

München, 26.02.2004

## Arbeitsinhalte und Anknüpfungspunkte der Einzelprojekte

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot, LMU München  
Dipl. Wi.-Ing. Matthias Kempf, LMU München  
Dipl.-Kfm. Martin Schmid, LMU München

## Vorbemerkungen

Der Zweck des vorliegenden Arbeitspapiers

- Die telefonischen Einzelgespräche mit den Teilnehmern der AG "Technologie-induzierte Veränderungen der Wertschöpfungskette" aus den fünf verschiedenen Forschungsschwerpunkten wurden mittlerweile erfolgreich abgeschlossen.
- Auf Basis dieser Gespräche soll dieses Arbeitspapier...
  - die möglichen Arbeitsinhalte und Anknüpfungspunkte der an der AG teilnehmenden Projekte, die sich in den Einzelgesprächen herauskristallisiert haben, darstellen
  - den Teilnehmern die Möglichkeit bieten, fundierte Kritik und Verbesserungsvorschläge bzgl. der vorgeschlagenen Inhalte und der Vorgehensweise der AG zu äußern
  - die weitere zeitliche Planung der AG konkretisieren

## Basis der Zusammenarbeit (1/3)

### Die Themen der teilnehmenden Forschungsschwerpunkte

Name	Schwerpunkt	Teilprojekt	Stichpunkte
<b>Dr. Svenja Hagenhoff</b>	<b>Mediaconomy</b>	Controlling	Entwicklung von Rahmenkonzepten für Controllingsysteme für innovative Geschäftsmodelle der Internetökonomie.
<b>Heidemarie Hanekop</b>	<b>Mediaconomy</b>	Arbeit und Beschäftigung in der Medienbranche	Untersuchung des vom Internet ausgelösten, auf den Arbeitsplatz gerichteten Veränderungsimpulses auf Makro- (Funktionen, Sektoren) und Mikroebene (Arbeitsumfeld, Anforderungsprofil).
		Mobiles Internet: Entstehung neuer Nutzungsformen	Ermittlung einer Typologie zukünftiger Nutzungsformen des mobilen Internets durch kontextabhängige Szenarioanalysen und Identifikation der Anforderungen der Anwender.
<b>Christian Kaspar</b>	<b>Mediaconomy</b>	Personalisierung von Medienprodukten	Erstellung eines Konzepts zur Ermittlung bzw. zum Management von Kundeninformation als Grundlage der Produktdifferenzierung und entsprechender Geschäftsmodelle mit Hilfe von Fallstudien.
<b>Prof. Dr. Becker Karsten Klose</b>	<b>Hybrid</b>	MohiS - Modellierung hybrider Informationssysteme	Entwicklung einer Modellierungsmethode zur Spezifikation von hybriden Informationssystemen, Berücksichtigung von dynamischen, unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen (z. B. Web Services...), Erstellung eines Referenzmodells für handelsspezifische Informations- und Organisationsstrukturen
<b>Malgorzata Mochol</b>	<b>InterVal</b>	Wissensnetze	Untersuchung der Eigenschaften (Transparenz, Handelsstufen...) der durch das Semantic Web entstehenden neuen Geschäftsmodelle, Marktstrukturen und Wertschöpfungsketten mit Hilfe von Szenarioanalysen.

## Basis der Zusammenarbeit (2/3)

### Die Themen der teilnehmenden Forschungsschwerpunkte

Name	Schwerpunkt	Teilprojekt	Stichpunkte
<b>Markus Richter</b>	<b>InterVal</b>	Management von Wertschöpfungsnetzen	Evaluierung von Netzwerk-Governance- und Controlling-Konzepten im Logistikbereich auf Basis sich aus dem Wechselspiel von Governance-Struktur, IT-Architektur und Geschäftsmodell ergebenden Szenarien.
<b>Dr. Gerit Tamm</b>	<b>InterVal</b>	Wissenstransfer und Integration	Analyse und Verbesserung dienstbasierter Architekturen sowie Überprüfung ihrer Eignung als Infrastruktur der Internetökonomie in Szenarioanalysen. Quantifizierung des Einflusses auf die Wertschöpfung.
<b>Prof. Dr. Günter Müller</b> <b>Dr. Stefan Sackmann</b>	<b>Premium</b>	EVENT - Evaluierung des betrieblichen Einsatzes von Netzwerktechniken	Bewertung der Zusammenhänge zwischen Netzinfrastruktur und Preis- und Erlösmodell / Wertschöpfungsstruktur und Abgabe von Handlungsempfehlungen. Die Hypothesenbildung und die Überprüfung derselben erfolgt auf Basis empirisch gestützter Szenarioanalysen.
<b>Prof. Dr. Dres. h.c. Picot (Leiter)</b> <b>Matthias Kempf</b> <b>Martin Schmid</b>	<b>Intermedia</b>	Rekonfiguration der Wertschöpfungssysteme in der Medienbranche	Theoretisch fundierte Analyse des Einflusses des erweiterten Internet auf die Entwicklung von unternehmensübergreifenden Wertschöpfungssystemen für unterschiedliche Medien. Überprüfung und Verknüpfung unterschiedlicher theoretischer Ansätze zur Hypothesengenerierung, welche empirisch untersucht werden.
<b>Benedikt von Walter</b>	<b>Intermedia</b>	Wandel der Intermediärsfunktionen durch die P2P-Technologie	Erarbeitung eines konkreten Katalogs von zukünftigen Intermediärsfunktionen für den Medienbereich. Veränderungen der Aufgabenverteilung durch Neue Technologien. Konsolidierung der Ergebnisse anhand kleinzahliger empirischer Studien mit qualitativem Fokus.

## Basis der Zusammenarbeit (3/3)

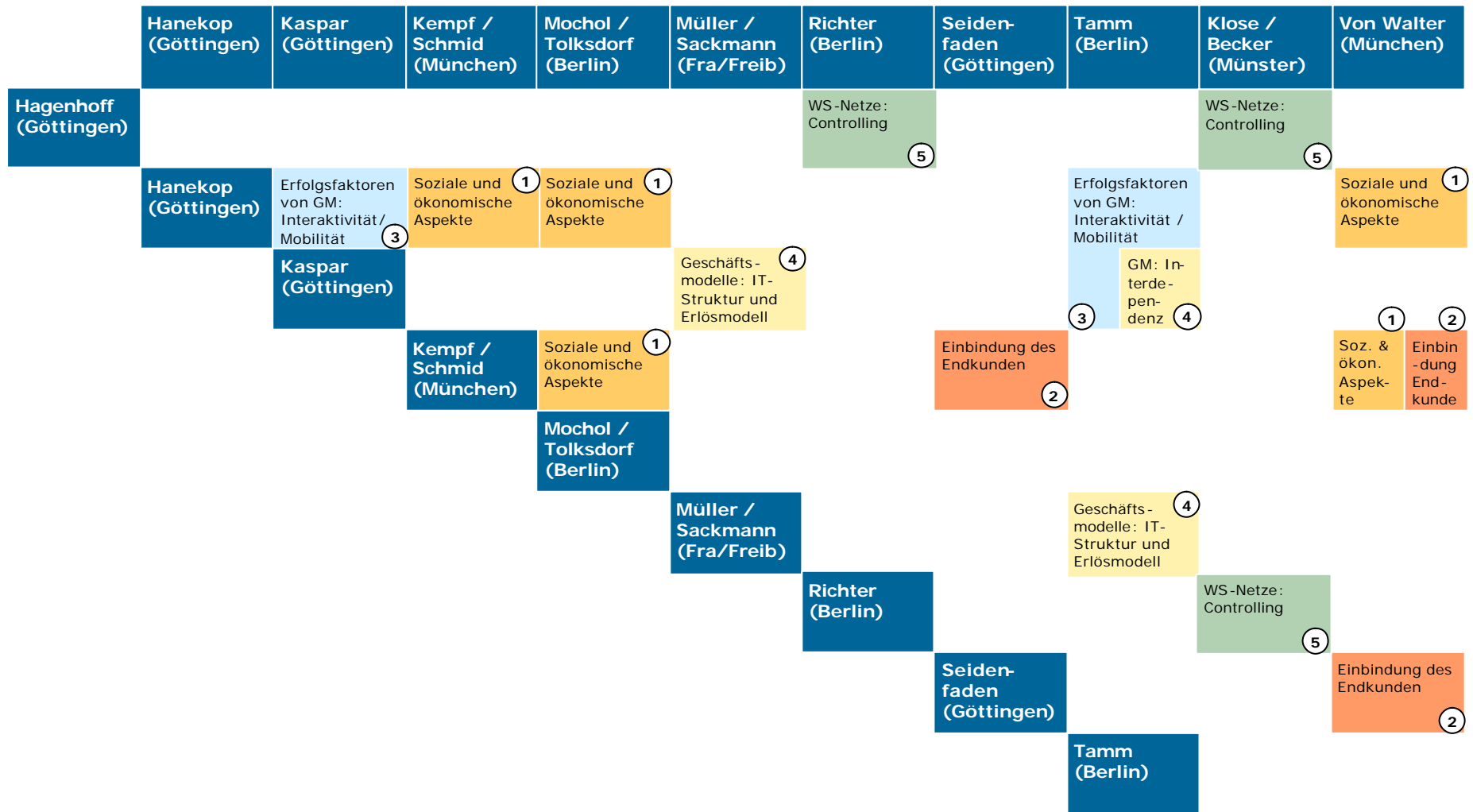
Die Themen der teilnehmenden Forschungsschwerpunkte

Name	Schwerpunkt	Teilprojekt	Stichpunkte
<b>Lutz Seidenfaden</b>	<b>Mediaconomy</b>	Absatz digitaler Produkte	Ökonomie, Geschäftsmodelle, Technologien zum Absatz digitaler Produkte (genauere Definition steht aufgrund der erst kurzen Projektbesetzung noch aus)

# Übersicht interdisziplinäre Zusammenarbeit

Nach den Gesprächen mit den AG-Mitgliedern werden folgende fünf Anknüpfungspunkte als erste potenzielle AG-Einzelthemen vorgeschlagen

## Mitarbeiter-Matrix



Quelle: Interviews mit AG-Mitgliedern

# Einzelthemen der AG Wertschöpfungssysteme (Vorschlag)

## Einzelthemen

- 1. Wertschöpfungsketten im Wandel:  
Ökonomische und soziale Implikationen**
- 2. Die Einbindung des (End-)Kunden in die  
Wertschöpfungskette**
- 3. Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen  
unter Berücksichtigung von  
Interaktivität und Mobilität**
- 4. Interdependenzen von IT-Architektur  
und Preis-/ Erlösmodellen im Kontext  
innovativer Geschäftsmodelle**
- 5. Controlling in Wertschöpfungsnetzen**

## Mitarbeiter

Heidemarie Hanekop (Göttingen)  
Matthias Kempf, Martin Schmid, Benedikt  
von Walter (München)  
Malgorzata Mochol (Berlin)

Lutz Seidenfaden (Göttingen)  
Matthias Kempf, Martin Schmid, Benedikt  
von Walter (München)

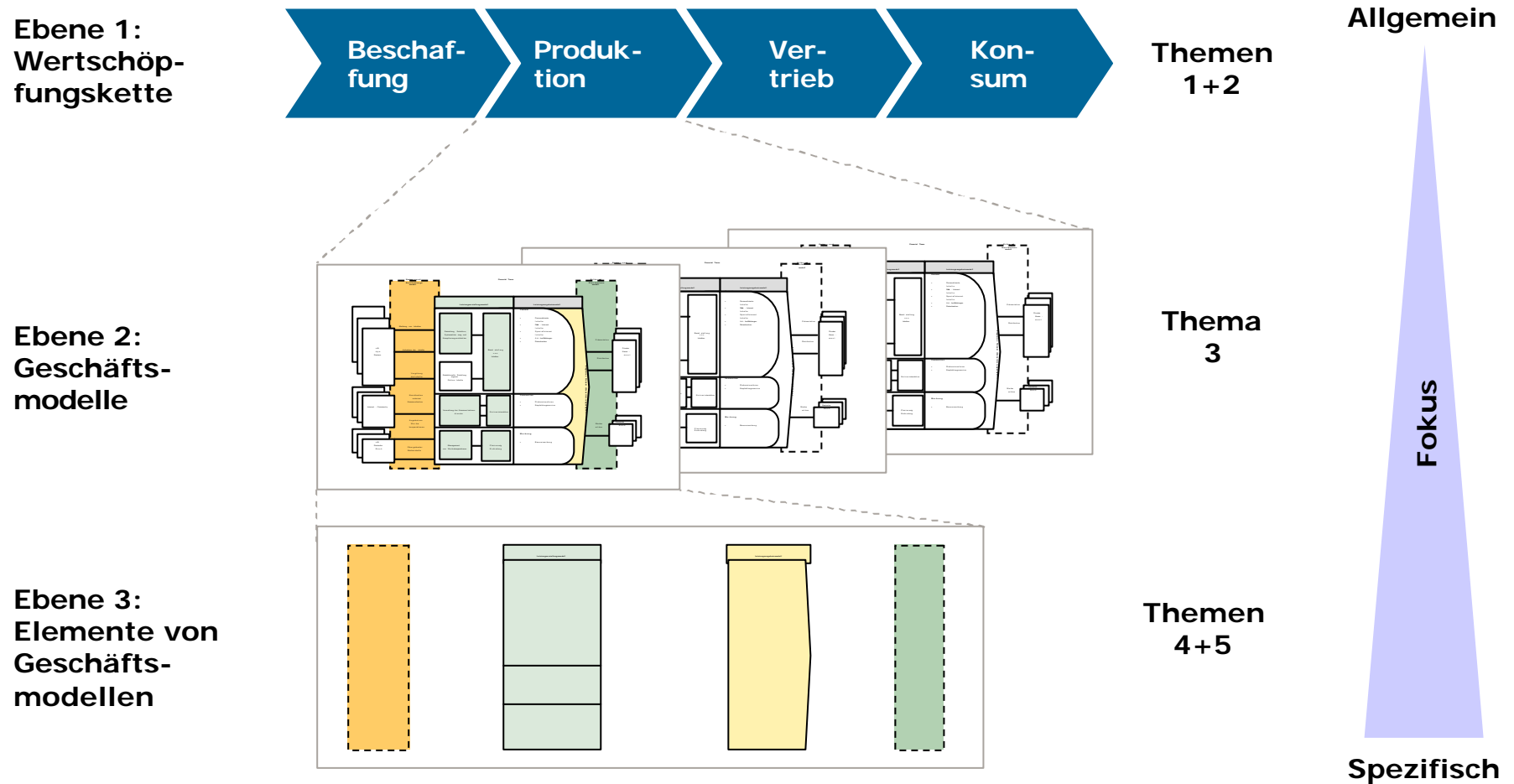
Dr. Gerit Tamm (Berlin)  
Heidemarie Hanekop, Christian Kaspar  
(Göttingen)

Dr. Gerit Tamm (Berlin)  
Prof. Günter Müller, Dr. Stefan Sackmann  
(Frankfurt / Freiburg)  
Christian Kaspar (Göttingen)

Dr. Svenja Hagenhoff (Göttingen)  
Markus Richter (Berlin)  
Prof. Dr. Becker (Münster)  
Karsten Klose (Münster)

## Gliederungsebenen

Die Einzelthemen lassen sich hierarchisch in ein System aus Wertschöpfungskette, Geschäftsmodell und Geschäftsmodell-Elementen eingliedern





## Einzelthema 1: "Wertschöpfungsketten im Wandel"

Kurzsteckbrief: Wertschöpfungsketten im Wandel: Ökonomische und soziale Implikationen

### Mitarbeiter

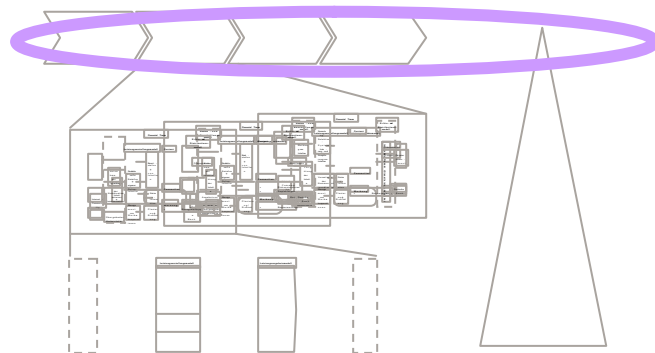
**Heidemarie Hanekop** (Göttingen)  
Tel: 0049 (0)551 / 5220547  
Email: hhaneko@gwdg.de

**Benedikt von Walter** (München)  
Tel: 0049 (0)89 / 2180 – 5696  
Email: walter@intermedia.lmu.de

**Malgorzata Mochol** (Berlin)  
Tel: 0049 (0)30 / 838-75226  
Email: mochol@inf.fu-berlin.de

**Martin Schmid** (München)  
Tel: 0049 (0)89 / 2180 – 2773  
Email: schmid@intermedia.lmu.de

### Gliederungsebene



### Inhalte und Zielsetzung

Neue Technologien verändern die Ökonomie in fast allen Bereichen grundlegend. Aus ökonomischer Sicht werden aktuell besonders Entwicklungen unter den Schlagwörtern Dis- und Re-Intermediation, Fragmentierung von Wertschöpfungsketten, Individualisierung und Mobile Dienste diskutiert.

Zielsetzung ist es hier, diese Entwicklungen gesamtheitlich darzustellen. Davon ausgehend sollen Rückschlüsse auf potenzielle Veränderungen des Arbeitsumfeldes gezogen werden – sowohl auf der strukturellen / volkswirtschaftlichen Ebene als auch auf der des individuellen Arbeitsplatzes und der benötigten Qualifikationen

## Einzelthema 2: "Einbindung des (End-)Kunden"

Kurzsteckbrief: Die Einbindung des (End-)Kunden in die Wertschöpfungskette

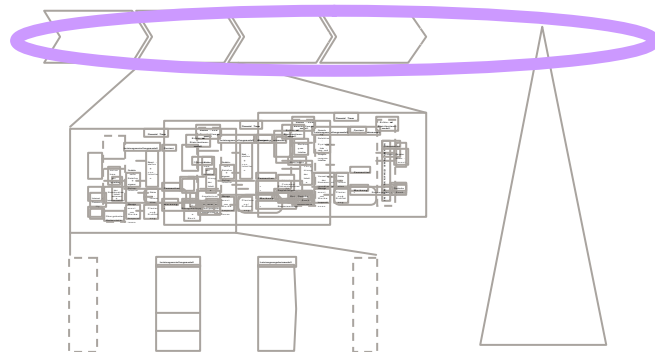
### Mitarbeiter

**Matthias Kempf** (München)  
Tel: 0049 (0)89 / 2180 – 3767  
Email: kempf@intermedia.lmu.de

**Martin Schmid** (München)  
Tel: 0049 (0)89 / 2180 – 2773  
Email: schmid@intermedia.lmu.de

**Lutz Seidenfaden** (Göttingen)  
Tel: ?  
Email: ?

### Gliederungsebene



### Inhalte und Zielsetzung

Zunehmende Vernetzung und steigende Bandbreiten führen dazu, dass durch die Möglichkeiten, die Individualisierung und Interaktivität dem Nutzer bieten, die Struktur der klassischen Wertschöpfungsstruktur (Produzenten – Intermediäre – Konsumenten) zunehmend verschwimmt. Dies gilt insbesondere dann, wenn Produkte vollständig digitalisierbar sind.

Ziel ist es, diese Entwicklung und ihre Implikationen für die Ökonomie allgemein darzustellen, genauso wie den erzielbaren Nutzen und die Grenzen dieses Konzepts.

## Einzelthema 3: "Erfolgsfaktoren Geschäftsmodelle"

Kurzsteckbrief: Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen unter Berücksichtigung von Interaktivität und Mobilität

### Mitarbeiter

**Heidemarie Hanekop** (Göttingen)

Tel: 0049 (0)551 / 5220547

Email: hhaneko@gwdg.de

**Christian Kaspar** (Göttingen)

Tel: 0049 (0)551 / 39 – 4449

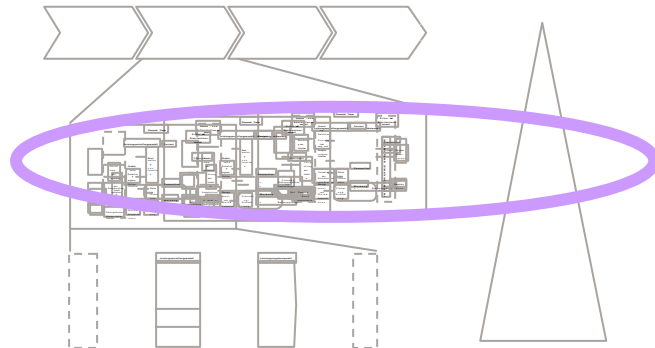
Email: ckaspar@uni-goettingen.de

**Dr. Gerit Tamm** (Berlin)

Tel: 0049 (0)30 / 2093 – 5662

Email: tamm@wiwi.hu-berlin.de

### Gliederungsebene



### Inhalte und Zielsetzung

Viele Unternehmen haben ihr Geschäftsmodell kaum auf das stationäre, schmalbandige Internet eingestellt, da rollt die neue Internet-Generation heran: breitbandig, interaktiv, und drahtlos.

Welche relevanten Determinanten im Umfeld von Geschäftsmodellen ändern sich damit? Wie können (u.U. disruptive) mobile Technologien in das Geschäftsmodell integriert werden? Welche Rolle spielen Konvergenz/Divergenz? Wie und in welchen Bereichen kann sich E-Commerce durch die technologischen Fortschritte frei(er) entfalten und welche alten und neuen « Stolpersteine » gilt es zu beachten und zu umschiffen? Dies sind die Kernfragen dieses Einzelthemas.

## Einzelthema 4: "IT-Architektur und Preis-/Erlösmodelle"

Kurzsteckbrief: Interdependenzen von IT-Architektur und Preis-/ Erlösmodellen im Kontext innovativer Geschäftsmodelle

### Mitarbeiter

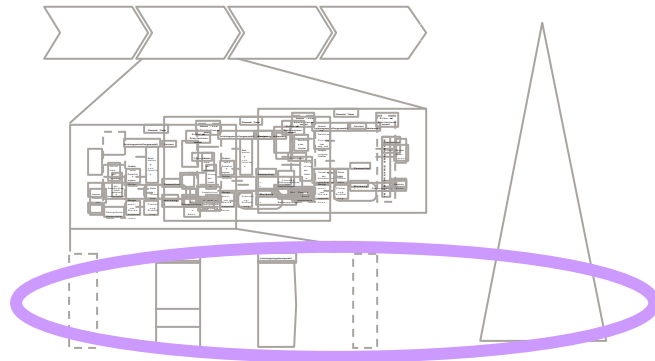
**Christian Kaspar** (Göttingen)  
Tel: 0049 (0)551 / 39 – 4449  
Email: ckaspar@uni-goettingen.de

**Prof. Günter Müller** (Frankfurt / Freiburg)  
Tel: 0049- (0)761 / 203-4964  
Email: mueller@iig.uni-freiburg.de

**Dr. Stefan Sackmann** (Frankfurt / Fr.)  
Tel: 0049 (0)761 / 203-4963  
Email: sackmann@iig.uni-freiburg.de

**Dr. Gerit Tamm** (Berlin)  
Tel: 0049 (0)30 / 2093 – 5662  
Email: tamm@wiwi.hu-berlin.de

### Gliederungsebene



### Inhalte und Zielsetzung

Geschäftsmodelle lassen sich in weitere Elemente zerlegen - eines ist das Preis-/ Erlösmodell, welches in der Internetökonomie in IT-Strukturen abgebildet wird. Nicht jedes Erlösmodell stößt bei allen Nutzern gleichermaßen auf Akzeptanz und ist u.a. vom Kontext und der Absatzleistung abhängig.

Ziel ist es, aus ökonomischer und technischer Sicht ein Schlaglicht auf die Abhängigkeiten zwischen der IT-Struktur und dem gewählten Preis-/ Erlösmodell zu werfen.

## Einzelthema 5: "Controlling"

### Kurzsteckbrief: Controlling in Wertschöpfungsnetzen

#### Mitarbeiter

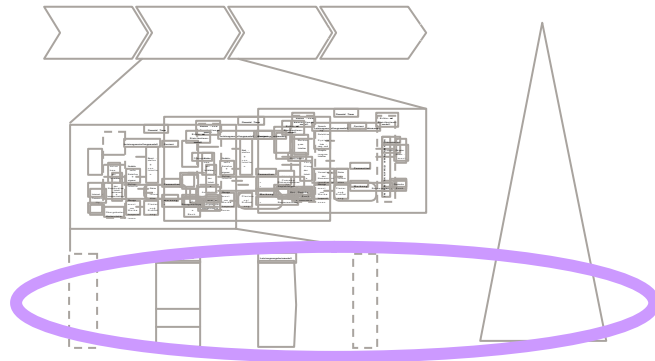
**Prof. Dr. Becker** (Münster)  
Tel: 0049 (0) 251 83 - 38 100  
Email: isjobe@wi.uni-muenster.de

**Karsten Klose** (Münster)  
Tel: 0049 (0)251 / 83 - 38088  
Email: iskakl@wi.uni-muenster.de

**Dr. Svenja Hagenhoff** (Göttingen)  
Tel: 0049 (0)551 / 39 – 4479  
Email: shagenh@uni-goettingen.de

**Markus Richter** (Berlin)  
Tel: 0049 (0)30 / 314 – 21195  
Email: richter@logistik.tu-berlin.de

#### Gliederungsebene



#### Inhalte und Zielsetzung

Steigende Bandbreiten und Vernetzung steigern die Attraktivität von Märkten gegenüber hierarchischer Koordination und führen zu mehr Spezialisierung in den Unternehmen. Unternehmen schließen sich dabei zu sog. « Business Webs » zusammen, deren Ziel die gesamtheitliche Maximierung der ökonomischen Zielgrößen ist.

In diesen firmenübergreifenden Strukturen steigt die Komplexität der Planung, Steuerung und Erfolgsmessung. Ziel ist es, Modelle zu entwickeln, mit denen die Akteure anreizkompatibel gesteuert und kompensiert werden. Zu klären ist die Frage, welche Ziele und Messgrößen dabei relevant sind und welche Modellierungsmethodik angewendet wird.

## Nächste Schritte

- Falls Sie **Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge** zu den auf Basis der Einzelgespräche konzipierten **Arbeitsinhalte und Anknüpfungspunkte** haben, teilen Sie dies bitte Herrn Kempf oder Herrn Schmid bis zum ... mit. Wir arbeiten diese gerne in die bisherige Konzeption ein. Die endgültige thematische Einteilung erhalten Sie bis zum ... .
- Mitte des Jahres würden wir gerne die ersten querschnittlichen Ergebnisse der fünf Teams im Plenum zu diskutieren. Dies soll auch als Chance betrachtet werden, die Ergebnisse hinsichtlich weiterer wissenschaftlicher Verwertbarkeit zu prüfen. Dazu würden wir gerne am

### **24. Juni 2004 einen ersten gemeinsamen Workshop in München (Anreise am 23. Juni mit gemeinsamem Abendessen möglich)**

veranstalten. Bitte teilen Sie Herrn Kempf oder Herrn Schmid mit, ob Ihnen eine Teilnahme zu diesem Termin möglich ist. Der endgültige Termin, die Agenda und der zeitliche Ablauf des Workshops werden Ihnen rechtzeitig mitgeteilt und mit Ihnen abgestimmt.

- Bitte leiten Sie für den **Newsletter der AG** relevante Informationen (aktuelle Meldungen, Papers, Veranstaltungen oder Vorträge; nützliche Informationsquellen etc.) an Herrn Kempf oder Herrn Schmid weiter. Der Newsletter wird an alle Beteiligten versandt.

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot  
Department für Betriebswirtschaft  
Institut für Information, Organisation und  
Management  
Ludwig-Maximilians-Universität München

Ludwigstraße 28 VG II  
D - 80539 München

Tel. +49 (0)89 / 2180 – 2252  
Fax. +49 (0)89 / 2180 – 3685

Email: [picot@bwl.uni-muenchen.de](mailto:picot@bwl.uni-muenchen.de)  
WWW: [www.iom.bwl.uni-muenchen.de](http://www.iom.bwl.uni-muenchen.de)

Dipl. Wi.-Ing. Matthias Kempf  
Department für Betriebswirtschaft  
Institut für Information, Organisation und  
Management  
Ludwig-Maximilians-Universität München

Ludwigstraße 28 VG II  
D - 80539 München

Tel. +49 (0)89 / 2180 – 3767  
Fax. +49 (0)89 / 2180 – 99 - 3767

Email: [kempf@bwl.uni-muenchen.de](mailto:kempf@bwl.uni-muenchen.de)  
WWW: [www.iom.bwl.uni-muenchen.de](http://www.iom.bwl.uni-muenchen.de)

Dipl.-Kfm. Martin Schmid  
Department für Betriebswirtschaft  
Institut für Information, Organisation und  
Management  
Ludwig-Maximilians-Universität München

Ludwigstraße 28 VG II  
D - 80539 München

Tel. +49 (0)89 / 2180 – 2773  
Fax. +49 (0)89 / 2180 – 99 - 2773

Email: [schmid@bwl.uni-muenchen.de](mailto:schmid@bwl.uni-muenchen.de)  
WWW: [www.iom.bwl.uni-muenchen.de](http://www.iom.bwl.uni-muenchen.de)

[www.intermedia.lmu.de](http://www.intermedia.lmu.de)

Ein Projekt im Rahmen der **INTERNET** **KONOMIE**

Gefördert vom