

Martin Spann*

Synergien zwischen gestaltungsorientierter und verhaltensorientierter Wirtschaftsinformatik

Ausgangslage

Die Erkenntnisziele der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik sind „Handlungsanleitungen (normative, praktisch verwendbare Ziel-Mittel-Aussagen) zur Konstruktion und zum Betrieb von Informationssystemen sowie Innovationen in den Informationssystemen (Instanzen) selbst“. Diese sollen relevante Problemstellungen lösen und bei den Anspruchsgruppen der Wirtschaftsinformatik (u. a. Unternehmen, Bürger, Verwaltung) Nutzen stiften.

In ihrem Memorandum plädieren die Verfasser und Unterzeichner für die Bedeutung, Akzeptanz sowie klare Kriterien zur Durchführung und Bewertung von gestaltungsorientierter Wirtschaftsinformatik. Darüber hinaus erfolgt eine Abgrenzung der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik von der verhaltensorientierten Wirtschaftsinformatik, deren Ziel die Entdeckung von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen ist.

In meinem Kommentar möchte ich drei Aspekte näher diskutieren: i) Lösung von relevanten Problemstellungen als generelles Ziel der betriebswirtschaftlichen Forschung, ii) Kriterien für die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik und iii) Chancen der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik.

Problemorientierung in der betriebswirtschaftlichen Forschung

Betriebswirtschaftliche Forschung sollte problemorientiert sein und beispielsweise Unternehmen in ihrer Entscheidungsfindung durch neue Methoden, Systeme oder Strategien unterstützen. Das Anliegen der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik nach Relevanz und praktischem Nutzen entspricht somit generellen Zielen der betriebswirtschaftlichen Forschung als benachbarter Disziplin. Aber steht dieses Anliegen im Widerspruch zu einer verhaltensorientierten Forschung? Ich denke nicht.

* Prof. Dr. *Martin Spann*, Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Electronic Commerce und Digitale Märkte, www.ecm.bwl.lmu.de; EMail: spann@bwl.lmu.de.

Die Entwicklung von neuen, besseren Methoden, Systemen, Strategien oder Geschäftsprozessen erfordert in der Regel ein grundlegendes Verständnis des Verhaltens von Akteuren (Organisationseinheiten, Konsumenten, Mitarbeitern etc.), die diese Systeme bedienen, mit ihnen interagieren bzw. durch diese beeinflusst werden. Daher ergänzen sich gestaltungs- und verhaltensorientierte Forschung. Anhand einer verhaltenstheoretischen Basis können in der Analysephase des gestaltungsorientierten Erkenntnisprozess Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt, in der Entwurfsphase Designelemente konzipiert und in der Evaluationsphase die Verhaltensaspekte im Bezug auf das neue System überprüft werden. Umgekehrt bereichert die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik die verhaltensorientierte Forschung durch vollkommen neue Informationssysteme, die Daten und Erkenntnisse für eine verhaltensorientierte Überprüfung schaffen.

Bewertungskriterien für die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik

Erfordert die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik im Vergleich zur verhaltensorientierten Forschung andere wissenschaftliche Bewertungskriterien, z. B. für die Begutachtung bei Zeitschriften und Konferenzen? Oder anders gefragt, wird die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik durch eher auf verhaltensorientierte Forschung ausgerichtete Kriterien systematisch benachteiligt? Nicht unbedingt.

Ausgehend vom Ziel der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik, durch die Schaffung von Informationssystemen relevante Problemstellungen nutzenstiftend zu lösen, erwächst die Erfordernis, diesen Anspruch an das Informationssystem im Rahmen der Evaluation zu überprüfen. Ob das Informationssystem nutzenstiftend ist, kann durch den Vergleich mit dem Status Quo (zum Beispiel der bisherigen Problemlösungsmethode) oder anhand der Auswirkungen auf die vom Informationssystem betroffenen Akteure überprüft werden. Dazu können und in der Regel sollten rigorose Methoden wie zum Beispiel Labor- und Feldexperimente, Befragungen oder Simulationen eingesetzt werden. Beispielsweise kann der Nutzen eines neuen, unternehmensinternen Ideenmanagementsystems anhand der Quantität und Qualität der generierten Ideen sowie der Einschätzungen der Teilnehmer und des Managements in einer einzelnen Fallstudie überprüft werden. Folglich kann die Überprüfung der aus dem gestaltungsorientierten Paradigma erwachsenden Erfordernis der Nutzenstiftung die Daten und Ergebnisse liefern, die ebenso Kriterien der verhaltensorientierten Forschung genügen. Darüber hinaus entsteht hierdurch die Chance, Ergebnisse sowohl verhaltensorientiert als auch gestaltungsorientiert in unterschiedlichen Publikationsmedien darzustellen, letztere beispielsweise in stärker ingenieurwissenschaftlich ausgerichteten Zeitschriften und Konferenzen. Eine ganzheitliche Publikation, die beide Aspekte berücksichtigt, kann vermutlich aber den größten Einfluss auf Wissenschaft und Praxis erzielen.

Chancen der gestaltungsorientierten Wirtschaftsinformatik

Gerade die Kombination aus gestaltungsorientierter und verhaltensorientierter Wirtschaftsinformatik eröffnet Chancen und mögliche Wettbewerbsvorteile für eine entsprechend ausgerichtete Forschung. Beispielsweise können die Wirkungen neuer Methoden oder Systeme in der Regel nur dann sinnvoll untersucht werden, wenn diese zunächst als Prototyp gestaltet werden. Durch den Prototyp können dann Daten und Ergebnisse generiert werden, die auch für eine verhaltensorientierte Auswertung zur Verfügung stehen. Folglich erwächst durch die gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik ein Wettbewerbsvorteil auch für die verhaltensorientierte Forschung, da hierdurch innovative und neuartige Daten überhaupt erst ermöglicht werden. Dabei bietet sich eine Bildung von Teams mit komplementären, gestaltungs- und verhaltensorientierten Fähigkeiten der einzelnen Teammitglieder an wie es zum Beispiel bei den Lebens- oder Naturwissenschaften üblich ist.

Die problemorientierte gestaltungsorientierte Wirtschaftsinformatik bietet aber noch weitere Chancen als Impulsgeber für die betriebswirtschaftliche Forschung. Die zunehmende Digitalisierung von Kommunikations-, Markt-, und Unternehmensprozessen führt dazu, dass viele für die Betriebswirtschaftslehre interessante und relevante Fragestellungen frühzeitig im Bereich der Wirtschaftsinformatik auftauchen. Beispielsweise mussten sich Betreiber von Consumer-to-Consumer Auktionen frühzeitig mit der Vertrauensproblematik bei Marktteilnehmern auseinandersetzen, die zur Entwicklung von Reputationsmechanismen und Empfehlungssystemen führte. Durch solche Systeme wurde bereits Ende der 1990er Jahre so genannter „User Generated Content“ geschaffen. Die Wirkung von User Generated Content auf Konsumentenverhalten und Markterfolg von Unternehmen stellt mehr als ein Jahrzehnt später ein beachtetes Thema in der aktuellen Marketingforschung dar, wie sich beispielsweise anhand der hohen Anzahl entsprechender Vorträge auf der diesjährigen Marketing Science Konferenz zeigt.

Die Wirtschaftsinformatik kann daher für die Betriebswirtschaftslehre relevante Themen frühzeitig identifizieren, im Rahmen der Gestaltungsorientierung entsprechende Informationssysteme schaffen und durch den Einsatz dieser Informationssysteme innovative verhaltensorientierte Fragestellungen rigoros überprüfen. Diese Chancen einer Synthese der beiden Orientierungen sollten genutzt werden.