

# **Mobile Economy: Auswirkungen auf ein anspruchsgruppenorientiertes Arbeitsgestaltungskonzept**

DISSERTATION  
der Universität St. Gallen,  
Hochschule für Wirtschafts-,  
Rechts- und Sozialwissenschaften (HSG)  
zur Erlangung der Würde einer  
Doktorin der Wirtschaftswissenschaften

vorgelegt von

**Barbara Epple**

aus

Liechtenstein

Genehmigt auf Antrag der Herren

**Prof. Dr. Martin Hilb**

und

**Prof. Dr. Peter Gross**

Dissertation Nr. 3208

Difo-Druck GmbH, Bamberg 2006

# Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>vi</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vii</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>viii</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>xi</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problemstellung.....	1
1.2. Zielsetzungen.....	2
1.3. Aufbau der Arbeit.....	3
1.4. Methodik.....	5
1.5. Grundbegriffe.....	6
1.5.1. Mobile Economy.....	6
1.5.2. Arbeitsgestaltungskonzept.....	11
1.5.3. Anspruchsgruppenorientierung.....	13
<b>2. Transformation der Wirtschaft und Gesellschaft</b> .....	<b>14</b>
2.1. Entwicklungen der Wirtschaft und Gesellschaft.....	14
2.1.1. Kulturelle Dynamik.....	14
2.1.2. Wertewandel in der Gesellschaft und Arbeitswelt.....	16
2.1.3. Entwicklung zur Informations- und Wissensgesellschaft.....	19
2.2. Informations- und Kommunikationstechnologien als Triebkräfte	
^ der Mobile Economy.....	20
2.2.1. Bedeutung des technischen Fortschritts.....	20
2.2.2. Globalisierung der Information durch das Internet.....	21
2.2.2.1. Entstehung des Internet.....	21
2.2.2.2. Dienste im Internet.....	23
2.2.2.3. Internet schafft eine weltweite Datenkommunikation....	26

<b>3. Mobile Economy - Mobiles Geschäft.....</b>	<b>29</b>
3.1. Electronic Business und Electronic Commerce.....	30
3.1.1. Definitorisches Verständnis.....	30
3.1.2. Transaktions- und Marktbereiche.....	33
3.1.3. Basistechnologien des Electronic Business.....	35
3.1.4. Sicherheitsaspekte im Electronic Business.....	38
3.2. Mobile Business und Mobile Commerce.....	40
3.2.1. Definitorisches Verständnis.....	40
3.2.2. Spezifische Merkmale des Mobile Business.....	43
3.2.3. Technologische Grundlagen.....	45
3.2.4. Electronic Business und Mobile Business in Europa.....	49
<b>4. Organisationsstrukturen in der Mobile Economy.....</b>	<b>56</b>
4.1. Entwicklung neuer Organisationsstrukturen.....	56
4.1.1. Modulare Organisationsformen.....	57
4.1.2. Auflösung der Unternehmensgrenzen - Bildung von Netz- werken.....	60
4.1.3. Veränderte Organisationen durch Mobile Business.....	65
4.2. Bedeutung einer Vertrauens- und Lernkultur.....	71
<b>5. Neue Arbeitswelt in der Mobile Economy.....</b>	<b>74</b>
5.1. Auswirkungen auf die Arbeitsgestaltung.....	75
5.1.1. Bedeutung der Arbeit für den Menschen.....	75
5.1.2. Revolutionierung der Arbeitsformen.....	77
/ 5.1.2.1. Teamkonzepte.....	77
5.1.2.2. Networking.....	78
5.1.3. Einsatz multimedialer Systeme in der Büroumgebung.....	79
5.1.4. Rolle der Flexibilisierung.....	85
5.1.4.1. Arbeitszeitflexibilisierung.....	86

5.1.4.1.1. Gründe für die veränderte zeitbezogene Einstellung zur Arbeit.....	86
5.1.4.1.2. Motive für eine Arbeitszeitflexibilisierung.....	87
5.1.4.1.3. Flexible Arbeitszeitmodelle.....	91
5.1.4.2. Arbeitsortflexibilisierung.....	97
5.1.4.2.1. Ebenen der Ortsflexibilität.....	97
5.1.4.2.2. Telekooperation.....	99
5.1.4.2.3. Weitere Mobilitätsaspekte.....	107
5.1.4.3. Flexible Arbeitsplatzgestaltung.....	109
5.1.4.4. Flexible Anstellungsverhältnisse.....	110
5.1.4.4.1. Labilisierung der Arbeitsverhältnisse.....	110
5.1.4.4.2. Ende des linearen Laufbahnmusters.....	113
5.1.4.4.3. Neue Formen der Arbeitsentlohnung.....	115
5.1.4.5. Arbeitsstrukturen im Spannungsfeld der Mobilität- Zusammenfassende Darstellung.....	117
5.2. Ansatzpunkte für veränderte Anforderungen im Rahmen der mobilen Arbeitsgestaltung.....	119
5.2.1. Veränderte Anforderungen an den mobilen Mitarbeiter.....	119
5.2.1.1. Mitarbeiter als Teamworker.....	120
5.2.1.2. Mitarbeiter als Networker.....	121
5.2.1.3. Mitarbeiter als Teleworker.....	122
5.2.1.4. Mitarbeiter als Intrapreneur, als Fach- und Methoden- spezialist sowie als Selbstentwickler und Innovator.....	123
5.2.2. Veränderte Anforderungen an die Führung.....	124
5.2.3. Veränderte Anforderungen an die Personalarbeit.....	128
5.2.4. Veränderte unternehmensethische Anforderungen.....	133
5.3. Auswirkungen auf die Arbeitsgestaltungskonzeption.....	137
5.3.1. Arbeitsgestaltungsziele.....	137
5.3.1.1. Arbeitsinhalt.....	137
5.3.1.2. Arbeitsumfeld.....	139
5.3.2. Arbeitsgestaltungsstrategien.....	140
5.3.2.1. Strategien betreffend der Qualität des Arbeitsinhaltes.....	140

5.3.2.2. Strategien betreffend das Arbeitsumfeld.....	140
5.3.3. Arbeitsgestaltungsinstrumente.....	141
5.3.3.1. Instrumente betreffend die Qualität des Arbeitsin- haltes.....	141
5.3.3.2. Instrumente betreffend das Arbeitsumfeld.....	142
5.4. Sich in der neuen mobilen Arbeitswelt ergebende Potentiale für Nutzen und resultierende Herausforderungen.....	147
5.4.1. Kunden.....	147
5.4.2. Unternehmen und ihre Eigner.....	150
5.4.3. Mobile Mitarbeiter und ihre Familien.....	157
5.4.3.1. Vereinbarkeit von Beruf und Familie als Nutzen und Herausforderung.....	157
5.4.3.2. Weitere Nutzenpotentiale und Herausforderungen mobiler Arbeit.....	160
5.4.3.3. Besondere Herausforderungen in Bezug auf Flexi- bilität und ständigem Wandel.....	162
5.4.4. Gesellschaft.....	166
<b>6. Praktische Illustration von Flexible Office-Lösungen.....</b>	<b>169</b>
6.1. Empirisch-methodische Konzeption.....	169
6.1.1. Untersuchungsziel.....	169
6.1.2. Untersuchungsmethodik.....	169
6.1.3. Auswahl der Unternehmen.....	171
6.1.4. Limitierende Bedingungen.....	171
6.2. Exploration und Illustration durch Fallstudien.....	173
6.2.1. Fallstudie Siemens AG in Deutschland.....	173
6.2.1.1. Firmenportrait.....	173
6.2.1.2. Stellenwert mobiler Arbeit im Unternehmen.....	175
6.2.1.3. Innovative Arbeitsplatzgestaltung: Flexible Office.....	177
6.2.1.3.1. Ausgangspunkt und Entwicklung.....	177
6.2.1.3.2. Ausgestaltung des Flexible Office.....	178
6.2.1.3.3. Evaluation.....	182

6.2.2. Fallstudie IBM Schweiz.....	184
6.2.2.1. Firmenportrait.....	184
6.2.2.2. Stellenwert mobiler Arbeit im Unternehmen.....	186
6.2.2.3. Innovative Arbeitsplatzgestaltung: New Office Concept.....	188
6.2.2.3.1. Ausgangspunkt und Entwicklung.....	188
6.2.2.3.2. Ausgestaltung des New Office Concept.....	189
6.2.2.3.3. Evaluation.....	193
6.3. Ergebnisse.....	195
<b>7. Schlussbetrachtung.....</b>	<b>196</b>
7.1. Zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse.....	196
7.2. Empfehlungen an die Wissenschaft und Praxis.....	198
<b>Anhang.....</b>	<b>201</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>208</b>
<b>Lebenslauf.....</b>	<b>243</b>