

Management der digitalen Transformation

Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und praktische Ansätze

Bearbeitet von

Herausgegeben von Prof. Dr. Volker Lingnau, Prof. Dr. Gordon Müller-Seitz, und Prof. Dr. Stefan Roth

1. Auflage 2018. Buch. XII, 258 S. Kartoniert

ISBN 978 3 8006 5540 3

Format (B x L): 16,0 x 24,0 cm

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Lingnau/Müller-Seitz/Roth (Hrsg.)
Management der digitalen Transformation



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Management der digitalen Transformation

Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und
praktische Ansätze

von

Volker Lingnau

Gordon Müller-Seitz

Stefan Roth


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Verlag Franz Vahlen München

Prof. Dr. Volker Lingnau ist Inhaber des Lehrstuhls für Unternehmensrechnung und Controlling an der Technischen Universität Kaiserslautern.

Prof. Dr. Gordon Müller-Seitz ist Inhaber des Lehrstuhls für Strategie, Innovation und Kooperation an der Technischen Universität Kaiserslautern.

Prof. Dr. Stefan Roth ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing an der Technischen Universität Kaiserslautern.

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

ISBN 978 3 8006 5540 3

© 2018 Verlag Franz Vahlen GmbH, Wilhelmstr. 9, 80801 München

Satz: PDF-Datei der Herausgeber

Druck und Bindung: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

In den Lissen 12, 76547 Sinzheim

Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie

Bildnachweis: bygermina – istockphoto.com

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier

(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Geleitwort

Dass der Megatrend der digitalen Transformation in den Fokus einer Technischen Universität gerät, dürfte in der Natur der Sache liegen. Bereits seit geraumer Zeit beschäftigen sich insbesondere die Fachbereiche Maschinenbau, Elektrotechnik und Informatik mit den Möglichkeiten und Herausforderungen der Digitalisierung. Darüber hinaus haben auch universitätsnahe Institute, wie das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) und das Fraunhofer Institut für Experimentelles Software Engineering (IESE), diesen Trend erkannt. Schließlich kommen unter dem Dach der Science Alliance Kaiserslautern Mitglieder aus Forschung und Praxis zusammen, um in diesem Netzwerk das Thema der digitalen Transformation aufzugreifen und Kaiserslautern zu einem national und international herausragenden Studien-, Wissenschafts- und Technologiestandort für digitale Exzellenz und Innovation zu machen.

Allerdings hat sich erst in der jüngeren Vergangenheit eine Initiative entwickelt, die Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation aus der Perspektive der Managementforschung und der Managementpraxis zu beleuchten. Im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Technischen Universität Kaiserslautern haben sich vor diesem Hintergrund sechs Professuren zusammengeschlossen, um sich dieser Aufgabe zu stellen. In dieser Initiative soll das Management der digitalen Transformation aus den Perspektiven des Personalmanagements, des Marketings, der Entrepreneurship-Forschung, des Controllings sowie der Organisations- und der Managementforschung analysiert werden. Damit wird an der Technischen Universität Kaiserslautern der technische um einen wirtschaftswissenschaftlichen Fokus auf das Thema digitale Transformation erweitert und ein wesentlicher Beitrag zur digitalen Exzellenz dieses Standortes geleistet.

Mit dem vorliegenden Buch präsentieren die sechs Professuren einen ersten Einblick in ihre Perspektive des Managements der digitalen Transformation, die gezielt durch thematisch passende, komplementäre Praktikerbeiträge ergänzt wird. Ich wünsche diesem Buch eine breite Leserschaft und die inspirierende Wirkung, sich mit dem Management der digitalen Transformation auseinanderzusetzen.

Kaiserslautern, im Oktober 2017

Helmut J. Schmidt

Präsident der Technischen Universität Kaiserslautern

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort

Das Management der digitalen Transformation ist ein schwer greifbares und vielleicht gerade deshalb ein so schillerndes Phänomen. Gerade aus diesem Grund hat es uns bereits im Vorfeld der Erstellung dieser Monographie seit längerer Zeit fasziniert. Ein Grund für die Begeisterung, sich mit dieser Thematik zu befassen, ist sicherlich in der Tatsache zu sehen, dass es noch völlig unklar ist, welche Auswirkungen die Digitalisierung haben wird. Wir stehen in der Managementforschung und der Managementpraxis wohl erst am Anfang, das Ausmaß und die Bedeutung dieser Auswirkungen wirklich zu begreifen. Neben den Vorteilen und Chancen, wie etwa der Möglichkeit, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, dürfen die Nachteile und Risiken nicht vernachlässigt werden, wie etwa die Re-Taylorisierung der Arbeit oder mögliche Arbeitsplatzverluste. Diese Entwicklungen werden durch einige empirische Beispiele, wie dem Taxidienst Uber, Wikipedia oder Apples iTunes, evident.

Die Auswirkungen der digitalen Transformation werden aus der Perspektive der Ingenieurwissenschaften und der Informatik zwar bereits ausgiebig diskutiert, aber aus der Sicht des Managements bleiben noch viele Fragen offen. Diese Beobachtung nimmt dieses Buch zum Anlass, um sich den Chancen und Risiken der Digitalisierung aus Sicht der Managementforschung und der Managementpraxis zu stellen. Aus diesem Grund haben sich sechs Professuren des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Technischen Universität Kaiserslautern zusammengeschlossen, um das Thema der digitalen Transformation möglichst ganzheitlich aus unterschiedlichen Managementperspektiven zu erfassen. Die traditionell enge Verzahnung von Theorie und Praxis der beteiligten Professuren spiegelt sich dabei in Lehre und Forschung wider, wobei dieses Buch einen weiteren Meilenstein in der Kooperation der Beitragenden darstellt und die Auseinandersetzung mit dieser Thematik weiter vorantreibt.

Dieses Buch ist an Manager gerichtet, die sich mit dem Phänomen der digitalen Transformation konfrontiert sehen. Außerdem richtet sich der Sammelband an Dozenten, Studenten und Berater, die nach einer wissenschaftlichen und zugleich praxiswirksamen Betrachtung der Thematik suchen.

Wir bedanken uns bei André Fecher für die redaktionelle Aufbereitung und bei Thomas Ammon für die verlagsseitige Unterstützung.

Kaiserslautern, im Oktober 2017

*Volker Lingnau
Gordon Müller-Seitz
Stefan Roth*

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Autorenverzeichnis.....	XI

Einleitung

<i>Volker Lingnau, Gordon Müller-Seitz und Stefan Roth</i> Eine managementorientierte Perspektive auf die digitale Transformation	3
---	---

Perspektive der Forschung

<i>Gordon Müller-Seitz</i> Impulse der Management- und Organisationsforschung.....	17
---	----

<i>Anja Danner-Schröder</i> Soziale Medien und ihr Veränderungseinfluss auf Organisationen.....	39
--	----

<i>Matthias Baum</i> Implikationen der Digitalisierung für die Geschäftsmodell- entwicklung und die Internationalisierung von Startups	63
--	----

<i>Tanja Rabl und Valentin Petzsche</i> Erfolgreiche Arbeit in Zeiten der Digitalisierung - Determinanten und Implikationen für das Personalmanagement.....	83
---	----

<i>Stefan Roth, Christopher Pütz und Thomas Robbert</i> Implikationen der Digitalisierung für Preissysteme	115
---	-----

<i>Volker Lingnau und Matthias Brenning</i> „Big Data - Bad Decisions?“ - Implikationen der digitalen Transformation für das Controlling.....	137
---	-----

Ansätze der Praxis

<i>Viola Hellge, Delia Schröder und Klaus J. Zink</i> Der Readiness Check „Digitalisierung“ als Instrument im digitalen Transformationsprozess.....	171
<i>Stefan Kolb und Frank Beham</i> Digitale Geschäftsmodellinnovation in der chemischen Industrie - Das Beispiel einer New Market Development Einheit der BASF.....	187
<i>Thomas Johann</i> Digitalisierung des HRM-Lebenszyklus am Beispiel der Oqema AG ...	201
<i>Christian Klein, Benjamin Blau, Jan Gilg, Thorsten Jahnke und Stefan Steinle</i> Die digitale Transformation von SAP - Run Simple.....	211
<i>Martin J. Thul und August Altherr</i> Digitale Transformation in der Landwirtschaft.....	223
<i>Kai S. Utzinger, Alexander Fridhi und Michael Neidhöfer</i> Die Digitalisierung als (Höhen-)Flug verstehen - Ein Framework- Ansatz für die digitale Transformation von Mittelständlern.....	235
<i>Klaus Heinlein und Werner Weiss</i> Innovationskultur von Morgen - Zukunft gestalten im Zeitalter des digitalen Wandels.....	245