

Vorwort	4
1 Electronic Business – die Geschäftsabläufe von heute mit den Technologien von morgen durchführen	11
1.1 Beispiele aktueller e-Business-Anwendungen	16
1.2 Electronic Sales: Interaktive Akquisition als moderne Vertriebsform	20
1.2.1 Die Verkaufsfunktion als Problemlösungsmechanismus	22
1.2.2 e-Sales-Anwendungen erfolgreich planen	25
1.2.3 Die Entwicklungsstufen im e-Sales	29
1.3 Electronic Procurement: Die nächste Welle der Kostenreduktion	34
1.3.1 Beschaffungsziele je Güterart	38
1.3.2 Systematisierung von Einkaufsprozessen	39
1.3.3 Die Entwicklungsstufen im e-Procurement	40
1.4 Electronic Supply: Wie Einkauf und Vertrieb verschmelzen	46
1.4.1 So funktionieren e-Supply-Netzwerke	51
1.4.2 Die Entwicklungsstufen im e-Supply	54
2 Strategien und Vorgehensweisen zur effektiven Nutzung der e-Business-Technologien	59
2.1 Prozesse im Umbruch	59
2.2 Anforderungen und Erfolgsfaktoren	62
2.2.1 e-Business und der Baum	62
2.2.2 Der e-Business Professional Paid Paranoid	64
2.2.3 Die Auswirkung von e-Business auf den Unternehmenserfolg	65
2.2.4 Komplexität im e-Business reduzieren	68
2.3 Das e-Business-Planungsmodell	69
2.3.1 Phase 1: Auswahl der richtigen e-Business-Initiative	72
2.3.2 Phase 2: Projekt- und Maßnahmenplanung innerhalb der Initiative	73
2.3.3 Phase 3: Wirtschaftlichkeitsbetrachtung von e-Business-Initiativen	74
2.3.4 Phase 4: e-Business-Detailkonzept und Implementierung	75
2.3.5 Phase 5: Erfolgreicher Betrieb des e-Business-Systems	76
2.3.6 Die e-Roadmap im Überblick	77
2.4 Erfahrungsbericht	80
3 e-Business Portfolio: So bestimmen Sie die geeigneten e-Business-Strategien	83
3.1 Chancen des Einsatzes von e-Business	87
3.1.1 Auswirkungen auf Kosten prüfen	89
3.1.2 Erwartungen der Kunden	90
3.1.3 Auswirkungen auf die Prozessabläufe	90
3.1.4 Steigerung der Innovationsfähigkeit	91
3.2 Risiken des Einsatzes von e-Business	92
3.2.1 Geringer e-Business-Reifegrad	93
3.2.2 Akzeptanz der Kommunikationspartner fehlt	94
3.2.3 Finanzielle Risiken	94
3.3 Ermitteln Sie den e-Business-Reifegrad mit der Stärken- und Schwächenanalyse	97
3.3.1 Strategie und Führung	98
3.3.2 Umsetzung und Organisation	99
3.3.3 Kompetenzen und Know-how	100
3.3.4 Technologie- und Projektmanagement	102
3.3.5 e-Business-Reifegrad ermitteln und interpretieren	103

3.4	Das strategische e-Business-Portfolio	106
3.4.1	Basisstrategie: Keine weiteren Aktivitäten	107
3.4.2	Basisstrategie: e-Business für diesen Bereich planen	108
3.4.3	Basisstrategie: Kooperationspartner suchen	108
3.4.4	Basisstrategie: Vorhandenes Know-how umlenken	109
3.4.5	Anwendung des e-Business-Portfolios	109
4	Das House of e-Business zur Optimierung der Teilprozesse und Bewertung konkreter Technologien	112
4.1	Technologiegetriebene versus geschäftsgetriebene e-Business-Einführungen	112
4.2	Die Lösung: Durch das House of e-Business die Technologien geschäftsgetrieben implementieren	115
4.3	Die geschäftsgetriebene Priorisierung von Teilprozessen für die Einführung der e-Business-Technologien (1. House of e-Business)	124
4.3.1	Kundenanforderungen erfassen und auswählen (Schritt 1)	125
4.3.2	Kundenanforderungen gewichten (Schritt 2)	127
4.3.3	Wettbewerber bezüglich des Erfüllungsgrades der Kundenanforderungen vergleichen (Schritt 3)	128
4.3.4	Ableiten der Prozessstruktur und Aufnahme der Prozessketten (Schritt 4)	131
4.3.5	Gegenseitige Abhängigkeiten bei Veränderung eines Prozesses aufzeigen (Schritt 5)	132
4.3.6	Wettbewerbsvergleich aus Sicht des Unternehmens, bezogen auf die Erfüllung der Prozesse (Schritt 6)	132
4.3.7	Zusammenhänge und Abhängigkeiten der Prozesse von den Kundenanforderungen aufzeigen (Schritt 7)	134
4.3.8	Beziehungen auswerten und Prozessbedeutungen errechnen (Schritt 8)	135
4.3.9	Managementprioritäten bestimmen (Schritt 9)	136
4.4	Wirkungsanalyse der e-Business-Tools und Ableitung des Maßnahmenplanes (zweites House of e-Business)	138
4.4.1	Überführen der Ergebnisse aus dem ersten House of e-Business (Schritte 10, 11)	139
4.4.2	Aufnahme der e-Business-Technologien (Schritt 12)	140
4.4.3	Wirkungen von e-Business-Technologien auf die Prozesse bewerten (Schritt 13)	141
4.4.4	Rangfolge der e-Business-Tools ermitteln (Schritt 14)	144
4.4.5	Maßnahmenplan zur Einführung der neuen Technologien ableiten (Schritt 15)	145
4.5	Fazit	146
5	Dynamische Wirtschaftlichkeitsrechnung: So bewerten Sie die finanziellen Potenziale	148
5.1	Auch schwer quantifizierbare Potenziale einbeziehen	148
5.2	Das veränderte Ablaufschema der Wirtschaftlichkeitsrechnung	149
5.3	Bewerten Sie die finanziellen Potenziale	151
5.3.1	Stufe 1: Einsparpotenziale ableiten	151
5.3.2	Stufe 2: Kapitalrückflüsse bestimmen (maximales Investitionsbudget)	152
5.3.3	Stufe 3: Risiko abschätzen	157
5.4	Ermittlung der zu erwartenden Investitionen für das Projektvorhaben	159
5.4.1	Stufe 4: Kapitaleinsatz aufgrund des Maßnahmenplans ermitteln	159
5.5	Entscheidungsfindung zur Freigabe von e-Business-Vorhaben	166
5.5.1	Stufe 5: Zahlungsströme zusammenführen und Kennzahlen ermitteln	166
5.5.2	Stufe 6: Ergebnisse interpretieren	167
6	Der Projektrahmen zur erfolgreichen Umsetzung konkreter Maßnahmen	171
6.1	Erfolgsfaktoren für e-Business-Projekte	174
6.2	Vier Ebenen der e-Business-Projekte	175
6.2.1	Technologie als Schlüsselfaktor	175
6.2.2	Mitarbeiter als wertvollste Ressourcen	176
6.2.3	Organisation als Struktur einbinden	178
6.2.4	Prozesse als Ursprung zukünftigen Erfolgs	179

6.3	Vier zeitliche Stufen von e-Business-Projekten	180
6.3.1	Stufe 1: Projektplan und Projektstruktur aufsetzen	181
6.3.2	Stufe 2: Prozesse analysieren und Prototypen erstellen	184
6.3.3	Stufe 3: Systeme umsetzen und integrieren	188
6.3.4	Stufe 4: Anwendungen in den laufenden Betrieb überführen	190
6.3.5	Schwerpunkte im Verlauf der Implementierung	191
6.4	Checklisten für das Projektmanagement	193
6.4.1	Checkliste für die Projektplanung	194
6.4.2	Checkliste zur Prozessanalyse und Prototyping	195
6.4.3	Checkliste für die Umsetzung und Integration	196
6.4.4	Checkliste für die Start-Up-Phase	197
6.4.5	Basischeckliste jeder Projektstufe	198
7	Controlling von e-Business-Systemen mit der Balanced Scorecard	199
7.1	Anforderungen an das e-Business-Controlling	200
7.2	Aktueller Stand des Controlling von e-Business-Lösungen	202
7.3	e-Business-Controlling unter Einsatz der Balanced Scorecard	204
7.3.1	Strategische Ziele und Erfolgsfaktoren im e-Business	206
7.4	Kennzahlen für die Perspektiven ableiten	211
7.4.1	Kennzahlen der Finanzperspektive ableiten	212
7.4.2	Kennzahlen der Kundenperspektive ableiten	214
7.4.3	Kennzahlen der Prozessperspektive ableiten	216
7.4.4	Kennzahlen der Innovationsperspektive ableiten	219
7.4.5	Kennzahlen aus den Perspektiven durch die „e-Business-Scorecard-Spinne“ visulisieren	220
7.4.6	e-BSC durch IT-Systeme realisieren	221
7.5	Fazit zum Einsatz der e-BSC	224
7.6	Kennzahlenkatalog zum Controlling von e-Business-Systemen	225
7.6.1	Kennzahlen in der Kundenperspektive	225
7.6.2	Kennzahlen der Prozessperspektive	227
7.6.3	Kennzahlenkatalog in der Innovationsperspektive	228
7.6.4	Kennzahlenkatalog in der Finanzperspektive	230
8	Fazit: 4 Thesen zum Einsatz der e-Roadmap	232
8.1	Think global – globales strategisches Denken	232
8.2	Act local – lokal in überschaubaren Teilprojekten e-Business erfolgreich implementieren	234
8.3	Execute rapidly – Schnelle Realisierung von Teilprojekten	235
8.4	Execute ruthlessly – Gnadenlose Realisierung gegen alle Widerstände	236
9	Glossar	239
10	So nutzen Sie die Anwendungen auf der CD-ROM	247
11	Literaturverzeichnis	249
12	Stichwortverzeichnis	253