

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