

KoFoBiS Event 2008: Business Software verschafft Wettbewerbsvorteile

Die über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des diesjährigen Forums für Business Software an der Universität in Koblenz erhielten einen gezielten Einblick in Softwarelösungen, mit denen Unternehmen Wettbewerbsvorteile durch den Einsatz von Business Software erzielt haben. Die kritischen Fragen an die Referenten sowie die angeregten Diskussionen unter den Teilnehmenden zeigten, dass dieses Thema für Unternehmen wichtig ist und vielerorts nach tragfähigen Lösungen gesucht wird.

Prof. Dr. Walter Dettling, Leiter der Hochschule für Wirtschaft in Basel, eröffnete die Veranstaltung mit einer Keynote über „Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software“. In seinem Vortrag unterstrich er, dass die Schaffung von Wettbewerbsvorteilen zwar möglich ist, dass es hierfür aber kein generelles Erfolgsrezept gibt. Er wies darauf hin, dass sich im Quervergleich der an KoFoBiS vorgestellten Fallstudien drei herausragende Faktoren zeigen: (1) Die elektronische Unterstützung des *Verkaufsprozesses*, (2) eine optimierte, elektronische *Kundenschnittstelle* in der Form eines Webshops mit Zusatzfunktionalitäten und (3) ein optimiertes *Produktdatenmanagement*.

Als Treiber für die Einführung oder Erweiterung von ERP-Systemen nannte er die gestiegenen Anforderungen an die Funktionalität der Software zur besseren Unterstützung der *Interaktion mit dem Kunden*. Dabei wirkt sowohl die Unterstützung von *internen Mitarbeitern* als auch die Kundenanbindung in *Customer-Self-Service-Ansätzen* als Hebel zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und somit auch zur Kundenbindung. Das dominante Motiv für die Einführung von moderner Business Software ist somit die Steigerung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Herausforderungen sehen die Verantwortlichen in einer stärkeren Internationalisierung (z.B. Mehrsprachigkeit), in gesetzlichen Anforderungen sowie in der Entwicklung von Zusatzfunktionalitäten (z.B. Sachmerkmalsleisten, Empfehlungssysteme). Letztlich waren die vorgestellten Lösungen allerdings spezifisch für Branche und Geschäftsmodell. Die Vorteile, die durch Business Software erzielt werden, liegen nicht nur in der Erhöhung von Umsätzen sondern auch in nicht direkt monetär bewertbaren Faktoren wie z.B. einer höheren Kundenloyalität.

In der Einleitung zur ersten Session stimmte Ralf Wölfle, Professor für E-Business an der Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel, die Teilnehmenden auf das erste Thema ein, der *optimierte Vertriebsprozess in produzierenden Unternehmen*. Als drei zentrale Anforderungen nannte er (1) das Angebot des richtigen Produkts, (2) Zuverlässigkeit und (3) Flexibilität.

Die zwei Fallstudien Ziehl-Abegg und Valenzi zeigten anschließend erfolgreiche Umsetzungen von elektronischen Lösungen im Vertriebsprozess. Bei Ziel-Abegg stach vor allem die erfolgreiche Unterstützung der Produktkonfiguration (z.B. durch Sachmerkmalsleisten) her-

vor. Dies führt zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit durch eine deutliche Reduktion des Zeitbedarfs zur Erstellung von kundenspezifischen Angeboten. Damit verbunden sind die schnellere Reaktion auf individuelle Kundenwünsche, vollständige, einheitliche Angebote (unabhängig vom jeweiligen Anwender), die starke Reduktion des Zeitbedarfs für die kundenspezifische Konstruktion und Projektierung, die wesentlich schnellere Bereitstellung aller Produktunterlagen, die Reduktion von Fehlerkosten sowie die Wiederverwendung von Teilen und Komponenten. Bei Valenzi führte die Einführung einer neuen ERP-Software zu einer stärker automatisierten Auftragsbearbeitung, einer vereinfachten Konditionenvereinbarung, einer hohen Systemunterstützung, zu einfacherer Einhaltung der gesetzlichen Auflagen, zur automatischen Erkennung von falsch bestellten Produkten sowie zur Fehlervermeidung durch automatisierte Systemkontrollen.

In der zweiten Session stellte Petra Schubert, Professorin für Wirtschaftsinformatik und Gastgeberin des Koblenzer Forums, das zweite Thema „*Performance im Handel*“ vor. Dabei wies sie auf die anhaltende Bedeutung des elektronischen Datenaustauschs (EDI) hin, ein Thema, das im Vorjahr das Fokusthema der Veranstaltung gewesen war.

Zwei Fallstudien illustrierten in dieser Session, wie Performance im Handel erreicht werden kann. Die John Handels GmbH & Co. KG realisierte Wettbewerbsvorteile durch die Einführung einer neuen ERP-Software in Form von flexibleren Auswertungsmöglichkeiten. Heute kann das Unternehmen schneller und ohne Aufwand auf Kundenwünsche eingehen. Bei Bedarf werden tagesgenaue Auswertungen zu individuellen Lagerbeständen und Bestellsummen oder andere Informationen aus dem System extrahiert und dem Kunden per E-Mail oder Fax gesandt. Außerdem erfolgt eine semi-automatische Überprüfung der Aufträge. Für die Niggemann Food Frischemarkt GmbH waren die gesetzlichen Auflagen des Lebensmittelhandels ein Hauptauslöser für die Einführung eines neuen ERP-Systems. In dieser Fallstudie konnte eine stark automatisierte Abwicklung des Vertriebs beobachtet werden. Die neue Software deckt alle relevanten Prozesse ab und kann ständig funktional erweitert werden. Medienbrüche werden z.B. durch die Integration der Telefonanlage in die Unternehmens-IT reduziert. Das System ermöglicht eine selbständige Anpassung (Customizing) durch geschulte Key-User des Unternehmens.

In der abschließenden Podiumsdiskussion zum Thema „*Business Software an der Kundenschnittstelle*“, dem einzigen Programmteil, in dem IT-Anbieter zu Wort kamen, ging es abschließend um die Frage, ob ERP-Anbieter ihren Kunden (den Anwendern) über spezifische Funktionalitäten ihrer Software tatsächlich zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen verhelfen können. Dabei ging der Moderator, Prof. Dettling, speziell auf die Frage ein, ob der Technologievorsprung für die Anbieter ein entscheidender Faktor ist. Alle drei Anbieter verfügen über Lösungen, die auf „neuer Technologie“ basiert. Es herrschte die einhellige Meinung, dass dies für die Zukunftsträchtigkeit der Software wichtig ist. Im Weiteren wurde die Frage „wieviel Standard steckt wirklich hinter einer Standardsoftware?“ thematisiert. Ist es wirklich möglich, die Bedürfnisse unterschiedlicher Unternehmen mit ein und derselben Software abzudecken? Die Anbieter sprachen hier von einer 80:20 Regel. 80 Prozent der Anforderungen sind in der Regel mit dem vorhandenen Funktionsvorrat abdeckbar, 20 Prozent werden im Durchschnitt bei einem Einführungsprojekt individuell hinzuprogrammiert. Damit wurde speziell darauf hingewiesen, dass das Prozessredesign beim Kunden heute als Beratungsleistung immer zu einem Einführungsprojekt dazugehört. Die ERP-Software „von der Stange“, die so einfach zu installieren ist wie eine Office-Suite, gibt es nicht und wird es nach Ansicht der Anbieter auch nie geben. Dafür sind die Prozesse in unterschiedlichen Branchen zu heterogen. Dies gilt vor allem dann, wenn mit dem Softwareeinsatz Wettbewerbsvorteile erzielt werden sollen, denn dann muss man sich durch „bessere Prozesse“ von seinen Mitbewerbern diffe-

renzieren. Dabei kam deutlich heraus, dass die „Standards“ innerhalb der Standardsoftwaresuiten sehr unterschiedlich aussehen. So hat jeder Anbieter seinen *eigenen Standard*. Im Bereich von anerkannten Standards für Services (wie z.B. digitale Signaturen) greifen ERP-Anbieter häufig auf Fremdanbieter (wie z.B. die deutsche Post) zurück. Es wurde darauf hingewiesen, dass das den implementierten ERP-Systemen zugrunde liegende Datenmodell, bei jedem Projekt anders aussieht. So ist es z.B. nicht ohne Aufwand möglich, zwei Unternehmen nach einer Fusion elektronisch zusammenzuführen – nicht einmal, wenn sie dieselbe Standardsoftware einsetzen. ERP-Systeme sind heute stark modular aufgebaut (z.B. mit Modulen für das Rechnungswesen, Materialmanagement, Personalwesen). Diese Module sind innerhalb derselben Softwaresuite stark integriert, sind aber darauf ausgelegt, Module von Drittanbietern (i.d.R. Partnerfirmen) einzubinden (z.B. Dokumentenmanagement, PPS). Bei Einführungsprojekten ist es wichtig, dass eine Gesamtlösung aus einer Hand (also von einem verantwortlichen Partner) angeboten wird, da die Kunden im Falle von Problemen nur *einen* Ansprechpartner haben wollen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Koblenzer Forum für Business Software 2008 die klaren Bedürfnisse der Anwender wider spiegelte, aus den Erfahrungen bereits realisierter ERP-Software-Projekte zu lernen. Die Besonderheit dieser Veranstaltung liegt in der Vorstellung einheitlich aufbereiteter „Fallstudien“, die in Interviews mit den jeweiligen Projektverantwortlichen vorgestellt werden. Unter dem Titel „Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software“ erschien in diesem Jahr bereits das neunte Buch der eXperience-Reihe im Hanser Verlag.

(ca. 8.800 Zeichen mit Leerschlägen)

Kontakt: Petra Kochwasser
+49 (261) 287-2520
info@bas.uni-koblenz.de