

Ralf Wölfl/Petra Schubert (Hrsg.)

*Integrierte **Geschäftsprozesse** mit **Business Software***

Praxislösungen im Detail

Fallstudien

Konzepte

Modellierung

***E*cademy^{CH}**

*Das Kompetenzwerk der
Schweizer Fachhochschulen
für E-Business und E-Government*

HANSER

Die in diesem Buch enthaltenen Fallstudien wurden für den eXperience 2005 Event in Basel erstellt. Sie wurden wissenschaftlich aufbereitet durch E-Business-Experten der Universität München, der Universität Freiburg (CH), der Fachhochschule beider Basel, der Fachhochschule Aargau, der Fachhochschule St. Gallen, der Hochschule für Technik und Informatik (Berner Fachhochschule), der Hochschule für Wirtschaft (Fachhochschule Zentralschweiz) sowie von Experten aus der Praxis. Die Ecademy (www.ecademy.ch), das Kompetenznetzwerk der Schweizer Fachhochschulen für E-Business und E-Government, hat durch ihre ideelle und finanzielle Unterstützung zur erfolgreichen Erstellung dieser Publikation beigetragen.

www.hanser.de

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches, oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) – auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2005 Carl Hanser Verlag München Wien
Redaktionsleitung: Lisa Hoffmann-Bäumli
Herstellung: Ursula Barche
Umschlaggestaltung: Wolfgang Perez, [buero plan.it](http://buero.plan.it)
Datenbelichtung, Druck und Bindung: Kösel, Krugzell
Printed in Germany

ISBN 3-446-40319-1

Vorwort

Die Aufgabe von Business Software ist es, mit Hilfe von Informationstechnologie effizientere Wertschöpfungsprozesse zu ermöglichen. Die bekannteste und in der Praxis am weitesten verbreitete Ausprägung von Business Software ist das ERP-System (Enterprise Resource Planning). Ein ERP-System ist eine modular aufgebaute, betriebswirtschaftliche (Standard)software, die je nach Umfang bereits einen hohen Integrationsgrad innerhalb einer Organisation bewirkt. Technologien und Komponenten des E-Business (Einsatz von Internetprotokollen) haben diesen Rahmen erweitert und machen es möglich, die jeweilige Organisation innerhalb einer Unternehmensgruppe oder Wertschöpfungskette unternehmensübergreifend zu integrieren.

Es sind technische Innovationen, die die Neugestaltung der Geschäftsprozesse mit Business Software anregen. Aber auch zehn Jahre nach dem Aufkommen erster Onlinelösungen mit Internettechnologie lassen sich keine allgemeingültigen Aussagen über sinnvolle Anwendungen oder Vorgehensweisen machen. Die unterschiedlichen Ziele und Mentalitäten der Beteiligten, verschiedene Prozessgewohnheiten und Informatikinfrastrukturen bewirken die hohe Komplexität des Themas Geschäftsprozessintegration. So muss jede Branche und in jeder Branche jedes Unternehmen in seinem eigenen Umfeld schauen, was sinnvoll und machbar ist. Aber die Unternehmen warten nicht einfach ab. An vielen Orten sind neue Lösungen und Fortschritte zu beobachten, kleine Unternehmen wie grosse suchen und finden ihre individuelle Antwort auf die Anforderungen und Möglichkeiten in einer zunehmend vernetzten Wirtschaft.

Die in diesem Buch dokumentierten Fallbeispiele zeigen, wie die beschriebenen Organisationen ihre Entscheide gefällt haben und wo die Chancen und Risiken derartiger Softwareprojekte liegen. Diese exemplarischen Fälle können allerdings nicht das gesamte Spektrum an Potenzialfeldern abdecken. Mit den vier Themen „ERP-basierte E-Shops“, „Supply Chain Management in der Lebensmittelbranche“, „Logistiknetzwerke und Plattformen“ und „Integrierte Serviceprozesse im Maschinen- und Anlagenbau“ wurden Bereiche ausgewählt, die heute zu den führenden Treibern für Business-Software-Projekte gehören.

In ihren einleitenden Artikeln stellen die Herausgeber die übergeordnete Thematik und die Methodik des Buchs vor. Fachartikel von ausgewiesenen Experten behandeln die vier Fokusthemen. 13 Fallstudien zeigen auf, wie Unternehmen in verschiedenen Branchen mit unterschiedlichen Ansätzen ERP- und E-Business-Projekte realisiert haben. Die in den Fallstudien dokumentierten Erfahrungen sollen Entscheidungsträgern Anregungen geben, in welchen Bereichen eine Integration von solchen Systemen ökonomisch und technisch sinnvoll sein kann. Die Kapi-

tel werden jeweils durch eine Schlussbetrachtung abgerundet. Die Hauptkenntnisse aus den Beiträgen werden in einem Schlusskapitel zusammengefasst.

Die porträtierten Organisationen stammen aus der Schweiz, aus Deutschland und aus Liechtenstein. Zu Beginn des Selektionsprozesses erfolgte ein Aufruf zur Teilnahme über eine offene Online-Ausschreibung (Call for Cases), gefolgt von einer sorgfältigen Evaluation durch das Kompetenzzentrum für IT-Management und E-Business der Fachhochschule beider Basel unter der Leitung der beiden Herausgeber Ralf Wölflé und Prof. Dr. Petra Schubert.

Die Autoren der Fallstudien sind Experten für IT-Management aus schweizerischen Hochschulen. Einige Experten sind Dozierende in Mitgliederschulen der Ecademy, dem anerkannten Schweizer Kompetenznetzwerk für E-Business und E-Government (www.ecademy.ch). Acht der dokumentierten 13 Fallstudien wurden im September 2005 am eXperience Event in Basel einem interessierten Publikum von den Projektverantwortlichen und Autoren vorgestellt.

An dieser Stelle möchten die Herausgeber allen Personen danken, die in irgendeiner Weise einen Beitrag zum Entstehen des Buchs geleistet haben: Den Autoren danken wir für ihr Engagement bei den Recherchen und dem Verfassen der einzelnen Beiträge. Den Unternehmen und ihren Vertretern gilt ein besonderer Dank für ihre Bereitschaft, Wissen und Erfahrungen der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Im Weiteren danken wir den verschiedenen Sponsoren für die Unterstützung des Events und speziell der Ecademy, die dieses Buch massgeblich mitfinanziert hat.

Zu guter Letzt danken wir der Fachhochschule beider Basel für die wohlwollende Unterstützung dieses Projekts. Ein besonderer Dank geht an Ruth Imhof, die hinter den Kulissen die Projektleitung für die Organisation dieses Projekts inne hatte sowie an Christine Lorgé und Cornelia Bolliger, durch deren unermüdliches, kritisches Auge alle Beiträge beim Korrekturlesen gingen.

Basel, im September 2005

Ralf Wölflé und Petra Schubert

Inhalt

Ralf Wölfe

Integrierte Geschäftsprozesse mit Business Software..... 5

Petra Schubert und Ralf Wölfe

eXperience-Methodik zur Dokumentation von Fallstudien..... 15

ERP-basierte E-Shops

Fachbeitrag

Beat Bussmann

Die Verschmelzung von Business Software und E-Commerce..... 27

Fallstudien

Rainer Endl

Waser Bürocenter AG: Onlineshop mit direkter ERP-Anbindung
(Polynorm Software AG)..... 35

Michael Pülz

Geschenkidee.ch GmbH: Prozess- und Logistikintegration (insign gmbh)..... 49

Marcel Siegenthaler

Büro Schoch direct AG: Ein Webshop für Bürobedarf (Dynasoft AG) 61

Schlussbetrachtung

Petra Schubert

Schlussbetrachtung: ERP-basierte E-Shops..... 71

Supply Chain Management in der Lebensmittelbranche

Fachbeitrag

Werner Lüthy

Supply Chain Management in der Lebensmittelbranche 73

Fallstudien

Daniel Risch

Fresh & Frozen Food: B2B-Integration in der Lebensmittelbranche
(Inspirion AG) 81

Pascal Sieber

Pasta Premium AG: Kundenorientierung in der Logistik (Informing AG) 95

Christian Mezger, Henrik Stormer

Schwab-Guillod AG: Auftragslogistik mit E-Shop (data dynamic AG) 111

Schlussbetrachtung

Ralf Wölflle

Schlussbetrachtung: SCM in der Lebensmittelbranche 123

Logistiknetzwerke und Plattformen

Fachbeitrag

Andreas Steiner, Roger Gatti

Logistiknetzwerke und Plattformen 125

Fallstudien

Dieter Spahni

Klinikum der Stadt Ludwigshafen: E-Procurement im Spital
(NOVAREI AG/Ramco Systems AG) 135

André Rogger

fenaco: Integrations- und Kommunikationsplattform AGRONET
(Bison Group) 151

Michael Koch

Vögtli Bürotechnik AG: Webshop und Marktplatzanbindung
(Prime Vision AG) 165

Schlussbetrachtung

Petra Schubert

Schlussbetrachtung: Logistiknetzwerke und Plattformen 179

Integrierte Serviceprozesse im Maschinen- und Anlagenbau

Fachbeitrag

Christine Legner

Integriertes Service Management 181

Fallstudien

Ralf Wölfl

Bystronic Glas: ERP-Einführung – mit Schwerpunkt Kundendienst
(itelligence AG) 189

Rolf Gasenzer

Sixmadun AG: Mobile Servicelösung für Aussendiensttechniker (syfex ag) 213

Raphael Hügli

Wetrol AG: Mobile Servicelösung für den Technischen Kundendienst
(SAP Schweiz AG) 229

Gabriele Schwarz

Hoval AG: Mobile Asset Management für Service-Mitarbeitende
(SAP Schweiz AG) 243

Schlussbetrachtung

Ralf Wölfl

Schlussbetrachtung: Integrierte Serviceprozesse im Maschinenbau 257

Petra Schubert

Prozesse integrieren: Erkenntnisse aus den Fallstudien 259

Literaturverzeichnis 275

Kurzprofile der Herausgeber und Autoren 279

6 Büro Schoch direct AG: Ein Webshop für Bürobedarf

Marcel Siegenthaler

Die Büro Schoch direct AG bietet für Grosskunden eine Single-Sourcing-Lösung für die Beschaffung von Büromaterial an, die zusätzlich zu den 40'000 Standardpositionen auch kundenspezifische Produkte enthält. In der Business Software Tosca von Dynasoft bildet Büro Schoch die Organisationsstruktur des Kunden mit Personen, Kostenstellen, Büromaterialbudget, Adressen, etc. ab und bietet damit ein auf die Firmenbedürfnisse zugeschnittenes Produktsortiment an. Die Kunden sind in der Lage, Bestellung und Kostenkontrolle in ihre internen Abläufe zu integrieren. Spezielle Berechtigungen ermöglichen es ihnen, mit einem Webbrowser auf den Webshop zuzugreifen, der einen direkten Zugang zum ERP-System von Büro Schoch ermöglicht.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Fallstudie beteiligt:

Tab. 6.1: Mitarbeitende der Fallstudie

Ansprechpartner	Funktion	Unternehmen	Rolle
Thomas Schoch	Geschäftsleiter	Büro Schoch direct AG	Lösungsbetreiber
Gabi Lardi	Leiterin e-Business	Büro Schoch direct AG	Lösungsbetreiber
Pascal Glauser	Projektleiter	Dynasoft AG	ERP-Anbieter
Dr. Marcel Siegenthaler	Dozent und Berater	Fachhochschule Aargau	Autor

Die beschriebene Lösung ist ab Ende 2005 unter der Domain www.buero-schoch.ch zugänglich, vorher unter www2.schoch-shop.ch.

6.1 Das Unternehmen

6.1.1 Hintergrund

Die Büro Schoch AG erwirtschaftet mit 130 Mitarbeitenden 35 Mio. CHF Umsatz in den drei Bereichen Büromöbel, Bürobedarf und Papeterie. Das über hundertjährige Familienunternehmen wird heute in der vierten Generation geführt. Die vorliegende Fallstudie konzentriert sich auf den Bereich Bürobedarf, der ein grosses Sortiment vom Bleistift über das Wörterbuch bis zum Kopierapparat umfasst. Per 1. Juli 2005 wurde der Bereich Bürobedarf im Zuge einer Neuorganisation in die Büro Schoch direct AG mit Sitz in Oberrohringen nördlich von Winterthur umgewandelt.

6.1.2 Branche, Produkt und Zielgruppe

Die Büro Schoch direct AG ist in ihrem Bereich in der Schweiz eines der grössten Unternehmen. Firmenübernahmen aus dem Ausland und Discounter (beispielsweise aus den USA) sorgen für einen harten Wettbewerb in der Branche. Büro Schoch konzentriert sich auf das B2B-Geschäft in der Schweiz und nimmt insbesondere bei den Grosskunden eine starke Marktstellung ein.

Die Büro Schoch direct AG betreibt ihr Geschäft von Winterthur-Ohringen aus und hat ein Lager im 90 km entfernten Aarburg im gleichen Gebäude wie die Papeteristen-Einkaufs-Genossenschaft (PEG), mit der eine enge Geschäftsbeziehung besteht. Ein Teil des Sortiments der PEG ist in das Angebot von Büro Schoch integriert. Die Distribution erfolgt unabhängig von PEG teils über einen Paketdienst, teils mit eigenen Fahrzeugen.

6.1.3 Unternehmensvision

Als besondere Stärke bietet Büro Schoch einem zunehmenden Kundenanteil das Single Sourcing an, das sich zu einer Unique Selling Proposition (USP) entwickelt: Gemeinsam mit dem Kunden wird sein bedürfnisorientiertes Sortiment modelliert, das auch firmenspezifische Artikel enthält, wie zum Beispiel Leuchtstifte mit Logo, bedrucktes Briefpapier und sogar Visitenkarten. Diese Artikel werden von Büro Schoch gelagert und innerhalb von Rahmenverträgen durch den Kunden abgerufen. Büro Schoch übernimmt für den Kunden weitere Leistungen für die Bestellung und Verrechnung wie zum Beispiel die Budgetkontrolle, Bestellberechtigungen, Verrechnung auf kundenspezifische Kostenstellen oder Verbrauchsübersichten. Von den insgesamt etwa 5'000 Kunden nutzen bereits 20 Grosskunden dieses umfassende Dienstleistungsangebot.

Aufgrund der Kundenstruktur erfolgt die Marktbearbeitung konventionell mit Aussendienstmitarbeitenden, die auch die Beratungsleistung vor Ort erbringen können. Mehr als die Hälfte der Bestellungen werden heute über E-Business abgewickelt, was die grosse Bedeutung des Webshops für Büro Schoch verdeutlicht.

6.2 Der Auslöser des Projekts

Der auf Basis IBM Websphere bis Ende 2005 in Betrieb stehende Webshop verursachte eine Reihe von Problemen, die eine Ablösung erforderlich machten. Da die ursprüngliche Lösung von IBM kurz nach der Einführung bei Büro Schoch nicht mehr unterstützt wurde, entstand für den Anwender ein hoher Aufwand. Im Laufe der Jahre wurden Erfahrungen gesammelt, der Wunsch nach zusätzlicher Funktionalität liess sich jedoch auf dieser Plattform nicht mehr umsetzen. Ein weiterer Auslöser war die fehlende Integration zwischen der betriebswirtschaftlichen Software Tosca und dem Shop. Die Daten waren in beiden Systemen redundant vorhanden und mussten mehrmals täglich im Batchbetrieb abgeglichen werden. Hinzu kam, dass die verwendeten Javascripts Darstellungsprobleme auf den heterogenen Hardwareplattformen und Browsern der Kunden verursachten.

6.2.1 Stellenwert von E-Business in der Unternehmensstrategie

E-Business ist für Büro Schoch weder Verkaufsargument noch Selbstzweck. Im Vordergrund stehen Benutzerfreundlichkeit und Akzeptanz.

Die Informationstechnologie dient der Büro Schoch direct AG zur sinnvollen Prozessunterstützung. Im B2B-Bereich lassen sich durch die Integration von Webshop und Warenwirtschaftssystem einzigartige Dienstleistungen realisieren, welche auf konventionellem Weg nicht denkbar sind.

6.2.2 Zusammenspiel von ERP-System und E-Business-Software

Der neue Webshop von Büro Schoch ist vollständig integriert in die betriebswirtschaftliche Software Tosca und keine im herkömmlichen Sinne eigenständige Software. Der Besteller nutzt die Auftragserfassung des ERP-Systems von Büro Schoch, die sich ihm als Webshop präsentiert. Sämtliche Daten liegen in einer einzigen Oracle-Datenbank.

6.2.3 Partner

ERP-Anbieter

Büro Schoch setzt seit vielen Jahren erfolgreich Software der Firma Dynasoft ein. Am 1. Juli 2001 wurde das ERP-System Tosca in Betrieb genommen. Zu diesem Zeitpunkt verfügte Tosca noch nicht über eine Webshoperweiterung. Büro Schoch setzte als eines der ersten Unternehmen auf die von Dynasoft im Jahr 2004 angekündigte neue Weblösung und konnte auch entsprechend grossen Einfluss auf die durch Dynasoft zu entwickelnden Funktionalitäten nehmen.

Dynasoft ist ein in Solothurn ansässiges, schweizerisches Informatikunternehmen, das Standardsoftware entwickelt, verkauft, installiert und betreut. Dynasoft setzt Entwicklungswerkzeuge von Oracle ein, und die ERP-Software Tosca basiert auf Oracle-Datenbanken. Neben „Tosca“ im aktuellen Release 2.6 bietet Dynasoft „Calwin III“ zur Bewertung von Immobilien an.

Internet Agentur

Die Gestaltung der Internetseiten und das Aufsetzen und Betreiben des Content Management Systems, das den Firmenauftritt rund um den Webshop zur Verfügung stellt, wird bei Büro Schoch durch eine interne Mitarbeiterin vorgenommen, die mit ihrem Know-how die neue Lösung massgeblich mitträgt.

Geschäftspartner

Ein grosser Tonerlieferant stellt den Suchmechanismus für die Drucker-Verbrauchsmaterialien zur Verfügung. Diese Abfrage erscheint auf der Website von Büro Schoch und erlaubt die Bestellung der korrekten Artikel. Bei PEG wird ein Teil der Handelswaren bestellt und dazu je nach Artikel auch deren Lagerbestand direkt im Webshop angezeigt. PEG setzt ebenfalls Tosca ein, was diese Integration vereinfacht. In dieser Fallstudie wird auf die Lieferantenseite nicht weiter eingegangen.

6.3 Webshop zur kundenspezifischen Leistungserbringung

6.3.1 Geschäftssicht

Es ist Büro Schoch möglich, sämtliche Aktivitäten rund um das Büromaterial der Kunden im Sinne eines Single Sourcing zu übernehmen (vgl. Abb. 6.1).

Bevor der operative Betrieb starten kann, ist mit jedem einzelnen Kunden eine intensive Beratungsphase zu durchlaufen, in der die gewünschte Leistung definiert

wird. Firmenspezifische Produkte wie Briefpapier oder Werbeartikel mit Logos sind festzulegen bezüglich Gestaltung und Beschaffungsquantitäten. Bei den Standardprodukten wählt der Kunde ein auf seine Vorstellungen hin zugeschnittenes Teilspektrum aus dem gesamten Produktangebot von Büro Schoch aus und definiert darauf basierende Einkaufslisten mit den am häufigsten zu beziehenden Artikeln. Des Weiteren ist festzulegen, welche Mitarbeitenden die Berechtigung erhalten sollen, über den Webzugang Büromaterial zu bestellen und wohin dieses zu liefern ist. Mit dieser organisatorischen Frage ist auch die finanzielle Sicht verknüpft: Büro Schoch übernimmt die Kostenstellen-Nummern des Kunden, was diesem bei der Verrechnung eine einfache Zuordnung ermöglicht. Sowohl für die ganze Firma als auch für Teilbereiche lassen sich für frei bestimmbare Perioden Budgets für den Büromaterialbezug definieren. Kostenauszüge zeigen schliesslich wahlweise die Firmensicht oder festzulegende Teilbereiche einzelner Kostenstellen inklusive eines Vergleichs mit den budgetierten Zahlen. Zu dieser umfassenden Leistungsdefinition gehören Rahmenverträge für den Materialabruf und Verträge bezüglich der Zusammenarbeit.

Nach dieser Initialphase kann der operative Betrieb aufgenommen werden. Entsprechend den Abmachungen wählen Mitarbeitende aus ihrem spezifischen Sortiment Artikel aus und bestellen auf ihre Kostenstellen und an ihre Lieferadressen. Der Finanzfluss erfolgt konventionell über Rechnungsstellung und Banküberweisung.

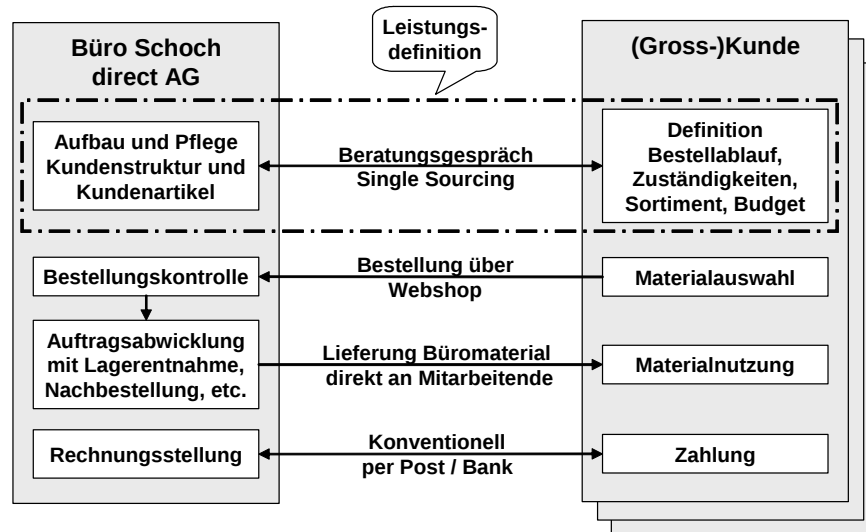


Abb. 6.1: Kundenspezifische Leistungsdefinition und Leistungserbringung

6.3.2 Prozesssicht

Die Schritte der eigentlichen Bestellabwicklung zwischen Kunden und Büro Schoch sind in Abb. 6.3 (Anwendungssicht) erkennbar. Ein interessanter Prozess ist daneben die Initialisierung und periodische Aktualisierung der Rahmenbedingungen, die das Zusammenarbeiten der Vertragspartner regeln.

Die Leistungsdefinitionen, die im Beratungsgespräch für das Single Sourcing vereinbart werden, werden vertraglich festgehalten (vgl. Abb. 6.2). Die Vertragsverwaltung geschieht ausserhalb des ERP-Systems in einer konventionellen Ablage. Wichtiger Teil der Leistungsdefinition sind die Datensätze, die für den operativen Betrieb des Webshops zur Verfügung gestellt werden müssen, wie zum Beispiel Sortiment, Budget, Konditionen, etc. Diese Daten werden im Beratungsgespräch beim Kunden vereinbart und in Excel festgehalten. Bei Büro Schoch werden sie anschliessend ins Tosca übertragen. Der kundenspezifische Webshop ist damit bereit für die Aufnahme des operativen Betriebes. Mit der Vertragszusage aktiviert Büro Schoch den vorbereiteten Account und sendet automatisch aus Tosca heraus die Zugangsdaten an den Kunden.

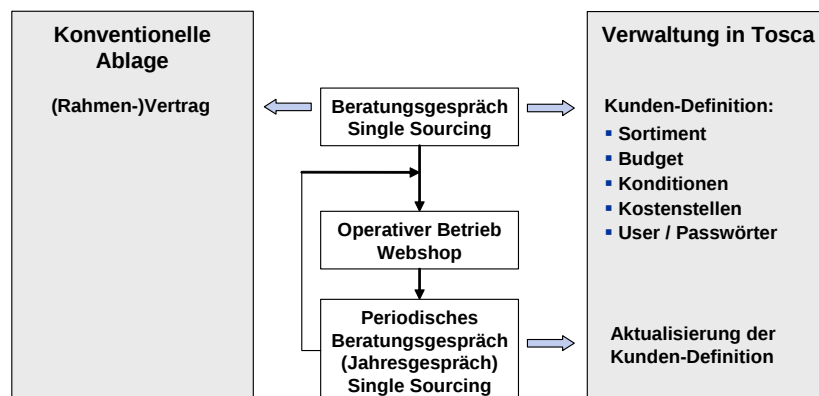


Abb. 6.2: Initialisierung und Aktualisierung der Verträge und Definitionen mit dem Kunden

Die Kundendaten müssen ab und zu aktualisiert werden. Dieser Prozessschritt wird bei Bedarf vom Kunden angestossen, beispielsweise anlässlich von Reorganisationen, Stellenwechsel, etc. Die Aktualisierung erfolgt aber auch auf Initiative von Büro Schoch beim regelmässig wiederkehrenden Jahresgespräch. Die Änderungen werden von Büro Schoch in Tosca eingepflegt.

6.3.3 Anwendungssicht

Interessant an der vorliegenden Anwendung ist der Warenkorb, der die vielen Kundendaten aus dem CRM-Modul von Tosca in Kombination mit dem Produktsortiment einsetzt. Dadurch erhält der einzelne Kunde ein personalisiertes Produktangebot. Möglich ist das, weil es sich nicht um einen herkömmlichen, eigenständigen Warenkorb handelt, sondern um einen Verkaufsauftrag direkt im ERP-System, auf den der Kunde über das Webinterface selbst zugreifen kann. Damit ist gewährleistet, dass sämtliche relevanten Daten aus dem ERP-System eingesetzt werden können, keine Redundanz entsteht und auch die Aktualität der Daten gewährleistet ist.

Um ein Sortiment von 40'000 Produkten ansprechend zu präsentieren, sind eine entsprechende Anzahl beschreibender Bilder nötig. Diese finden sowohl Eingang in die Print-Kataloge als auch in den Webshop, allerdings in kleinerer Auflösung. Büro Schoch betreibt keine medienneutrale Datenbank aus der die Bilder den Bedürfnissen entsprechend umgerechnet und zur Verfügung gestellt werden, sondern eine herkömmliche Dateiablage auf die das ERP-System zugreift..

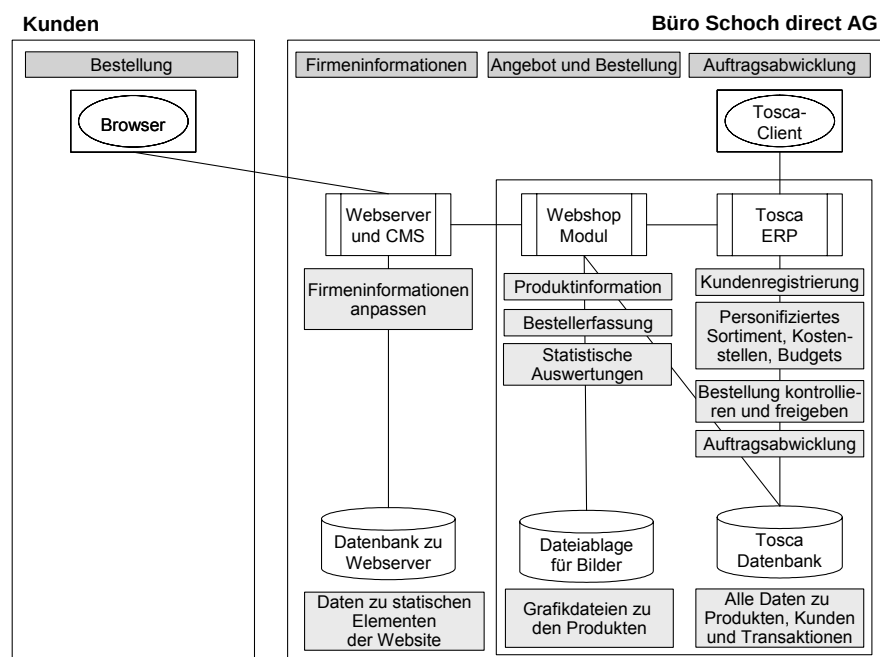


Abb. 6.3: Anwendungssicht Tosca bei der Büro Schoch direct AG

6.3.4 Technische Sicht

Der Webzugriff auf das ERP-System wurde in der Form einer J2EE-Applikation implementiert (in Abb. 6.3 als Webshopmodul bezeichnet). Durch diesen Zugang werden die User des Shops (Kunden) quasi zu ERP-Benutzern mit reduzierten Privilegien im Vergleich zu den internen Mitarbeitenden. Sicherheitsmassnahmen wie der konsequente Einsatz von Binding Variablen in den SQL-Statements schützen die Datenbank vor unberechtigtem Zugriff.

Für die beschriebene Lösung werden bei Büro Schoch zwei Server eingesetzt:

- Windows 2003 Server für Tosca (ERP-System) und die Oracle 9i Datenbank
- Ein Webserver (Oracle Application Server 10g)

6.4 Implementierung

Büro Schoch setzte zum Zeitpunkt eines sehr frühen Entwicklungsstands auf das Webshopmodul der Firma Dynasoft und nahm eine sehr aktive Rolle im Projekt ein. Büro Schoch entwarf die Masken zuerst als HTML-Dateien (mit Dreamweaver), um sie mit internen Usern auf Übersichtlichkeit und Benutzerfreundlichkeit zu testen und um so die Logik der Abläufe sicherzustellen. Auf dieser Basis wurden Konzept, Design und Funktionen in enger Zusammenarbeit mit dem Projektleiter des Softwareanbieters konkretisiert und von Dynasoft als Tosca-Modul innerhalb weniger Monate implementiert.

6.5 Erfahrungen aus dem Betrieb

Der Webshop wurde stufenweise in Betrieb genommen. Zuerst wurden die neuen Kunden aufgenommen, anschliessend die grossen Kunden laufend auf das neue System migriert und schliesslich in einer mehrmonatigen Aktion die vielen kleineren Kunden übernommen. Engpass bei der Migration war nicht das Informatiksystem, sondern die zusätzlichen Kundendaten, die jeweils zu erheben waren. Während der ganzen Zeitspanne wurden der alte und der neue Webshop parallel betrieben und von den jeweiligen Kunden über unterschiedliche URLs angesprochen.

Was der Kunde als Warenkorb sieht, ist eigentlich ein Auftrag in Tosca. Dieser Auftrag bleibt für den Benutzer stehen, auch wenn er sich vom Webfrontend abmeldet und erst Tage später wieder anmeldet. Diese Eigenschaft macht sich nun ein Teil der Kunden zu Nutze, in dem sie jeden auftretenden Bedarf an Büromaterial fortlaufend im Webshop speichern und erst bei einem dringenden Bedarf oder beispielsweise einmal im Monat die Bestellung auslösen. Sie nutzen den Bestellauftrag von Tosca auf elegante Art als persönlichen Notizzettel. Falls sich in der

Zwischenzeit der registrierte Artikel geändert hat, wird der Besteller automatisch auf diesen Umstand aufmerksam gemacht.

6.5.1 Zielerreichung

Der Wechsel von einem Stand-alone-Webshop zu der beschriebenen, integrierten Lösung eröffnete für Büro Schoch neue Möglichkeiten, die Dienstleistung für den Kunden zu verbessern. Es ist zwar nicht möglich, die zu erwartende, höhere Kundenzufriedenheit und Kundenbindung monetär zu quantifizieren, die Einsparungen zeigen sich jedoch konkret in den folgenden Punkten:

- Wegfall Bestellungen einlesen
- Wegfall doppelte Kundenpflege
- Einfacherer IT-Support in Hard- und Software

Die Einsparungen dürften insgesamt in der Grössenordnung von 50'000.- CHF pro Jahr liegen. Die Projektkosten lagen insgesamt bei ca. 170'000.- CHF, wobei 120'000.- CHF an externen Kosten und ca. 50'000.- CHF an internen Aufwendungen anfielen.

Für den Betrieb des Shops budgetiert Büro Schoch pro Jahr 80'000.- CHF Personalkosten, was die Aufschaltung von Aktionen, Aktualisierung von Produkten, Strukturen etc. deckt. Für die Software des Shops selbst, d.h. Anpassungen, Unterhalt, Erweiterungen werden jährliche Kosten in der Grössenordnung von 10'000 bis 20'000.- CHF veranschlagt. Die Lizenzkosten für die Shop-Funktionalität lassen sich nicht aufschlüsseln, sie sind in denjenigen des Tosca-ERP-Systems enthalten.

Rekapituliert man die Auslöser für das Projekt, den Stellenwert des Webshops für Büro Schoch und die angestrebte Zusammenarbeit mit den Kunden, so würde eine Überlegung, die ausschliesslich auf einer Break-Even-Berechnung basiert, deutlich zu kurz greifen. Mit der vorliegenden Lösung wurden die gesetzten Ziele vorbildlich schnell und ökonomisch erreicht. Der neue Webshop stellt in der Geschäftsentwicklung von Büro Schoch einen wichtigen Meilenstein dar. Interessante Alternativen wären kaum denkbar gewesen.

6.6 Erfolgsfaktoren

6.6.1 Spezialitäten der Lösung

Der Webshop von Büro Schoch weist im Bereich der Benutzerdaten einen überdurchschnittlichen Funktionsumfang auf. Obwohl datentechnisch keine Integration

mit dem Informatiksystem des Benutzers stattfindet, wird auch den grösseren Geschäftskunden eine Dienstleistung angeboten, die eine hundertprozentige Auslagerung der gesamten Büromaterialbewirtschaftung ermöglicht. Dazu werden die umfangreichen, firmenspezifischen Angaben auf dem Informationssystem des Anbieters geführt. Technisch wird die kundenspezifische Dienstleistung durch Tosca mit dem integrierten Webshop ermöglicht. Operativ aber lebt die Dienstleistung durch das Engagement der Mitarbeitenden von Büro Schoch in der Datenpflege und durch die Lagerlogistik, speziell in Bezug auf das kundenspezifische Material.

Das abgerundete Gesamtkonzept, das sich aus dem nahtlosen Zusammenspiel von Informatik, Logistik, Kundennähe und Fachwissen ergibt, ist als Spezialität der Lösung und damit als USP zu werten.

6.6.2 Lessons Learned

Büro Schoch hat ihre Lehren gezogen aus den Problemen der vorherigen Shopsoftware und hat darauf basierend zielstrebig eine neue, integrierte Lösung eingeführt. Ähnlich wie in diesem Fallbeispiel ist auch bei anderen Softwareeinführungen der interne Wissensaufbau oft als Schlüsselfaktor für den nachhaltigen Erfolg zu sehen [Siegenthaler 2004]. Bei Büro Schoch wurde eine hohe, interne Kompetenz aufgebaut, die sich nun in der Projektabwicklung, in der Prozessgestaltung und auch in der sinnvollen IT-Unterstützung der Geschäftsprozesse auszahlt.

Der ganz in Tosca integrierte Webshop entspricht den Anforderungen der Büro Schoch vollständig. Die Zusammenarbeit mit dem lokalen IT-Anbieter war sehr eng und erfolgreich.