



Online-Strategieberatung

Entdecken von
Potenzialen, Anforderungen
und
Möglichkeiten im eBusiness



FORWIN: Kompetenz made in Bavaria

Im Bayerischen Forschungsverbund Wirtschaftsinformatik (FORWIN) bearbeiten zehn nord-bayerische Lehrstühle der Wirtschaftsinformatik an fünf Universitäten (Bamberg, Bayreuth, Erlangen-Nürnberg, Regensburg, Würzburg) gemeinsam Probleme, die sich aus der Kopplung der elektronischen Informationsverarbeitung (IV) über die Grenzen einzelner Betriebe hinaus ergeben. Dazu zählen eBusiness, die Abstimmung der IV zwischen Unternehmen, die in einer Lieferkette operieren (Supply Chain Management), und die Entwicklung von IV-Systemen aus Software-Bausteinen, die an ganz unterschiedlichen Stellen produziert worden sind.

FORWIN hat sich zum Ziel gesetzt, in diesem Umfeld in enger Kooperation mit einer Reihe von Unternehmen innovative Lösungen zu entwickeln und nicht zuletzt aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen in die Ausbildung einfließen zu lassen.

Geschäftsführung, Zentrale, Information

Bayerischer Forschungsverbund
Wirtschaftsinformatik
Äußerer Laufer Platz 13/15
90403 Nürnberg

Telefon: ++49 (0)911/5302-151
Telefax: ++49 (0)911/5302-149
Internet: <http://www.forwin.de>

Auf einen Blick

Kleine und mittlere Unternehmen nutzen meist noch längst nicht alle Möglichkeiten des Internets. Die Potenziale, Anforderungen, Konsequenzen und Risiken sind für sie schwer einzuschätzen und zuzuordnen. Deshalb müssen sie bei der Ermittlung der eigenen Strategie unterstützt werden. Die Kosten der Beratung und der zeitliche Aufwand dürfen dabei die zumeist begrenzten Möglichkeiten nicht übersteigen.

Ziel des Projekts Online-Strategieberatung ist die Entwicklung eines Werkzeugs, das kostengünstig einen Weg aufzeigt, der ohne Umschweife zum Ziel, d. h. zu einer integrativen eBusiness-Lösung, führt.

Status

laufende Weiterentwicklung

Kooperationspartner

IBIS Prof. Thome AG
Mergentheimer Straße 76a
97082 Würzburg

Kontakt

Dipl.-Kff. Romana Mautner
Universität Würzburg
Lehrstuhl für BWL und Wirtschaftsinformatik
Neubastr. 66
97070 Würzburg
Telefon: ++49 (0)931/3501-264
Telefax: ++49 (0)931/31-2955
eMail: mautner@forwin.de

Problemstellung

Kleinere Unternehmen können ihre Möglichkeiten und die organisatorischen Konsequenzen der Integration auf Basis des Internets nach wie vor nur schwer abschätzen. Häufig wird in diesem Zusammenhang lediglich der Aufbau einer Homepage verstanden. Doch diese verkürzte Betrachtungsweise verkennt die Chancen, die sich den Beteiligten bieten, z. B.:

- eine deutlich effizientere Gestaltung des Beschaffungsprozesses durch eProcurement,
- das Ansprechen einer großen Zahl von Kunden durch den Vertrieb über das Internet, z. B. über Online-Shops oder elektronische Marktplätze,
- die Vereinfachung der internen Abläufe sowie den Wegfall von Medienbrüchen durch Integration und Automation,
- die Möglichkeit, Restposten oder gebrauchte Maschinen und Bürogeräte über Online-Auktionen abzusetzen, oder
- Marketing und Service durch Customer-Relationship-Management (CRM) stärker an den Kunden zu orientieren.

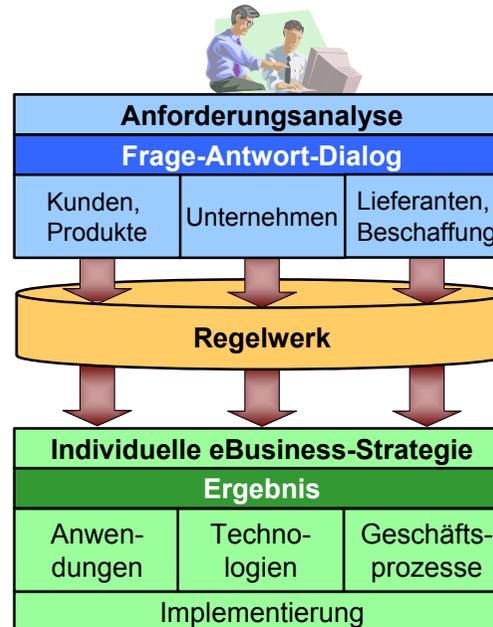
Um jedoch für den jeweiligen Anwendungsbereich die richtige Lösung finden zu können, ist neben einer individuellen Bedarfsanalyse auch das Aufzeigen eines effizienten Vorgehens zur Realisation einer solchen Lösung erforderlich.

Zur Reduktion des daraus resultierenden erheblichen Beratungsaufwands bedarf es einer deutlichen Vereinfachung und teilweisen Automatisierung des Strategie-, Technologieauswahl- und Umsetzungsprozesses.

Werkzeugbasierte Analyse

Wir haben ein Werkzeug entwickelt, das bei der Wahl der geeigneten eBusiness-Strategie, bei der Auswahl der hierzu erforderlichen Softwarelösungen sowie bei deren Einführung hilft.

In einer kurzen Analyse werden im Dialog alle erforderlichen Daten erfasst. Unmittelbar danach präsentiert das Werkzeug die Ergebnisse. Der langwierige Einsatz teurer Berater wird entscheidend



reduziert.

Abbildung: Online-Strategieberatung

Das Werkzeug deckt folgende Bereiche ab:

- Beschaffung (eProcurement),
- Vertrieb,
- Marketing und Service sowie
- Customer Relationship Management (CRM).

Vorgehensweise

Individuelle Bedarfsanalyse

Der erste Schritt der Analyse besteht in der strukturierten Erfassung der spezifischen Daten über Kunden- und Lieferantenbeziehungen, angebotene Produkte und Leistungen, zu beschaffende Güter sowie interne Prozesse.

Strategiefindung

Auf Grundlage der erfassten Daten wird mit Hilfe eines Expertensystems eine betriebswirtschaftlich fundierte und unternehmensindividuell zugeschnittene eBusiness-Strategie entworfen, welche die spezifischen Gegebenheiten bestmöglich unterstützt.

Spezifikation

Danach werden die zur Umsetzung der vorgeschlagenen eBusiness-Strategie erforderlichen Anwendungen und Komponenten identifiziert. Diese Spezifikation kann als Grundlage für ein Pflichtenheft für Auswahl und Einführung der geeigneten Software verwendet werden.

Jede Anwendung und ihre Funktionsweise wird beschrieben. Darüber hinaus wird begründet, weshalb eine Anwendung für das jeweilige Aufgabenspektrum geeignet ist und welche Kostensenkungen bzw. Ertragssteigerungen damit möglich sind.

Umsetzung

Die Herausforderung bei der Umsetzung dieser Empfehlungen liegt in der Integration der neuen Lösungen in die vorhandenen IT-Systeme. Da Informationstechnologie und Organisation sich gegenseitig bedingen, werden auch notwendige Anpassungen des Organisationsaufbaus und der Prozesse aufgezeigt.