

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1 Einführung	13
1.1 Motivation und Ausgangslage.....	14
1.2 St.Galler Business-Engineering-Modell.....	17
1.3 Datengrundlage.....	18
1.4 Eco-System Mobile Business: Zentrale Begriffe und Entwicklung.....	20
1.5 Geräteklassen.....	27
1.6 Second Generation Enterprise Mobility	32
1.7 Nutzung von Mobile IT in Unternehmen	40
1.8 Auswirkungen auf das Web und Ausblick.....	44
1.8.1 Wiki Talking Tours.....	45
1.8.2 News-Aggregator Flipboard	45
1.8.3 My Handicap App und Boston CitizensConnect.....	46
1.8.4 Twitter als mobile App	47
1.8.5 Native Integration von Web-Diensten in mobile Betriebssysteme	48
1.8.6 Ausblick.....	48
1.8.7 Web Squared.....	50

1.9	Reflexionsfragen.....	53
1.10	Literatur.....	53
2	Strategische Ebene.....	59
2.1	Einführung IS- und IT-Strategie	60
2.2	Ausprägungen strategischer Aspekte von Mobile Business in der Praxis	71
2.2.1	Projekttyp	72
2.2.2	Organisatorische Verankerung des Themas Mobile im Unternehmen.....	77
2.2.3	Nutzenbegründung	82
2.2.4	Ziele von Mobile Business im Unternehmen.....	88
2.3	Fallbeispiel: Audi App Center	93
2.4	Reflexionsfragen.....	100
2.5	Literatur.....	100
3	Prozesse.....	103
3.1	Einführung Geschäftsprozesse	103
3.2	Ausprägungen mobiler Prozesse in der Praxis	113
3.2.1	Prozessausrichtung der MBS	114
3.2.2	Prozessänderungen	127
3.3	Fallbeispiel: Mobiler Passagierprozess	133
3.4	Reflexionsfragen.....	134
3.5	Literatur.....	134
4	Technologie.....	137
4.1	Einführung Mobile-Technologie.....	138
4.2	Mobile-Technologie in der Praxis.....	141
4.2.1	Technische Umsetzung	143
4.2.2	Betriebssysteme	150

4.2.3	Sicherheitskonzepte	156
4.2.4	Deployment der MBS	160
4.3	Fallbeispiel: Mobiles Endgerät der Lokführer	164
4.4	Reflexionsfragen	165
4.5	Literatur	165
5	Kultur, Führung und Verhalten	167
5.1	Einführung Kultur	168
5.2	Ausprägungen von Organisationskultur in der Umsetzung von MBS-Projekten	175
5.2.1	Partner und Allianzen im Projekt	176
5.2.2	Rolle der Mitarbeitenden im MBS-Projekt	181
5.2.3	Rolle der IT in der Entwicklung	185
5.3	Fallbeispiel: Mobile Devices bei adidas	188
5.4	Reflexionsfragen	189
5.5	Literatur	190
6	Transformation	193
6.1	Einführung Transformationsmanagement	193
6.2	Ausprägungen für Transformation zum Mobile Business in der Praxis	200
6.2.1	Einführungsmethode	201
6.2.2	Service und Support für die MBS	205
6.2.3	Monitoring der MBS-Nutzung	206
6.2.4	App Store Monitoring	208
6.3	Fallbeispiel	212
6.4	Reflexionsfragen	213
6.5	Literatur	213