
5.1.2 Quantitative Anzeigenanalyse zur Stelle des IT- Produktmanagements	171
5.1.3 Qualitative Anzeigenanalyse zur Stelle des IT- Produktmanagers.....	173
5.1.4 Zusammenfassende Ergebnisse der Stellenanzeigenanalyse und Validitätsbetrachtung.....	178
5.2 Ergebnisse einer Studie im Bereich des IT-Produktmanagements.....	179
5.2.1 Aufgaben und Rollen des IT-Produktmanagements in der Praxis	180
5.2.2 Aktuelle Einbettung des IT-Produktmanagements in der jeweiligen Organisation	181
5.2 3 Probleme des IT-Produktmanagements.....	185

5.2.4	Effizienzkriterien des IT-Produktmanagements.....	189
5.3	Vergleichende Feldstudie zur Erhebung explorativer Erkenntnisse über die Ausgestaltung der Stelle des IT-Produktmanagements in der Praxis ..	190
5.3.1	Qualitatives, leitfadengeführte Experteninterview als Erhebungswerkzeug des empirischen Datenmaterials	190
5.3.2	Theoretische Grundlagen der qualitativen Inhaltsanalyse des empirischen Datenmaterials	192
5.3.3	Verfahren der Fallkontrastierung.....	195
5.3.4	Systematische Erstellung eines theoriegeleiteten Leitfadens zur Durchführung der Experteninterviews	197
5.3.4.1	Fragen bezüglich der externen und internen Situation.....	199
5.3.4.2	Fragen bezüglich des Verhaltens der Organisationsmitglieder	200
5.3.4.3	Fragen bezüglich der IT-Produktmanagement Subsystem-Komponenten.....	201
5.3.4.4	Fragen bezüglich der Ziele des IT-Produktmanagements ..	201
5.3.4.5	Fragen bezüglich der Aufgaben des IT-Produktmanagements.....	202
5.3.4.6	Fragen bezüglich der Probleme/Effizienzkriterien und Verbesserungs-/ Gestaltungsmöglichkeiten des IT-Produktmanagements...	202
5.3.5	Kategorien, Subkategorien und Dimensionalisierung.....	203
5.3.5.1	Ziele des IT-Produktmanagements.....	203
5.3.5.2	Rahmenbedingungen des IT-Produktmanagements.....	204
5.3.5.2.1	Dimensionen der externen Situation	204
5.3.5.2.2	Dimensionen der internen Situation - gegenwartsbezogene Faktoren	210
5.3.5.2.3	Dimensionen der internen Situation - vergangenheitsbezogene Faktoren	219
5.3.5.2.4	IT-Produktmanagement Subsystem-Komponenten.	220
5.3.5.2.5	Verhalten der Organisationsmitglieder	228
5.3.5.3	Gestaltungsalternativen und Aufgaben des IT-Produktmanagements.....	229
5.3.5.4	Probleme des IT-Produktmanagements	230
5.3.5.4.1	Zielbezogene Probleme	230

5.3.5.4.2	Aufgabenbezogene Probleme	232
5.3.5.4.3	Probleme bezüglich der Rahmenbedingungen.....	234
5.3.5.5	Effizienzkriterien des IT-Produktmanagements.....	237
5.3.5.5.1	Zielbezogene Effizienzkriterien.....	238
5.3.5.5.2	Aufgabenbezogene Effizienzkriterien	239
5.3.5.5.3	Effizienzkriterien bezüglich der Rahmenbedingungen.....	243
5.3.6	Kritische Beurteilung der vorliegenden Erhebung	249
6.	Situatives Modell für das IT-Produktmanagement (SIMO _{IT-PM})	251
6.1	Theoretisch begründete Bildung von Idealtypen des IT- Produktmanagements.....	252
6.2	Referenztypen des IT-Produktmanagements	256
6.2.1	Referenztyp – Expertise Backer.....	268
6.2.2	Referenztyp – Single Striker.....	272
6.2.3	Referenztyp – Coordinating Networker	275
6.2.4	Referenztyp – Multifunctional Generalist.....	278
6.2.5	Referenztyp – Product Promotor.....	280
6.2.6	Referenztyp – Delegating Supervisor.....	284
6.3	Gestaltungsempfehlungen für das IT-Produktmanagement	286
6.3.1	Zielbezogene Gestaltungsempfehlungen und Empfehlungen bezüglich der Rahmenbedingungen..	290
6.3.2	Aufgabenbezogene Gestaltungsempfehlungen	300
6.4	Prototypische Realisierung des SIMO _{IT-PM} in Form eines Self- Assessment Tools	304
7.	Validierung und kritische Würdigung der Ergebnisse	313
7.1	Argumentative Validierung der Ergebnisse dieser Arbeit.....	314
7.1.1	Validierung des Instrumentariums zur Verortung organisationaler Strukturtypen	314
7.1.2	Validierung der Erkenntnisse von Normen und Industriestandards im Umfeld des IT-Produktmanagements	315
7.1.3	Validierung der Ergebnisse aus wissenschaftlicher Perspektive	317
7.1.4	Validierung der Ergebnisse aus Praxissicht ..	320
7.1.5	Validierung des situativen Modells für das IT- Produktmanagement (SIMO _{IT-PM}).....	323
7.2	Validierung des SIMO _{IT-PM} an der Praxis	325

7.2.1	Fallstudie 1 – Expertise Backer.....	327
7.2.2	Fallstudie 2 – Coordinating Networker ..	332
7.2.3	Fallstudie 3 – Expertise Backer und Product Promotor	338
7.2.4	Fallstudie 4 – Product Promotor	342
7.2.5	Zusammenfassung der Kriterien zur Validierung des SIMO _{IT-PM} an der Praxis	346
7 3	Zusammenfassung und weiterer Forschungsbedarf.....	352
Anhang	361
Anhang A:	Ausführliche Stellenanzeigenanalyse: Anforderungen	361
Anhang B:	Ausführliche Stellenanzeigenanalyse: IT-Produktmanager	362
Anhang C:	Ausführliche Stellenanzeigenanalyse. IT-Koordinator	363
Anhang D:	Ausführliche Stellenanzeigenanalyse: Software Produktmanager ..	364
Anhang E:	Prozessgebiete und Kategorien des CMMI V1.3	365
Anhang F:	Fragebogen für die Validierung des SIMO _{IT-PM}	366
Anhang G:	Fallstudienpartner 1 – SIMO _{IT-PM}	368
Anhang H:	Fallstudienpartner 2a – SIMO _{IT-PM}	371
Anhang I:	Fallstudienpartner 2b – SIMO _{IT-PM}	374
Anhang J:	Fallstudienpartner 2c – SIMO _{IT-PM}	377
Anhang K:	Fallstudienpartner 3 – SIMO _{IT-PM}	380
Anhang L:	Fallstudienpartner 4a – SIMO _{IT-PM}	383
Anhang M:	Fallstudienpartner 4b – SIMO _{IT-PM}	386
Literaturverzeichnis.	389