

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Staatliche IT-Projekte – Misserfolge und Potenziale .....</b>	<b>13</b>
1.1	Problemaufriss .....	13
1.2	Wissenschaftliche Zielsetzung und Vorgehensweise .....	14
1.3	Struktur der Untersuchung .....	17
<b>2</b>	<b>IT-Projekte des Bundes .....</b>	<b>21</b>
2.1	Definitionen und Grundlagen .....	21
2.1.1	Projekt .....	21
2.1.2	IT-Projekt .....	21
2.1.3	Bund .....	22
2.1.4	Bundesverwaltung .....	22
2.1.5	IT-Organisation des Bundes .....	23
2.1.6	eGovernment .....	25
2.1.7	Datensicherheit und Datenschutz .....	26
2.1.8	Qualifizierte elektronische Signatur .....	27
2.2	Klassifikation nach Projektgröße .....	28
2.2.1	Klassifikation im Rahmen der S-O-S-Methode <sup>o</sup> für Großprojekte ..	28
2.2.2	Klassifikation im Rahmen des WiBe Fachkonzeptes IT .....	29
2.2.3	Klassifikation nach DREWS und HILLEBRAND .....	30
2.2.4	Klassifikation nach STREITZ .....	30
2.2.5	Klassifikation nach TIEMEYER .....	30
2.2.6	Übersicht der Klassifikationsmöglichkeiten .....	31
2.2.7	Klassifikation für IT-Projekte des Bundes .....	33
2.3	Herausforderungen und Empfehlungen .....	33
2.4	Public Management und New Public Management .....	34
2.5	Auswahl von IT-Projekten des Bundes .....	36
2.5.1	Der neue Personalausweis (nPA) .....	36
2.5.2	Elektronischer Entgeltnachweis (ELENA) .....	39
2.5.3	Bescheinigungen Elektronisch Annehmen (BEA) .....	43
2.5.4	Optimiertes Meldeverfahren in der sozialen Sicherung (OMS) .....	46
2.5.5	Prozess-Daten-Beschleuniger (P23R) .....	48
2.5.6	Elektronische Gesundheitskarte (eGK) .....	50
2.5.7	Elektronische Steuererklärung (ELSTER) .....	52
2.5.8	De-Mail .....	54
2.5.9	115 – Einheitliche Behördenrufnummer .....	56

2.5.10 Lkw-Maut/ Toll Collect .....	57
<b>3 Misserfolgsvorschau in der Wirtschaftsinformatik .....</b>	<b>59</b>
3.1 Untersuchungsgegenstand .....	59
3.1.1 Privatwirtschaftlicher Bereich.....	59
3.1.1.1 Ursachen für Misserfolg .....	60
3.1.1.2 Empfehlungen .....	62
3.1.2 Staatlicher Bereich .....	63
3.1.2.1 Ursachen für Misserfolg .....	63
3.1.2.2 Empfehlungen .....	64
3.1.3 Analyse und Vergleich.....	67
3.2 Erfolgsfaktoren .....	69
3.2.1 Erfolgsfaktorenforschung.....	69
3.2.2 Erfolg von IT-Projekten des Bundes.....	70
3.2.2.1 Definitionen .....	71
3.2.2.2 Klassifikation nach Umsetzungsstand, Projektfortschritt und Erfolgsaussicht.....	73
3.2.3 Analyse und Weiterentwicklung.....	74
3.2.3.1 Potenzielle Erfolgsfaktoren für IT-Projekte des Bundes .....	75
3.2.3.2 Erfolgsfaktoren des Projektmanagements und des Change- Managements .....	84
3.2.3.3 Erfolgsfaktoren für IT-Projekte des Bundes .....	87
3.2.4 Messung .....	90
3.2.4.1 Controlling .....	90
3.2.4.2 Controlling von IT-Projekten des Bundes .....	93
<b>4 Elementare Aspekte der Öffentlichkeitswirkung.....</b>	<b>99</b>
4.1 Information .....	100
4.2 Kommunikation .....	100
4.3 Öffentliche Kommunikation.....	102
4.3.1 Diskursives Öffentlichkeitsmodell.....	103
4.3.2 Liberales Öffentlichkeitsmodell.....	104
4.4 Medienöffentlichkeit.....	104
4.4.1 Definition .....	104
4.4.2 Eigenschaften .....	105
4.4.2.1 Interaktion bei Wahrnehmung durch ein Publikum.....	105
4.4.2.2 Räumlich und zeitlich disperse Teilnahme der Akteure.....	105
4.4.2.3 Komplexe Binnenstruktur.....	106
4.4.2.4 Differenzierte Positionen sowie Rollen der Akteure .....	106

4.4.2.5	Ungleiche Zugangsmöglichkeiten zur medialen Öffentlichkeit .....	107
4.4.3	Abgrenzung der Eigenschaften der Internetöffentlichkeit .....	108
4.5	Politische Kommunikation .....	108
4.5.1	Abhängigkeit der Politik von den Medien .....	109
4.5.2	Abhängigkeit der Medien von der Politik .....	109
4.5.3	Wechselseitige Abhängigkeit zwischen Politik und Medien .....	109
4.5.4	Medien als Kontrolleure der horizontalen Gewalten .....	110
4.6	Kommunikationspolitik .....	110
4.7	Politische Öffentlichkeitsarbeit .....	111
4.7.1	Thematisierungs-, Überzeugungs- und De-Thematisierungs- strategie .....	111
4.7.2	Indirekte und direkte Form politischer Öffentlichkeitsarbeit .....	112
4.8	Medieneinfluss .....	112
4.8.1	Agenda-Setting-Theorie .....	113
4.8.2	Framing-Theorie .....	114
4.9	Medienwirklichkeit .....	114
4.9.1	Medien als informationsverarbeitende Systeme .....	115
4.9.2	Einflussfaktoren .....	115
4.10	IT-Projekte des Bundes und deren Öffentlichkeitswirkung .....	116
4.10.1	Definition .....	116
4.10.2	Klassifikation nach Wahrnehmung und Intensität .....	117
4.10.3	Kriterien zur Klassifikation .....	117
4.10.3.1	Anzahl der Zielpersonen und der Zielgruppen .....	117
4.10.3.2	Eigenschaften der Veränderung .....	118
4.10.3.3	Parteilpolitische Interessen .....	120
4.10.3.4	Projektverlauf und Misserfolge .....	120
4.11	Einfluss der Öffentlichkeitswirkung .....	121
4.11.1	Betrachtungsweise des Projektmanagements und des IT- Managements .....	121
4.11.2	Erläuterung der Kriterien zur Klassifikation .....	122
4.11.3	Erläuterung der Klassifikation nach Wahrnehmung und Intensität .....	124
<b>5</b>	<b>Berücksichtigung der Öffentlichkeitswirkung in bestehenden Managementansätzen und -instrumenten .....</b>	<b>127</b>
5.1	Projektmanagement/ IT-Projektmanagement .....	128
5.1.1	Definitionen .....	128
5.1.2	Vorgehensweise .....	128

5.1.2.1	Projektorganisationsformen .....	129
5.1.2.2	Auswahl des Vorgehensmodells .....	132
5.1.2.3	Projektdefinition .....	136
5.1.2.4	Projektplanung .....	137
5.1.2.5	Projektdurchführung .....	143
5.1.2.6	Projektabschluss.....	143
5.1.3	Analyse und Bewertung .....	144
5.2	Change-Management .....	145
5.2.1	Definitionen.....	145
5.2.2	Vorgehensweise .....	145
5.2.2.1	Initialisierung .....	148
5.2.2.2	Konzipierung.....	148
5.2.2.3	Mobilisierung .....	150
5.2.2.4	Umsetzung .....	152
5.2.2.5	Verstetigung.....	153
5.2.3	Analyse und Bewertung .....	154
5.3	Stakeholder-Management .....	155
5.3.1	Definitionen.....	155
5.3.2	Vorgehensweise .....	156
5.3.2.1	Stakeholder-Identifikation .....	157
5.3.2.2	Stakeholder-Klassifikation .....	159
5.3.2.3	Stakeholder-Einfluss- und Beziehungsanalyse .....	162
5.3.2.4	Stakeholder-Strategie- und Maßnahmendefinition .....	163
5.3.2.5	Stakeholder-Dokumentation .....	164
5.3.3	Analyse und Bewertung .....	165
5.4	Projektmarketing.....	166
5.4.1	Definitionen.....	166
5.4.2	Vorgehensweise .....	167
5.4.2.1	Projektmarketing-Analyse .....	168
5.4.2.2	Projektmarketing-Planung .....	171
5.4.2.3	Projektmarketing-Durchführung und -Steuerung .....	181
5.4.3	Analyse und Bewertung .....	182
5.5	Public Relations .....	183
5.5.1	Definitionen.....	183
5.5.2	Vorgehensweise .....	185
5.5.2.1	PR-Wissenschaft .....	185
5.5.2.2	PR-Konzeptionierung .....	186
5.5.2.3	Systematisierung von PR-Arbeit.....	190

5.5.3	Analyse und Bewertung .....	195
5.6	Zusammenfassung .....	196
<b>6</b>	<b>Berücksichtigung der Öffentlichkeitswirkung in bestehenden</b>	
	<b>IT-Standards und -Methoden des Bundes .....</b>	<b>199</b>
6.1	SAGA 5 für die Bundesverwaltung .....	202
6.2	Architekturmanagement in der Bundesverwaltung .....	203
6.3	Prozess- und Datenmodellierung in der Bundesverwaltung .....	204
6.3.1	Prozessmodellierung .....	204
6.3.2	XML in der öffentlichen Verwaltung .....	209
6.3.3	XGenerator .....	210
6.4	Offene Dokumentenformate .....	210
6.5	Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen .....	212
6.6	V-Modell XT .....	213
6.7	V-Modell XT Bund .....	215
6.8	Migrationsleitfaden .....	217
6.9	Dokumentenmanagement und elektronische Archivierung .....	220
6.10	Styleguide der Bundesregierung .....	220
6.11	S-O-S-Methode <sup>o</sup> für Großprojekte .....	221
6.12	Unterlage für Ausschreibung und Bewertung von IT-Leis- tungen .....	226
6.13	Vorgehens- und Analysemodell des Kompetenzzentrums Green IT .....	227
6.14	IT-Grundschutz .....	228
6.14.1	IT-Grundschutz-Standards .....	228
6.14.2	IT-Grundschutz-Kataloge .....	228
6.14.3	IT-Grundschutz-Schulungen und GSTOOL .....	229
6.15	Organisation der Verwaltung .....	229
6.15.1	Organisationshandbuch .....	230
6.15.2	Organisationskonzept elektronische Verwaltungsarbeit .....	232
6.16	Steuerung der Verwaltung .....	235
6.16.1	Strategische Steuerung .....	235
6.16.2	Change-Management .....	238
6.16.3	Qualitätsmanagement .....	240
6.16.4	Projektmanagement .....	241
6.17	Open Government .....	243
6.18	Zusammenfassung .....	245

<b>7</b>	<b>Integrated Public Persuasion Management zur Beeinflussung der Öffentlichkeitswirkung (iPPM).....</b>	<b>247</b>
7.1	Entwicklung eines Vorgehensmodells.....	249
7.1.1	Zielgruppen-Analyse.....	252
7.1.1.1	Identifikation.....	252
7.1.1.2	Analyse der Einstellung zum Projekt.....	253
7.1.1.3	Dokumentation.....	255
7.1.2	Zieldefinition.....	256
7.1.2.1	Kommunikation zum Projektstart.....	256
7.1.2.2	Kommunikation im Projektverlauf.....	257
7.1.2.3	Kommunikation bei Projektgefährdung.....	257
7.1.2.4	Kommunikation vor Projektabschluss.....	258
7.1.2.5	Kommunikation zum Projektabschluss und in der Nachprojektphase.....	259
7.1.3	Konzeptionierung.....	260
7.1.3.1	Entwicklung der Wiedererkennungsmerkmale.....	260
7.1.3.2	Festlegung der Kommunikationsmaßnahmen.....	260
7.1.3.3	Ermittlung der Ansprechpartner in den Medien.....	264
7.1.3.4	Erarbeitung des Kommunikationsplanes.....	265
7.1.4	Durchführung.....	268
7.1.4.1	Initiale Kommunikation.....	268
7.1.4.2	Kontinuierliche Kommunikation.....	269
7.1.4.3	Beobachtung der Berichterstattung.....	269
7.1.4.4	Controlling.....	273
7.1.5	Überprüfung.....	275
7.1.5.1	Prüfung der Wirksamkeit des Kommunikationskonzeptes.....	276
7.1.5.2	Evaluierung des Kommunikationskonzeptes.....	277
7.1.5.3	Anpassung des Kommunikationskonzeptes.....	278
7.1.6	Abschluss.....	278
7.1.6.1	Intensive Kommunikation vor Projektabschluss.....	278
7.1.6.2	Effektive Kommunikation zum Projektabschluss und in der Nachprojektphase.....	279
7.1.6.3	Aufbau einer Erfahrungsdatenbank.....	279
7.2	Projektspezifische Anpassung des Vorgehensmodells.....	280
7.2.1	Kriterien zur Analyse des Projektes und Empfehlungen.....	281
7.2.1.1	Umsetzungsstand.....	281
7.2.1.2	Projektgröße und Projektreichweite.....	281
7.2.1.3	Projektphase.....	282

7.2.1.4	Projektfortschritt.....	282
7.2.1.5	Erfolgsaussicht .....	283
7.2.1.6	Projektziel und Projektart.....	284
7.2.2	Kriterien zur Analyse des Projektmanagements und Empfehlungen .....	284
7.2.2.1	Projektorganisationsform .....	285
7.2.2.2	Vorgehensmodell .....	285
7.2.2.3	Projektplanung .....	286
7.2.3	Kriterien zur Analyse der Informations- und der Kommunikationsaktivitäten und Empfehlungen.....	288
7.3	Qualifikationsprofil eines Public Persuasion Managers.....	290
7.4	iPPM-Softwaremodul .....	291
7.5	Zusammenfassung .....	291
<b>8</b>	<b>Potenziale und Barrieren des integrated Public Persuasion Managements.....</b>	<b>297</b>
8.1	Zeit.....	297
8.2	Kosten .....	298
8.3	Qualität .....	298
8.4	Technik .....	298
8.5	Politik.....	299
8.6	Aufbau des Bundes und Struktur öffentlicher Institutionen.....	299
8.7	Verwendung als Standardmethode .....	300
8.8	Zusammenfassung .....	301
<b>9</b>	<b>Management Summary .....</b>	<b>303</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>307</b>
	<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>309</b>
	<b>Quellenverzeichnis .....</b>	<b>311</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>363</b>