

## Zusammenfassung

### Data Warehouse Systeme

**Def.:**

„Ein Data Warehouse bezeichnet eine themenorientierte, integrierte, zeitbezogene und dauerhafte Sammlung von Informationen zu Entscheidungsunterstützung des Managements“.

- Data Warehouse im erweiterten Sinn
  - Anbindung der Daten
  - Extraktion und Transformation
  - Analysewerkzeuge
  - Präsentationswerkzeuge
  - Web-Integration

- OLTP → operativ
- OLAP → informativ

- Funktionen
  - Filterung
  - Harmonisierung
  - Verdichtung
  - Anreicherung

Funktionen:

- Olap
- Berichtswesen
- Individuellen Applikationsaufbau
- Durchführung von Ad-hoc Analysen
- Planung und Budgetierung
- Data Mining

Anwenderwerkzeuge

Analyse Planung Abfrage/Reporting Data Mining

### **Verwendung und Einsatzgebiete**

- Leistungsmessung der internen Geschäftsprozesse
  - Controlling der verschiedenen Unternehmensbereiche
  - Aufbau von MIS Systemen (z.B. Balanced Scorecard Ansatz)
  - Risikomanagement Systeme
  - Aufbereitung Ist-/Plankennzahlen (z.B. Kreditrating/ Basel II)
- Basis für analytisches CRM
  - Identifizierung von Kundensegmenten (ABC- Analyse ...)
  - Kundenspezifische Konfiguration von Produktangeboten
- Analyse der Lieferantenbeziehungen (SRM)
- Informationsbereitstellung für Lieferketten (SCM)

## Business Software für kleine Unternehmen

### Business Software

- Unternehmenssoftware, wie SRM, CRM und SCM
- Projektarbeit bezieht sich auf integrierte Software



### Dienstleister

- Erbringt immaterielle Wirtschaftsgüter
- Unterscheiden sich von Sachgütern dadurch, dass Produktion und Konsum i. d. R. zeitlich zusammenfallen.

### Software für kleine Unternehmen

- Weniger Anwender
- Weniger Funktionstiefe
- Geringere Kosten für Lizenzen, Wartung, Installation, etc.
- Weniger IT-Infrastruktur benötigt
- Meist geringerer Schulungsaufwand (1-2 Tage)
- Schnellere Projektdurchführung möglich, häufig Einsatz nach wenigen Tagen und Wochen
- Weniger Customizing → Standards
- Sehr viele kleine Anbieter vorhanden, die meist nur Branchenlösungen anbieten → Konsolidierung
- Zukunftssicherheit der Anbieter
- Speziell im Bereich CRM und HR wenig Softwareanbieter vorhanden
- Wenig integrierte Lösungen vorhanden

## CMM - Systeme

### Definition:

Instandhaltung = die Inspektion, Wartung oder Instandsetzung von Anlagen, Maschinen, Fahrzeugen oder Wirtschaftsgüter im Allgemeinen, damit diese einsatzbereit sind und der Benutzer stets über eine ausreichende Anzahl verfügen kann, bzw. die benötigte Funktionalität des zu instandhaltenden Wirtschaftsgutes sichergestellt werden kann.

### Wozu Instandhaltung?

- Ausfallsicherheit
- Investitionssicherheit
- Gesetzliche Vorschriften (TÜV, ASU)
- Qualitätssicherung (weniger Ausschuss)
- Kostensenkung (Öl billiger als Motorschaden)
- Herstellerhaftung (alle 10.000Km Ölwechsel)
- Umweltschutzanforderungen (Schadstoffmessung)
- Sicherheitsanforderungen - Arbeitsschutz

## *Customer Relationship Management CRM*

- CRM ist mehr als eine Sammlung von Kontaktdaten, Sales Force Automation, Marketing Automation und Verkauf über das Internet
- CRM bildet die geistige, organisatorisch und technologische Grundlage, um die Geschäftsprozesse einer Firma auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden auszurichten
- CRM liefert Strategien zur Steigerung des Unternehmenserfolgs durch Kundenzufriedenheit

### *CRM Ziele*

Kundenbindung durch einen besseren, individuellen Service stärken

Transparenz über die Bedürfnisse und Wünsche von Kunden und Interessenten

Der Kunde soll dem ganzen Unternehmen bekannt sein, auch der Wissensstand über ^  
den Kunden soll im ganzen Unternehmen gleich sein

Schnellerer Informationsaustausch und Informationsfluss zwischen Außen- und Innendienst sowie zwischen den verschiedenen Abteilungen

### *Kundenorientierte Unternehmen:*

- Definition
- **In einem kundenorientierten Unternehmen sind alle Bereiche der Organisation auf die Anforderungen des Kunden ausgerichtet**
- **Alle Mitarbeiter müssen die nötigen Mittel und das Wissen haben, wie sie den Kunden am besten dienen können**
- **Eine lückenlose Interaktion zwischen Mitarbeitern/Kunden und den verschiedenen Geschäftseinheiten garantiert die Beweglichkeit des Unternehmens**
- **Die Performance insgesamt und in den einzelnen Bereichen wird anhand von kundenorientierten KPIs gemessen.**

### **Bestandteile einer ganzheitlichen CRM-Lösung**

- ***Analytisches CRM***  
Umfasst sämtliche Aktivitäten der Datensammlung und -auswertung sowie Entscheidungsunterstützung, die im Zusammenhang mit Kundenbeziehungen stehen. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen anschließend zur Entscheidungsunterstützung für das operative und kommunikative CRM, bspw. in Form von Umsatzschätzungen, Zielgruppenzuordnungen, und Responsewerten.
- ***Operatives CRM***  
Alle Anwendungen, die den direkten Kundenkontakt unterstützen, z. B. die Planung und Durchführung von Kampagnen oder Außendienstbesuchen.
- ***Kommunikatives CRM***  
Bezeichnet die Steuerung, Unterstützung und Koordination der Kommunikationskanäle zwischen Unternehmen und Kunden.

## Finance and Controlling Management

### **Finance Management**

- Beinhaltet Funktionalitäten der Finanzbuchhaltung
- Interne und externe Anforderungen
- Bestandteile:
  - Hauptbuchhaltung (ganzheitlicher Nachweis aller Geschäftsvorfälle)
  - Konsolidierung (Zusammenführung der Einzelabschlüsse der einbezogenen Konzerngesellschaften zum Konzernabschluss unter dem Gesichtspunkt der Einheitstheorie)
  - Kreditorenbuchhaltung (führt und verwaltet die buchhalterischen Daten aller Kreditoren und ist darüber hinaus ein integraler Bestandteil des Einkaufssystems)
  - Anlagenbuchhaltung (Verwaltung und Überwachung des Sachanlagevermögens)
  - Spezielle Ledger (Auswertung, die eine firmenspezifische Erweiterung des klassischen Kontenbegriffs erlaubt).

### **Controlling**

- Steuerung, Bewertung und Überwachung der Güter- und Geldströme im Unternehmen
- Koordination, Leitung, Evaluation und Optimierung der im Unternehmen ablaufenden Prozesse und Sicherstellung der Umsetzung.
- 3 Bereiche des Controllings:
  - Gemeinkostencontrolling
  - Produktkosten-Controlling
  - Ergebnis-Controlling

## Supply Chain Management

PPS-Systeme:

Die Produktionsplanung und Steuerung befaßt sich mit dem Gesamtprozeß der Planung und Ausführung von Fertigungsaufträgen

- Materialwirtschaft
- Fertigungsplanung
- Fertigungssteuerung

### **Eine Definition von SCM:**

Unter Supply Chain Management versteht man die Anstrengungen von **kooperierenden** Unternehmen die Lieferkette, vom Rohstofflieferanten bis zum Endkunden, zu optimieren.

Dazu müssen die Waren-, Geld-, und Informationsströme für alle Teilnehmer so transparent wie möglich gemacht werden, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

### **Ziele von SCM- und PPS-Systemen:**

- Durchlaufzeiten minimieren
- Hohe Lieferbereitschaft
- Hohe Kapazitätsauslastung
- Reduzierung der Materialbestände
- Optimaler Ressourceneinsatz....

### **Zusätzlich bei SCM-Systemen:**

- konsequente Orientierung an der Kundennachfrage
- globale Sicht auf verfügbare Bestände und Ressourcen

→ Bei PPS Sichtweise beschränkt auf das eigene Unternehmen,  
man sieht nur direkten Lieferanten und direkten Kunden

## 2. Unterschied SCM zum konventionellen Logistikprozess

### Definition :

Logistik als integrierte Planung, Gestaltung, Abwicklung und Kontrolle des gesamten Material- und Informationsflusses vom Lieferanten in das Unternehmen, durch die betrieblichen Wertschöpfungsstufen des Unternehmens bis zur Auslieferung beim Kunden.

Nutzen von SCM-Lösungen:

- Reduzierung der Sicherheitsbestände um 20- 50 %
- Verkürzung der Durchlaufzeit um bis zu 50%
- Kostenreduzierung von bis zu 20%
- Gewinnsteigerung entlang der gesamten Wertschöpfungskette von bis zu 30%

### **Funktionsmodulunabhängige Funktionen**

- Schnittstelle zu Office Software
- Integration zu ERP-Systemen
- Benutzerfreundlichkeit

### **Funktionsmodulspezifische Funktionen**

- Absatzprognose
- Verfügbarkeitsprüfung
- Primärbedarfsplanung
- Produktionsplanung
- Transportplanung

### **Betriebstypische Funktionen**

- Dauer des Produktlebenszyklus
- Internationalität der SC
- Variantenvielfalt des Erzeugnisspektrums

### **Branchentypische Funktionen**

- Haltbarkeit des Materials/Endproduktes
- Erforderlichkeit eines Herkunftsnachweises
- Optimierungsverfahren für Prozessfertigung

### **SCM-Querschnittsfunktionen**

- Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit
- Monitoring u. Controlling des Liefernetzes
- Strategische Netzwerkplanung

## SRM- Systeme

**E-Commerce:** Online-Vermarktung und Online-Handel      Unterscheidung zwischen „business to consumer“ (B2C) und „business to business“ (B2B)

- **e- Procurement:** Der Bereich in der Beschaffung, in dem operative Aufgaben mithilfe EDV-Unterstützung automatisiert werden
- Anstelle herkömmlichen papierbasierten Beschaffungsprozesses durchgängiger elektronischer Ablauf
- **Supplier Relationship Management:** SRM ist ein ganzheitliches Management der Lieferantenbeziehungen und der Beschaffungsprozesse mit neuen Technologien – von der gemeinsamen Entwicklung über den strategischen Einkauf bis zur operativen Bestellabwicklung
- **SRM-Ziele:**
  - Effizientere Beschaffungsprozesse:
    - Reduktion der Lagerbestände
    - Binden von Lieferanten an das Unternehmen und an Material-Lebenszyklus
    - Beschaffung über Rahmenverträge
  - Beschaffungsmängelreduzierung:
    - vernachlässigter strategischer Einkauf
    - veraltete Produktkataloge
    - mangelnde Automatisierung
    - fehlende Beschaffungsstandards

## **Unternehmensportale**

„Der Begriff ‚Portal‘ bezeichnet einen zentralen Einstiegs- und Navigationspunkt, der dem Anwender Zugang zu einem virtuellen Angebotsraum bietet und ihn auf weiterführende Informationen entsprechend seiner jeweiligen Interessen lenkt.“

- Horizontale Portale
  - Großes Angebot an allgemeinen Inhalten
  - Neutral, bzw. branchen- u. produktunabhängig
- Vertikale Portale
  - Fokussieren spezifische Themengebiete
  - Sind auf Interessengemeinschaften (Communities) ausgerichtet
- Consumer Portal (horizontal)
  - integrierte Katalogfunktion über Webangebote
  - redaktionell betreutes Informationsangebot
  - www.web.de , www.yahoo.de
- Business Portal (vertikal)
  - Zentrale Informationsquelle für Kunden oder Communities eines Unternehmens
  - Viele Dienstleistungen zu einem speziellen Produkt
  - www.bahn.de
- Communities (vertikal)
  - Interessensgemeinschaften
  - Redaktionell oder selbst Content generierend
  - www.giga.de, www.dsag.de
- Marktplatz (vertikal / horizontal)
  - im Mittelpunkt steht der elektr. Handel
  - Abwicklung von Transaktionen
  - www.ebay.de, www.seibt.de

Abgrenzung Unternehmensportal:

- Ausrichtung auf die spezifischen Bedürfnisse nur **eines** Unternehmens
- breites Informationsangebot
- hauptsächlich im Intranet
- nicht öffentlich