

**Veranstaltung
Pr.-Nr.: 10 1023 V**

**Wirtschaftsinformatik für
Wirtschaftswissenschaftler**

Informationssysteme

- Teil 2 -

**Dr. Chris Bizer
WS 2007/2008**

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Kapitel 1: Informationssysteme

- 1. Anwendungssysteme und Informationssysteme**
- 2. Arten von Anwendungssystemen**
 1. Gliederung nach Unterstützungsebene
 2. Gliederung nach Funktionsbereich
 3. Individual- versus Standardsoftware
- 3. Informationssysteme im Wandel**
- 4. Unternehmensweite Anwendungssysteme**
 1. Enterprise Resource Planning Systeme
 2. Supply Chain Management Systeme
 3. Customer Relationship Management Systeme
 4. Wissensmanagement Systeme

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

1.3. Informationssysteme im Wandel

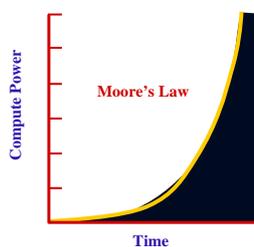
Globale Trends und ihre Implikationen auf Informationssysteme

1. Rasanter Fortschritt der Informations- und Kommunikationstechnik
2. Globalisierung der Wirtschaft
3. Zunehmende Bedeutung wissensintensiver Produkte und Dienstleistungen
4. Wandel der Unternehmensstruktur und -kultur

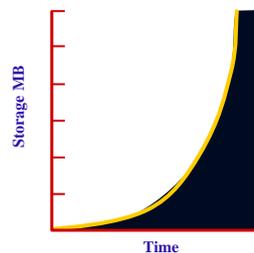
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Fortschritte der Informations- und Kommunikationstechnik

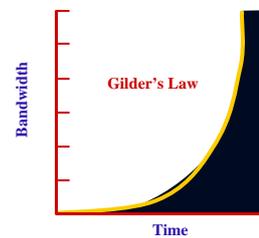
Rechengeschwindigkeiten
verdoppeln sich alle 18
Monate



Die installierte
Speicherkapazität
verdoppelt sich jährlich



Bandbreiten
verdreifachen sich
jährlich



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Internet-Zugang

Internet-Nutzer in Deutschland Entwicklung der Onlinenutzung 1997 bis 2007

Anteil in %

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Gesamt | 6,5 | 10,4 | 17,7 | 28,6 | 38,8 | 44,1 | 53,5 | 55,3 | 57,9 | 59,5 | 62,7 |
| Geschlecht | | | | | | | | | | | |
| Männlich | 10 | 15,7 | 23,9 | 36,6 | 48,3 | 53 | 62,6 | 64,2 | 67,5 | 67,3 | 68,9 |
| Weiblich | 3,3 | 5,6 | 11,7 | 21,3 | 30,1 | 36 | 45,2 | 47,3 | 49,1 | 52,4 | 56,9 |
| Alter in Jahren | | | | | | | | | | | |
| 14-19 | 6,3 | 15,6 | 30 | 48,5 | 67,4 | 76,9 | 92,1 | 94,7 | 95,7 | 97,3 | 95,8 |
| 20-29 | 13 | 20,7 | 33 | 54,6 | 65,5 | 80,3 | 81,9 | 82,8 | 85,3 | 87,3 | 94,3 |
| 30-39 | 12,4 | 18,9 | 24,5 | 41,1 | 50,3 | 65,6 | 73,1 | 75,9 | 79,9 | 80,6 | 81,9 |
| 40-49 | 7,7 | 11,1 | 19,6 | 32,2 | 49,3 | 47,8 | 67,4 | 69,9 | 71,0 | 72,0 | 73,8 |
| 50-59 | 3 | 4,4 | 15,1 | 22,1 | 32,2 | 35,4 | 48,8 | 52,7 | 56,5 | 60,0 | 64,2 |
| 60 und älter | 0,2 | 0,8 | 1,9 | 4,4 | 8,1 | 7,8 | 13,3 | 14,5 | 18,4 | 20,3 | 25,1 |
| Berufstätigkeit | | | | | | | | | | | |
| in Ausbildung | 15,1 | 24,7 | 37,9 | 58,5 | 79,4 | 81,1 | 91,6 | 94,5 | 97,4 | 98,6 | 97,6 |
| berufstätig | 9,1 | 13,8 | 23,1 | 38,4 | 48,4 | 59,3 | 69,6 | 73,4 | 77,1 | 74,0 | 78,6 |
| Rentner/nicht berufstätig | 0,5 | 1,7 | 4,2 | 6,8 | 14,5 | 14,8 | 21,3 | 22,9 | 26,3 | 28,3 | 32,0 |

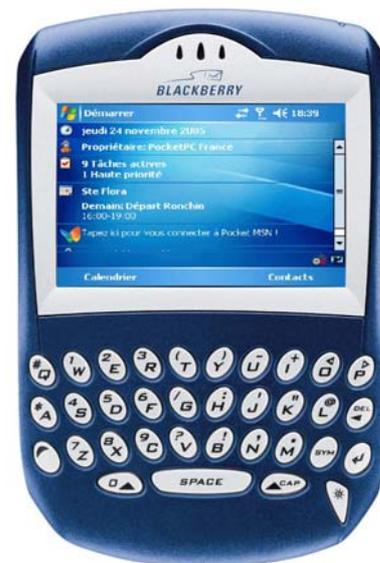
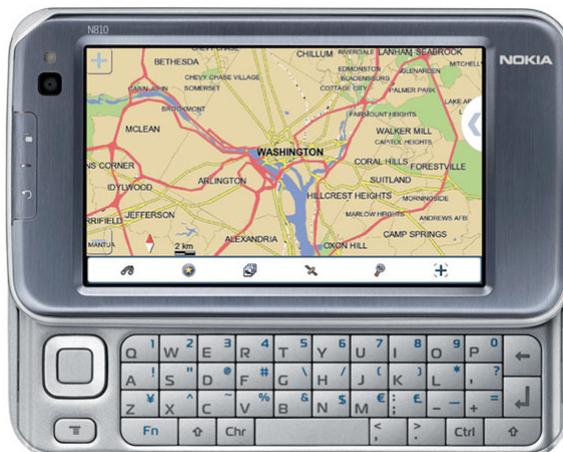
Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998 - 2007

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Mobiler Internet-Zugang

- Größere Bandbreiten: GPRS, UMTS, WLAN
- Leistungsstärkere Endgeräte



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Implikationen für das Unternehmen

- **Erhöhung der Rechenleistung und Speicherkapazität ermöglicht die Verarbeitung immer größerer Informationsmengen.**
 - Data Mining auf Kundendaten
 - Entscheidungsunterstützung mittels mathematische Optimierung, Simulation, Bildverarbeitung
- **Verbesserung der Kommunikation mit den Kunden**
 - E-Commerce und Online-Support
 - Neue Produkte: Skype, YouTube, Google Earth, Mass-Customization, mobile Dienste vor Ort
- **Verbesserung der Kommunikation mit Mitarbeitern und Lieferanten**
 - Globale Supply Chains
 - Neuartige Organisationsformen und Unternehmenskooperationen
- **Herausforderung**
 - Hohes Innovationstempo erfordert schnellere Anpassung an technologische Entwicklungen (z.B. Phillips Car Electronic)
 - Gefahr Wettbewerbsvorteile zu verlieren (z.B. Reputation durch Online-Bewertungen)
 - Gefahr durch neue Produkten aus dem Markt gedrängt zu werden (z.B. Musikindustrie, Google Docs versus Microsoft Office)

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Globalisierung

- **Triebkräfte der Globalisierung**
 - Liberalisierung des Welthandels
 - sinkende Transportkosten, hoch effiziente (Container) Logistik
 - verbesserte Kommunikation
- **Folgen für die Unternehmen:**
 - Globale Wertschöpfungsketten und Unternehmensnetzwerke
 - Teile für elektrische Zahnbürste kommen aus 18 Ländern, Call-Center in Indien
 - Wettbewerb auf Weltmärkten
 - Möglichkeit zum Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen auf neuen Märkten
 - Neue Wettbewerber und höherer Wettbewerbsdruck erfordern rasches Reagieren auf Änderungen im betrieblichen Umfeld.
- **Folgen für Informationssysteme**
 - Zwang zur Rationalisierung führt zu einer immer höherer IT-Durchdringung aller betrieblichen Kernprozesse (siehe: Unternehmensweite Anwendungssysteme).
 - Steigende Anforderungen an die Flexibilität und zwischenbetriebliche Integrationsfähigkeit von Informationssystemen (Lösungsansatz: Web Services).

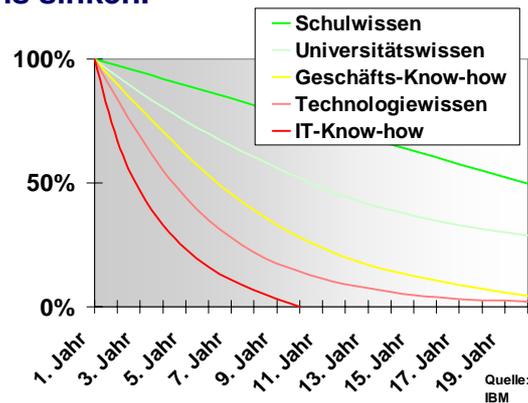
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Wissensintensive Produkte und Dienstleistungen

- Zunehmende Bedeutung wissensintensiver Produkte und Dienstleistungen.
- Wissen wird zur zentralen produktiven und strategischen Ressource im Wettbewerb mit Niedriglohnländern.
- Die Halbwertzeiten des Wissens sinken.

■ Implikationen für Informationssysteme

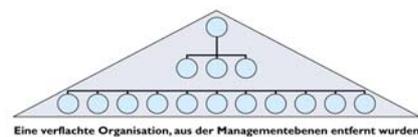
- Verstärkter Fokus auf Wissensmanagementsysteme
- Verstärkter Fokus auf Systeme zur Personalentwicklung
- Trend zu unternehmensweiten Systemen mit integrierter Datenbasis



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Wandel der Unternehmensstruktur und -kultur

- Trend zu
 - flacheren Organisationsstrukturen
 - Dezentralisierung
 - Übertragung von Verantwortung an Ausführende
 - Standortunabhängigkeit
 - Unternehmensübergreifende Kooperation und Teamarbeit



■ Implikationen für Informationssysteme

- Fokus auf Erleichterung des Informationszugangs für Mitarbeiter und Kooperationspartner
 - Unternehmensportale, Intranets, Extranets
 - Informationsaustausch entlang der Supply Chain
- Unterstützung standortunabhängiger Gruppenarbeit
 - Externer Zugriff auf das Unternehmensnetzwerk (Laptop, PDA)
 - Groupware, Wiki-Systeme

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Folge: Entstehung des vernetzten Unternehmens



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

1.4. Unternehmensweite Anwendungssysteme

- **Wettbewerb zwingt Unternehmen zur Optimierung aller Geschäftsprozesse.**
- **Erfolgreiche Unternehmen kennzeichnet:**
 - Kunde steht im Mittelpunkt
 - Produkte und Dienstleistungen höchster Qualität
 - flache, dezentrale, flexible Organisationsstrukturen
 - höchste Beachtung der eigenen Mitarbeiter
 - Einsatz modernster IT sowohl unternehmensweit als auch zur Vernetzung Kunde-Firma-Lieferant.
- **Problem: Dem entgegen steht oft eine auf den Funktionsbereich oder die Abteilung ausgerichtete Denkweise.**

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Problem: Abbildung der funktions-orientierten Denkweise in Informationssystemen



- Folge: Großunternehmen haben oft hunderte unterschiedlicher Informationssysteme gleichzeitig im Einsatz (Insellösungen, Systemwildwuchs).
- Hieraus ergeben sich folgende Probleme:
 - Informationsaustausch zwischen den Anwendungssystemen oft schwierig
 - Dateninkonsistenzen
 - Fragmentierung und Verlangsamung von Geschäftsprozessen
 - Pflege und Wartung der unterschiedlichen Systeme ist kompliziert und teuer

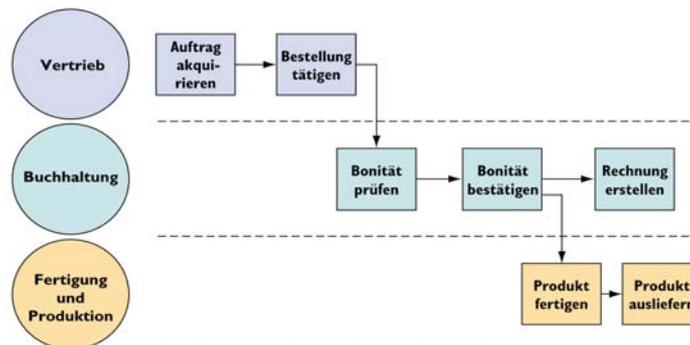
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Lösungsansatz: Denken in Geschäftsprozessen über Funktionsgrenzen hinweg

■ Definition: Geschäftsprozess

Eine Folge logisch zusammenhängender Aktivitäten, die für das Unternehmen einen Beitrag zur Wertschöpfung leisten, einen definierten Anfang und ein definiertes Ende haben, wiederholt durchgeführt werden und sich in der Regel am Kunden orientieren.

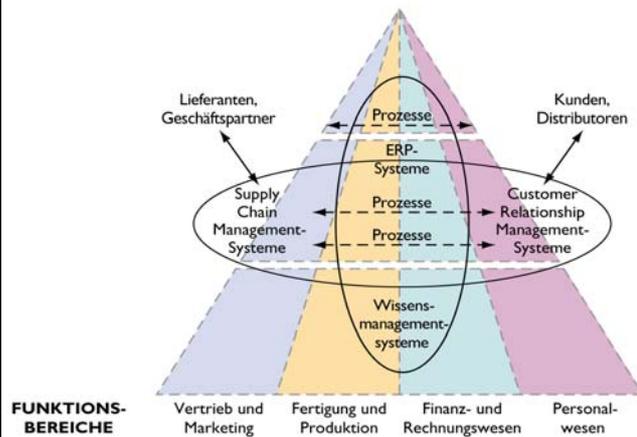
■ Beispiel: Auftragsbearbeitungsprozess



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Unternehmensweite Anwendungssysteme

Unternehmensweite Anwendungssysteme automatisieren Geschäftsprozesse, die mehrere Geschäftsfunktionen und Organisationsebenen sowie externe Geschäftspartner und Kunden umfassen können.



- Enterprise Resource Planning Systeme (ERP)
- Supply Chain Management Systeme (SCM)
- Customer Relationship Management Systeme (CRM)
- Wissensmanagementssysteme (KM)

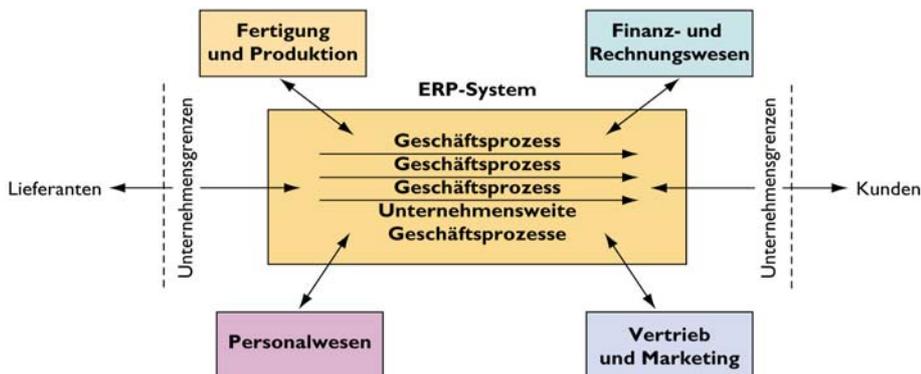
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

1.4.1. Enterprise Resource Planning Systeme

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Enterprise Resource Planning Systeme

Unternehmensweites Anwendungssystem, das alle zentralen Geschäftsprozesse eines Unternehmens in einem einzigen Softwaresystem integrieren und so den reibungslosen unternehmensweiten Informationsaustausch ermöglicht.

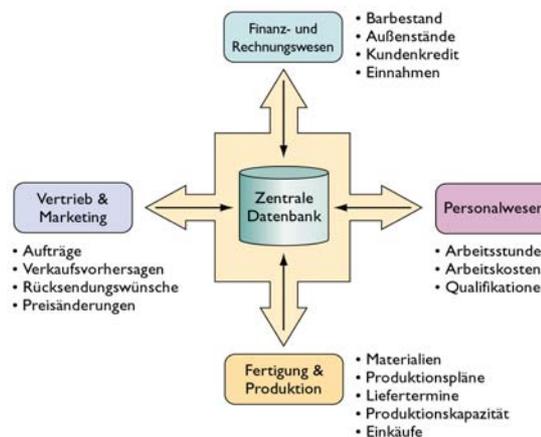


- ERP Systeme konzentrieren sich meist primär auf interne Prozesse.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Architektur eines ERP Systems

- ERP Systeme bestehen aus mehreren Softwaremodulen und einer zentralen Datenbank.



- Vorteile der zentralen Datenhaltung:
 - unterschiedliche Geschäftsprozesse und Funktionsbereiche können Daten unternehmensweit gemeinsam nutzen.
 - Vermeidung von Dateninkonsistenzen und Synchronisationsproblemen.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Marktüberblick ERP Softwarehersteller

■ ERP Markt weltweit: 25 Milliarden Dollar (2003)

| Enterprise-Resource-Planning-Software - Marktanteile in Deutschland 2006 nach Umsatz. Quelle: Gartner. | |
|--|----------------------------------|
| Hersteller | Umsatz (Marktanteile in Prozent) |
| 1. SAP | 54,8 |
| 2. Infor | 5,5 |
| 3. Microsoft | 3,8 |
| 4. Sage Software | 2,9 |
| 5. Oracle | 0,9 |
| 6. Exact Software | 0,7 |
| 7. IFS | 0,4 |
| 8. Lawson | 0,4 |
| 9. Agresso | 0,3 |
| 10. Hyperion | 0,3 |

■ Trends im ERP Markt (Computerwoche 9/2007)

- derzeit Investitionen von Handel, Banken und Versicherungen, öffentlicher Hand
- Mittelstand ist wichtiger Wachstumstreiber
- hohe Nachfrage nach Modulen für Fertigungsfeinplanung und Recruitment sowie Portallösungen für den Web-Zugriff.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel: SAP

■ Deutsches Unternehmen mit Stammsitz in Walldorf



- Mitarbeiter: 41.900
- Umsatz: 9,4 Milliarden Euro (2006)
- Entwicklungslabors unter anderem in Palo Alto (USA), Tokio, Bangalore (Indien) und Sophia Antipolis (Frankreich) sowie in Berlin, Karlsruhe und Saarbrücken.
- **Produktportfolio:**
 - SAP ERP 6.0 (Nachfolger von SAP R/3, R/3 Wartung noch bis 2009)
 - SAP SCM, SAP CRM (Zusatzmodule zu ERP 6.0)
 - SAP Business All-in-One, SAP Business One (Mittelstandsprodukte)
 - SAP for Retail, SAP for Banking, ... (25 Branchenlösungen)
- **21.600 Betriebe mit 13 Millionen Nutzern setzen weltweit SAP ein (2004).**

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

SAP ERP 6.0 Solution Map



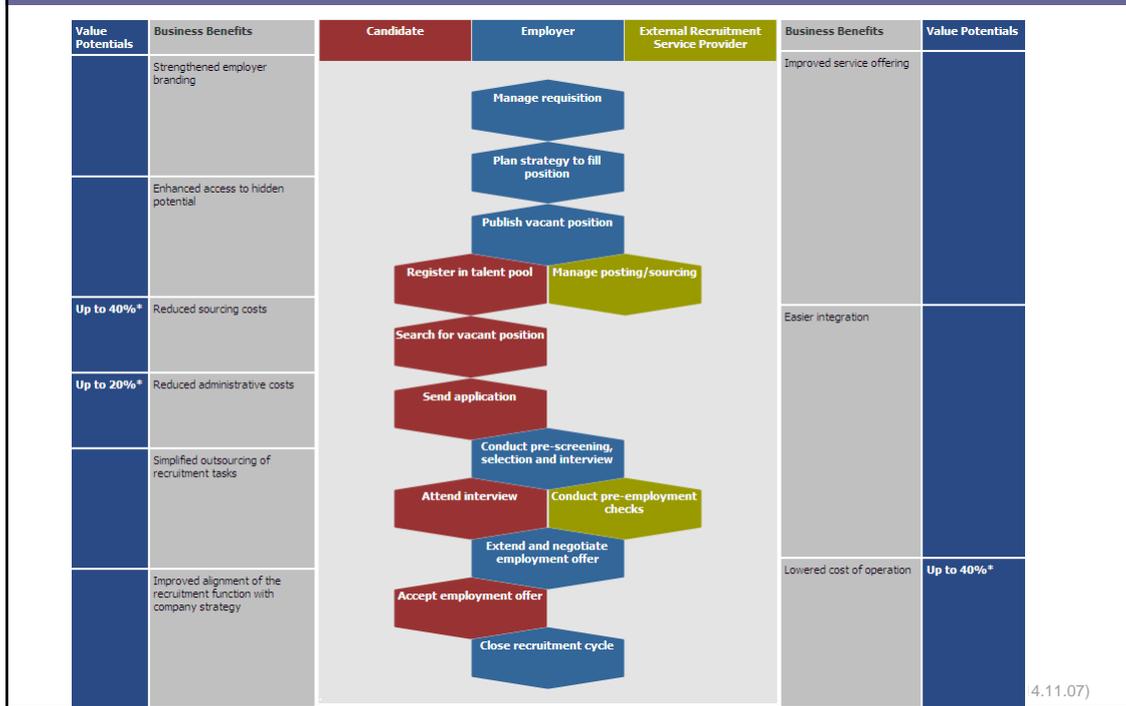
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

SAP ERP 6.0: Human Capital Management



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

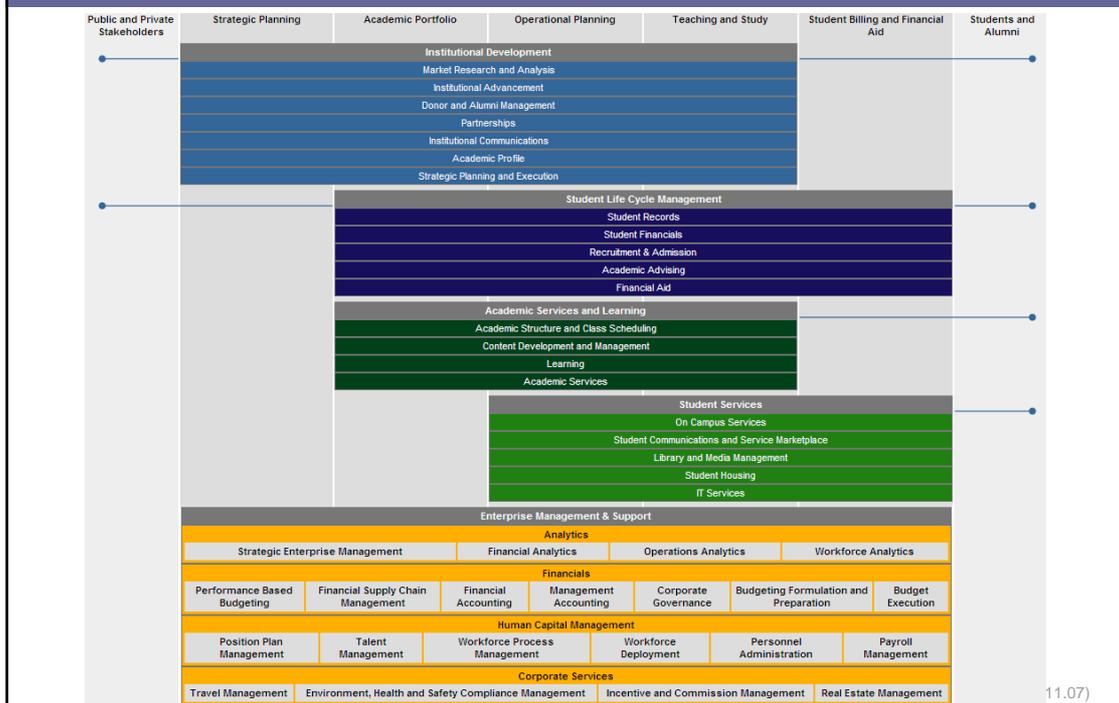
Business Scenario Map: Recruitment



SAP Screenshot: Bestellung Anlegen

Freie Universität Berlin – Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

SAP Solution Map: Higher Education (Branchenlösung)

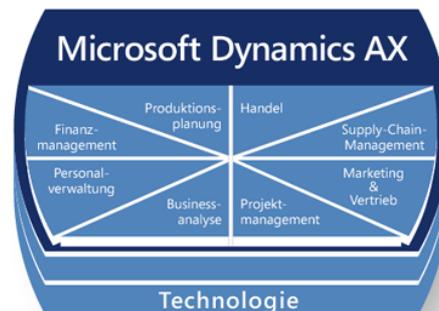


Fallstudie: SAP Einführung bei der Bayer AG

- Bayer AG führte weltweit im Konzern SAP R/3 ein
- vor der Einführung von R/3 arbeitete das Unternehmen mit ca. 350 unterschiedlichen Anwendungssystemen
- gemeinsam mit der SAP wurde ein aufwendiges Customizing von R/3 vorgenommen, um die spezifischen Anforderungen von Bayer zu erfüllen
- insgesamt arbeiteten weltweit ca. 1.200 Bayer IT-Mitarbeiter an der Umstellung auf R/3
- während und nach der Umstellung mussten ca. 50.000 Bayer-Mitarbeiter/innen an R/3 geschult werden und dabei auch die neu gestalteten Geschäftsprozesse kennenlernen
- Dauer der Umstellung: 1998-2004
- Aufwand: ca. 1,3 Milliarden €
- nach der Einführung von R/3 gibt es neben R/3 nur noch wenige andere Anwendungssysteme, alle mit einheitlichen Schnittstellen zu R/3.

Fallstudie: Microsoft Dynamics AX

- **Berliner Firma mit 30 Mitarbeitern, die Spezial-Laser für Forschung und Mikroskopie herstellt.**
- **Bisherige Softwarelandschaft**
 - viele Excel-Tabellen und Makros
 - sowie Buchhaltungssoftware
- **Microsoft Dynamics Einführung**
 - **Module: Buchhaltung, Materialwirtschaft, Kontaktverwaltung**
 - **Zusammen mit externer Unternehmensberatung**
 - **Projektkosten: ca. 150 000 Euro**



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Gründe für die zunehmende Verbreitung von ERP Systemen

- **Konsistente, unternehmensweite Datenbasis**
 - keine Synchronisationsprobleme zwischen verschiedenen Systemen
- **Einheitliche technische Plattform**
 - weniger Wartungsaufwand
- **Hohe Funktionalität und Qualität**
 - nicht erreichbar mit Individualentwicklung
- **Einführung zwingt zur Analyse bestehender Geschäftsprozesse und Organisationsstrukturen**
 - Vereinheitlichung der Organisationsstrukturen
 - System gibt effiziente kundenorientierte Geschäftsprozesse vor
- **Weiterentwicklung des Systems durch die Erfahrungen und Anforderungen einer Vielzahl von Unternehmen**

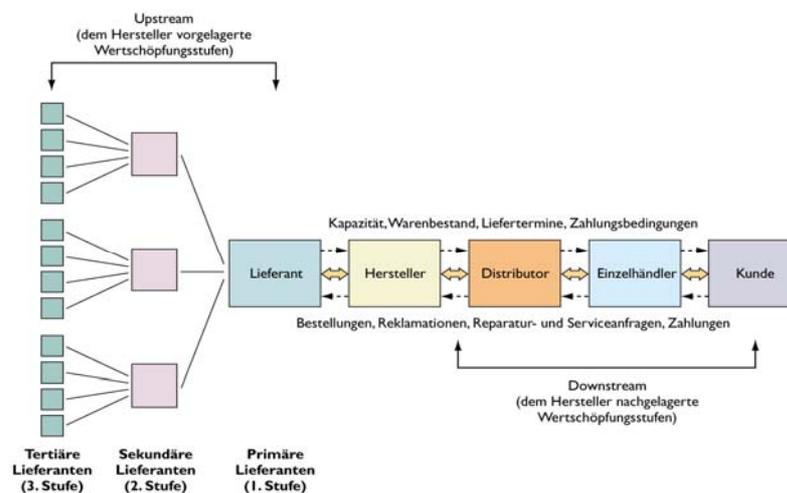
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

1.4.2. Supply Chain Management Systeme

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Supply Chain (Lieferkette)

Netzwerk von Unternehmen und Geschäftsprozessen, das zur Materialbeschaffung, zur Umformung der Rohmaterialien in Zwischenprodukte oder fertige Produkte und zur Verteilung der fertigen Produkte an die Kunden dient.



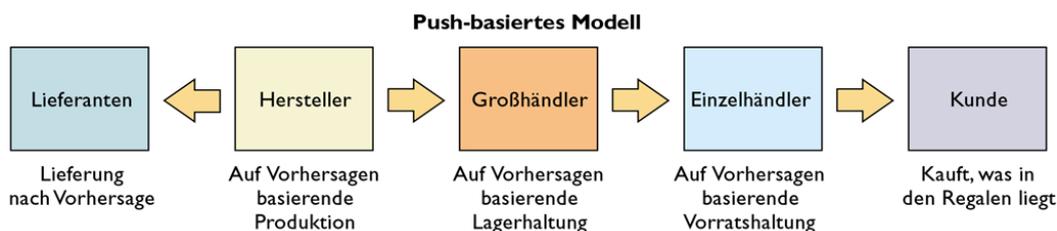
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Herausforderungen im Bereich Supply Chain

- **Globalisierung**
 - Verlängerung der Lieferketten auf interkontinentale Entfernungen
 - Dynamisierung der Lieferketten durch größere Anzahl möglicher Lieferanten
- **Dynamisierung der Märkte**
 - Kürzere Produktlebenszyklen
 - Erhöhung der Komplexität und Dynamik der Lieferketten
- **Gestiegene Kundenanforderungen**
 - Zwang zu hoher Qualität
 - Zwang zu schneller Auftragserledigung
- **Konkurrenzdruck**
 - Zwang zur Kostenreduktion
 - Ansatzpunkte
 - Effizienzsteigerung bei operativen Prozessen
 - Verbesserung der Planung über Unternehmensgrenzen hinweg

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

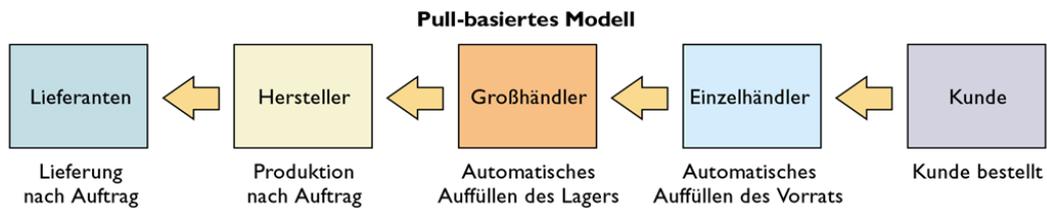
Push-Lieferkettenmodelle



- **Beispiele: Konsumprodukte in Supermärkten und Tankstellen**
- **Eigenschaften der Lieferkette**
 - vorhersehbarer Bedarf
 - lange Produktlebenszyklen
 - häufig geringe Gewinnspannen
- **Lieferkettenstrategie**
 - Effizienzsteigerung durch Koordinieren von Aktivitäten über Unternehmensgrenzen hinweg, um den vorhersehbaren Bedarf bei minimaler Lagerhaltung und minimalen Kosten zu erfüllen.
 - Ziel: Just-in-Time Lieferkette mit minimaler Lagerhaltung, wobei die Komponenten genau zu dem Zeitpunkt eintreffen, zu dem sie gebraucht werden und fertige Produkte versendet werden, sobald sie das Fließband verlassen.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Pull-Lieferkettenmodelle



- **Beispiele: komplexere, teure Investitionsprodukte z.B. Maschinen, Autos**
- **Eigenschaften der Lieferkette**
 - eher nicht vorhersehbarer Bedarf
 - kürzere Produktlebenszyklen
 - höhere Gewinnspannen
- **Lieferkettenstrategie**
 - reaktive Lieferkette
 - größerer Lagerpufferbestand, der strategisch verteilt wird, um Auftragsvorlaufzeiten zu minimieren und Auftragserfüllungsquoten zu maximieren.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Supply Chain Management

Unter Supply Chain Management versteht man Ansätze zur unternehmensübergreifenden Koordination der Material-, Informations- und Zahlungsflüsse über die gesamte Lieferkette.

- **Ziele**
 - Lieferanten, Hersteller und Vertrieb so zu integrieren und zu steuern, dass Wirtschaftsgüter in der richtigen Menge zum richtigen Zeitpunkt produziert und zu den richtigen Orten verteilt werden.
 - Verkürzung der Lieferzeiten
 - Verringerung der eingesetzten Ressourcen, insbesondere der Lagerbestände
 - Minimierung der Systemkosten unter Einhaltung hoher Servicegrade (z.B. Lieferzeiten, max. Fehlmengen)

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Supply Chain Management Systeme

Anwendungssysteme, die den Informationsaustausch zwischen einem Unternehmen und seinen Lieferanten und Kunden automatisieren, um Planung, Beschaffung, Fertigung und Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen zu optimieren.

■ Zielen auf

- Verbesserung des Informationsflusses zwischen Unternehmen
- gemeinsame Planung über die gesamte Lieferkette hinweg

■ Man unterscheidet:

- Lieferkettenplanungssysteme (Management Ebene)
- Lieferkettensteuerungssysteme (Operative Ebene)

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Lieferkettenplanungssysteme

Anwendungssysteme, die es ermöglichen, Bedarfsvorhersagen für ein Produkt zu erstellen und Einkaufs- und Produktionspläne für die gesamte Lieferkette des Produkts zu entwickeln.

■ Funktionen

- **Bedarfsplanung**
 - basierend auf Prognosen oder Aufträgen
 - Stücklistenauflösung
- **Auftragsplanung**
 - Bestellmengen, Bestellzeitpunkte
- **Produktionsplanung**
 - z.B. Maschinenbelegung
- **Transportplanung**
 - mit entsprechender Tourenplanungssoftware können die Fahrzeuge optimal eingesetzt werden und überflüssige Fahrten reduziert werden.
- **Strategische Planung**
 - Bestimmung der optimalen Standorte von Produktionsstätten, Zentrallagern und Umschlaglagern
 - Einsatzgebiet mathematischer Optimierungssoftware

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

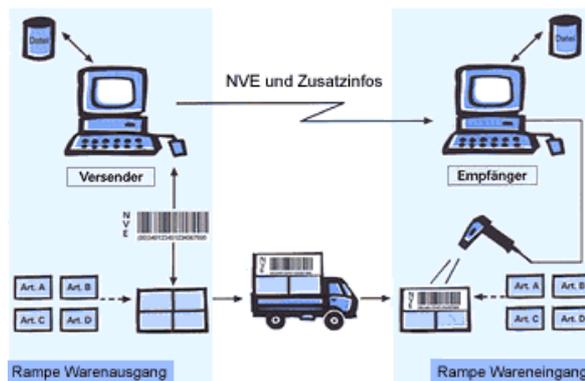
Lieferkettensteuerungssysteme

Systeme zur Verwaltung des Produktlaufs durch Verteilzentren und Lager, um sicherzustellen, dass die Produkte auf effiziente Weise an die richtigen Standorte ausgeliefert werden.

- Funktionen von Lieferkettensteuerungssystemen
 - Lagerauffüllung mittels automatisierter Bestellungen
 - Kommissionierung
 - Wareneingangskontrolle
 - Sendungsverfolgung (oft mit Web-Zugriff für Empfänger)
 - Koordination von Material und Informationsfluss
- Ziel: Effizienzsteigerung innerhalb der operativen Prozesse

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Koordination von Material und Informationsfluss



| LOGO EAN 128 Transportetikett | |
|---|---|
| NVE: | 340 25700 101360009 9 |
| EAN: | 40 25700 12345 9 |
| MHD: | 31.12.97 |
| Charge/Los: | 123456 |
|  (01)04025700123459(15)971231 | |
| NVE |  10013402570010136000991101123456 |

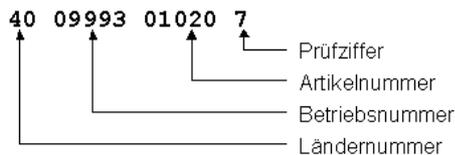
- Eindeutige Kennzeichnung von Produkten und Transporteinheiten mittels EAN oder EPC bzw. NVE Nummern.
- Erfassung dieser Nummern entlang der gesamten Lieferkette mittels Barcodes-Scannern oder RFID-Chip Lesegeräten.
- Elektronische Datenübertragung mittels standardisierter Datenformate (EDI).

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

EAN und EPC Nummern

■ EAN (*European Article Number*)

- ist ein Code, der aus 13 oder 8 Ziffern besteht und einen Produkttyp weltweit eindeutig identifiziert; **Alle Produkte eines Typs haben die gleiche EAN.**
- Vergabe der Herstellernummer erfolgt zentral und ist kostenpflichtig.
- Darstellung als Strichcode und als Ziffernfolge (EAN13):



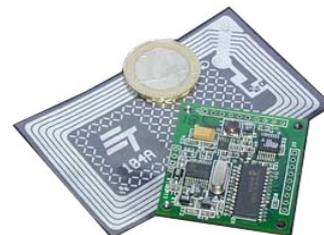
■ EPC (*Electronic Product Code*)

- künftiger Standard zur global eindeutigen Identifikation **einzelner** Produkte.
- 96-Bit-Implementierung ermöglicht die eindeutige Vergabe von > 68 Milliarden Seriennummern für jedes von > 16 Millionen Produkten eines von > 268 Millionen Herstellern.
- Metro, Tesco und Carrefour erproben den Einsatz von EPC auf RFID-Chips.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Radio Frequency Identification (RFID)

- RFID-Chips bestehen aus Transpondern (Transmitter-Responder) und können auch über größere Distanzen gelesen werden.
- Vorteile gegenüber herkömmlichen Methoden mit Barcodes
 - RFID-Chips benötigen keinen direkten Kontakt zum Scanner und können auch durch Umverpackungen hindurch gelesen werden.
 - Dank Kapselung funktionieren sie auch in staubigen o. feuchten Umgebungen.
 - mehrere RFID-Chips können gleichzeitig gelesen werden, der Vorgang läuft also schneller ab.
 - RFID-Chips können wesentlich mehr Informationen als ein Barcode speichern.
- Einsatzbereiche:
 - Sendungsverfolgung in der Logistik
 - Sicherungsetiketten in Kaufhäusern
 - Zugangskontrollen
 - Bibliotheken
 - Kfz-Maut (USA)



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

RFID Einsatz im Handel



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Electronic Data Interchange (EDI)

Austausch standardisierter Geschäftsdokumente zwischen Informationssystemen über elektronische Netzwerke.

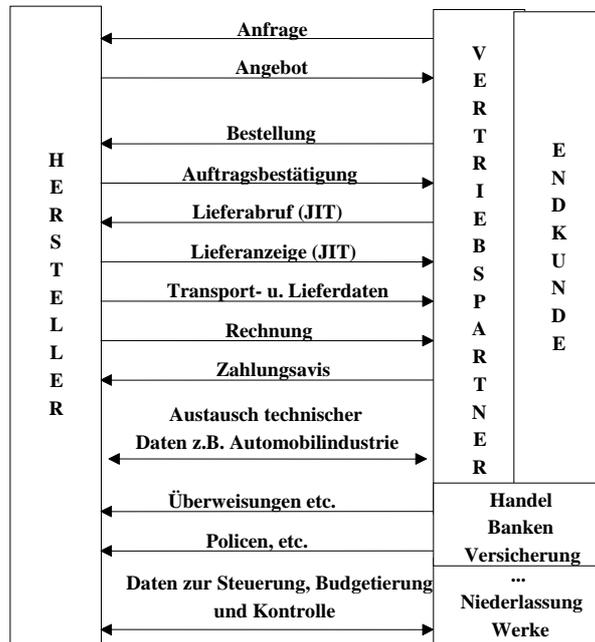
- **Hauptziel:**
 - Zeitersparnis und Verringerung der Fehlerraten gegenüber Papierdokumenten
 - JIT-Logistikstrategien sind nur durch EDI möglich
- **Schnittstellenproblematik:**
 - Unternehmen setzen verschiedene Anwendungssysteme ein (SAP, Oracle, i2, Ariba).
 - Die Systeme laufen auf heterogenen Systemplattformen (Windows, UNIX, Linux)
- **Lösung:**
 - Inhaltliche Standardisierung der ausgetauschten Geschäftsdokumente (Bestellung, Rechnung, Lieferabruf, Lieferanzeige)
 - Standardisierung von Regeln und Prozessen (Bestellung → Bestellbestätigung)
 - Standardisierung der Informationsrepräsentation (ASCII, Unicode)
 - Standardisierung der Schnittstellen (EDIFACT-Netze, HTTP, SMTP, SOAP)
- **Entwicklung**
 - 80er, 90er Jahre: EDIFACT dominiert
 - 2000+: Aufkommen neuer XML-basierter E-Business Standards

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

EDIFACT

Der EDIFACT-Standard (Electronic Data Interchange For Administration, Commerce and Transport)

- wird seit über 20 Jahren von der UN entwickelt
- legt Regeln fest, wie EDIFACT-Nachrichten zu erstellen sind:
 - d.h. der Aufbau der einzelnen Nachrichten
 - die Form, in der die jeweiligen Inhalte codiert werden müssen.
- Branchen die EDIFACT einsetzen:
 - Automobilindustrie
 - Konsumgüterindustrie
 - Chemische Industrie
 - Handel, Elektroindustrie
 - ...
- Viele ERP und SCM Systeme bieten EDIFACT Schnittstellen.



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel einer EDIFACT Nachricht

Bestellung

Firma Handels-Office
Handelsstr. 1
54321 Handelshausen

Firma Hersteller
Herstellerstr. 1
12345 Herstellerhausen

Bestell-Nummer: 12345
Bestell-Datum: 12.1.1995
Lieferdatum: 1.2.1995

| Pos. | Artikelnr. | Beschr. | Menge/ME |
|------|------------|------------|----------|
| 1 | 22222 | Slift, rot | 2 Stück |
| 2 | 44444 | Blätter | 10 Stück |
| 3 | 66666 | Halter | 1 Stück |

EDIFACT-Nachricht: ORDERS

```
UNB+UNOA:2:54321:ZZZ+12345:ZZZ+950112:1620
+1111111'
UNH+1+ORDERS:D:93A:UN'
BGM+220+12345'
DTM+137:19950112:102'
DTM+2:19950201:102'
NAD+BV+54321:ZZZ++Handels-Office+
Handelsstrasse 1+Handelshausen++54321+DE'
NAD+SU+12345:ZZZ++Hersteller+Herstellerstrasse
1+Herstellerhausen++12345+DE'
LIN+1++22222:BP'
QTY+21+2+PCE'
LIN+2++44444:BP'
QTY+21:10:PCE'
LIN+3++66666:BP'
QTY+21:1:PCE'
UNT+13+1'
UNZ+1+1111111'
```

UNB: Nutzdaten-Kopfsegment
UNT: Nachrichten-Endsegment
NAD: Name und Adresse

UNH: Nachrichten-Kopfsegment
BGM: Beginn der Nachricht
LIN: Positionsangaben
QTY: Mengenangaben
UNZ: Nutzdaten-Endsegment
DTM: Datumsangaben

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

XML-basierte E-Business Standards

- XML-basierte Dokumentenformate zum Austausch von Geschäftsdaten gewinnen zunehmend an Bedeutung.
- Einsatzbereiche beispielsweise elektronische Marktplätze und Kataloge.

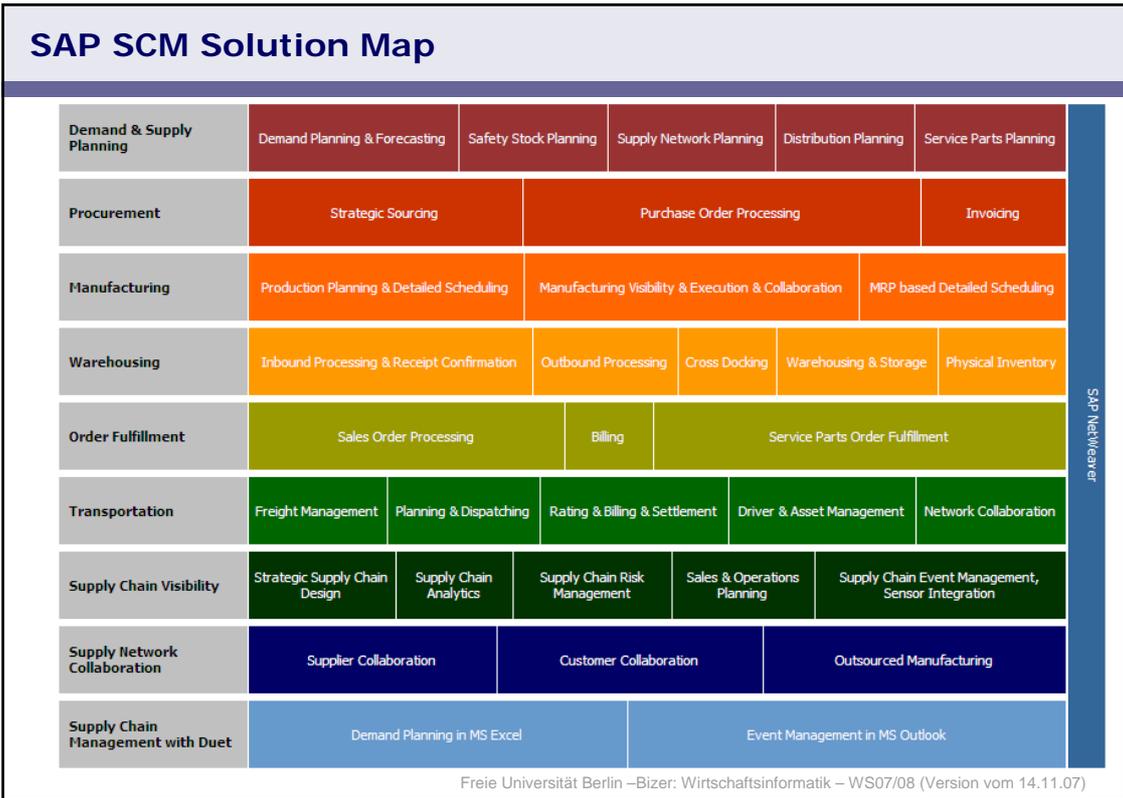
| Standardname | Identifikation | Klassifikation | Katalogdaten | Transaktionen | Prozesse |
|-----------------------|----------------|----------------|--------------|---------------|----------|
| BMEcat | | | ■ | | |
| cXML | | | ■ | ■ | |
| DATANORM | | | ■ | | |
| EAN•UCC | ■ | | | | |
| ebXML | | | | | ■ |
| eCI@ss | | ■ | | | |
| EDIFACT, EANCOM, etc. | | ■ | ■ | ■ | |
| ETIM | | ■ | | | |
| openTRANS | | | | ■ | |
| proficl@ss | | ■ | | | |
| Rosettanet | | | ■ | ■ | ■ |
| UN/SPSC | | ■ | | | |
| xCBL | | | ■ | ■ | |

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Marktüberblick SCM Softwarehersteller

| Supply-Chain-Management-Software - Marktanteile in Westeuropa 2006 nach Umsatz. Quelle: Gartner. | |
|--|----------------------------------|
| Hersteller | Umsatz (Marktanteile in Prozent) |
| 1. SAP | 30,0 |
| 2. Oracle | 9,5 |
| 3. IBS | 5,1 |
| 4. Infor | 4,6 |
| 5. i2 Technologies | 2,8 |
| 6. cc-hubwoo | 2,5 |
| 7. JDA Software | 2,4 |
| 8. Lawson | 2,2 |
| 9. Ariba | 2,2 |
| 10. Kewill | 1,8 |

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)



1.4.3. Customer Relationship Management

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Customer Relationship Management (CRM)

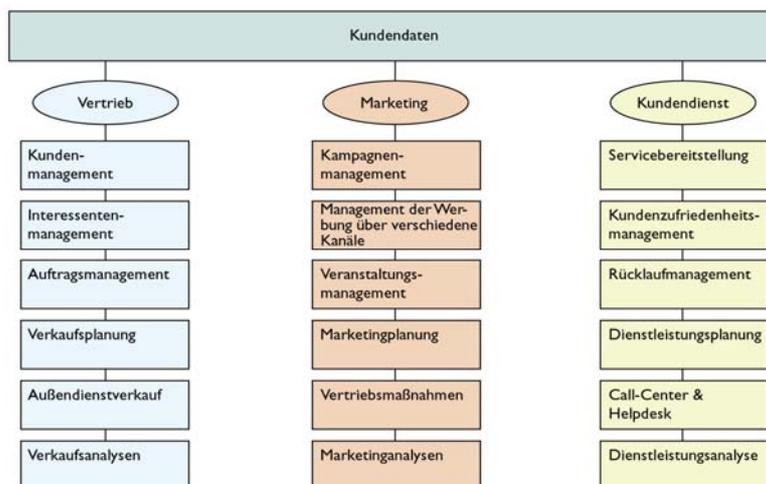
CRM ist eine kundenorientierte Unternehmensphilosophie, die mit Hilfe moderner Informations- und Kommunikationstechnologien versucht, auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen durch ganzheitliche und individuelle Marketing-, Vertriebs- und Servicekonzepte aufzubauen und zu festigen.

- **Grundphilosophie: *Der Kunde steht im Mittelpunkt***
 - Versus „Kunde als Störfaktor“ und „Service-Wüste Deutschland“
 - Erfordert oft Wandel der Unternehmenskultur
- **Ziele von CRM**
 - **Kundenselektion:**
Welche Kunden sind auf Dauer meine profitabelsten?
 - **Kundenbindung:**
Was muss ich tun, um profitable Kunden langfristig an mein Unternehmen zu binden?
 - **Kundengewinnung:**
Wie kann ich neue profitable Kunden auf Dauer gewinnen?

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

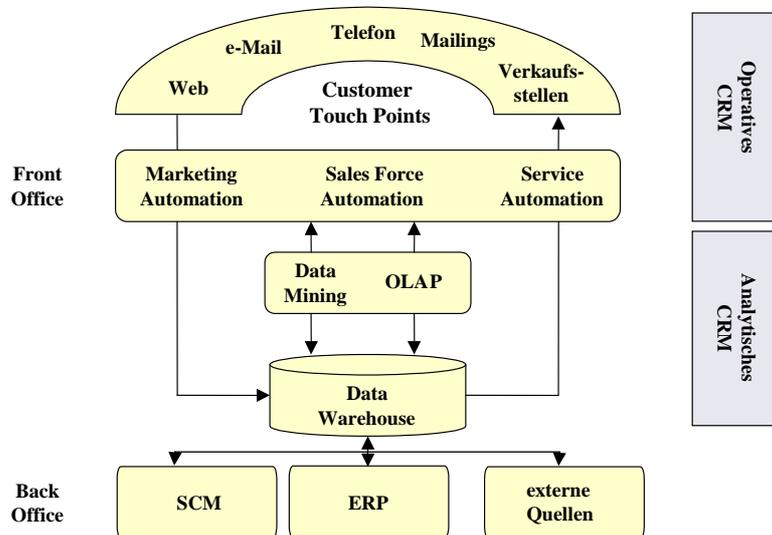
Customer Relationship Management Systeme

Anwendungssysteme, die sämtliche Interaktionen der Firma mit Kunden aufzeichnen und analysieren, um Umsatz, Rentabilität, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu verbessern.



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Komponenten eines CRM Systems



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

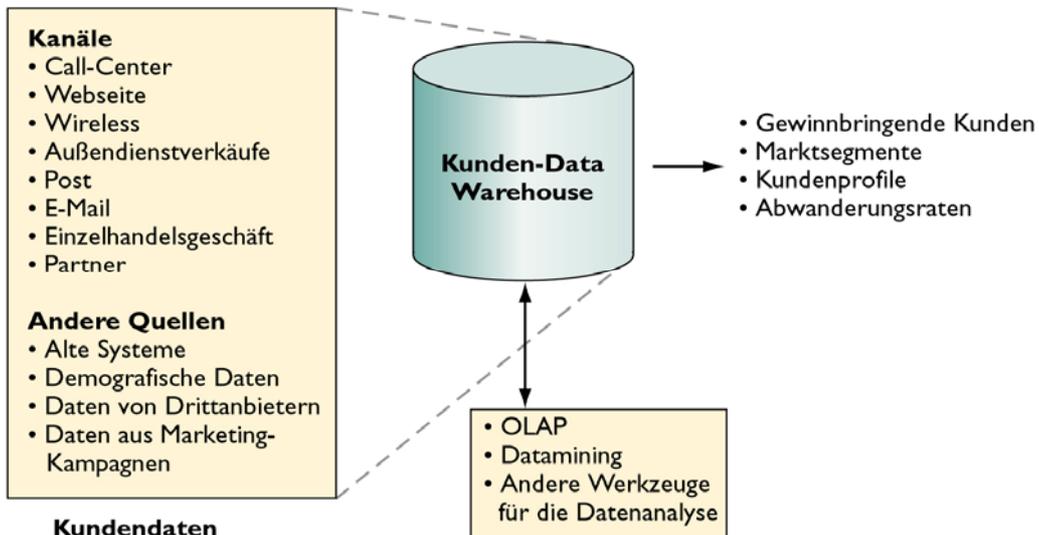
Analytisches CRM

CRM-Anwendungen, die Kundendaten analysieren, um Informationen für die Verbesserung der Geschäftsleistung bereitzustellen.

- **Einheitliche Sicht auf den Kunden**
 - durch Integration aller Daten aus Kundenkontakten (CallCenter, Vertrieb, Website) in einem Data Warehouse
- **Analyse der Kundendaten mit dem Ziel:**
 - Kundenpräferenzen zu erkennen, Produkte und Service zu verbessern (Beispiel: Bundling, Cross-Selling)
 - Klassifikation der Kunden nach Profitabilität/Potential und entsprechende genauere Ausrichtung der Marketing-Aktivitäten bzw. Abstufung des Service (Beispiel: Profitable Kunden zum Senior-Consultant, unprofitable in die Warteschleife)
- **Verwendete Techniken: Data Mining, OLAP**

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Quellen von Kundendaten für das analytische CRM



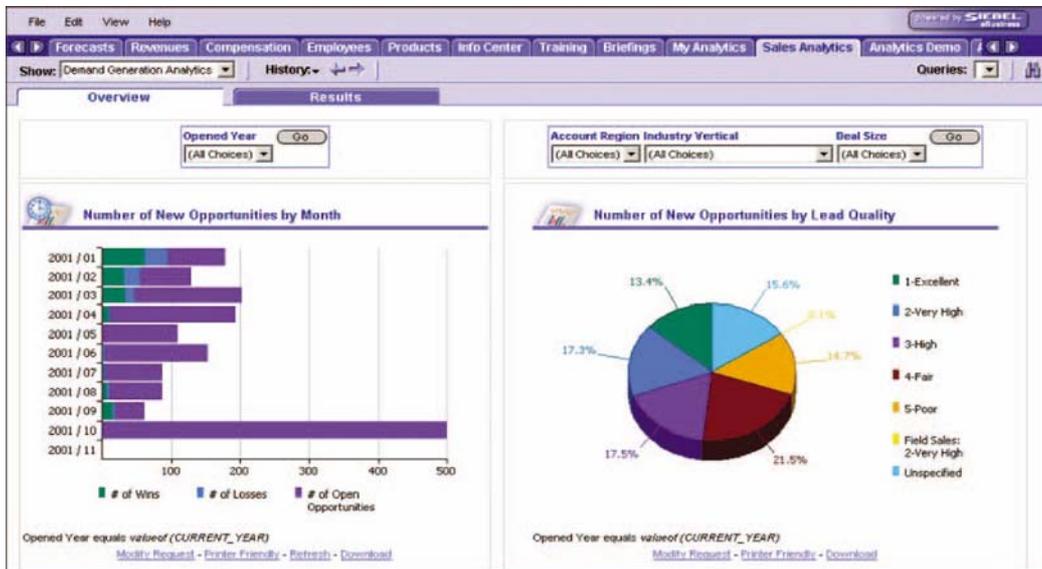
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Kennzahlen im analytisches CRM

- **Verkaufsabschlussrate**
- **Anzahl der wiederholt kaufenden Kunden**
- **Kosten pro Interessent**
- **Umwandlungsrate der Interessenten (in Käufer)**
- **Wahrscheinlichkeit, dass ein neues Produkt gekauft wird**
- **Kosten pro Serviceanruf eines Kunden**
- **Kundenzufriedenheit**
- **Anzahl oder Prozentsatz der Probleme/Beschwerden**
- **Kundenlebenszykluswert (CLTV oder CLV – Customer Lifetime Value) Differenz zwischen den Erlösen und den Ausgaben (etwa Anwerbung und Bedienung) über die erwartete Kundenbeziehungsdauer („Lebensdauer“), bezogen jeweils auf einen individuellen Kunden.**

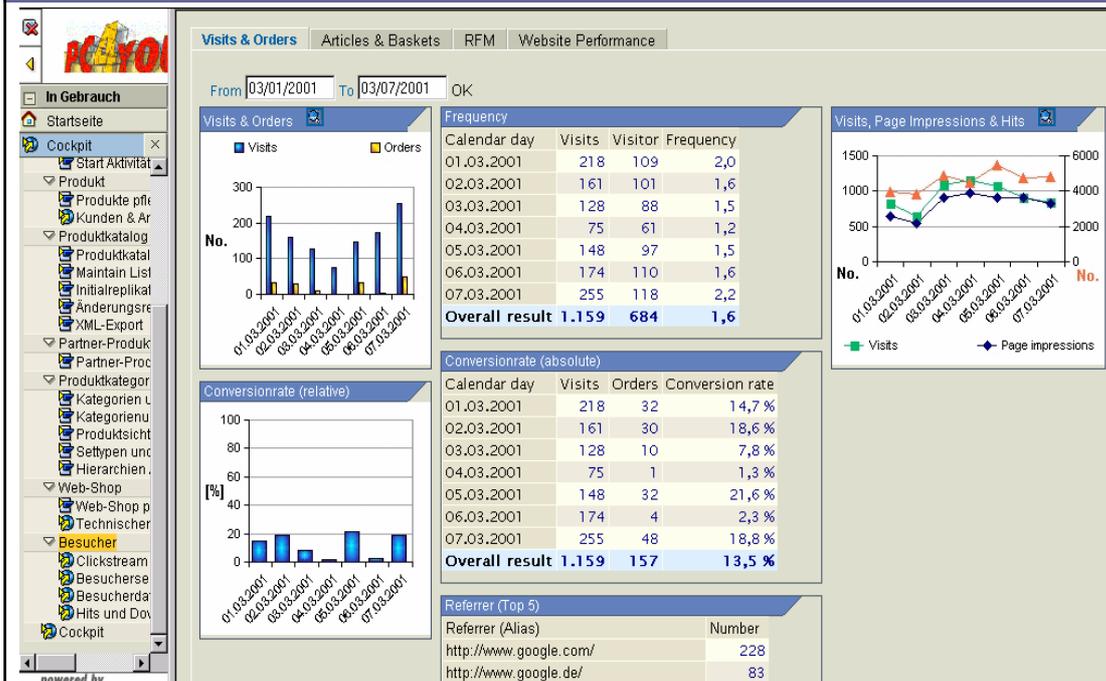
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Analyse von Verkaufszahlen mit Siebel Analytics



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

mySAP CRM Screenshot: Website Analyse



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Operatives CRM

CRM-Anwendungen, die direkt mit dem Kunden zu tun haben, wie beispielsweise Werkzeuge für die Automatisierung von Aufgaben im Verkauf (Sales Force Automatisation (SFA)), zur Unterstützung im Call-Center und Kundendienst sowie zur Automatisierung im Marketing.

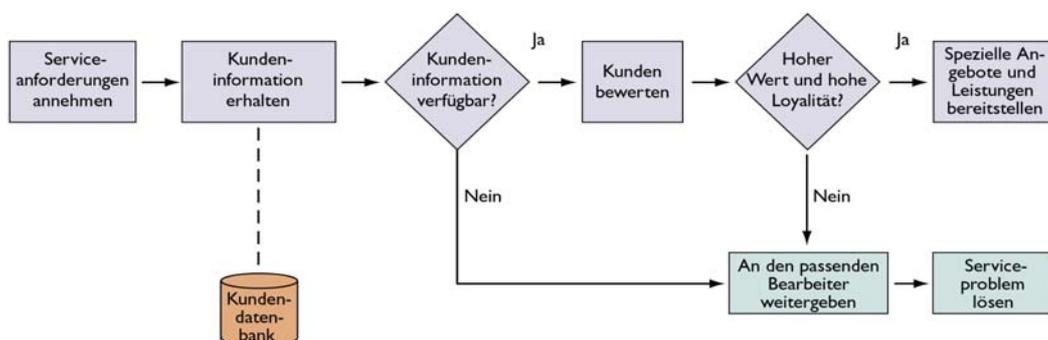
■ Ziele

- Unterstützung der operativen Tätigkeiten der Bereiche Marketing, Vertrieb und Service durch verbessertes Wissen über die Kunden
- Systematische und individuelle Kundenansprache (1-to-1-Marketing)
- Verknüpfung und Synchronisation der verschiedenen Kommunikationskanäle (Telefon, eMail, Fax, Internet, Handy)
- Reduzierung der Kosten für Kundenwerbung und Kundenbindung.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel: Premium-Service für Premium-Kunden

■ Prozessdiagramm Service Call-Center:



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiele: Anwendung von Data Mining Ergebnissen

■ Produkt Bündelung

- Angebot mehrerer zusammengehöriger Produkte zum Vorzugspreis.

■ Cross-Selling

- Angebot ergänzender Produkte.



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Marktüberblick CRM Softwarehersteller

| Customer-Relationship-Management-Software - Marktanteile in Deutschland 2006 nach Umsatz. Quelle: Gartner. | |
|--|----------------------------------|
| Hersteller | Umsatz (Marktanteile in Prozent) |
| 1. SAP | 53,0 |
| 2. SAS Institute | 4,4 |
| 3. Oracle | 3,9 |
| 4. Amdocs | 3,1 |
| 5. SPSS | 2,0 |
| 6. Update | 1,9 |
| 7. Salesforce.com | 1,9 |
| 8. Intershop | 1,8 |
| 9. CAS | 1,3 |
| 10. Dendrite | 1,3 |

- Derzeit Investitionen in den Branchen: Banken, Fertigungsbetriebe, Autohandel. (Computerwoche 9/2007)

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel: SAP Customer Relationship Management 5.0

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|------------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|-------------------|-----------------|--|--------------|-----------|
| Marketing | E-Commerce | Interaction Center | Channel Management | Marketing Resource Management | | Segmentation & List Management | | Campaign Management | | Trade Promotion Management | | Lead Management | | Access Modes | Analytics |
| | | | | Sales Planning & Forecasting | Territory Management | Accounts & Contacts | Opportunity Management | Quotation & Order Management | Pricing & Contracts | Incentive & Commission Management | Time & Travel | | | | |
| | | | | Service Order Management | Service Contract Management | Complaints & Returns | In-House Repair | Case Management | Installed Base Management | Warranty Management | Resource Planning | | | | |

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

SAP CRM: Marketing

| Marketing Resource Management | Segmentation & List Management | Campaign Management | Trade Promotion Management | Lead Management |
|--|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Market Research Budget Planning Scenario Planning Marketing Planning and Budgeting Budget Control Product and Brand Planning Cost and Volume Planning Collaborative Planning Marketing Plan Analysis Marketing Calendar Marketing Brief Digital Asset Management Marketing Organization Workflow and Approval Project Management | <ul style="list-style-type: none"> Multiple Data Source Access High Speed Data Search Preview Lists Pre-Filtered/Personalized Attribute Lists Sampling and Splitting Embedded Predictive Modeling Dynamic Filtering Quick Counts Segment Deduplication Suppression Filters Target Group Optimization Clustering Data Mining Decision Trees ABC Analysis List Management - List Format Mapping Duplicate Checks Postal Validation Data Cleansing Data Enrichment List Quality Lead and Activity Imports List Analysis | <ul style="list-style-type: none"> Campaign Planning Graphical Campaign Modeling Campaign Optimization Campaign Simulation Marketing Calendar Campaign-Specific Pricing Multichannel Campaign Execution Multiwave Campaign Execution Event-Triggered Campaign Execution Real-Time Response Tracking Cost/Financial Reporting Personalized (E)Mails Bounce Handling Call Lists Campaign ROI Support of B2B, B2C, B2B2C Scenarios Interactive Scripting Target Group Analysis Campaign Analysis | <ul style="list-style-type: none"> Trade Promotion Planning Account Planning Trade Promotion Validation Trade Promotion Execution Trade Promotion Evaluation | <ul style="list-style-type: none"> Multiple Interaction Channels Automated Qualification Rule-Based Distribution Lead Dispatching Web-Based Lead Generation Lead Partner Management Mass Generation Interactive Forms Lead Surveys Automatic Generation of Follow-Up Activities Lead Analysis |

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

1.4.4. Wissensmanagement

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Wissensmanagement

Gesamtheit aller Aktivitäten, die darauf abzielen, die Fähigkeiten eines Unternehmens zum Erwerb, der Erfassung, Speicherung, Weitergabe und Nutzung von firmenbezogenem Wissen zu verbessern.

- **Derzeit einer der wichtigsten Investitionssektoren bei Informationssystemen.**
- **Gründe für das große Interesse am Wissensmanagement**
 - **Volkswirtschaftliche Bedeutung:**
Produktion und Verteilung von Information und Wissen als wichtigste Quelle für Wohlstand und Reichtum; Wissens- und Informationszeitalter
 - **Betriebswirtschaftliche Bedeutung:**
Ein Großteil des Unternehmenswertes hängt davon ab, ob das Unternehmen in der Lage ist, Wissen zu erzeugen und zu verwalten.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Daten, Information und Wissen

■ Daten

- explizit gemacht, in einem Alphabet kodiert
- Beispiel: 12

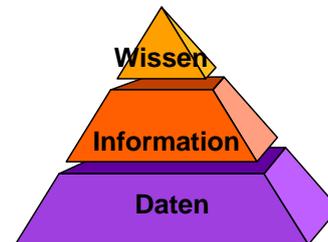
■ Information

- Daten + Semantik/Bedeutung (Daten im Kontext)
- geordnete, strukturierte und systematisierte Daten
- Beispiel: 12 Teile einer Bestellung von 20 Teilen wurden geliefert

■ Wissen

- Information + Vernetzung, Pragmatik, begründete Interpretationen von Informationen, Theorien, subjektive Annahmen, Erfahrungen (Know-how), Erwartungen
- Wissen bildet den Rahmen für die Erstellung, Bewertung und Nutzung von Information
- Beispiel: Teillieferung von Lieferant A ist verdächtig → Notwendigkeit nachzufragen

■ Definition und Unterscheidung der Begriffe variieren erheblich je nach Fachgebiet, Sichtweise, Autor und Marketinginteresse.



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Wissensmanagement-Systeme

Anwendungssysteme, die den Erwerb, die Erfassung, Speicherung, Weitergabe und Nutzung von firmenbezogenem Wissen und Fachkenntnissen unterstützen.

■ Wissensmanagementsysteme verwenden verschiedene Techniken um:

- strukturierte und unstrukturierte Dokumente zu speichern
- nach Informationen zu suchen
- die Erfahrung von Angestellten zu finden
- Wissen weiterzugeben
- und Daten aus Enterprise-Anwendungen und anderen wichtigen Unternehmenssystemen zu nutzen.

■ Effektives Wissensmanagement beinhaltet 80% Management, Organisation und Unternehmenskultur und nur 20% Technik.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Zusammenspiel: Kultur, Management, Informationssysteme

Wissensmanagementsysteme

| Aktivitäten auf der Ebene von Management und Organisation | | | |
|---|--|--------------------------------------|--|
| Wissenskultur | Abläufe im Unternehmen | Schulung | Neue IT-basierte Geschäftsprozesse |
| Wissensgemeinschaften (Communities of Practice) | Unternehmenskultur | Informelle Netzwerke | Neue Produkte und Dienstleistungen |
| Persönliche Netzwerke | Vorgehensweisen und Abläufe im Unternehmen | Unternehmenskultur | Neue Märkte |
| Aktivitäten auf der Ebene der Informationssysteme | | | |
| Erwerb | Speichern | Weitergeben | Anwenden |
| Wissenserschließung/-entdeckung | Dokumentenmanagementsysteme (DMS) | Intranet-Portale | Entscheidungsunterstützungssysteme (EUS) |
| Datamining | Wissensdatenbanken | Aktive Berichtsweitergabe per E-Mail | Enterprise-Anwendungen |
| Neuronale Netze | Expertensysteme | Suchmaschinen | |
| Genetische Algorithmen | | Groupware | |
| Wissens-Arbeitsplatzsystem | | Zusammenarbeit | |
| Experten-Wissensnetzwerke | | | |

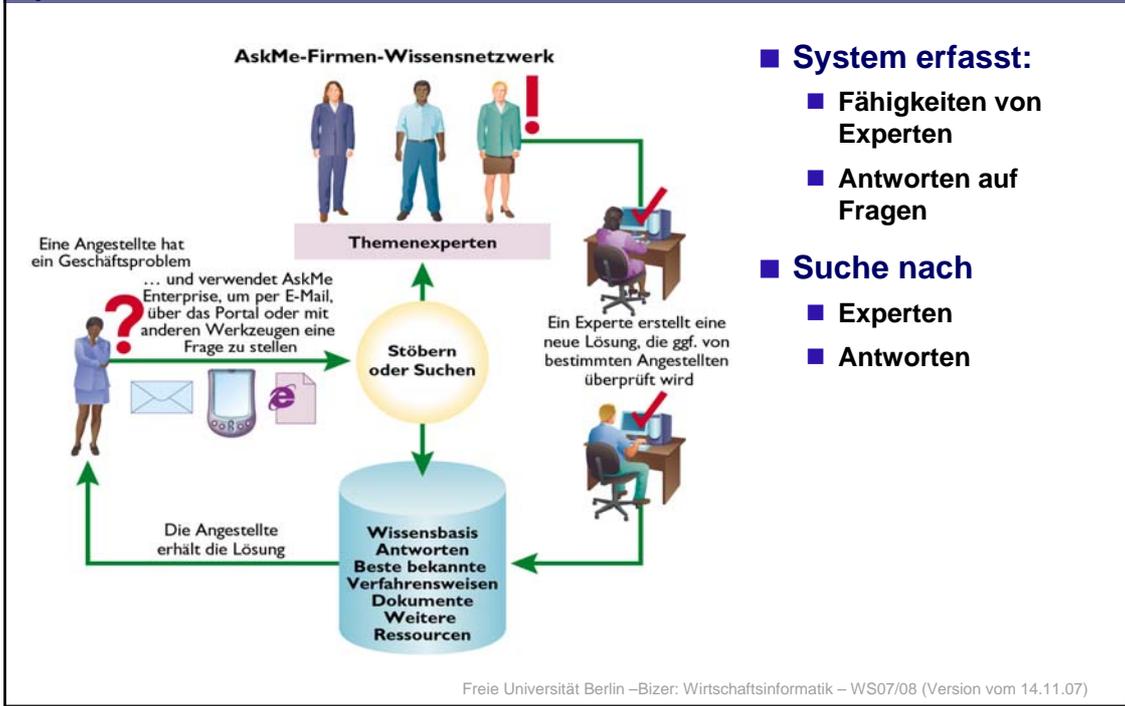
Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Dokumenten-orientierte Wissensmanagement Systeme

- **Synonyme**
 - Dokumenten Management Systeme (DMS)
 - Content Management Systeme (CMS)
- **Grundfunktionen**
 - Speichern, Klassifizieren, Durchsuchen und Verteilen von Dokumenten und sonstigen digitalen Inhalten.
- **Klassifikation mittels Taxonomien**
 - Vorher festgelegtes, hierarchisches Klassifikationsschema
 - Beispiele: Library of Congress Subject Headings (LCSH), Medical Subject Headings (MeSH), eClass
- **Klassifikation mittels Tags**
 - Annotierung von Dokumenten mit frei wählbaren Stichworten
 - Sehr erfolgreich im Web-Bereich, z.B. del.icio.us, flickr
- **Problem: Aufwand der Klassifikation**
 - Lösungsansatz: Semi-automatisches Klassifizieren mittels Natural-Language-Processing Techniken.
 - Trade-off: Aufwand versus Qualität

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel AskMe-Wissensnetzwerk



- System erfasst:
 - Fähigkeiten von Experten
 - Antworten auf Fragen
- Suche nach
 - Experten
 - Antworten

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Blogs

- Zeitlich-strukturierte, meist persönliche Webseite
 - Einfache Pflege mittels Web-basierter Blog-Publishing-Systeme, z.B. WordPress.com
 - Diskussionen mittels Feedback zu den Posts
 - Motiviert zur Wissensweitergabe, da persönlicher Touch
- Content-Syndication mittels RSS, ATOM
 - Inhalte aller Blogs einer Community-of-Practice werden auf einer weiteren Website zusammengefasst.
- Suche und Trendanalyse: technorati.com, BlogPulse.com

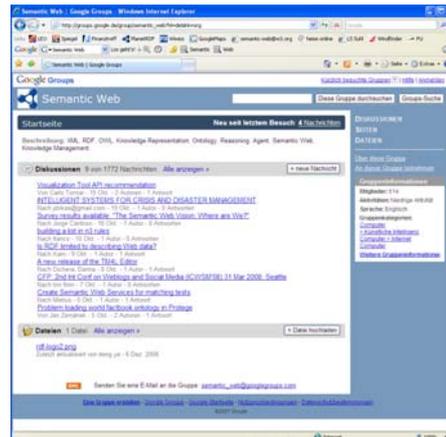


Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Mailing Listen und Diskussionsforen

■ Einfache Technologien zur Unterstützung von Communities-of-Practice.

- Fragen und Diskussionen mit allen Beteiligten
- Suche im Archiv nach Antworten oder Experten



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Portale

Enterprise Information Portals (EIP) erlauben den einfachen, personalisierten Zugriff auf alle arbeitsrelevanten Inhalte und Anwendungen über einen Webbrowser.

■ Weiterentwicklung des Intranets

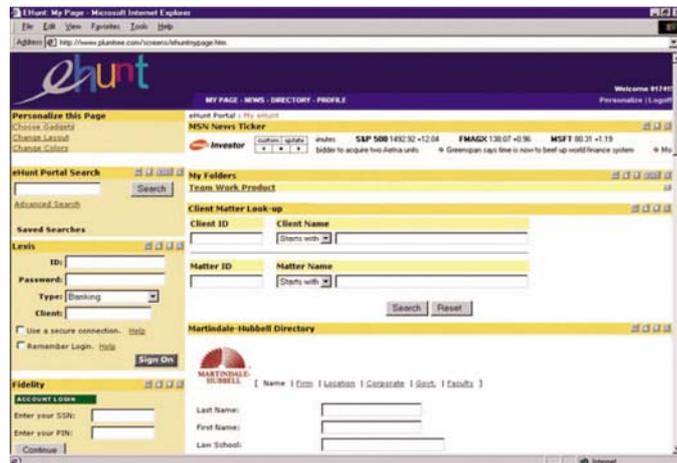
■ Grundfunktionen:

- Zugriff auf Dokumente der Abteilung oder aus unternehmensweitem Dokumenten Management System
- Zugang zu externen Informationsquellen (Web, kommerzielle Dienste)
- Zugang zu sonstigen Geschäftsanwendungen (ERP, SCM, CRM)
- Personalisierung, Kategorisierung, Indexierung und Suche von Inhalten aus unterschiedlichen Quellen
- Verknüpfung von Inhalten.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Beispiel: Portal eHunt von Hunton & Williams

- Das Portal eHunt unterstützt die Angestellten von Hunton & Williams, einer großen US-amerikanischen Anwaltskanzlei mit mehr als 750 Anwälten für Kunden in 80 Ländern.
- eHunt bietet Zugriff auf
 - Rechtsdokumente
 - Prozesslisten
 - Nachrichten über die Konkurrenz
 - juristische Online-Magazine
 - Kundenmanagementwerkzeuge
 - Rechnungsstellung
 - Angestelltenverzeichnis



Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)

Häufige Wissensmanagement Probleme

- Unternehmenskultur
 - Angestellte haben Angst, ihr Wissen preiszugeben.
 - Belohnungsmechanismen versus Unternehmenskultur-Änderung.
- Qualität der Inhalte
 - Schlechte oder stark schwankende Qualität der Inhalte aufgrund unzureichender Bewertungsmechanismen.
 - Unzureichende Ressourcen für die Klassifizierung und Aktualisierung der Inhalte.
- Kosten/Nutzen
 - Kosten/Nutzen-Relation von Wissensmanagement-Projekten nur schwer quantifizierbar.

Effektives Wissensmanagement beinhaltet 80% Management, Organisation und Unternehmenskultur und nur 20% Technik.

Freie Universität Berlin –Bizer: Wirtschaftsinformatik – WS07/08 (Version vom 14.11.07)