

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	1
1 Problemstellung und Gang der Untersuchung.....	5
1.1 Motivation.....	5
1.2 Forschungsfrage.....	5
1.3 Methodische Vorgehensweise	6
1.3.1 Forschungsdesign	6
1.3.2 Verfahren der Literaturanalyse.....	8
2 Status quo der Awareness-Forschung.....	11
2.1 Einführung in den Forschungsgegenstand.....	11
2.1.1 Gegenstandseinordnung in den Kontext der Wirtschaftsinformatik.....	11
2.1.2 Modelle des Wissensmanagements	13
2.1.3 Begriffsgrundlagen	20
2.1.3.1 Awareness.....	20
2.1.3.2 Real World Awareness	23
2.1.3.3 Kollaboration	24
2.2 Dimensionen der Kollaboration.....	26
2.2.1 Richtung und Reichweite.....	26
2.2.2 Räumliche und zeitliche Verteilung.....	27
2.2.3 Intensität und Fristigkeit.....	29
2.2.4 Prozessaktivitäten und Akteure.....	30
2.2.5 Ordnungsschema für Kollaborationsformen.....	31
2.3 Kohärenz zwischen Awareness und strategischem Handeln	32
2.4 Kategoriale Erschließung von Awareness-Konzepten	34
2.4.1 Räumliche Awareness-Modelle.....	34
2.4.1.1 Nimbus/Fokus-Modell	34
2.4.1.2 Äther-Modell	35
2.4.1.3 Locales-Modell.....	36
2.4.1.4 Mathematisches Modell.....	36
2.4.1.5 Model of Modulated Awareness	36
2.4.1.6 Focus-Nimbus Aspects Attributes Resources Modell.....	37

2.4.2	Ereignisorientierte Awareness-Modelle.....	37
2.4.2.1	Awareness-Modell von Mariani und Prinz.....	38
2.4.2.2	Awareness-Pipeline-Modell.....	38
2.4.2.3	AREA-Modell.....	38
2.4.3	Kontextmodelle.....	39
2.4.4	Visualisierungskonzepte für die Transparenzschaffung.....	39
2.4.4.1	Wissensvisualisierung.....	40
2.4.4.2	Informationsvisualisierung.....	40
2.4.4.3	Prozessvisualisierung.....	41
2.4.5	Vergleichende Gegenüberstellung von Modellierungsverfahren.....	42
2.4.5.1	Funktionale Perspektive.....	47
2.4.5.2	Organisationale Perspektive.....	48
2.4.5.3	Verhaltensbezogene Perspektive.....	49
2.4.5.4	Informatorische Perspektive.....	50
2.4.5.5	Geschäftsprozessbezogene Perspektive.....	52
2.4.5.6	Wissensbezogene Perspektive.....	54
2.4.5.7	Vergleichszusammenfassung.....	56
2.5	Abdeckung der Formen von Awareness und Kollaboration.....	57
2.6	Notwendigkeit einer neuen Methode.....	61
2.6.1	Empirisches Untersuchungsdesign.....	67
2.6.2	Onlinebefragungsergebnisse.....	69
2.6.2.1	Managementseite Bedeutung der Faktoren.....	70
2.6.2.2	Kluft zwischen Bedeutung, Wirkungsnachvollzug und Transparenz.....	71
2.6.3	Ergebnisse der Experteninterviews.....	78
2.6.3.1	Quellen für entscheidungsrelevante Informationen und Wissen.....	78
2.6.3.2	Hintergrund von Stellenwert und Transparenz der Faktoren.....	83
2.6.3.3	Personengebundenheit als diffizile Wissenseigenschaft.....	86
2.6.4	Interpretative Notwendigkeitsdarlegung.....	89
2.7	Resümee und Implikationen.....	90
3	Methodenentwurf zur Transparenzschaffung mittels RWA.....	93
3.1	Ein Klassifikationsrahmen für managementseitige Transparenzziele.....	97

3.2	Modellierung der Wahrnehmungsobjekte.....	103
3.2.1	Erweiterung der KMDL um die Beziehung zu Zeit und Ort.....	106
3.2.1.1	Einführung eines Zeit-Ortsvektors.....	106
3.2.1.2	Formale Definition des Zeit-Ortsvektors.....	108
3.2.2	Zusätzliche Attributionen in KMDL.....	114
3.2.3	Wissensereignismodellierung.....	114
3.2.4	Zeit- und ortsbezogene Analysen.....	118
3.2.5	Zusammenfassung lokalisierbarer Wissenskonversionen	121
3.3	Erhebung konkreter Transparenzziele und -anforderungen in der Unternehmenspraxis.....	124
3.4	Aufbau eines Maßnahmenkatalogs für die Transparenzschaffung.....	126
3.4.1	Managementseitige Handlungsdirektiven.....	126
3.4.2	Technische Maßnahmen auf IT-Ebene	127
3.5	Ableitung einer ganzheitlichen Systemarchitektur	128
3.5.1	K-Model Server	131
3.5.2	K-Modeler Client.....	132
3.5.3	Wissensereignisquellen.....	133
3.5.4	K-Event Server	135
3.5.5	RWA-Client.....	135
3.6	Entwicklung eines Prototyps.....	140
3.7	Übertragbarkeit der Transparenzmethode.....	145
4	Validierung der Methode	147
4.1	Praktische Anwendung der Methode bei einem Pharmaunternehmen (Mundipharma)	149
4.2	Empirische Erhebung zur Nutzenvvalidierung	155
4.2.1	Demonstration des Prototyps	156
4.2.2	Leitfadeninterview mit Experten	157
4.2.3	Gesprächsauswertung.....	157
4.3	Validierung im Rahmen eines Testlaufs.....	163
4.4	Abschließende Diskussion der Validierungsergebnisse.....	167

5 Herausforderungen und Limitationen.....	169
6 Rückblick und weiterer Forschungsbedarf.....	171
Anhang.....	175
A Fragebogen zur quantitativen Erhebung der Transparenzbedarfe.....	175
B Interviewleitfaden für die qualitative Bedarfsermittlung	181
C Mitschriften und retrospektive Aufzeichnungen	183
Literaturverzeichnis.....	187
Verzeichnis der Abkürzungen und Akronyme	215
Abbildungsverzeichnis.....	219
Tabellenverzeichnis	221