

2009

MODEN IN DER
WIRTSCHAFTSINFORMATIK:
WISSENSCHAFTSTHEORETISCHE UND
WISSENSCHAFTSPRAKTISCHE
ÜBERLEGUNGEN ZU EINER VON HYPES
GEPRÄGTEN DISZIPLIN

Hanno Schauer

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung

Carola Schauer

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/wi2009>

Recommended Citation

Schauer, Hanno and Schauer, Carola, "MODEN IN DER WIRTSCHAFTSINFORMATIK: WISSENSCHAFTSTHEORETISCHE UND WISSENSCHAFTSPRAKTISCHE ÜBERLEGUNGEN ZU EINER VON HYPES GEPRÄGTEN DISZIPLIN" (2009).

Wirtschaftsinformatik Proceedings 2009. 31.

<http://aisel.aisnet.org/wi2009/31>

This material is brought to you by the Wirtschaftsinformatik at AIS Electronic Library (AISEL). It has been accepted for inclusion in Wirtschaftsinformatik Proceedings 2009 by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISEL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

MODEN IN DER WIRTSCHAFTSINFORMATIK: WISSENSCHAFTSTHEORETISCHE UND WISSENSCHAFTSPRAKTISCHE ÜBERLEGUNGEN ZU EINER VON HYPES GEPRÄGTEN DISZIPLIN

Hanno Schauer, Carola Schauer¹

Kurzfassung

Im vorliegenden Beitrag wird die Frage der Beeinflussung der Disziplin Wirtschaftsinformatik durch Modethemen aus wissenschaftstheoretischer Sicht näher untersucht. Auf Basis der Literatur werden Thesen bzgl. wissenschaftspraktischer Kennzeichen (Ursprung, langfristige Lerneffekte) und wissenschaftstheoretischer Fragestellungen (begriffliche Kontingenz, Originalität) aufgestellt. Die Diskussion der Thesen erfolgt anhand ausgewählter Moden der Wirtschaftsinformatik und erlaubt erste Schlussfolgerungen bzgl. der Rolle von Moden für die Disziplin. Unter Rückgriff auf Ergebnisse einer Umfrage unter CIOs im deutschsprachigen Raum werden abschließend Möglichkeiten und Grenzen der Einflussnahme der Disziplin auf Modethemen in der Praxis diskutiert.

1. Hintergrund und Motivation

Die Wirtschaftsinformatik (WI) ist eine an Themen der Praxis orientierte und – zumindest nach Meinung einiger langjähriger Disziplinvertreter – eine deutlich von Moden betroffene Disziplin [10]. Verschiedene empirische Studien untermauern diesen Eindruck dahingehend, dass die wissenschaftliche Disziplin WI – auch – Themen adressiert, die als Mode eingestuft werden können ([10], [12], [13], [15]). Nicht selten wird von „Hypes“ gesprochen, denen sich offenkundig auch die wissenschaftliche Community nicht entziehen kann. Prominente Beispiele sind der „Internet-Hype“ oder – wie aktuell in der WIRTSCHAFTSINFORMATIK diskutiert – „Service Oriented Architectures (SOA)“ [8]. Explizit wurde die Rolle von Modethemen in der WI bisher in zwei schlagwortbasierten Publikationsanalysen adressiert. Mertens untersucht die Schlagworte in der Zeitschrift Computerwoche von 1975 bis 1995 und zieht hieraus Rückschlüsse auf thematische Moden in der WI, wobei er „im allgemeinen nicht zwischen Wissenschaft und Praxis differenziert“ ([12], S. 26). Er identifiziert „ausgeprägte Gipfel und Täler und wiederkehrende Modethemen“ ([12], S. 28) und diskutiert den Verlauf ausgewählter (Mode-) Themen unter zusätzlicher Bezugnahme auf den subjektiv gewonnenen Eindruck des jeweils erzielten Erkenntnisfortschritts. S. Steininger et al. analysieren jüngere Ausgaben der Computerwoche und der WIRTSCHAFTSINFORMATIK (1994-2005) und schlussfolgern u. a., dass sich die Disziplin WI „nach wie vor in hohem Ausmaß mit Moden [...] beschäftigt“ ([15], S. 1539).

¹ Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Unternehmensmodellierung, Universität Duisburg-Essen, Universitätsstraße 9, D-45141 Essen

Moden implizieren für eine angewandte Disziplin – auf den ersten Blick – sowohl Chancen als auch Herausforderungen: Sie bieten einer anwendungsorientierten Disziplin – welche Legitimation nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der dazugehörigen Praxis erreichen möchte – die Chance, durch die Bearbeitung aktueller Themen und Problemstellungen selbst positive Aufmerksamkeit zu erhalten. Gleichzeitig ist aus wissenschaftstheoretischer Sicht kritisch zu hinterfragen, inwiefern die Adressierung von Modethemen und die bewusste Verwendung modischer Schlagwörter aus der Praxis den Anforderungen eines grundlegenden wissenschaftlichen Ideals entsprechen und einen langfristigen Erkenntnisfortschritt der Disziplin WI befördern bzw. behindern.

Dieser Beitrag ist als Diskussions- und Thesenpapier darauf gerichtet, die Chancen und Risiken des Umgangs mit Modethemen für die anwendungsorientierte wissenschaftliche Disziplin WI aus wissenschaftstheoretischer Sicht näher zu untersuchen.¹ Grundlegend werden dazu nachfolgend der Begriff „Mode“ bzw. „Modethema“ diskutiert und Kriterien zur Bestimmung von Moden aufgestellt (Abschnitt 2). Die weiteren Überlegungen orientieren sich an Thesen über Charakteristika und Wirkungen von Moden. Diese Thesen werden in Abschnitt 3 eingeführt. Die Überprüfung der Thesen erfolgt anhand ausgewählter aktueller und früherer Modethemen in Abschnitt 4. Der abschließende Abschnitt formuliert Schlussfolgerungen und erörtert Handlungsoptionen für die Disziplin WI, auf Moden in der Praxis Einfluss zu nehmen (Abschnitt 5).

2. Begriffsabgrenzung

Nachfolgend werden grundlegende, definatorische Eigenschaften von Moden in der WI diskutiert. Die Begriffe Mode, Modethema, Hype, Fad und Fashion werden dabei als synonym und gleichermaßen wertneutral verwendet. Die Frage der Bewertung von Moden wird im Rahmen der Thesendiskussion erst in den nachfolgenden Abschnitten thematisiert.

2.1. Kurzfristig sehr hohe Aufmerksamkeit

Eine Mode kennzeichnet sich grundlegend dadurch, dass sie in der betrachteten Gemeinschaft oder Zielgruppe außerordentlich große Aufmerksamkeit erfährt. Das stark ausgeprägte Interesse an einem Modethema ist dabei typischerweise auf einen relativ kurzen Zeitraum beschränkt (wenige Monate oder Jahre); dies verdeutlichen die häufig synonym verwendeten Begriffe Modewelle oder Hype. Für Managementmoden stellt Kieser fest, dass deren Verlauf – in der Praxis – durch eine Glockenkurve beschrieben werden könne ([9], S. 22), da eine Mode recht schnell viele Anhänger findet, sich jedoch mit der Zeit „abnutzt“, da sie „ihre Wirkung als Symbol [...] des Fortschritts [verliert]“ ([9], S. 33). Mertens spricht diesbezüglich von einer Phase der Übertreibung oder Euphorie, auf die eine Phase der „Depression“ folgt ([12], S. 37). In ähnlicher Form definieren Steininger et al. Moden als „Themen, die kurzfristig aktuell sind und dann wieder abflauen“ ([15], S. 1540). Beide setzen dem aus wissenschaftstheoretischer Sicht negativ besetzten Begriff „Mode“ den Begriff „Trend“ entgegen, welcher Themen beschreibt, die in einer Community eher „langfristig“ und „stabil“ behandelt werden.

Das zeitraumbezogene starke Themeninteresse lässt sich bspw. anhand von Stichwortanalysen einschlägiger Zeitschriften untersuchen (siehe bspw. [12] sowie [15] für die WI bzw. [14] für die Controllingforschung). Das Kriterium außerordentlich hoher Nennungshäufigkeit eines Schlagwortes über einen kurzen Zeitraum ist jedoch kein sicherer Indikator für hohe Aufmerksamkeit, u. a. weil Wechsel in der Begrifflichkeit in den genannten Untersuchungen nicht berücksichtigt werden. Auch ist die Anwendung teilweise Ermessensfrage: Die Intensität der Aufmerksamkeit als auch die Dauer der Aufmerksamkeit für ein bestimmtes Thema sind abhängig von der üblichen Aufmerk-

¹ Damit soll in diesem Beitrag dediziert auf die Wissenschaft fokussiert werden. Für Einblicke in die Wirkmechanismen der Verbreitung von Moden in der betrieblichen Praxis siehe bspw. [1] oder [9].

samkeit, die Themen in einer Gemeinschaft erhalten, sowie dem betrachteten Untersuchungszeitraum.

2.2. Überzeichnete und nicht rational begründbare Erwartungen an die Leistungsfähigkeit

Der Modebegriff lässt sich neben diesen vornehmlich quantitativen Kriterien weitergehend inhaltlich analysieren. Denn die hohe Aufmerksamkeit, die ein Modethema erfährt, beruht auf überhöhten Erwartungen, die i.d.R. nicht vollständig rational begründet sind bzw. nicht überzeugend begründbar sind. Hier lässt sich eine Analogie zu Moden in anderen Kulturbereichen (z. B. Kleidung, Haartracht, Musik) sehen, denn auch hier ist es ganz offen „Geschmacksfrage“ und damit nicht rational über den Nutzen erklärbar, ob man einer Mode anhängt. Auch die Definition des Begriffs Mode als „sich wandelnder Geschmack“ unterstreicht diesen Aspekt. Beiträge zu Managementmoden sprechen diesbezüglich von „kühnen Versprechungen“ ([9], S. 22) und „simple formulas [...] promising a painless solution“ ([1], S. 588) die kennzeichnend für „fads“ und „fashions“ seien. Die Lösungsansätze werden dabei typischerweise der Komplexität des Gegenstandsbereichs nicht gerecht. Vor dem Hintergrund rationaler – bspw. ökonomischer Kriterien – zeigt sich daher für Moden eine Leistungsfähigkeit, die geringer ist als zunächst postuliert: Bei nüchterner Betrachtung und ggf. auch im Nachhinein zeigt sich, dass die hohen Erwartungen an die Leistungsfähigkeit auf wenig fundierten Einschätzungen derer fuß(t)en, die der Modewelle anhängen. Beispielhaft sei hier der „E-Commerce Hype“ genannt, der suggerierte, wirtschaftlicher Erfolg im Internet stelle sich bereits durch gewonnene Aufmerksamkeit („Clicks“) der Webseitenbesucher ein.

Mertens ([12], S. 25) als auch Steininger et al. ([15], S. 1540) nennen – ohne weitergehende Konkretisierung – den Beitrag zum „Erkenntnisfortschritt“ oder zum „Stand der Disziplin“ als qualitatives Kriterium zur Einordnung von Themen als Moden oder Trends. Dabei scheint jedoch die angenommene Korrelation von Häufigkeit und Dauer der Verwendung von Schlagwörtern mit deren Beitrag zum langfristigen Erkenntnisfortschritt allzu gewagt (siehe [15], S. 1548).

2.3. Gegenstand der Moden in der WI

Die bisherigen Ausführungen sprachen – abstrakt – von *Mode-Themen*. Betrachtet man genauer, welche Arten von Themen als Moden diskutiert werden, so zeigt sich, dass es häufig „Technologien“ sind, d. h. Klassen von Anwendungssystemen oder Systemkonzepte, bzw. damit verbundene betriebliche Anwendungsfelder. Beispielsweise vertritt Gartner ein eigenes „Hype Cycle“-Konzept¹: Demnach durchläuft jede neu eingeführte „Technologie“ – so die Annahme – einen prototypischen Lebenszyklus, der anfangs durch überhöhte Aufmerksamkeit geprägt ist, was zu einer Phase (überzogener) Ernüchterung bezüglich der Leistungsfähigkeit einer Technologie führt, auf welche dann schließlich eine reife (produktive) Technologie folgt. Die beiden in der WI durchgeführten empirischen Studien zu Moden deuten darauf hin, dass allgemeine Problemfelder oder Managementaufgaben im IT-Umfeld zwar auch, jedoch weniger häufig als Technologien oder Anwendungsklassen als Schlagwort auftauchen bzw. in der Diskussion als Mode thematisiert werden – dies gilt insbesondere für die Praktikerzeitschrift *Computerwoche*. Unter den von Mertens ([12], Abbildung auf S. 28) identifizierten Modethemen lassen sich elf als Technologie bzw. Systemklasse einordnen (MIS, Groupware, EDI, Datenbanken, KI, verteilte Systeme, Bürokommunikation, CIM, BTX, Multimedia, Client-Server) und sechs als allgemeine Problemstellung bzw. Managementaufgabe (Downsizing, Outsourcing, Dezentralisierung, Integration, Standardisierung, Sicherheit). In der jüngeren Untersuchung von Steininger et al. lassen sich von den Top-50 Schlagwörtern der *Computerwoche* (1994-2005) insg. 34 Schlagwörter dem Bereich Hardware/Technologie zu-

¹ <http://www.gartner.com/pages/story.php.id.8795.s.8.jsp>

ordnen, bei der WIRTSCHAFTSINFORMATIK (1994-2005) sind unter den Top-50 dagegen nur 21 Schlagwörter zum Themenfeld Hardware/Technologie/System.¹

Abschließend sei nochmals betont, dass aus unserer Sicht Themen vielfach nur in einem bestimmten Zeitraum als Mode behandelt werden, d.h. dass ihnen nur zeitlich begrenzt besonders großer Aufmerksamkeit zukommt und auch nur in diesem relativ kurzen Zeitraum die Erwartungen an deren Leistungsfähigkeit überzeichnet und nicht rational begründbar sind.

3. Thesen

Die nachfolgende Diskussion orientiert sich an Thesen, die sich aus der Literatur bzw. dem Selbstverständnis der Disziplin WI ableiten lassen. Hierbei können wissenschaftspraktische Thesen, die das Phänomen Modewellen primär deskriptiv beschreiben, und wissenschaftstheoretische Thesen, welche u. a. die „Wissenschaftlichkeit“ von Moden bewerten, unterschieden werden.

3.1. Thesen bezüglich des Ursprungs und des praktischen Umgangs mit Moden

Langjährige Vertreter der Disziplin WI sprechen im Rahmen einer Interviewstudie von einer „signifikanten Rolle“ von Modethemen und von „massiver“ Beeinflussung des Fachs durch Praxisentwicklungen ([10], S. 22). Wir nehmen daher an, dass typische Modethemen der Praxis entstammen, bspw. von IT-Beratungsunternehmen eingeführt werden (nicht zuletzt mit dem Ziel der Umsatzgenerierung). Die in der Praxis initiierten Modewellen schwappen dann aufgrund der vielfältigen Schnittstellen von WI-Forschern mit der Praxis (z. B. praxisfinanzierte Forschungsprojekte) auf die wissenschaftliche Disziplin WI über.

These T1: „Ursprung in der Praxis“: Moden der Disziplin WI kommen aus der Praxis.

Eine weitere These betrifft das Verhältnis zwischen inhaltlich verwandten Moden: Wie bei Kleidungsmoden offenkundig, so gehen wir auch bei Moden in der WI davon aus, dass es „revivals“ gibt, d. h. Modethemen, die in sehr ähnlicher Form wiederkehren. Mertens ([13], S. 1744) beklagt bspw.: „Mit den Modezyklen hängen unnötige Begriffswechsel zusammen.“ Dies erschwert bereits die Verknüpfung aktueller Forschung mit früheren Veröffentlichungen, die zwar thematisch verwandt jedoch mit anderen Begrifflichkeiten bearbeitet wurden. Auch Aussagen aus den Interviews mit langjährigen Vertretern der WI geben Hinweise darauf, dass auf Erfahrungen und Erkenntnisse, die aus früheren Modethemen gewonnen wurden, bei späteren Moden, die inhaltlich verwandt sind, kaum zurückgegriffen wird: „Die Nachteile überwiegen nicht deswegen, weil die Moden da sind, sondern, weil bei der neuen Modewelle auf die Ergebnisse der alten zu wenig zurückgegriffen wird, so dass wir keine kumulative Forschung haben.“ (P. Mertens, zitiert in [10], S. 21) Ebenso wird angemerkt, dass es erst seit kurzem längerfristige Forschungsprogramme einzelner Lehrstühle gäbe [10]. Somit unterstützt dies die These, dass (negative) Erfahrungen aus Moden allenfalls allmählich zu einem Erkenntnisfortschritt und zu einer Weiterentwicklung der Forschungslandschaft führen. Bezüglich der Organisationspraxis formuliert Kieser diesen Evolutionsgedanken wie folgt: „So tragen Moden, wenn schon nicht durch Revolutionen, so doch durch eine Akkumulation von vielen kleinen übrigbleibenden Schritten zum Wandel der Organisationen bei.“ ([9], S. 34).

These T2: „Eingeschränkter Lerneffekt“: Auf (negative) Erfahrungen aus früheren – auch inhaltlich verwandten – Moden wird in späteren Moden häufig nicht zurückgegriffen. Daher tragen Modethemen i. d. R. nicht zu einem längerfristigen Erkenntnisfortschritt bei.

¹ Aus Platzgründen können die detaillierten Kategorisierungen an dieser Stelle nicht veröffentlicht werden. Sie sind auf Nachfrage bei den Autoren erhältlich.

3.2. Wissenschaftstheoretische Thesen

Die oben diskutierte definitorische Eigenschaft, dass Mode-Begriffe während ihrer Hype-Phase besonders große Beachtung finden, wirft die Frage nach den dahinter liegenden Wirkmechanismen auf. Als ein wesentliches Merkmal der Rhetorik von in Managementbestsellern beschriebenen Managementmoden nennt Kieser ([9], S. 24) die Mehrdeutigkeit der zentralen Begriffe. Der Gegenstandsbereich der WI umfasst sowohl betriebswirtschaftliche oder Management-nahe Fragestellungen als auch solche, die als eher „technisch“ bezeichnet werden können, da sie bspw. Struktur und Aufbau von Informationssystemen betreffen. Typische Beispiele für Themen, die aus beiden Perspektiven heraus (unterschiedlich) verstanden werden können, sind IT-Sicherheit, Supply Chain Management, oder Customer Relationship Management.¹ Es gibt sowohl in der Praxis als auch in der WI-Forschung Vertreter, die (aus unterschiedlichen Gründen) die eine oder andere Perspektive vornehmlich einnehmen. Ein Mechanismus, um einen Begriff oder ein Thema kurzzeitig besonders bekannt zu machen, besteht darin, diesem seine begriffliche Schärfe zu nehmen oder ihn neu in kontingenter Form einzuführen. So fällt es Vertretern aus Forschung und Praxis sowie Anhängern der unterschiedlichen Perspektiven leichter, sich selbst ein vordergründig verheißungsvolles Thema „auf die Fahnen zu schreiben“. Diese Einschätzung drängt sich bspw. auf, wenn man den Begriff der *Business Services* betrachtet, welcher zum Leitthema dieser Konferenz bestimmt wurde.

These T3: „Verwässerungsthese“: Modewellen gehen mit einer unangemessen kontingenten Begrifflichkeit zentraler, die Modewelle prägender Konzepte einher.

Eine weitere für Modewellen definitorische Eigenschaft ist, dass sie – zumindest typischerweise – nicht so leistungsfähig sind, wie es die überhöhte Aufmerksamkeit suggeriert. Es stellt sich somit die Frage nach einer möglichen Ursache für die nicht erfüllten Erwartungen. Eine Vermutung ist, dass die Originalität von Modebegriffen und den dahinter steckenden Konzepten begrenzt ist, was auch eine Erklärung dafür sein kann, warum entsprechende Moden sich nicht zum Trend weiterentwickelten. In Verallgemeinerung der These 2 „Eingeschränkter Lerneffekt“ wird vermutet, dass nicht nur die Hypes, welche vorangegangene Trends unter einem neuen Namen wieder aufgreifen, sondern alle Hypes sich dadurch auszeichnen, dass sie nicht primär inhaltlich innovieren, sondern existierende Konzepte öffentlichkeitswirksam darstellen.

These T4: „Begrenzte Originalität“: Modewellen sind konzeptionell eher wenig innovativ, sondern stellen bestehende Konzepte öffentlichkeitswirksam dar und evolutionieren somit allenfalls den Stand der Kunst.

4. Überprüfung der Thesen an ausgewählten Modethemen

Zur Diskussion der obigen Thesen beschränken wir uns nachfolgend auf ausgewählte Modethemen, die in der Literatur bereits als solche identifiziert und diskutiert wurden. Die Gegenstände der hier genannten Moden sind dabei sehr unterschiedlich. Es finden sich Geschäftsmodelle, Architektur- bzw. Design-Prinzipien für Informationssysteme ebenso wie grundständige Annahmen über vermeintlich neue Funktionsweisen von Ökonomie.

Die Begriffe „*Expertensysteme*“, und „*E-Business*“ bzw. „Internet-Hype“ wurden im Rahmen der Interviewstudie von langjährigen Vertretern der WI als Moden der WI genannt ([10], S. 2 ff.). Die zeitlich begrenzte überhöhte Aufmerksamkeit, die Expertensystemen in den 1980er Jahren zugekommen ist, und die Problematik deren praktischer Anwendung aufgrund übermäßiger Formalisierung wird bspw. von Frank [3] thematisiert. Das „*E-Business*“ – zumindest für den Zeitraum Ende der 1990er Jahre bis März 2000 – als Mode eingestuft werden kann, lässt sich aufgrund des Plat-

¹ Eine detaillierte Kategorisierung einschlägiger Begriffe ist auf Nachfrage bei den Autoren erhältlich.

zens der Dot-Com Blase leicht nachvollziehbar begründen: Die überzogenen Erwartungen an E-Business Geschäftsmodelle erzeugten einen Hype, der wie kaum eine andere Mode im Umfeld der WI ganze Märkte neu geschaffen und beeinflusst hat.

Ebenfalls „E-Business“ sowie „*Application Service Providing (ASP)*“ bzw. „Application Service Provider“ heben Steininger et al. ([15], S. 1548 ff.) als Ergebnis der Stichwort-basierten Inhaltsanalyse von Zeitschriftenartikeln als Modethemen hervor. Zusätzlich wird hier „Content Management“ genannt; dieses Thema soll jedoch nicht weitergehend betrachtet werden, da hier nicht in einer für diesen Beitrag hinreichenden Weise von überhöhten Erwartungen ausgegangen werden kann.

„*Enterprise Application Integration*“ (EAI) wird von Aier und Schelp [2] als Modethema (Hype) diskutiert, welches – ihrer Analyse nach – bisher noch keinen Beitrag zur „nachhaltigen Agilität“ des Unternehmens leistet. In thematisch engem Zusammenhang zu EAI steht der Ansatz der „*Service Oriented Architectures*“ (SOA), welcher von Kaczmarek und Węcel als Mode (buzzword) der WI diskutiert wird und ihrer Einschätzung nach von Softwareunternehmen übermäßig („overused“) und von Beratungsunternehmen falsch („misused“) verwendet wird [8]. Ergänzend sei, nicht zuletzt aufgrund seiner Allgegenwärtigkeit im Call For Papers zu dieser Konferenz, der Begriff „*Business Service*“ ebenfalls als (potentielle) Mode Gegenstand unserer Untersuchung.

Dem Themenbereich „*semantische Technologien / Ontologien*“ widmen sich schon seit einigen Jahren sowohl in der Informatik als auch in der WI diverse Forschungsgruppen und -projekte. Bezüglich der Leistungsfähigkeit von semantischen Technologien in der betrieblichen Praxis gibt es jedoch eine Reihe kritischer Stimmen (z. B. [5], [7]), die vermuten lassen, dass dieses Themenfeld ebenfalls als Mode mit überhöhten Erwartungen gesehen werden kann. Auch aus den Reihen der WI-Forscher wird Skepsis geäußert: „the project of ontology-based conceptual modelling appears to be impossible in principle“ ([16], S. 74).

Die eingeführten ausgewählten Moden der WI können – ohne Zweifel – nicht als zuverlässige empirische Basis dienen, um die aufgestellten Thesen zu stützen. Es wird sich jedoch zeigen, dass sich anhand der ausgewählten Themen bereits durchaus interessante Hinweise und Einblicke bezüglich der Rolle und des Umgangs mit Moden in der WI ableiten lassen.

4.1. These 1: „Ursprung in der Praxis“

Bereits die geringe Auswahl an Modethemen in diesem Artikel vermag diese These zu relativieren, Modewellen würden – zumindest initial – der Praxis entspringen. Zwar entstammt die Mehrzahl der hier untersuchten Hypes der Praxis (SOA, EAI, ASP). Allerdings wurden insbesondere Expertensysteme, semantische Technologien und SOA ebenfalls sehr stark durch die Wissenschaft vorangetrieben. Dies zeigt sich u. a. in einschlägigen Entwürfen von Sprachen, die eine semantisch angereicherte Kommunikation zwischen Informationssystemen erlauben – bspw. als Erweiterung gängiger Internet-Protokolle (z. B. OWL – Web Ontology Language, SOAP – Simple Object Access Protocol) – bzw. in Vorschlägen für Auszeichnungssprachen und Kalküle, die das automatisierte Schließen auf bestehenden Daten- und Regelbasen ermöglichen (Expertensysteme und semantische Technologien). Die in Teilen beeindruckende Produktivität der Forscher bei der Bearbeitung von Modethemen kann dabei durchaus als Chance angesehen werden.

Dabei mögen die Motive der Wissenschaftler für die intensive Beschäftigung und Förderung von Modethemen vielfältig sein. In manchen Fällen mag es tatsächlich die Hoffnung oder der Glaube des (jungen) Wissenschaftlers an die Leistungsfähigkeit des entspr. Konzepts zur Problemlösung sein. Folgt man jedoch den Meinungen der in der Interviewstudie befragten langjährigen Vertreter der WI [10], so werden eher opportunistische Interessen verfolgt. Denn die Behandlung von Forschungsthemen, die als en vogue gelten, erhöht die Aufmerksamkeit für die eigene Forschung in Praxis und Wissenschaft und erleichtert somit die Akquisition von Drittmitteln und schafft neue Veröffentlichungsmöglichkeiten.

4.2. These 2: „Eingeschränkter Lerneffekt“

In den betrachteten Modewellen lassen sich Evolutionsstufen einer jeweils bestimmten prägenden Idee identifizieren, die sich in verschiedenen Moden wiederholt. Zum einen eint eine grundsätzliche Idee *automatisierten Schließens auf formalsprachlich spezifizierten Wissensbasen* sowohl die in den 1980ern und 1990ern a la mode gehandelten Expertensysteme als auch semantische Technologien. Expertensysteme sind an ihrem Anspruch der Formalisierung gescheitert [4]. Mittlerweile sehen erste Arbeiten zu semantischen Technologien und Ontologien auch dies als Problem an (z. B. [16]). Diese Argumentation unterstützend merkt Mertens an: „Ganz ähnliche Sachverhalte wurden im Laufe der Jahrzehnte unter Stichworten wie ‘Informationserschließung’, ‘Information Retrieval’, [...] ‘Informationsmanagement’, ‘Business Intelligence’, ‘Selective Dissemination of Information’ (SDI) oder ‘Organizational Intelligence’ untersucht. Im Kern ging es und geht es immer wieder um die Frage, wie man Informationen besorgt, filtert, in der richtigen Aufbereitung zum richtigen Zeitpunkt an die richtigen Empfänger liefert [...]. Die jeweilige Spezialistengemeinde hat sich aber kaum um die Vorgängerarbeiten gekümmert, zuweilen wusste man gar nichts von ihnen.“ ([13], S. 1742)

ASP hat – nicht zuletzt, da es im Widerspruch zum Kernkompetenzansatz steht – an Bedeutung verloren, aber ist, zumindest in der Praxis, als Mietsoftware oder „Software-as-a-Service“ wieder im Gespräch. Dies lässt sich bspw. ansehen an Beiträgen bzw. Suchergebnissen auf den online-Plattformen einschlägiger Praktikerzeitschriften, wie bspw. der Computerwoche oder ComputerZeitung.

4.3. These 3: „Verwässerungsthese“

Verwässerung ist teilweise aber nicht durchgängig Kennzeichen der untersuchten Modewellen. In der für diesen Artikel genutzten Auswahl gibt es eine auffällige (aber wahrscheinlich nicht repräsentative) Zweiteilung zwischen der Wissenschaft und der Praxis entstammender Themen: Themen, die der Praxis entsprungen sein dürften, weisen ein tendenziell hohes Maß an begrifflicher Kontinuität auf – bspw. differenziert Masak ([11], u. a. S. 11) fünf deutliche voneinander abweichende Interpretationen des Begriffes SOA, von einer Entwurfmetapher für Software bis hin zu einer Strukturidee für Services nutzende Organisationen. Auch der Integrationsbegriff (EAI) (z. B. [4]) und der ASP-Begriff (siehe [15]) werden in vielschichtiger Semantik verwendet. Interessanter Weise sind die Kernbegriffe von Themen, die vornehmlich aus den Reihen der Wissenschaft vorangetrieben werden (Expertensysteme, Ontologien – beide in Teilen dem Bereich der Künstlichen Intelligenzforschung zuzurechnen), relativ scharf konturiert.

Steininger et al. kommen in ihrer Studie u. a. zu dem Ergebnis, dass in der Praktikerzeitschrift Computerwoche die Spitzen (d. h. die Moden) noch ausgeprägter und die relativen Häufigkeiten der einzelnen Schlagwörter deutlich kleiner sind als in der WIRTSCHAFTSINFORMATIK ([15], S. 1545, 1548). Die Vertreter der WI scheinen sich also zwar ebenfalls mit Modethemen zu befassen, diese aber jeweils gründlicher zu untersuchen. Folglich kann die These aufgestellt werden, dass das Befassen der WI-Forscher mit den Modethemen (der Praxis) zu einer differenzierteren Einschätzung und einem objektiveren Umgang mit den Modethemen in Praxis und Wissenschaft beiträgt. Dies bestätigt mittelbar auch eine auf Controlling-Instrumente gerichtete Literaturstudie: „Die praxisnahen Veröffentlichungen zeichnen überwiegend ein positives Bild der jeweiligen Instrumente, während die wissenschaftlichen Beiträge eher als neutral bis mäßig positiv eingestuft werden können.“ ([14], S. 256)

4.4. These 4: „Begrenzte Originalität“

Eine grundsätzliche Stützung der These begrenzter Originalität kann nicht getroffen werden. So ist bspw. das Konzept der Expertensysteme keine triviale Rekonstruktion des Standes der Kunst in den 1980er Jahren. Die Frage der begrenzten Originalität wird allerdings zum einen von den Moden gestützt, die Grundideen älterer Modewellen immer wieder aufleben lassen (siehe hierzu These 2 „Eingeschränkter Lerneffekt“). Zum anderen gilt diese These für die Moden in unserer Auswahl, die einer überaus großen begrifflichen Kontingenzen unterliegen, da infolge der Kontingenzen ein Neuigkeitsgehalt kaum auszumachen ist. Einigen Moden mangelt es aber teils nicht nur an Originalität, sondern auch an einer guten Begründung. Nicht zuletzt widerprechen die vollmundigen Verheißungen des E-Commerce-Hypes sogar gängigen Lehrmeinungen.

5. Schlussfolgerungen und Handlungsoptionen

Die Hypes und Moden der WI werden bislang in wenigen Publikationen thematisiert. Dies mag der Grund dafür sein, dass es schon auf Basis der hier untersuchten (vergleichsweise kleinen) Themenauswahl gelingt, literaturgängige Meinungen zu den Moden der WI zu schärfen bzw. zu widerlegen. Mit Blick auf die hier aufgestellten Thesen können wir zusammenfassen:

T 1: Die Modewellen der WI entstammen nicht allein der Praxis. Auch die Wissenschaft beteiligt sich in erkennbarem Maße an der Verstärkung von Modewellen. Einige der Modewellen wurden sogar vornehmlich aus Kreisen der Wissenschaft initiiert und vorangetrieben.

T 2: Es ist ein interessantes Phänomen, dass sich inhaltlich bzw. konzeptuell stark ähnelnde Modewellen in zeitlich überschaubaren Abständen unter neuen Begrifflichkeiten ein Revival erfahren, ohne dass die Probleme und Herausforderungen vorangegangener Hypes in den nachfolgenden hinreichend adressiert würden.

T 3: Ein verwässerter, kontingenter Aussagegehalt des namensgebenden Kernbegriffes eines Modethemas ist – bezogen auf unsere Auswahl – eine häufige, aber keine durchgängige Eigenschaft von Modewellen. Teilweise sind die Begriffe für eine wissenschaftliche Behandlung angemessen konkret.

T 4: Die in einer Modewelle popularisierten Inhalte zeichnen sich teilweise, aber nicht durchgängig, durch eine deutlich eingeschränkte Originalität gegenüber dem jeweiligen Stand der Kunst aus. Zuweilen sind die vorgeschlagenen Konzepte sogar inhaltlich so fragwürdig, dass sie sogar gängigen Lehrmeinungen zuwiderlaufen.

Gemäß einem basalen Wissenschaftsideal ist es die vornehme Aufgabe der Wissenschaft, durch wohl begründete und differenzierte Beiträge zum allgemeinen Erkenntnisfortschritt beizutragen. Das Wissenschaftsideal einer angewandten wissenschaftlichen Disziplin impliziert hierbei ein Streben nach Objektivität und Rationalität auch bezüglich (Mode-) Themen der Praxis (vgl. [9], S. 34). Was die Bewältigung realer Modewellen in der Praxis anbelangt, zeigte sich aber die wissenschaftliche WI hierbei teils wenig erfolgreich (vgl. T 2 bis T 4) und – in Teilen – auch wenig obigem basalen Wissenschaftsideal angemessen (vgl. insb. T 1).

Für die Organisationsforschung bzw. Betriebswirtschaftslehre zeichnet Kieser ein – aus wissenschaftstheoretischer Sicht – recht pessimistisches Bild bzgl. der Einflussnahme der Managementmoden auf die Organisationsforschung [9]. Für die Disziplin WI kann zumindest festgestellt werden, dass sie nicht in Gänze thematisch von den Einflüssen der Modethemen der Praxis abhängig ist. Man kann durchaus von einer deutlichen thematischen Selbstständigkeit der wissenschaftlichen Community der WI sprechen. Dies zeigt sich bspw. an den von Steiniger et al. (2008, S. 1545) identifizierten Top-50 Schlagwörtern aus der Computerwoche und der WIRTSCHAFTSINFORMATIK (1994-2005): Für die Bereiche Modellierung und Prozessorientierung, die in der

WIRTSCHAFTSINFORMATIK mit 3 bzw. 7 Schlagwörtern unter den Top-50 relativ stark vertreten sind, findet sich in der Top-50 Liste der Computerwoche kein passendes Schlagwort.¹

Weiterhin stellt sich die Frage nach dem grundsätzlichen Nutzwert, Modethemen der Praxis in wissenschaftlichen Diskursen zu adressieren. Denn diesbezüglich wirkt die Position der Wissenschaft nicht ideal. Insbesondere sind die zeitlichen Takte, in denen die Wissenschaft arbeitet, nur eingeschränkt dafür geeignet, zeitnah auf Modewellen zu reagieren. Mertens weist bezüglich der Relation zwischen der Lebensdauer einer Modewelle und der Reaktionszeit der Wissenschaft darauf hin, „[...] dass wir [die Wissenschaft] in etwa eine Zeitstrecke von drei bis vier Jahren benötigen, damit ein junger Wissenschaftler – insbes. im Rahmen seiner Dissertation – einen Forschungsgegenstand einigermaßen abgerundet bearbeiten kann“ ([13], S. 1748). In einer vergleichenden Untersuchung von zehn Publikationsorganen der auf die Praxis gerichteten IT-Fachpresse stellen Heise et al. darüber hinaus fest, dass „Die wesentliche Stärke der analysierten Fachzeitschriften im Vergleich zu wissenschaftlichen Zeitschriften [...] ihre Aktualität“ ist, welche sich aus der niedrigen Zeitspanne zwischen Einreichung eines Manuskripts und dessen Veröffentlichung ergibt ([6], S. 21), während die wissenschaftliche Fachliteratur nur mit deutlichem Zeitverzug veröffentlicht (ebd., S. 24). Der Eindruck einer verzögerten Reaktionszeit bestätigt sich auch für die hier untersuchten Modewellen. Das Gros der von uns gefundenen kritischen Beiträge zu Modethemen wurde erst veröffentlicht, nachdem das jeweilige Modethema schon länger diskutiert wurde.

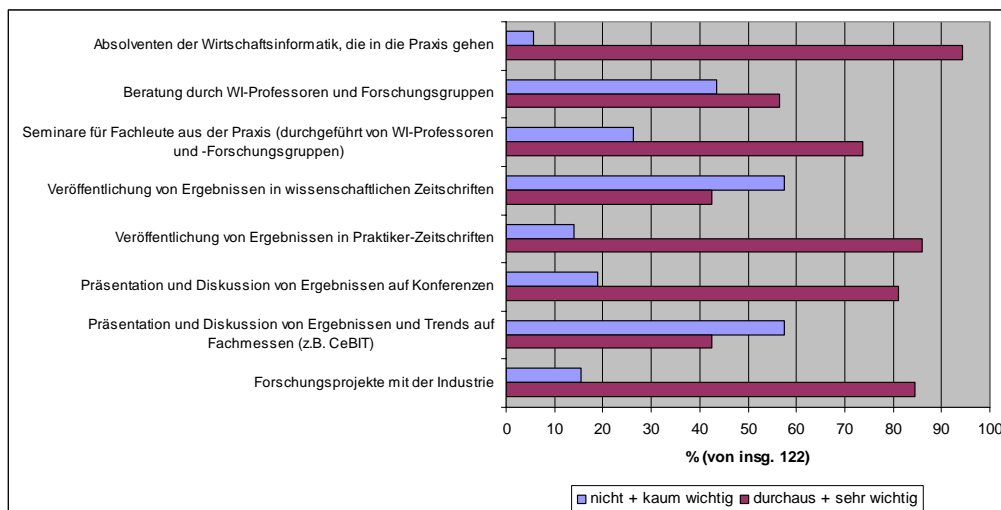


Abbildung 1: Einschätzung der Wichtigkeit verschiedener Wege, um Forschungsergebnisse der WI in die Praxis zu bringen

Im Rahmen einer Umfrage zur Wahrnehmung der Disziplin WI durch CIOs, wurde die Frage „Wie wichtig sind Ihrer Einschätzung nach Absolventen der WI, die in die Praxis gehen, um Forschungsergebnisse in die Praxis zu bringen?“ besonders einhellig mit „durchaus wichtig“ (52,5%) bzw. „sehr wichtig“ (41,8 %) beantwortet (siehe Abbildung 1).² Dies unterstreicht die These, dass die Verbreitung von Konzepten der Wissenschaft in die Praxis eher langfristig und vor allem über die Ausbildung von Studenten stattfindet, die in der Lehre vermittelte Konzepte der Wissenschaft in die Praxis tragen.

Aus wissenschaftspraktischer Sicht haben Modethemen der Praxis auch eine positive Seite. Sie ermöglichen der Wissenschaft einen leichteren Zugang zum Diskurs mit der Praxis. Aufgabe der

¹ Die detaillierten Kategorisierungen sind auf Nachfrage von den Autoren erhältlich.

² Die Umfrage zur Wahrnehmung der WI durch CIOs wurde im Rahmen des Projektes IFWIS durchgeführt. Nach mehreren Pre-Tests erfolgte Ende November 2007 der Versand der papierbasierten Fragebögen an die Zielgruppe. Der Zugang zur Zielgruppe wurde durch die freundliche Unterstützung von Prof. Helmut Krcmar (TU München) über die Mitgliederliste des *CIO-Circle* (<http://www.cio-circle.org/>) ermöglicht. Bis Februar 2008 wurde eine Rücklaufquote von 18,86 % (122) erzielt. Ein detaillierter Ergebnisbericht ist in Vorbereitung.

Wissenschaft sollte dann jedoch sein, eine kritisch differenzierte Sicht auf die Leistungsfähigkeit aktueller Modethemen zu vertreten. Dabei sollte sich die akademische Welt insbesondere dann zu Wort melden, wenn eine Modewelle Erkenntnissen der Wissenschaft in erkennbarer Weise widerspricht. Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass es erfolgversprechend ist, die kritische Sicht der Wissenschaft auf aktuelle Moden im Rahmen von Beiträgen für Praktikerzeitschriften oder Konferenzen zu thematisieren. Auch Forschungsprojekte mit der Industrie werden von den befragten Praktikern mit deutlicher Mehrheit als wichtig eingestuft, um Erkenntnisse der Wissenschaft in die Praxis zu bringen. Vor dem Hintergrund der Zeitzyklen der Wissenschaft scheint es jedoch grundsätzlich angeraten auf längerfristige Forschungsprogramme zu fokussieren und dabei ggf. inhaltlich verwandte Modethemen zu adressieren.

6. Literatur

- [1] ABRAHAMSON, E.: Managerial Fads and Fashions: The Diffusion and Rejection of Innovations, in: *Academy of Management Review*, Bd. 16, 1991, S. 586-612.
- [2] AIER, S., SCHELP, J.: EAI und SOA – Was bleibt nach dem Hype?, In Bichler, M., Hess, T., Krcmar, H., Lechner, U., Matthes, F., Picot, A., Speitkamp, B., Wolf, P. (Hrsg.): *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI08)*, Feb 26-28, 2008, München, GITO-Verlag, Berlin, 2008, S. 1469-1480.
- [3] FRANK, U.: *Expertensysteme: Neue Automatisierungspotentiale im Büro- und Verwaltungsbereich?*, Gabler, 1988.
- [4] FRANK, U.: Integration – Reflections on a Pivotal Concept for Designing and Evaluating Information Systems. In: Kaschek, R.; Kop, C.; Steinberger, C.; Fliedl, G. (Hrsg.): *Information Systems and e-Business Technologies. 2nd International United Information Systems Conference UNISCON 2008*, Springer, Berlin, Heidelberg, 2008, S. 111-122.
- [5] HANIEWICZ, K.; KACZMAREK, M.; ZYSKOWSKI, D.: Semantic Web Services Applications – a Reality Check, In: *WIRTSCHAFTSINFORMATIK*, Bd. 50, Nr. 1, 2008, S. 39-45.
- [6] HEISE, D.; SCHAUER, C.; STRECKER, S.: Informationsquellen für IT-Professionals: Analyse und Bewertung der Fachpresse aus Sicht der Wirtschaftsinformatik, ICB Research Report, Institut für Informatik und Wirtschaftsinformatik (ICB), Universität Duisburg-Essen, Campus Essen, Nr. 15, April 2007 (40 S.).
- [7] HUBER, H.: Auf dem Weg zum wertorientierten Wissensmanagement. Keynote auf der Tagung Wissensmanagement 2007, 28. - 30. März 2007, Potsdam. (online: <http://www.wm-tagung.de/>)
- [8] KACZMAREK, T.; WECHEL, K.: Hype over Service Oriented Architecture Continues. *WIRTSCHAFTSINFORMATIK*, Bd. 50, Nr. 1, S. 52-58.
- [9] KIESER, A.: Moden & Mythen des Organisierens. In: *Die Betriebswirtschaft*, Bd. 56., 1996, S. 21-39.
- [10] LANGE, C.: Entwicklung und Stand der Disziplinen Wirtschaftsinformatik und Information Systems – Interpretative Auswertung von Interviews: Teil III Ergebnisse zur Wirtschaftsinformatik, ICB – Research Report, Universität Duisburg-Essen, Nr. 4, 2006.
- [11] MASAK, D.: *SOA? – Serviceorientierung in Business und Software*, Springer Berlin Heidelberg, 2007.
- [12] MERTENS, P.: Wirtschaftsinformatik – Von den Moden zum Trend. in: König, W. (Hrsg.), *Wirtschaftsinformatik '95, Wettbewerbsfähigkeit – Innovation – Wirtschaftlichkeit*, Heidelberg 1995, S. 25-64.
- [13] MERTENS, P.: Gefahren für die Wirtschaftsinformatik – Risikoanalyse eines Faches. *Proceedings Wirtschaftsinformatik 2005*, S. 1733-1754.
- [14] SCHÄFFER, U.: Die Verbreitung von Wissen zu Controlling-Instrumenten – Eine Analyse der Veröffentlichungstätigkeit in deutsch- und englischsprachigen Fachzeitschriften. Gabler, 2007.
- [15] STEININGER, K.; RIEDL, R.; ROITHMAYR, F.: Zu den Begrifflichkeiten und Moden der Wirtschaftsinformatik: Ergebnisse einer inhaltsanalytischen Betrachtung. In: *Tagungsband Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2008*, München, S. 1539-1550.
- [16] WYSSUSEK, B.: On Ontological Foundations of Conceptual Modelling, *Scandinavian Journal of Information Systems*, 2006, Bd. 18, Nr. 1, S.63-80.