

1 Ziele und Einsatz dieses Lehrbuches

1.1 Die frühen Phasen eines Projektes

Anwendungen der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) in Unternehmen und Verwaltungen werden meistens in Form von Projekten eingeführt oder auch verändert. Dies gilt für die interne Entwicklung von Software ebenso wie für die Auswahl und Einführung von Standardsoftware. Demnach hat auch die Erstellung und Integration von Webangeboten, wie wir sie in unseren Fallstudien behandeln, Projektcharakter. Weil IKT der Gegenstand dieser Projekte ist, müssen Projektleiter über fundierte einschlägige technische Kenntnisse verfügen. Wenn die Anwendung jedoch in Unternehmen erfolgt, die unter Wettbewerbsdruck auf diese Weise Wettbewerbsvorteile in Form von Kostenreduzierungen oder Leistungsverbesserungen erzielen wollen, müssen sich solche Projekte wirtschaftlich rechtfertigen, und ihr Erfolg muss sich an wirtschaftlichen Kriterien messen lassen. Ein Projektleiter muss daher neben technischer Sachkompetenz auch über die zur wirtschaftlichen Beurteilung und Steuerung von IKT-Projekten erforderlichen Kenntnisse verfügen.

Darüber hinaus sind soziale Kommunikations- und Führungsfähigkeiten erforderlich. Während man diese sozialen Fähigkeiten nicht anhand von Lehrbüchern und Vorlesungen erwerben kann, ist dies in Bezug auf die wirtschaftlichen Kenntnisse durchaus möglich und wird im Rahmen des Informatikstudiums an der Universität Bremen auch seit Langem versucht. Aus dieser Praxis sind zwei Lehrbücher hervorgegangen. Eines befasst sich mit der Gründung von IT-basierten Unternehmen und beschäftigt sich mit Geschäftsmodellen für ganze Unternehmen, Fragen der Rechtsform, Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen von Unternehmen u.Ä.m. Das zweite, hier vorgelegte Lehrbuch beschäftigt sich mit der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit von und in IKT-Projekten.

Nun gibt es keinen Mangel an Büchern zum Projektmanagement und auch nicht an Büchern speziell zum Management von IKT-Projekten. Fast alle Darstellungen konzentrieren sich auf die Frage, wie ein Projekt *gemanagt* werden soll. Doch selten wird die Frage behandelt, ob überhaupt ein Projekt ins Leben geru-

fen werden soll. Die strategische und wirtschaftliche Dimension des Projektes für ein Unternehmen kommt oft zu kurz. Viele Projekte beginnen mit der lösungsorientierten Konzeption des zu entwickelnden oder einzuführenden IKT-Systems. Entsprechend oft setzen auch die Projektmanagement-Phasenmodelle dort an. Die unternehmerische Entscheidung wird vorausgesetzt. Dies liegt zum Teil auch daran, dass sich die Bücher an das Management und die Softwareentwickler von Softwareentwicklungsprojekten wenden.

Externe IT-Dienstleister und Softwarehäuser steigen in der Regel mit der Erstellung von Angeboten als Antwort auf eine Kundenanfrage in ein Projekt ein. Interne Abteilungen initiieren teilweise eigene, oft aber infrastrukturbezogene Projekte und reagieren auf Ideen, die aus den sogenannten Fachabteilungen an sie herangetragen werden. Wir dagegen beginnen in diesen Fachabteilungen mit der Frage, ob es sinnvoll ist, Geschäftsprozesse unter Nutzung von IKT zu verändern. Demnach sind inhaltlich zunächst die ersten grundlegenden Ideen darüber, wie ein Bedarf oder die Lösung eines speziellen Problems zu kreieren oder zu erfüllen ist, zu hinterfragen und zu untersuchen.

Ideen sind ihrer Natur nach vage und ungewiss, doch können sie von einem Interesse sein, das eine weiter gehende Untersuchung verdient. Erweist sich eine Idee dafür als würdig, kann sie zum Gegenstand eines Projektes werden, dessen Inhalte technisch, organisatorisch und wirtschaftlich präzisiert und abgegrenzt werden müssen. Es ist zu prüfen, ob eine Projektidee in diesem erweiterten Sinn machbar ist, *bevor* ein vollständiges Entwicklungsprojekt ins Leben gerufen wird. Dahinter steht die Überlegung, dass einem offiziellen Projekt immer bestimmte personelle und finanzielle Ressourcen zugeordnet werden und diese Ressourcenzuweisung wirtschaftlich gerechtfertigt werden sollte. Auch ist es günstiger, die Machbarkeit einer Projektidee vorher grob abzuschätzen, statt mit der eigentlichen Durchführung eines Projektes zu beginnen und dann zu einem späteren Zeitpunkt festzustellen, dass die Zielsetzung nicht erreicht werden kann.

Damit also technische Ideen von Informatikern auf ihre wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit in einem Unternehmenskontext *frühzeitig* beurteilt werden können, konzentrieren wir uns in diesem Lehrbuch auf das, was ganz am Anfang eines Projektes steht: die Schaffung einer ausreichenden Informationsgrundlage, aus der sich eine berechtigte Aussicht auf einen konkreten Nutzen oder aber eine sich abzeichnende Fehlinvestition ableiten lässt. Erst am Ende dieses Prozesses steht dann die Beurteilung, ob die eigentliche Durchführung des IKT-Projektes sinnvoll erscheint oder nicht.

Konkret würde in großen Unternehmen, in denen viele Ideen konkurrieren, um als Projekt realisiert zu werden, diese Beurteilung durch eine Instanz erfolgen, die die verfügbaren Mittel auf die erfolgsträchtigen Projekte verteilt und so ein *Projektportfolio* erstellt. Das Portfoliomanagement priorisiert, koordiniert und kontrolliert die Projekte eines Unternehmens [Jenny 2009, S. 217 ff.] und stellt ein eigenständiges Projektfeld dar, das wir in diesem Buch aber nicht näher

behandeln werden. Wir betrachten in diesem Buch Unternehmen, die Projekte einzeln auf ihre technische Machbarkeit und wirtschaftliche Vorteilhaftigkeit prüfen und die man eher im Mittelstand antrifft.

1.2 Fallbasiertes Lernen

Dieses Lehrziel wird in dem Einführungskurs Wirtschaftsinformatik für Informatiker an der Universität Bremen seit einigen Jahren mit der Methode des fallbasierten Lernens zu erreichen versucht. In dem Kurs lernen die Studierenden relevante betriebswirtschaftliche Konzepte und Methoden durch die Entwicklung eines Businessplans für ein neu zu gründendes internetbasiertes Unternehmen und eines Projektplans für ein internetbasiertes Projekt in einem bestehenden Unternehmen.

Diese exemplarische Anwendung erfolgt anhand von tatsächlich existierenden Fällen, die in dem von Petra Schubert und Ralf Wölflé herausgegebenen Buch »E-Business erfolgreich planen und realisieren« bereits im Jahr 2000 in authentischen Fallbeschreibungen zusammengestellt worden sind. Jeweils drei Studierende haben die Aufgabe, sich in die Rolle des Gründers oder des Projektleiters in einem der Fallbeispiele zu versetzen und für das dort beschriebene Unternehmen einen Businessplan bzw. einen Projektplan zu erstellen, wie ihn die Gründer oder der Projektleiter vermutlich erstellt haben oder erstellt hätten, wenn sie Kapitalgeber bzw. Entscheidungsträger überzeugen mussten.

Statt eines langen allgemeinen Grundlagentextes werden in der den Projektplan betreffenden Vorlesung die erforderlichen Konzepte und Methoden des Projektstartprozesses vermittelt und an einem Fallbeispiel jeweils konkret erläutert, sodass die eigene Lernleistung darin besteht, das allgemein Gehörte und an einem Beispiel Illustrierte auf ein anderes Beispiel zu übertragen. In der begleitenden Übung stellen die Studierenden dann die Übertragung auf ihren jeweiligen Fall vor. Da insgesamt sechs oder sieben Gruppen teilnehmen, die jeweils einen anderen Fall bearbeiten, entsteht so ein über den Einzelfall hinausgehender Überblick.

1.3 Aufbau dieses Lehrbuches

Das Buch ist in acht Kapitel gegliedert.

Im ersten Kapitel beschreiben wir Ziele und Einsatz dieses Lehrbuches und geben einen Einblick in einige Fallstudien, wie sie im Rahmen der Lehrveranstaltung verwendet werden.

Da es um die Frage geht, ob eine konkrete Planung und Realisierung in Form eines Projektes überhaupt sinnvoll ist und ob sich die Kosten für ein solches Projekt lohnen, werden im zweiten Kapitel Grundlagen von Projekten und des Projektmanagements vermittelt. Neben Merkmalen, Zielen, Arten, Phasen und Prozessen von (IKT-)Projekten wird dabei auch näher auf die verschiedenen

Standards für das Projektmanagement eingegangen, die immer häufiger Gegenstand von IKT-Verträgen werden und deren Kenntnis im Rahmen der Professionalisierung des Projektmanagements von Arbeitgebern erwartet wird.

Im Anschluss an diese Einführung wird im dritten Kapitel die Ausgangssituation gekennzeichnet, aus der heraus Projekte entstehen. Dazu gehört zunächst, nicht von der Technik her, sondern aus Sicht von Geschäftsmodellen und Geschäftsprozessen zu denken. Technische Innovationen müssen als Mittel zur Umsetzung von Geschäftsmodell- oder Prozessinnovationen begriffen werden. Und diese müssen in das strategische Umfeld des jeweiligen Unternehmens passen. Eine technische Innovation, die in einem Unternehmen erfolgreich eingeführt wurde, kann in einem anderen Unternehmen derselben Branche scheitern, wenn dieses Unternehmen ein ganz anderes Geschäftsmodell bzw. eine andere Strategie verfolgt.

Im dritten Kapitel werden daher die Grundbegriffe Geschäftsprozess, Geschäftsmodell und Strategie erläutert und ein Prüfschema vorgestellt, mit dessen Hilfe untersucht werden soll, ob eine Idee für eine Innovation in ein Unternehmen passt.

Außerdem wird das Fallbeispiel eingeführt, an dem alle Ausführungen in diesem Buch jeweils illustriert werden. Es handelt sich um ein Unternehmen des Sanitärfachhandels, das seine Informations- und Kommunikationsbeziehungen zu den Installateuren als Hauptkunden durch ein Webangebot verbessern möchte.

Im vierten Kapitel werden Ideen, die den Projektanstoß liefern, behandelt. Ideen sollen als Geschäftsmodellinnovationen formuliert und eingeordnet werden. Dazu muss das jeweils bestehende Geschäftsmodell kritisch betrachtet und das Umfeld für die einzelne, neue Idee beleuchtet werden. Dies geschieht mithilfe von Methoden wie der SWOT-Analyse, in der »Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats« (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken) untersucht werden, sowie einer Wettbewerbsanalyse nach dem Five-Forces-Modell von Porter. Vor dem Hintergrund einer solchen Situationsanalyse können dann die Ziele konkretisiert werden, an denen die Idee für eine Innovation gemessen werden soll, und es kann die Strategie formuliert werden, mit der diese Ziele unter diesen Bedingungen erreicht werden sollen.

Das fünfte Kapitel ist den vorbereitenden Maßnahmen eines Projektes, sprich der Informationssammlung als solcher und ihrer Zusammenfassung in Form eines Projektmanagementplans, gewidmet. Dieser Plan dokumentiert, was Gegenstand des Projektes zur Umsetzung der Ausgangsidee werden soll. Als zentrales Dokument, das den gesamten Projektlebenszyklus hindurch fortgeschrieben, konkretisiert und aktualisiert wird, dient der Projektmanagementplan von Anfang an als Sammelbecken aller für das Projekt relevanten Informationen. Wir werden deshalb auch vorschlagen, einen Projektantrag an diesem Dokument zu orientieren.

Da zu den vorbereitenden Schritten eines Projektes bereits erste Planungsaufgaben zählen können, werden in diesem Zusammenhang auch die Projektorganisation und klassische Instrumente wie Projektstrukturplan, Netzplan und Meilensteinplan eingeführt.

Im sechsten Kapitel wird die Prüfung der technischen Machbarkeit behandelt. Dieses Kapitel fällt recht kurz aus, da diese Prüfung sehr stark vom jeweiligen Projektgegenstand abhängt und sich dazu wenig Verallgemeinerbares sagen lässt.

Ausführlich wird hingegen die Prüfung der wirtschaftlichen Vorteilhaftigkeit im siebten Kapitel dargestellt. Es behandelt den betriebswirtschaftlichen Kern und stellt verschiedene Verfahren zur Bestimmung des Projektnutzens und der Projektkosten, ergänzt um eine Risikoanalyse, dar. Eine Kostenvergleichsrechnung und eine Nutzwertanalyse werden am Beispiel der geplanten Innovation der *Santi AG* im Detail vorgestellt und illustriert.

Die Kapitel zwei bis sieben enden jeweils mit Kontrollfragen zur Überprüfung und ggf. Nachbesserung des bei der Bearbeitung erworbenen Wissens.

Im abschließenden achten Kapitel werden die in den vorangegangenen Kapiteln sukzessive erarbeiteten Teile des Projektmanagementplans bzw. Projektantrags zu einem strukturierten Dokument zusammengefasst. Die Studierenden werden gebeten, die Zusammenfassung hinzuzufügen und einen kurzen Managementreport zu erstellen. Schließlich werden ausgewählte Kontrollfragen als Multiple-Choice-Fragen für einen Abschlusstest zusammengestellt.

1.4 Verwendung in Lehrveranstaltungen

In den eigenen Kursen erhalten jeweils drei Studierende die Aufgabe, für eines der im folgenden Abschnitt 1.5 kurz geschilderten weiteren Fallbeispiele einen solchen Projektmanagementplan zu entwerfen. Diese Aufgabe wird in mehrere Schritte zerlegt, und Zwischenergebnisse wie eine SWOT-Analyse, ein Projektstrukturplan, ein Netzplan oder eine Nutzwertanalyse werden in der begleitenden Übung von den Studierenden vorgestellt und von den Veranstaltern kommentiert. Nach einer ggf. erforderlichen Verbesserung werden diese Elemente dann in einem Projektmanagementplan zusammengefügt, der Gegenstand der Leistungsbewertung für diesen Kurs ist.

Die Veröffentlichung eines komplexen Projektmanagementplans im achten Kapitel bietet die Versuchung, ihn als Musterlösung und Template für die Bearbeitung anderer Fälle zu übernehmen. Dies ist jedoch nicht zu empfehlen, da die Fallbeispiele unterschiedliche Schwerpunkte aufweisen und etwa die Gliederung in Aufgabenpakete oder die Kriterien einer Nutzwertanalyse auf den jeweiligen Fall zuzuschneiden sind und nicht einfach übernommen werden dürfen.

Die in den bisherigen Kursen als Ausgangspunkte verwendeten Fallbeispiele sind ursprünglich in dem erwähnten Buch von Petra Schubert und Ralf Wölflé veröffentlicht worden. Beide Autoren haben in weiteren Büchern eine Reihe von

Fallbeispielen zu ähnlichen Themen publiziert. In den eigenen Kursen wurden auch Fälle verwendet aus Schubert, Wölfle (Hrsg.): »Fulfillment im E-Business – Praxiskonzepte innovativer Unternehmen« (2001) sowie von dem Internetportal der schweizerischen Ecademy »eXperience« unter <http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf>, wo auch ältere Fallbeschreibungen aktualisiert werden.

Der in diesem Buch als Illustration verwendete Fall der Santi AG basiert auf der Fallstudie der Sanitas Troesch AG und stammt von diesem Portal (<http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/sanitas>). Die Originalfallstudie diente jedoch nur als Ausgangspunkt. Sie wurde für unsere Zwecke in großen Teilen ergänzt und an deutsche Verhältnisse angepasst, sodass Rückschlüsse auf das real existierende Unternehmen unzulässig sind.

1.5 Fallbeispiele

Der Ausgangspunkt für ein IT-Projekt kann sehr unterschiedlich sein: die Umsetzung einer technischen Idee, die Einbettung neuer Hardwarekomponenten, Anwendungsprogramme oder Utilities; es kann um den Auf-/Ausbau eines weiteren Vertriebskanals im World Wide Web gehen oder um die Umsetzung einer der vielfältigen Ideen für mobile Services im Mobilfunknetz.

Um zu vermeiden, dass das fallbezogene Lernen zu einer zu engen Fokussierung auf nur einen Projekttyp und einen Anwendungsfall führt, erscheint es sinnvoll, dass in einem Kurs insgesamt unterschiedliche *Fallbeispiele* bearbeitet und deren (Teil-)Ergebnisse ausgetauscht werden.

Zu diesem Zweck bearbeiten in den eigenen Kursen drei Studierende jeweils einen anderen Fall. Die entsprechenden Fallbeschreibungen werden der Sammlung der Schweizer Ecademy auf dem erwähnten Portal eXperience entnommen (<http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf>).

Im Folgenden wird eine Auswahl geeignet erscheinender Fallbeschreibungen vorgestellt. Die Angaben sind auf die Wiedergabe von Titel, Branche, Erstellungsdatum sowie dem Management Summary beschränkt.

Auskunfts- und Bestellsystem der EXCOM AG

Branche:

- Groß- & Einzelhandel
- EDV-Produkte

Erstellungsdatum der Fallstudie: 01.09.2000

Die Firma EXCOM bietet ihren Fachhändlern, ergänzend zum bestehenden Auskunfts- und Bestellsystem (Fax und Telefon), seit Juli 2000 eine neue E-Business-Lösung an.

Die bestehende informationsorientierte Website der EXCOM wurde in zwei Projektphasen durch eine neue E-Business-Lösung ersetzt. Diese neue Lösung

beinhaltet sowohl den bisherigen Informationsteil für Endkunden als auch einen für Fachhändler reservierten B2B E-Commerce-Teil. In diesem können autorisierte Fachhändler der EXCOM Preis- und Verfügbarkeitsinformationen beziehen sowie das gesamte Produktsortiment der EXCOM direkt interaktiv bestellen.

Das auf dem Produkt InterShop 4 basierende Auskunfts- und Bestellsystem ist über ein spezielles Protokoll (DDXP) online mit der ERP-Business-Lösung DIAS/400 verbunden, welches die direkte Interaktion mit den internen Datenbanken ohne Medienbruch oder Filetransfer erlaubt.

Der Kunde profitiert dabei von den topaktuellen Informationen betreffend Lagerbeständen, Preisen, Status der Reparaturen und Bestellungen, etc. Die aufgegebenen Bestellungen fließen ohne Zeitverzug in die internen Prozesse und garantieren optimale Durchlaufzeiten und ein Minimum an administrativem Aufwand.

Aus: Knechtli, Hanspeter: Fallstudie EXCOM, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf (Hrsg.), E-Business erfolgreich planen und realisieren – Case Studies von zukunftsorientierten Unternehmen, München/Wien: Hanser Verlag, 2000, S. 133–146.
<http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/excom>

Otto Fischer AG: E-Shop im Elektrofachhandel

Branche:

- Groß- & Einzelhandel
- Elektromaterial
- Großhandel

Erstellungsdatum der Fallstudie: 01.09.2000

Die E-Business-Lösung der Otto Fischer AG – ein Online-Shop – ist eine B2B-Applikation im Elektrofachhandel. Sie demonstriert auf vorbildliche Weise, wie man die »alte« und die »neue Welt« der Informationssysteme (ERP und Website) vollständig integrieren kann. Dem CRM-Primat der Kundenzufriedenheit folgend, bietet sie eine neue Schnittstelle, die den Kunden seine persönliche Präferenz der Kommunikationsbeziehung frei wählen lässt. Hohe Innovationsbereitschaft und die Übernahme der Verantwortung für das Internet-Projekt durch die Geschäftsleitung waren Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung.

Aus: Schubert, Petra: Fallstudie Otto Fischer AG, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf (Hrsg.), E-Business erfolgreich planen und realisieren – Case Studies von zukunftsorientierten Unternehmen, München/Wien: Hanser Verlag, 2000, S. 27–42.
http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/otto_fischer

Die elektronische Produktdatenbank der Osram AG als Basis des elektronischen Produktkatalogs

Branche:

- Elektro-/Elektronikindustrie/Optik
- Lichtquellen und Beleuchtungsmittel

Erstellungsdatum der Fallstudie: 01.09.2003

Die Osram AG in Winterthur vertreibt Osram Lichtquellen und die dazugehörige Elektronik in der Schweiz. Im Mittelpunkt der hier beschriebenen Lösung stehen der Aufbau einer zentralen Produktdatenbank und die crossmediale Erstellung eines Produktkatalogs für Print, E-Shop, CD-ROM und diverse Sonderformate. Dabei findet auch eine externe Integration zum Produktdatenaustausch mit einigen Schlüsselkunden statt. Das gut funktionierende System zeichnet sich durch einen schnellen ROI aus.

Aus: Wörndl, Wolfgang: Fallstudie Osram AG, Winterthur, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf; Dettling, Walter (Hrsg.): E-Business Integration – Fallstudien zur Optimierung elektronischer Geschäftsprozesse, München/Wien: Hanser Verlag, 2003, S. 193–206.

<http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/osram>

Integration zwischen Auftragsbearbeitung und E-Shop bei der Permashop AG

Branche:

- Sonstiges verarbeitendes Gewerbe
- Merchandising

Erstellungsdatum der Fallstudie: 08.08.2004

Die PERMASHOP AG in Niederdorf ist ein Unternehmen, das auf das Merchandising von Fanartikeln spezialisiert ist. Der E-Shop ist ein wichtiger Absatzkanal für das B2C-Geschäft. Aufgrund der nahtlosen Integration zwischen ERP-System (Auftragsbearbeitung) und E-Shop-Modul können die eingehenden Bestellungen effizient im Backoffice abgewickelt werden. Die gesamte Software wurde von der Firma ABACUS aus einer Hand bezogen. Der Betrieb des Shops erfolgt durch ABACUS (ASP-Lösung), was die Kosten für die Informatik sowohl besser planbar als auch vergleichsweise günstig macht.

Aus: Schubert, Petra: Fallstudie »Permashop«, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf; Dettling, Walter (Hrsg.) (2004): E-Business mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware – Einsatz von Business Software in der Praxis, München/Wien: Hanser Verlag, 2004, S. 63–76.

http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/permashop_abacus

John Handels GmbH & Co. KG: Automatisierte Auftragserfassung

Branche:

- Groß- & Einzelhandel
- Lieferant für Großhandelsketten
- Herstellung von Bällen

Erstellungsdatum der Fallstudie: 01.09.2008

Die Firma John Handels-GmbH & Co. KG beliefert mit ihrem Produktsortiment, das hauptsächlich aus Bällen besteht, nahezu alle großen deutschen Handelsketten. Täglich gehen Aufträge zahlreicher Filialen ein und müssen nach der Überprüfung der einzelnen Bestellposten schnellstmöglich in das ERP-System Semiramis übernommen werden, um den Liefervorgang anzustoßen. Für diese Herausforderung wurde ein semi-automatischer Prozess entwickelt, mit dem es möglich ist, die Auftragsdaten über eine EDI-Schnittstelle schnell und einfach in Semiramis zu übernehmen.

Aus: Richter, Alexander: John Handels GmbH & Co. KG. Automatisierte Auftragserfassung. In: Wölfle, Ralf; Schubert, Petra (Hrsg.): Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software, Wien: Hanser Verlag, 2008.
http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/johnhandels_softm

EDEKA Minden-Hannover: Elektronische Rechnungsübermittlung

Branche:

- Groß- & Einzelhandel
- Lebensmittelhandel

Erstellungsdatum der Fallstudie: 30.08.2007

Die EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH (im Weiteren EDEKA) ist Marktführerin in ihrem Absatzgebiet und die bedeutendste EDEKA-Regionalgesellschaft. Innerhalb der EDEKA-Gruppe ist sie der Treiber bei Innovationen. Das Unternehmen wird durch eine Vielzahl an lokalen Lieferanten mit Produkten für den Einzelhandel beliefert. Die Rechnungslegung der Lieferanten erfolgte bis 2006 auf Basis von Papier über den Postweg. Der interne Prozess bei EDEKA war kompliziert, mehrstufig und für die Lieferanten nicht einsehbar. Mit Einführung einer neuen Lösung erfolgt die Rechnungsübermittlung vollautomatisch auf elektronischem Weg und stellt sich für die Lieferanten der EDEKA transparent dar. Der Prozess ist für Lieferanten und für die EDEKA kostengünstiger und die Prozessdurchlaufzeiten konnten verkürzt werden.

Aus: Dannecker, Achim; Lechner, Ulrike: Fallstudie EDEKA Minden-Hannover: Elektronische Rechnungsübermittlung. In: Wölfle, Ralf; Schubert, Petra (Hrsg.): Business Collaboration – Standortübergreifende Prozesse mit Business Software,

München: Hanser Verlag, 2007, S. 177–190.

http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/edeka_1stbp

Fresh & Frozen Food: B2B-Integration in der Lebensmittelbranche

Branche:

- Groß- & Einzelhandel
- Lebensmittel

Erstellungsdatum der Fallstudie: 26.08.2005

Als Zwischenhändler von hochwertigen Convenience- und Tiefkühl-Produkten in der Lebensmittelbranche beliefert Fresh & Frozen Food unter anderem die großen Schweizer Detailhandelshäuser. Damit täglich die gewünschten Produkte in den Detailhandelsfilialen angeboten werden können, müssen zahlreiche Dokumente zwischen Empfänger und Lieferanten ausgetauscht werden. EDI (Electronic Data Interchange) unterstützt und automatisiert die Warenwirtschaftsprozesse von der Bestellung bis zur Rechnungsabwicklung. Diese Fallstudie beleuchtet, wie die neuen, integrierten Bestell- und Lieferprozesse zwischen Fresh & Frozen Food und Coop mit EDI umgesetzt werden.

Aus: Risch, Daniel: Fallstudie »Fresh & Frozen Food: B2B-Integration in der Lebensmittelbranche«, in: Wölfle, Ralf; Schubert, Petra (Hrsg.)(2005) Integrierte Geschäftsprozesse mit Business Software, München/Wien: Hanser Verlag, 2005, S. 81–94.

http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/frozen_coop

Integration des Onlineshops in das ERP-System bei Strack AG

Branche:

- Gesundheitswesen/Medizin
- Medizinal- und Rehabilitationstechnik

Erstellungsdatum der Fallstudie: 01.09.2003

Das junge Schweizer Unternehmen Strack AG ist auf die Entwicklung und den Vertrieb von Produkten für die Medizinal- und Rehabilitationstechnik spezialisiert. Der Vertrieb und die Kundenbindung über das Internet stellen im Geschäftsmodell der Strack AG eine zentrale Komponente dar. Aus diesem Grund wurde der Entwicklung und Integration eines Onlineshops mit dem ERP-System der Firma große Bedeutung beigemessen. Die Wahl fiel dabei auf das ERP-System Business One von SAP und den dazu passenden Onlineshop Internet Sales.

Aus: Koch, Michael: Fallstudie Strack AG, in: Schubert, Petra; Wölfle, Ralf; Dettling, Walter (Hrsg.): E-Business Integration – Fallstudien zur Optimierung elektronischer Geschäftsprozesse, München/Wien: Hanser Verlag, 2003, S. 179–192.

<http://de.experience-online.ch/cases/experience.nsf/volltext/strack>