

Inhaltsverzeichnis

Erstes Kapitel: Gegenstand und Besonderheiten von Informationsprodukten und -diensten

1. Der Rahmen für das Management von Informationsprodukten und -diensten	1
2. Begriff, Systematisierung und Besonderheiten von Dienstleistungen, Informationsprodukten und -diensten	2
3. Unterscheidungsmerkmale von Dienstleistungen	6

Zweites Kapitel: Informationsmarkt

1. Der Begriff Informationen, Informationsprodukte und -dienste	13
2. Informationsmarkt	16
3. Struktur des Informationsmarktes	17
4. Größe des Informationsmarktes	20
4.1 Online-Informationsprodukte und -dienste für professionelle Nutzer	25
4.2 Online-Informationsprodukte und -dienste (Consumer Services) für private Nutzer	26
5. INTERNET als Informations-Distributionsmaschine	27
6. INTERNET: Marktdynamik - Industriepolitik	35

Drittes Kapitel: Strategisches Management von Informations-Betrieben

1. Herausforderungen - Entwicklungstendenzen	41
2. Konzepte eines Innovationsmanagements in Informations-Betrieben	43
2.1 Kritische Erfolgsfaktoren	45
2.2 Strategische Planung, Strategien und strategisches Management	46
2.3 Wertschöpfungskette	48
2.4 Informationssysteme, Informationstechnologie	50
2.5 Ansätze zur Bestimmung der strategischen Bedeutung von Komponenten neuer Technologien	50
2.6 Portfolio-Darstellungen	52
2.7 Vorgehensweisen, die versuchen, die Wirtschaftlichkeit von strategisch relevanten Vorhaben systematisch nachzuweisen	54
2.8 Qualitätsmanagement von Dienstleistungen als Paradigma von Managementabläufen	55
3. Wertschöpfungskette von Informations-Dienstleistungsbetrieben	75
4. Qualitätskriterien von Informations-Dienstleistungsbetrieben	80
4.1 Qualitätskriterien von Informationsprodukten und -diensten an der End-Nachfrager-Schnittstelle	80

4.2 Qualitätskriterien der Potential- und Prozessdimension der informatrischen Wertschöpfungskette	82
4.3 Qualitätskriterien des Personals bzw. Humanvermögens	83
4.4 Qualitätskriterien von Technologien	84
4.5 Qualitätskriterien der Ressourcenstärke	84
5. Strategisches Management der Informations- und Kommunikations- technologien in Informations-Dienstleistungsbetrieben	85
5.1 Technologietrends, Technologiebeobachtung	86
Fallstudie: Strategisches Technologiemanagement von US- Datenbankanbietern	89
5.2 Management der Basistechnologien als grundständige Infrastruktur zur Kommunikation und zum Daten-Handling	93
5.3 Management der Technologiebündel	95
5.4 Wildwuchs der Struktur der Informations- und Kommunikations- technologien	97
5.4.1 Vorteile von Standards	98
5.4.2 Leitidee Datenintegration	99
5.5 Entwicklungspfad. Meilenstein: Datenintegration durch Electronic- Data-Interchange	100
5.5.1 Ausgangssituation im Sektor Informationsindustrie	104
5.5.2 Strategische Ressourcenstärke	106
5.5.3 Strategische Qualitätsattraktivität	107
5.5.4 Strategische Technologie-Attraktivität	108
5.5.5 Technologiereife	110
6. Virtualisierung der Organisation	114
6.1 Wirkungen der Informations- und Kommunikationstechnologien und verteilter Informationen auf die Wertschöpfungsprozesse	114
6.2 Fallstudie: UnCover Company	118
7. Management der Mitarbeiter	120
8. Ausgangslogistik	125
8.1 Marktforschung	125
8.2 Kunden-Lieferanten-Beziehung	127
8.3 Marktsegmentierung	128
8.4 Werbung	130
8.5 Auftragserfassung, Bestellung	131
8.6 Elektronische Zahlungsmittel	131
8.7 Preisstrategien	132
9. Infrastruktur, sekundäre Aktivitäten der Wertschöpfungskette	135
9.1 Finanzen	136
9.2 INTRANET	136
10. Controlling von Informationsprodukten und -diensten	139
10.1 Entscheidungsstrukturen	141
10.2 Architektur von Controlling-Systemen	141
10.3 Entscheidungsraster	142

10.4 Portfolios zur Entscheidungsunterstützung integrierter Qualitäts- und Technologiestrategien	145
10.4.1 Strategische Qualitätsportfolios	146
10.4.2 Grundständige Strategien zu den Portfolios	149
10.4.3 Planungsschritte für Erhebungen und Bewertungen	152

Viertes Kapitel: Informationsmarkt

1. Merkmale, Definitionen, Barrieren eines elektronischen Marktes	167
2. Schwachstelle: Geschwindigkeit der Datenübermittlung	172
3. Schwachstelle: Qualität der Informationsdienstleistungen	176
4. Schwachstelle: Urheberrecht. Neue Copyright-Gesetzgebung notwendig ?	180
5. Intelligente Agenten: die Schubkraft	181

Fünftes Kapitel: Zukünftige Felder wirtschaftswissenschaftlicher Forschung

183

Literaturverzeichnis

186

Stichwortverzeichnis

192

Abbildungsverzeichnis

1. Kapitel

Abb. 1-1	Verbund Sachgüter versus Dienstleistungen	2
Abb. 1-2	Produktionsprozeß eines Informations-Dienstleistungsbetriebes	5
Abb. 1-3	Modell der Dienstleistungsqualität	7
Abb. 1-4	Typologie von Dienstleistungen	8
Abb. 1-5	Charakter des Dienstleistungsprozesses	9
Abb. 1-6	Verflechtungsbeziehungen personal- bzw. ausrüstungs-orientierter Dienstleistungen	10
Abb. 1-7	Komplexität von Dienstleistungen	11

2. Kapitel

Abb. 2-1	Transformation von Wissen in Informationen	14
Abb. 2-2	Vergleich Materielle Güter - Informationen	15
Abb. 2-3	Konvergenz von Telekommunikations-, Computer- und Informationsinhalteindustrie	18
Abb. 2-4	Wertschöpfungskette der Informationsinhalte	21
Abb. 2-5	Leistungsbilanz elektronischer Informationsdienste	22
Abb. 2-6	Information-Retrieval-Umsätze in den USA	23
Abb. 2-7	Wachstum INTERNET-Nutzer	28
Abb. 2-8	INTERNET-Nutzer nach Länder	29
Abb. 2-9	INTERNET Hosts: Wachstum	30
Abb. 2-10	INTERNET-Domain Namen: Wachstum	31
Abb. 2-11	INTERNET Hosts pro 1000 Einwohner	32
Abb. 2-12	INTERNET-Dienste: Anteile	34

3. Kapitel

Abb. 3-1	Kritische Erfolgsfaktoren	45
Abb. 3-2	Modell einer Wertschöpfungskette	48
Abb. 3-3	Qualitäts-Informationssystem	72
Abb. 3-4	Wertschöpfungskette in Informations-Dienstleistungsbetrieben	79
Abb. 3-5	Kritische Erfolgsfaktoren von Technologiestrategien	87
Abb. 3-6	Strategische Lücken	90
Abb. 3-7	Technologie-Portfolio: Ist-Kapazität versus Strategische Priorität	91
Abb. 3-8	Technologieeinsatz: Kritische Erfolgsfaktoren	92
Abb. 3-9	Technologien: Investitionsbarrieren	93
Abb. 3-10	Technologiebündel: Multimedia und Client-Server-Architekturen	96
Abb. 3-11	ISO/OSI-Referenzmodell und TCP/IP-Protokollfamilie	103
Abb. 3-12	Zwischenbetriebliche Integration: Erfolgsfaktoren	112

Abb. 3-13	Zwischenbetriebliche Integration: Barrieren	113
Abb. 3-14	Electronic Commerce erzwingt Fokussierung auf Kernkompetenzen	117
Abb. 3-15	Technologien: Investitionsbarrieren	121
Abb. 3-16	Electronic Commerce: Hausinterne Hürden	122
Abb. 3-17	Arbeitsformen	123
Abb. 3-18	Dienstleistungen und Preispolitik	135
Abb. 3-19	Nutzenpotentiale des INTRANET	138
Abb. 3-20	Entscheidungsraster: Lückenanalyse	144
Abb. 3-21	Dienstleistungs-Technologieportfolio	
Abb. 3-22	Technologie-Ressourcenportfolio	
Abb. 3-23	Matrix Technologieattraktivität	156
Abb. 3-24	Matrix Dienstleistungsattraktivität	157
Abb. 3-25	Matrix Ressourcenstärke	160
Abb. 3-26	Portfolio Zwischenbetriebliche Integration	164
Abb. 3-27	Electronic Commerce	167
Abb. 3-28	Definitionen des Electronic Commerce	169
Abb. 3-29	Barrieren des Electronic Commerce	170