

HMD-Herausgeber: **Hans-Peter Fröschle**  
[hpf@i-t-consult.de](mailto:hpf@i-t-consult.de)

**Erscheinungstermin:** Oktober 2009  
**Redaktionsschluß:** 31.08.2009 (alle Beiträge druckfertig bei dpunkt)  
**Abgabetermin Autoren:** **31. Mai 2009** (3 Monate für Gutachten und Überarbeitung)  
**Überarbeitung durch Autoren:** voraussichtlich im Juli/August 2009 (nach Eingang der Gutachten)

### **Kurzgefasste Hinweise für Autoren des HMD-Hefts 269**

*Bitte beachten Sie die folgenden Eckdaten und Empfehlungen:*

1. **Erscheinungstermin und Heftumfang sind fixiert:** Daraus folgt, dass die Einhaltung der Termine und des vereinbarten Beitragsumfangs von hoher Bedeutung sind
2. **Verdeutlichen Sie sich bitte die HMD-Zielsetzung:** HMD liefert WI-Praktikern (mit guter, i.a. akademischer Vorbildung) Lösungsideen für ihre Probleme, zeigt ihnen Umsetzungsmöglichkeiten auf und informiert sie über Neues in der WI. Wissenschaftliche Erkenntnisse werden häufig eine Grundlage dafür bilden, sollen aber nicht im Mittelpunkt (eines normalen Beitrags) stehen.
3. **Alle Beiträge werden doppelt begutachtet:** Nach **Abgabe** werden die Gutachten erstellt und an Sie -auch als Grundlage für Überarbeitungen- weitergeleitet. Ein Gutachten stammt vom betreuenden Herausgeber, das andere von einem externen Gutachter, der anonym gutachtet.
4. **Die Herausgeber haben mehr Beiträge akquiriert als im Heft erscheinen können:** Das ist erforderlich, da Beiträge von den Gutachtern abgelehnt bzw. erforderliche Überarbeitungen nicht rechtzeitig eingehen oder den Auflagen nicht entsprechen können. Die Herausgeber stellen den Heftinhalt aus den (unmittelbar oder überarbeitet) angenommenen Beiträgen so zusammen, dass das Schwerpunktthema möglichst breit abgedeckt wird.
5. **Angenommene Beiträge, die keinen Platz im Heft 269 gefunden haben, erscheinen in späteren HMD-Heften** als sogenannte Außerhalb-Beiträge.
6. **Vermeiden Sie bitte inhaltliche Redundanzen:** Gehen Sie nur knapp auf die Grundlagen von Wettbewerbsfaktoren ein, weil Sie sonst Ausführungen aus dem Grundlagenbeitrag, den jedes Schwerpunktheft enthält, wiederholen und wertvollen Platz für Ihr Spezialthema verlieren! Achten Sie auch auf mögliche Redundanzen zu den weiteren Spezialthemen, soweit diese für Sie von vornherein erkennbar sind.
7. **Beachten Sie bitte die HMD-Beitragsstruktur**, die in den ausführlichen Autorenhinweisen unter <http://HMD.dpunkt.de> beschrieben ist. Insbesondere: Der vorangestellte Abstract soll keine Einführung in Ihr Thema sein, sondern über den Beitragsinhalt informieren und dem Leser eine Vorentscheidung zu Lesen / Nichtlesen ermöglichen. Da der Abstract den Beitragsinhalt zusammenfasst, erübrigen sich auch Zusammenfassung / Fazit am Beitragsende.
8. **Abstract und Inhaltsübersicht zu Beginn Ihres Beitrags** verdeutlichen dem Leser hinreichend, was ihn inhaltlich erwartet. Bitte verzichten Sie deshalb auf weitere verbale Ausführungen zum Aufbau Ihres Beitrags und zum Inhalt der einzelnen Kapitel oder Abschnitte. Trauen Sie Ihren Lesern zu, dass sie Gelesenes über 8-10 Seiten im Kopf behalten können!
9. **Literatur:** HMD-Redaktion und -Herausgeber legen Wert auf korrekte Zitierweise (mit üblichen, vollständigen Angaben); themenabhängig ist auch weiterführende Literatur für den Leser von Nutzen. Bitte verzichten Sie aber auf die im akademischen Bereich üblichen Zitate, die vorrangig belegen sollen, was der Autor schon alles gelesen hat.
10. **Herausgeber und Gutachter sind Ihnen dankbar, wenn Sie Ihre (erwünschten!) Abbildungen in den Text einbinden**, bitte mit Abbildungs-Nr. (auf die Sie im Text verweisen) und Abb.-Unterschrift. Bei der definitiven Abgabe bittet der Verlag Sie um zusätzliche Einreichung der Abbildungen in separaten Dateien (für den Fall nötiger Überarbeitungen).
11. **Bitte liefern Sie dem Verlag rechtzeitig Ihre(n) ausgefüllten Autorenfragebogen.**

*Alle o.a. Hinweise finden Sie ausführlicher unter <http://hmd.dpunkt.de/autorenrichtlinien.html>  
Verwenden Sie die vorliegende Kurzfassung als Checkliste – und beachten Sie sie bitte!*

### **HMD 269: Wettbewerbsfaktor IT (10/2009)**

Investitionen in Informations- und Kommunikationstechnologien unterliegen – besonders in wirtschaftlichen Krisenzeiten – einem zunehmenden Rechtfertigungsdruck. Der Einsatz entsprechender Technologien führt dabei nicht per se zu Umsatzsteigerungen oder Kosteneinsparungen. Wettbewerbsvorteile aus dem Technologieeinsatz lassen sich nur dann realisieren, wenn diese Technologien in geeigneter Weise in die betrieblichen Geschäftsprozesse eingebunden und somit zu wichtigen Werkzeugen für die Prozessoptimierung bzw. zur Basis neuer Geschäftsmodelle werden. Der strategische Charakter der IT als Wettbewerbsfaktor wird vor allem dann deutlich, wenn IT-Investitionen im Rahmen vorab standardisierter Geschäftsprozesse zum Einsatz kommen. Auf dieser Basis können die Unternehmen schneller von Innovationen profitieren: Veränderungen und Optimierungen an den Prozessen und an der IT-Landschaft können wesentlich schneller umgesetzt werden.

Im Rahmen des Schwerpunktheftes werden Experten aus Wissenschaft und Forschung mögliche Anwendungsfelder, Bewertungsansätze und strategische Potenziale des IT-Einsatzes analysieren. Ergänzt werden diese Analysen durch Anwendungsbeispiele aus der betrieblichen Praxis.

Hans-Peter Fröschle  
[hpf@i-t-consult.de](mailto:hpf@i-t-consult.de)