

## Liebe Leserin Lieber Leser

Während in Betrieben der Computereinsatz bereits in Generationen gezählt wird, stellt der Einsatz neuer Technologien zur Unterstützung des überbetrieblichen Handels bislang in weiten Teilen Neuland dar. Dies gilt für Praxis und Forschung gleichermaßen. Deshalb wurde von der Hochschule St.Gallen und fünf namhaften schweizer Unternehmen vor rund zwei Jahren ein Forschungsprojekt ins Leben gerufen, das sich mit dem Thema des computergestützten Handels beschäftigt und den Namen 'Kompetenzzentrum Elektronische Märkte' (CC EM) trägt.

Bei zahlreichen Gesprächen mit Praxisvertretern unterschiedlicher Branchen hat sich mittlerweile gezeigt, dass vielfach zwar ein grosses Interesse für den Einsatz neuer Technologien in Märkten besteht, es jedoch an einer gemeinsamen Gesprächsgrundlage mangelt.

Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, Ihnen in Form des hier vorliegenden 'EM-Newsletters' einen Informationsdienst anzubieten. 'EM-Newsletter' wird nicht nur über die aktuellen Tätigkeiten des CC EM berichten, sondern soll auch ein kleines Diskussionsforum für interessierte Fachkreise werden.

In dieser Ausgabe präsentieren wir mit dem einführenden Leitartikel unser Grundverständnis von Elektronischen Märkten. Ferner wird das CC EM, seine Mitarbeiter und deren Forschungsarbeiten kurz vorgestellt.

Wir freuen uns, wenn wir mit der vorliegenden Erstausgabe des EM-Newsletters Ihr Interesse an Elektronischen Märkten wecken oder vertiefen können, und hoffen, Sie auch bei den weiteren Ausgaben als Leser begrüßen zu dürfen.

Ihre EM-Redaktion

## Elektronische Märkte

### Veränderungen der Märkte durch den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien

Der vermehrte Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien im Rahmen des überbetrieblichen Güter- und Dienstleistungsaustausches bewirkt tiefgreifende Veränderungen in den betroffenen Märkten. Ein immer grösserer Teil von Handelstransaktionen wird dabei über internationale und offene Kommunikationsnetze abgewickelt. Konventionelle Märkte, die häufig noch den persönlichen Kontakt der Marktpartner erfordern, werden sich dadurch zu Elektronischen Märkten entwickeln.

Die Unterstützung des Güter- und Dienstleistungsaustauschs durch Informations- und Kommunikationstechnologien wird schon seit langem aus unterschiedlichen Richtungen angegangen. Die grössten Aktivitäten bestehen dabei traditionell im innerbetrieblichen Bereich. Informations- und Abrechnungssysteme werden hier für den Eigenbedarf eingesetzt, ohne dass die entsprechenden Daten die Unternehmensgrenzen auf elektronischem Wege überwinden.

Es zeichnen sich jedoch eindeutige Tendenzen ab, diese Technologien vermehrt auch für die direkte Unterstützung von Markttransaktionen zwischen Unternehmungen einzusetzen. Ansätze sind zum Beispiel im Bereich von öffentlichen Online-Datenbanken, auf dem Gebiet des Zahlungsverkehrs, bei Bestell- und Reservationssystemen, bei Finanzbörsen und im Rahmen des elektronischen Datenaustauschs (EDI) zu finden.

Diese Ansätze entstanden in der Regel unabhängig voneinander und ohne eine umfassende betriebs- und volkswirtschaftliche Sicht auf Märkte und die darin ablaufenden Prozesse. Folge dieser Entwicklung sind zahlreiche heterogene Systeme und isolierte Anwendungen, die vielfach nur zur Unterstützung einzelner Phasen von Transaktionen in speziellen Märkten genutzt werden können.

### Idee des Elektronischen Marktes

Im Gegensatz zu diesen 'Vorläufersystemen' sollen Elektronische Märkte in allen Phasen einer Markttransaktion integrierte Unterstützungs- und Automatisierungsdienste für die Teilnehmer anbieten. Sowohl die Suche nach Marktpartnern, Produkten und weiteren Marktinformationen wie auch der Vertragsabschluss werden auf diese Weise über Computer realisiert. Zudem kann die Abwicklung, also die gegenseitige Verrechnung und (physische) Lieferung, elektronisch unterstützt werden.

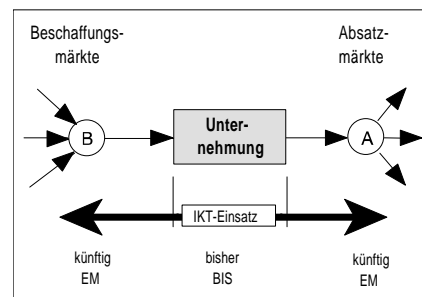


Abb. 1: Der überbetriebliche Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien

Ein einheitlicher Zugang zu verschiedenen Teilmärkten und die Bündelung der dort angebotenen Leistungen soll ermöglicht werden. So ist es denkbar,

## Inhaltsverzeichnis

Editorial _____	1	Veranstaltungen _____	5
Leitartikel: Elektronische Märkte _	1	Leser _____	6
CC EM / Organisation _____	3	Vorschau _____	6
CC EM / Arbeitsberichte _____	4	Impressum _____	6
Literatur _____	5		

dass zusammen mit einem physischen Gut, beispielsweise einem Auto, auch die entsprechenden Dienstleistungen wie Versicherung und Finanzierung gleich auf die Marktpartner 'massgeschneidert' miterworben werden können. Auch die Abwicklung von Zollformalitäten lässt sich auf diese Weise integrieren.

Aus Sicht der Unternehmung kann so der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien systematisch über die Unternehmensgrenzen hinaus auf Beschaffungs- und Absatzmärkte ausgedehnt werden (Abb. 1).

Elektronische Märkte sind nicht als eine 1:1-Übertragung konventioneller Handelstransaktionen auf ein elektronisches Informations- und Kommunikationssystem zu verstehen. Vielmehr können völlig neue Zusammensetzungen bisheriger Branchen oder Marktteilnehmergruppen entstehen. Beispiele aus dem Bereich der Finanzmärkte, der Tourismusbranche und der Logistik lassen heute erahnen, welche Entwicklungen hier zu erwarten sind.

### Entstehung Elektronischer Märkte

Die seit langem beobachtbare Globalisierung und Dynamisierung der Märkte steht in wechselseitiger Beziehung mit der Einführung neuer Technologien. Einerseits ermöglichen diese Technologien die Verringerung von räumlichen und zeitlichen Beschränkungen. Andererseits erfordern gerade diese Entwicklungen einen verstärkten Einsatz neuer Technologien aufgrund erhöhter Ansprüche an Informationsbeschaffung und -verarbeitung.

Elektronische Märkte können die Ablösung von hierarchischen Unternehmensbeziehungen bewirken (Abb. 2). So konnte die Übernahme proprietärer Standards bislang von einflussreichen Unternehmen und Verbänden gegen-

über Abnehmern oder Zulieferern als 'Machtinstrument' eingesetzt werden. Das Beispiel der Automobilbranche in den USA weist dies zu belegen. Die zunehmende internationale Standardisierung der Kommunikation zielt hingegen auf die Offenheit der Handelssysteme und begünstigt so die Entwicklung von (Elektronischen) Märkten.

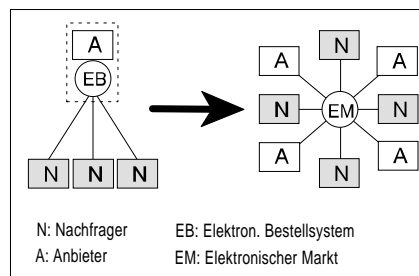


Abb. 2: Von elektronischen Hierarchien zu Elektronischen Märkten

Die Verringerung der für Markttransaktionen typischen Kosten weist in dieselbe Richtung. So wird vor allem die Suche nach Marktpartnern und Produkten durch den Einsatz neuer Technologien günstiger.

Mitunter nimmt auch die Gesetzgebung Einfluss auf eine verstärkte Marktorientierung, wie dies im Fall der Flugreservationssysteme in den USA zu sehen war.

### Bedeutung für Unternehmungen

Die Reduzierung von Kosten und Zeitbedarf werden häufig an erster Stelle bei der Einführung neuer Technologien genannt. Insbesondere bei Elektronischen Märkten ist der Schwerpunkt der Betrachtung jedoch auf die strategisch bedeutsame Umgestaltung von zwischen- und innerorganisatorischen Abläufen zu legen.

Von Elektronischen Märkten werden vor allem solche Unternehmen existen-

tiell betroffen sein, die in der Wertschöpfungskette zwischen Hersteller und Endnachfrager liegen. Dies gilt insbesondere für die Unternehmen, deren Funktion primär in der Beschaffung, Bündelung und Verteilung von Informationen besteht.

Bei Herstellern und Endnachfragern wird zunächst die Umgestaltung von Absatz und Beschaffung dominieren. Die Schaffung eines gemeinsamen Absatzkanals durch Unternehmen der Tourismusbranche ist hier als Beispiel zu nennen. Die Anpassung weiterer Funktionalbereiche, insbesondere der Produktion, ist als nächster Schritt zu sehen.

Von Seiten der Zwischenhändler und Zusatzdienstleister wird es hingegen eine umfassende Neuorientierung brauchen. Elektronische Märkte werden einerseits bisherige Funktionen übernehmen bzw. überflüssig machen, andererseits auch neue Möglichkeiten schaffen. Der Betrieb eines Elektronischen Marktes und die Bereitstellungen von Dienstleistungen für diesen sind als Beispiele zu nennen (Abb. 3).

### Forschung im CC EM

Die Komplexität und Vielfalt des Forschungsgebietes 'Elektronische Märkte' erfordert eine interdisziplinäre Betrachtung der relevanten Problemstellungen. Der gesamte Themenkomplex wird aus diesem Grund im Rahmen des Kompetenzzentrums Elektronische Märkte aus betriebs- und volkswirtschaftlicher Sicht sowie aus kommunikations- und softwaretechnologischer Perspektive betrachtet.

Aus Sicht der Ökonomie wird untersucht, welchen Einfluss Elektronische Märkte auf die Unternehmung, Marktstrukturen und -prozesse sowie die Gesamtwirtschaft nehmen können. Die Motive zur Schaffung dieser Märkte ist ein weiterer Punkt, der hier von Bedeutung ist.

Aus kommunikationstechnologischer Perspektive werden Kommunikationsmodelle und -architekturen entwickelt, auf denen die Realisierung eines Elektronischen Marktes aufbauen kann. Internationale Standards und Normen spielen hier eine wichtige Rolle.

Die Softwaretechnologie widmet sich der Evaluation geeigneter Beschreibungsmittel für Elektronische Märkte aus Sicht der Informatik. Es gilt hier, eine Methode zur Modellierung dieser Märkte zu erarbeiten.

Mit der allgemeinen Beschreibung Elektronischer Märkte ergibt sich ein übergeordnetes Forschungsfeld, das die verschiedenen Sichten vereint.

Ziel der Arbeiten ist es, Aussagen über künftige Entwicklungen zu treffen und Gestaltungsvorschläge für Elektronische Märkte zu erarbeiten. ■

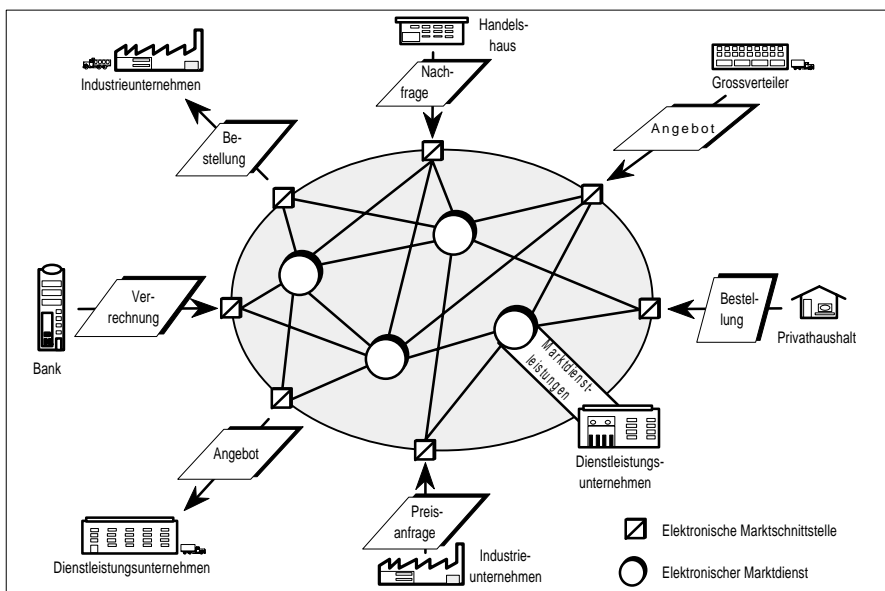


Abb. 3: Der Handel auf Elektronischen Märkten

## CC EM / Organisation

Das Institut für Wirtschaftsinformatik (IWI) an der Hochschule St.Gallen betreibt anwendungsorientierte Forschung auf dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik. Im Mittelpunkt dieser Anstrengungen steht das Forschungsprogramm 'Informationsmanagement 2000' (IM 2000), das Unternehmen der privaten und öffentlichen Wirtschaft und das IWI miteinander verbindet. Das Forschungsprogramm IM 2000 gliedert sich zur Zeit in vier Forschungsbereiche, sogenannte Kompetenzzentren. In einem Kompetenzzentrum arbeiten Fachleute aus der Praxis und dem IWI zusammen. Eines dieser Kompetenzzentren ist das 'Kompetenzzentrum Elektronische Märkte' (CC EM).

Das CC EM umfasst zur Zeit sieben wissenschaftliche Mitarbeiter unter Verantwortung von Prof. Dr. Beat Schmid. Die wissenschaftliche Ausbildung der Projektmitarbeiter ist - der Interdisziplinarität der Thematik entsprechend - breit gestreut. Die Projektmitglieder arbeiten an verschiedenen Schwerpunkten des Projekts, die sich mit Ökonomie, Kommunikationstechnologie und Softwaretech-

nologie benennen lassen. Regelmässige Sitzungen und Workshops mit den Partnerunternehmen ermöglichen eine umfassende Betrachtung der Thematik und sichern den notwendigen Dialog der Beteiligten untereinander.

Die erste Phase dieses Projekts wird am 31. März '92 nach dreijähriger Laufzeit abgeschlossen sein. Eine zweite Phase wird sich anschliessen. ■

Mitarbeiter des CC EM

(v.l.n.r.: Thomas Langenohl, Marcel Schmid, Daniel Ritz, Noah Krähenmann, Andreas Humberger, Peter Schnüchel, Stefan Zbornik)

(Foto: Thomas Schwan)

## Partnerunternehmen

Die folgenden Partnerunternehmen sind derzeit mit den hier genannten Personen im CC EM vertreten:

**F. Hoffmann-La Roche AG, Basel**  
vertreten durch Otto F. Trachsel, Direktor, Informatikabteilung

**Oerlikon-Bührle Rechenzentrum AG, Zürich**  
vertreten durch Dr. Otto Müller, Direktor, Geschäftsleitung, und Konrad Rubli, Vizedirektor, Geschäftsleitung

**Schweizerische Bankgesellschaft, Zürich**  
vertreten durch Peter Berger, Direktor, Leitung der Niederlassungen Westschweiz und Prof. Dr. Rudolf Marty, stv. Direktor, UBS Informatics Laboratory (UBILAB)

**Schweizerische Kreditanstalt, Zürich**  
vertreten durch Fritz Klein, Mitglied der Direktion, Organisation und Informatik (Of)

**Schweizerischer Bankverein, Basel**  
vertreten durch Paul Theurer, Vizedirektor, Retail- und Electronic-Banking (Sektion Electronic-Banking)

## Das CC EM an der Hochschule St.Gallen

Von seiten der Hochschule St.Gallen sind zur Zeit folgende Personen am CC EM beteiligt (jeweils mit Benennung der akademischen Ausbildung und der Position bzw. dem Forschungsschwerpunkt im CC EM):

### Beat Schmid

Studium der theoretischen Physik, Promotion zum Dr. sc. math. und Habilitation an der ETH Zürich, ordentlicher Professor für Wirtschaftsinformatik an der Hochschule St.Gallen (HSG), Lehrstuhl für Kommunizierende Prozesse und Informationsmärkte, Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik (IWI) der HSG, Vorstand der Betriebswirtschaftlichen Abteilung der HSG, Verantwortlicher Professor für das CC EM

### Peter Schnüchel

Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik an den Universitäten Münster und Paderborn

(Dipl.-Kfm.), Promotion an der HSG (Dr. oec. HSG)  
Projektleiter des CC EM

### Andreas Humberger

Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität Karlsruhe (TH) (Dipl.-Wirt.-Ing.)  
Ökonomische Aspekte Elektronischer Märkte (insbesondere Beschreibung und Vergleich computergestützter Koordinationsmechanismen)

### Noah Krähenmann

Volkswirtschaftslehre und Informationsmanagement an der HSG (lic. oec. und lic. oec. inform. HSG)  
Ökonomische Aspekte Elektronischer Märkte (Formen der Marktorganisation, Rahmenbedingungen und Regulationen)

### Thomas Langenohl

Informatik an der Universität Dortmund (Dipl.-Informatiker)  
Entwicklung einer Methodik zur Modellierung Elektronischer Märkte

### Daniel Ritz

Informationsmanagement an der HSG (lic. oec. inform. HSG)  
Ökonomische Aspekte Elektronischer Märkte (insbesondere branchenbezogene Auswirkungen und Gestaltungsmöglichkeiten)

### Marcel Schmid

Wirtschaftswissenschaften (Quantitative Wirtschafts- und Unternehmensforschung) an der HSG (lic. oec. HSG)  
Kommunikation in Elektronischen Märkten (Kommunikationsmodelle und -infrastrukturen)

### Stefan Zbornik

Nachrichtentechnik an der Fachhochschule Konstanz (Dipl.-Ing. (FH)), Informationswissenschaft an der Universität Konstanz (Dipl.-Inf.-Wiss.)  
Kommunikation in Elektronischen Märkten (informations- und kommunikationstechnologische Aspekte)

In dieser Rubrik findet sich eine Auflistung der zur Zeit verfügbaren Arbeitsberichte des Kompetenzzentrums Elektronische Märkte wie auch eine Kurzbeschreibung der letzten drei Berichte. In Kürze sind Veröffentlichungen zur Modellierung Elektronischer Märkte und ein Grundlagenbericht zu erwarten. Wir werden in den nächsten Ausgaben anhand von Zusammenfassungen ein vollständiges Bild der zur Zeit aktuellen wie auch der neu erscheinenden Arbeitsberichte aufzeichnen.

### Arbeitsbericht IM2000/CCEM/10: Studie zur elektronischen Unterstützung des Gebrauchcomputerhandels

Ausgehend von theoretischen Überlegungen zum allgemeinen Markt für gebrauchte Güter, werden spezielle Charakteristika des Marktes für gebrauchte Computer abgeleitet. Bestimmte Teilnehmer- und Produktgruppen werden identifiziert und in Relation zueinander gesetzt. Ergänzend zu den theoretischen Ausführungen und einer Diskussion der Fachliteratur, werden die Ergebnisse einer bei über dreissig Unternehmen (Hersteller, Händler, Broker, Endbenutzer, Recycling-Unternehmen) durchgeführten empirischen Untersuchung vorgestellt.

Die Untersuchungsergebnisse spiegeln vorwiegend aktuelle Tendenzen und Stimmungen wider, erheben aber keinen Anspruch auf Repräsentativität. Mit wenigen Ausnahmen wurden nur Unternehmen in der Schweiz befragt. Weitere Untersuchungen von Inserateseiten in Zeitschriften, von konventionellen Computerbörsen und von elektronischen Systemen für den (Gebraucht-) Computerhandel ergänzen die Ergebnisse der Praxisbefragung.

Abgeleitet von den Untersuchungsergebnissen wird die Gesamtstruktur des Gebrauchcomputermarktes dargestellt und besonders auf die Systemlandschaft

bei elektronischen Gebrauchcomputermärkten Bezug genommen. Aussagen über die Eignung gebrauchter Computer für den Handel auf elektronischen Systemen werden getroffen. Abschliessend werden Handlungsempfehlungen abgegeben und Ansatzpunkte für weitere Untersuchungen auf diesem Gebiet aufgezeigt.

### Arbeitsbericht IM2000/CCEM/11: Empirische Studie zum Themengebiet 'Elektronische Märkte'

Das Ziel der empirischen Erhebung vom Winter '90/91 war es, die Unternehmenspraxis in unsere Forschung auf dem Gebiet Elektronischer Märkte einzubeziehen. Konkret wurde angestrebt, in allgemeiner, ökonomischer und kommunikationstechnologischer Hinsicht einen Eindruck über den derzeitigen Überlegungs- und Entwicklungsstand auf dem Gebiet des computerunterstützten Handels zu erhalten. Darüber hinaus sollte unser Verständnis Elektronischer Märkte mit Vertretern der Unternehmenspraxis diskutiert und ihnen auf diese Weise nähergebracht werden.

Die Erhebung wurde in Form einer persönlichen Befragung durchgeführt, die sich an einem Gesprächsleitfaden orientierte und keine Antwortvorgaben verwendete. Die Auswahl der Personen war interessengeleitet, als Schwerpunkt in

den Tätigkeiten der Befragten ergaben sich EDV und Handel. Befragt wurden potentielle Teilnehmer an Elektronischen Märkten wie auch mögliche Betreiber und Berater. Insgesamt wurden 34 Personen aus 27 Unternehmen und 17 Branchen in der Schweiz interviewt.

Bei der Auswertung wurde angestrebt, eine Typologie der Antworten wie auch der befragten Personen zu erstellen. Hilfsmittel der Auswertung waren vor allem Matrizen. Die Ergebnisse wurden aus diesen in verbaler Form abgeleitet und als Thesen weiter verdichtet.

Insbesondere für die Teilnehmer dieser Praxisbefragung wurde eine Zusammenfassung des Arbeitsberichts erstellt, der wesentliche Aspekte der Vorgehensweise und der Ergebnisse enthält.

### Arbeitsbericht IM2000/CCEM/12: Kommunikationsmodelle und Architekturkonzepte für Elektronische Märkte

Das spezifische Grundverständnis der Begriffe 'Kommunikationsmodell', 'Kommunikationsarchitektur' und 'elektronisches Marktsystem' wird einleitend kurz dargestellt. Der Kommunikationsaspekt ist in konventionellen wie auch in Elektronischen Märkten von grosser Bedeutung und wird deshalb in das Zentrum der Betrachtungen gestellt. Auf der Basis grundlegender Kommunikationsmodelle werden die Kommunikationsabläufe sowohl in konventionellen als auch in bereits existierenden Elektronischen Märkten untersucht, um daraus Erkenntnisse für die Konstruktion von Kommunikationsmodellen Elektronischer Märkte zu erhalten.

Das vorgestellte Kommunikationsmodell orientiert sich am Ablauf von Markttransaktionen und unterteilt diese in fünf Phasen. Jeder Phase lassen sich bestimmte Kommunikationsbeziehungen zwischen den Marktteilnehmern zuordnen. Ausgehend von diesem Kommunikationsmodell können vier Grundelemente elektronischer Marktsysteme identifiziert werden, nämlich gemeinsame, standardisierte Kommunikationskanäle und Marktsprachen, elektronische Marktdienste und Marktapplikationen bei den Teilnehmern. Diese Elemente bilden im Zusammenhang mit international verbreiteten Standards die Bausteine für die Planung von Kommunikationsarchitekturen elektronischer Marktsysteme.

Im weiteren werden besonders relevante und allgemeingültige Merkmale von Kommunikationsarchitekturen identifiziert und deren mögliche Ausprägungen diskutiert, um so zu möglichst adäquaten und flexiblen Konzepten für künftige Kommunikationsarchitekturen Elektronischer Märkte zu gelangen. ■

### Verzeichnis der zur Zeit verfügbaren Arbeitsberichte

- \* Kommunikationsmodelle und Architekturkonzepte für Elektronische Märkte IM2000/CCEM/12, Marcel Schmid, Stefan Zbornik, 9.7.1991
- \* Empirische Studie zum Themengebiet 'Elektronische Märkte' IM2000/CCEM/11, Andreas Humberger, Marcel Schmid, 26.5.1991 (Zusammenfassung: IM2000/CCEM/11A, A. Humberger, M. Schmid, 12.6.91)
- \* Studie zur elektronischen Unterstützung des Gebrauchcomputerhandels IM2000/CCEM/10, Stefan Zbornik, 8.4.1991
- \* Aktuelle Entwicklungen bei touristischen Informations- und Reservations-systemen IM2000/CCEM/9, Daniel Ritz, 3.4.1991
- \* Entstehungsmuster und Entwicklungsrichtungen Elektronischer Marktsysteme IM2000/CCEM/8, Daniel Ritz, 20.8.1991 (Version 2.0)
- \* Stand und Entwicklungstendenzen Elektronischer Märkte in der Logistik IM2000/CCEM/7, Marcel Schmid, Ulrich Hohagen, 31.1.1991
- \* Elektronische Märkte auf der Basis von Electronic Data Interchange IM2000/CCEM/2, Marcel Schmid, 8.5.90

## Buchbesprechung

**Jens Hanker: Die strategische Bedeutung der Informatik für Organisationen: industrieökonomische Grundlagen des strategischen Informatikmanagements, Teubner Verlag, Stuttgart, 1990.**

Die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) hat sich in den letzten Jahren vom Rationalisierungsin-

*Von Daniel Ritz*

strument zur strategischen Waffe gewandelt. Eine Vielzahl von Publikationen findet sich mittlerweile zu dieser Thematik. Der dabei vorherrschende Ansatz ist primär ein induktiver. Es wird versucht, aus der Analyse einer Anzahl von Beispielen Gesetzmässigkeiten bzw. Gliederungs-raster herzuleiten. Der im vorliegenden Buch von Hanker gewählte Ansatz ist dagegen deduktiv. Ziel der Publikation ist nach Aussage des Autors, aus anerkannten Theorien Gesetzmässigkeiten zur strategische Bedeutung der Informatik für Organisationen abzuleiten.

### Inhalt

Das recht umfangreiche Buch (insgesamt 460 Seiten) gliedert sich in vier Teile. Zunächst erfolgt eine problembezogene Einführung in die Themenstellung sowie eine Darstellung der relevanten Grundbegriffe. Anhand grundlegender Literaturbeiträge wird ein tragfähiges begriffliches Instrumentarium für die nachfolgenden Ausführungen geschaffen.

Im zweiten Block werden die industrieökonomischen Referenztheorien aus der spezifischen Sicht der Themenstellung aufgearbeitet. Der Autor liefert eine kritische Darstellung der klassischen Mikroökonomie und ihrer vereinfachenden Annahmen. Die Beschreibung der realitätsnäheren Industrieökonomik und der im weiteren Text verwendeten Referenztheorien, dem Structure-Conduct-Performance-Paradigma und der Transaktionskostenökonomik, schliesst sich an.

Der dritte Block stellt den eigentlichen Kern des Buches dar. Er untersucht, inwieweit die vorgestellten Theorien für die Ableitung von Gesetzmässigkeiten zur Gestaltung der Unternehmens- bzw. Wettbewerbsstrategie durch IKT von Bedeutung sind. Zunächst wird die gesamtwirtschaftliche bzw. sektorale Bedeutung der IKT dargestellt. Anschliessend werden mögliche Wechselwirkungen zwischen dem SCP-Paradigma bzw. der Transaktionskostenökonomik und dem Einsatz der IKT aufgezeigt. Die Ausführungen werden durch Beispiele und Exkurse ergänzt.

Den Abschluss bildet eine kritische Beurteilung der Relevanz der vorgestellten Referenztheorien. Es wird eine Matrix möglicher strategischer Stossrich-

tungen der Informatik vorgeschlagen. Daraus leitet der Autor Konsequenzen für die künftige Forschung auf dem Gebiet des strategischen Informatik-Managements ab. Im Anhang findet sich eine kommentierte Literaturübersicht zur Thematik sowie ein sehr umfangreiches Literaturverzeichnis.

### Résumé

Hankers Werk gehört nicht zu den Publikationen, die ihre Aussagen auf Anekdoten zur strategischen Bedeutung der Informatik stützen. Wer hier 'pfaffenfertige' Rezepte erwartet, wird enttäuscht. Doch gerade dadurch, dass Hanker nicht Aussagen im Stile vereinfachender 'Wenn-dann-Beziehungen' macht, hebt sich diese Veröffentlichung wohltuend von anderen Publikationen zum selben Thema ab.

Das Buch soll den mit ökonomischen Konzepten vertrauten Leser dazu anregen, sich strukturiert Gedanken über Prämissen und mögliche strategische Konsequenzen des IKT-Einsatzes zu machen. Aufgrund der umfassenden theoretischen Fundierung ist das Buch zwar nicht immer einfach zu lesen, doch dem Wissenschaftler im Bereich der Wirtschaftsinformatik sowie dem theoretisch interessierten Praktiker bietet es eine Fülle von Anregungen und Ansatzpunkten für die eigene Arbeit.

Auch für die Gestaltung Elektronischer Märkte sowie die Beurteilung von Konsequenzen solcher Systeme kann das Buch interessante Ansatzpunkte bieten. Dabei ist insbesondere der Abschnitt über die strategischen Alternativen der Transaktionsregelung von Interesse. ■

## Veranstaltungen

### Jahrestagung des Forschungsprogramms IM 2000

**Die Forschungsaktivitäten am Institut für Wirtschaftsinformatik der Hochschule St.Gallen werden in sogenannten Kompetenzzentren durchgeführt, die sich aktuellen Problemstellungen aus dem Gebiet des Informationsmanagements widmen. Sämtliche Kompetenzzentren laufen unter dem gemeinsamen Dach des Forschungsprogramms IM 2000. Am 13. und 14. September 1991 findet die zweite Jahrestagung dieses Forschungsprogramms in Thun statt.**

Diese Tagung steht unter dem Titel 'Die elektronische Revolution der Märkte: Chancen und Gefahren neuer Koordinationsformen in der Wirtschaft'. Sie richtet sich an die am IM 2000 beteiligten Unternehmen, ist also nicht öffentlich zugänglich. Angesprochene Teilnehmer sind Vertreter aus den obersten Führungsebenen, die sich direkt mit der Entstehung Elektronischer Märkte konfrontiert sehen. Ziel der Tagung ist es, einen Dialog zwischen den Vertretern aus For-

schung und Praxis zu etablieren. Das Ergebnis dieses Dialoges sollen Antworten zu aktuellen Fragestellungen im Zusammenhang mit Elektronischen Märkten sein.

### Ablauf

Die Tagung ist inhaltlich wie zeitlich in zwei Teile gegliedert.

Im ersten Teil werden vor allem Informationen zu Elektronischen Märkten vermittelt. Es soll der aktuelle Entwick-

- \* SOFFEX  
vollautomatisierte schweizerische Optionen- und Futuresbörse, SOFFEX AG
- \* Dealing 2000  
elektronisches Transaktionssystem für Devisen- und Geldmärkte, Reuters SA
- \* Instinet  
elektronisches Wertpapierhandelssystem, Reuters SA
- \* Systeme aus dem Gebiet des elektronischen Zahlungsverkehr, Telekurs AG
- \* TIBS  
integriertes Informations- und Buchungssystem aus dem Tourismusbereich, TIBS GmbH

Abb. 1: Elektronische Handelssysteme

lungsstand unternehmensübergreifender Transaktionssysteme in der Finanzbran-

che (J. Russell, Reuters SA), der Tourismusbranche (M. Ellis, bis vor kurzem bei AMADEUS Marketing SA) sowie im Bereich der Logistik (Dr. E. Hautz, Siemens AG) aufgezeigt werden. Zudem soll der in den nächsten Jahren zu erwartende Fortschritt bei der Gestaltung solcher Systeme skizziert werden.

Neben den genannten Vorträgen werden einige bereits existierenden Systeme präsentiert (s. Abb. 1). Diese Systeme sind repräsentativ für den aktuellen Entwicklungsstand Elektronischer Märkte in den am weitesten fortgeschrittenen Branchen, nämlich der Finanzdienstleistungs- und der Tourismusindustrie.

Im zweiten Teil sollen in Workshops Handlungsstrategien und Massnahmepakete erarbeitet werden, die für Wirtschaft und Gesellschaft aus dem Einsatz neuer technischer Möglichkeiten zur Koordination wirtschaftlicher Aktivitäten

abzuleiten sind. Schliesslich werden in einer Podiumsdiskussion neben den obengenannten Referenten Prof. Dr. H. Ursprung (Direktor der Gruppe für Wissenschaft und Forschung) aus forschungspolitischer Sicht und W. Marti (Präsident des VSM) aus Sicht von Verbänden und Interessengruppen Rede und Antwort stehen.

### Résumé

Wie aus dem Überblick über das Programm hervorgeht, steht der Dialog zwischen hochrangigen Vertretern aus Forschung, Staat und Wirtschaft im Zentrum der Jahrestagung. Nachdem die Vorbereitungsarbeiten der Tagung weitgehend abgeschlossen sind, ist schon absehbar, dass die Ergebnisse dieses Dialoges von weitreichendem Interesse sein werden. Wir werden in der nächsten Ausgabe darüber berichten. ■

## Impressum

Titel: EM-Newsletter  
 Ausgabe: Nr. 1, September 1991  
 Herausgeber: Kompetenzzentrum Elektronische Märkte am Institut für Wirtschaftsinformatik der Hochschule St.Gallen  
 Redaktion: A. Himberger, S. Zbornik  
 Beiträge: N. Krähenmann, D. Ritz, A. Himberger, S. Zbornik  
 Adresse: Hochschule St.Gallen  
 Institut für Wirtschaftsinformatik  
 'EM-Newsletter'  
 Dufourstrasse 50  
 CH-9000 St.Gallen  
 Telefon: +41 71-30 22 97  
 Telefax: +41 71-30 27 71  
 E-Mail: zbornik@csgghsg5a (Bitnet)  
 c=ch;a=arcom;p=switch;  
 o=bitnet;ou=csgghsg5a;  
 s=zbornik (X.400)  
 Auflage: 300 (1. Nachdruck)  
 Erscheinungsweise: 'EM-Newsletter' erscheint viermal jährlich und befasst sich mit Entwicklungen auf dem Gebiet Elektronischer Märkte.  
 Bezug: Kostenloser Bezug auf Anforderung  
 Druck: Druckerei Hermann Brägger, St.Gallen  
 Hinweise: Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung des Herausgebers wieder.  
 Copyright: Teilweiser oder vollständiger Nachdruck zu nichtkommerziellen Zwecken ist bei vollständiger Quellenangabe und Einsendung von 2 Belegexemplaren gerne gestattet.

## Vorschau

Die nächste Ausgabe des EM-Newsletters wird sich mit dem Schwerpunktthema 'Elektronische Märkte im Bereich der Logistik' befassen. Einige Arbeitsberichte und ein Gastreferat werden diesem Thema gewidmet sein.

Darüber hinaus sollen die in dieser Erstausgabe vorgestellten Rubriken fortgeführt werden. Insbesondere wird un-

ter 'Veranstaltungen' über die Ergebnisse der Jahrestagung des IM 2000 sowie über einige Fachkonferenzen zu berichten sein.

Redaktionsschluss der beiden nächsten Ausgaben:  
 Ausgabe Nr. 2: 1. Nov. 1991  
 Ausgabe Nr. 3: 1. Feb. 1992

## Leser

Wir interessieren uns für aktuelle Entwicklungen im Umfeld Elektronischer Märkte und sind aus diesem Grund gerne bereit, von unseren Lesern entspre-

chende Fachartikel, Erfahrungsberichte oder Systembeschreibungen in einer der nächsten Ausgaben des EM-Newsletter zu veröffentlichen.

Wenn Sie 'EM-Newsletter' in Zukunft regelmässig und kostenlos zugestellt bekommen möchten, so bitten wir Sie, den folgenden Abschnitt möglichst vollständig auszufüllen und uns per Post oder Fax zukommen zu lassen. (Die Adresse können Sie dem Impressum entnehmen.)



- [ ] Ich möchte künftig ..... Exemplar(e) des EM-Newsletters zugestellt bekommen.  
 [ ] Ich möchte in einer der nächsten Ausgaben einen Artikel veröffentlichen und bitte um Kontaktaufnahme.  
 [ ] Im Zusammenhang mit Elektronischen Märkten interessieren mich besonders folgende Problemstellungen:

Name: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_  
 Firma: \_\_\_\_\_ Telefax: \_\_\_\_\_  
 Abteilung: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_  
 Strasse: \_\_\_\_\_ Betätigungsfeld: \_\_\_\_\_  
 PLZ/Ort: \_\_\_\_\_