

**Universität St. Gallen – Hochschule für Wirtschafts-,
Rechts- und Sozialwissenschaften (HSG)**

Informationsbewusstes Management

**Zusammenfassung
SS 2002**

Version 1.0

vom 21. August 2002

Autor	Dozent
Rado David Höhlebachweg 32 CH-4132 Muttenz Email: david@mavericks.ch Internet: http://www.mavericks.ch	Prof. Dr. H. Österle hubert.oesterle@unisg.ch

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
1 Einleitung	1
1.1 ZIELSETZUNG UND ÜBERBLICK.....	1
1.2 INFORMATIONSBEWUSSTES MANAGEMENT.....	1
2 Unternehmen im Informationszeitalter	3
2.1 KUNDENPROZESS.....	4
2.2 KUNDENPROZESSPORTAL.....	6
2.3 KOOPERATIONSPROZESSE.....	8
2.4 GESCHÄFTSNETZWERK (WERTSCHÖPFUNGSNETZ).....	9
2.5 eSERVICES (WEBSERVICES).....	11
2.6 UNTERNEHMENSPORTAL (ENTERPRISE PORTAL).....	13
2.7 BUSINESS COLLABORATION INFRASTRUCTURE (BUSINESS BUS).....	13
3 Dokumente	15
3.1 KUNDENPROZESSVISION.....	15
3.2 EVENTLIST.....	15
3.3 WIRKUNGSNETZWERK.....	16
3.4 KONTEXTDIAGRAMM.....	16
3.5 LEISTUNGSVERZEICHNIS.....	17
3.6 AUFGABENKETTENDIAGRAMM.....	17
3.7 AUFGABENVERZEICHNIS.....	18
3.8 APPLIKATIONSARCHITEKTUR.....	19
3.9 APPLIKATIONS- UND SCHNITTSTELLENBESCHREIBUNG.....	19
3.10 ARCHITEKTURKRITERIEN.....	20
3.11 STAKEHOLDER MAP.....	20
3.12 MASTERPLAN.....	21
3.13 PROJEKTPLAN.....	21

1 Einleitung

1.1 Zielsetzung und Überblick

Ziele:

- IT-Trends beurteilen und Potenziale erkennen können.
- Business Engineering Projekte bewerten, beurteilen, planen und durchführen können.
- Bedeutung von Kooperationen richtig einschätzen können.
- verschiedene Modelle des IM beurteilen können.

1.2 Informationsbewusstes Management

Das St. Galler Modell unterteilt das IM in drei Sichten. Dabei bezieht sich jede Sicht auf eines der oben beschriebenen Berufsbilder:

- **Informationsbewusste Unternehmensführung:** Erkennen der Potentiale der IT und das Umsetzen in neue Geschäftslösungen. Repräsentiert die unternehmerische Sicht auf die Informatik. Ergebnis sind unternehmerische Lösungen. Verantwortlich sind die Geschäftsmanager.
- **Informationssystem-Management (ISM):** Entwicklung und Betrieb eines IS. Repräsentiert die logisch-konzeptionelle Sicht auf die Informatik. Verantwortlich sind die IS-Manager.
- **Management der Informatik (MIK):** Bereitstellen der personellen und technischen Infrastruktur zur Entwicklung und Betrieb des IS. Repräsentiert die instrumentelle Sicht auf die Informatik. Verantwortlich sind die IT-Manager.

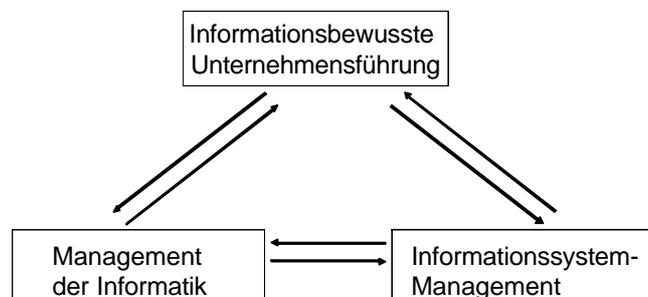


Abbildung 1: Teilbereiche des Informationssystem-Managements

Diese drei Teilaspekte beziehen sich hauptsächlich auf das Informationswesen eines Unternehmens in einer stabilen Umwelt. Das **Business Engineering** bezieht sich hingegen auf die Transformation eines Unternehmens in einer sich wandelnden Umwelt.

2 Unternehmen im Informationszeitalter

Für Unternehmen im Informationszeitalter ergeben sich unterschiedliche Handlungsfelder sowie Potenziale. Das Informationszeitalter erfordert zwar eine Neuorientierung in der Unternehmensführung, ökonomische Grundprinzipien bleiben jedoch bestehen. Dass die neuen Geschäftsmodelle funktionieren oder allgemein gültig sind, ist noch keineswegs erwiesen. Wenn wir jedoch warten, bis wir mit wissenschaftlicher Gründlichkeit fundierte Modelle präsentieren können, ist die Transformation gelaufen, sind die Chancen vertan. Es ist abzusehen, dass von der Flut von neu gegründeten Unternehmen nur ein kleiner Teil überleben wird, die erfolgreichen sind aber gerade dabei, die Wirtschaft neu zu formen.

Verschiedene Player bestimmen die Entwicklung von eBusiness:

- *Softwareanbieter*: z.B. für CRM: SAP, Siebel, Oracle; für Portale: Tibco, Plumtree, SAP Portals, IBM.
- *Technologieanbieter*: z.B. IBM, HP, Sun, Microsoft.
- *Industrielle Standardisierungsgremien*: z.B. CPExchange, xCRL, ebXML.
- *Venture Capitalists*: z.B. Kleiner Perkins Caufield & Byers.
- *Systemintegratoren*: z.B. PWC, Accenture.

Das Unternehmen des Informationszeitalters ist ein **Leistungsintegrator**. Es versucht, dem Kunden möglichst viele der benötigten Informationen, Dienstleistungen und Produkte aus einer Hand und aufeinander abgestimmt anzubieten. Basierend auf detailliertem Wissen über den Kunden passt es die Leistungen möglichst genau auf die individuellen Bedürfnisse an. Das *Unternehmensportal* bildet die Schnittstelle zwischen Kunde und Unternehmen, fasst also alle Leistungen des Unternehmens an den Kunden zusammen. Das Unternehmen produziert die benötigten Leistungen in den seltensten Fällen selbst, sondern arbeitet mit einem Netzwerk von Anbietern (Supply Chain, *Wertschöpfungsnetz*) zusammen. Voraussetzung für eine solche Wirtschaftsstruktur ist eine Infrastruktur für die Zusammenarbeit von Geschäftspartnern (*Business Collaborative Infrastructure, Business Bus*), basierend auf Standards für die Technik, auf standardisierten Applikationen, auf standardisierten kooperativen Prozessen und auf allgemein anerkannten Handelsvereinbarungen.

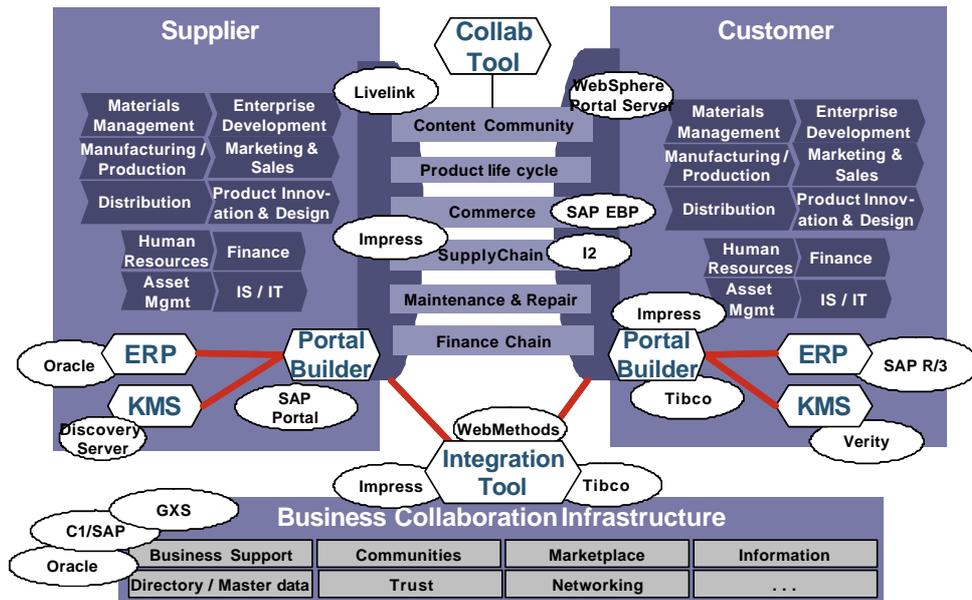


Abbildung 2: IS-Architektur

2.1 Kundenprozess

Unternehmen des Informationszeitalters gehen vom Kundenprozess aus. Der **Kundenprozess** umfasst alle Aktivitäten, in denen der Kunde die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens in Anspruch nimmt. Er ist die Summe aller Aufgaben, die mit gelieferten Informationen, Produkten und Dienstleistungen erfüllt werden. Kundenprozesse verbinden die Aufgaben des Kunden mit den Services des Lieferanten.

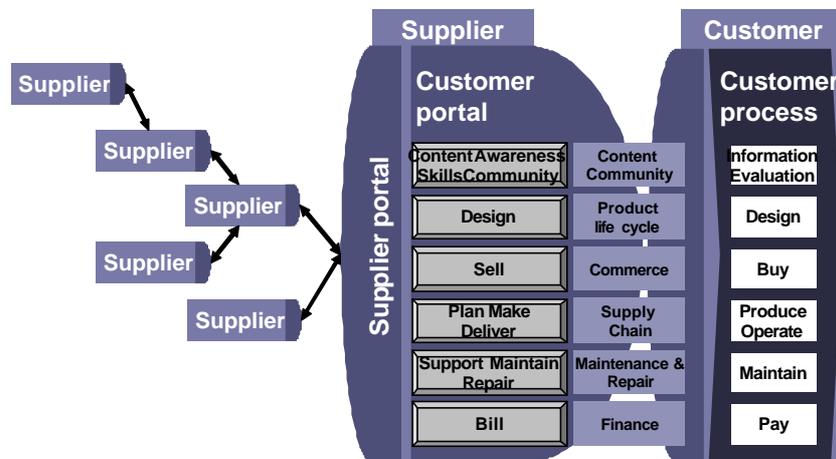


Abbildung 3: Kundenprozess

Eine Neuorganisation eines Kundenprozesses kann eine ganze Branche grundlegend verändern.

Ein integrierter Prozess bietet dem Kunden erheblichen Zusatznutzen:

- jeder Kunde muss nur eine Lieferantenbeziehung unterhalten.
- jeder Service kann das Wissen über die anderen Aktivitäten des Kundenprozesses nutzen.
- der Lieferant kann dem Kunden angepasste Leistung erbringen.

Im weiteren:

- *Everything*: Der Kunde erhält alle Produkte, Dienstleistungen und Informationen aus einer Hand, benötigt nur eine Geschäftsbeziehung.
- *One-stop*: Der Kunde kann das gesamte Geschäft in einem einzigen Vorgang erledigen (keine Unterbrechung des Kundenprozesses).
- *Anyhow*: Der Kunde erhält Prozessunterstützung auf seine bevorzugte Weise (persönlich, per Computer, per Mobiltelefon, per Fax usw.).
- *One-to-one*: Die Kommunikation mit dem Lieferanten ist vom Marketing bis zum After-Sales-Service auf den Bedarf des Kunden (Kundenprofil) abgestimmt.
- *Everywhere and non-stop*: Der Kunde erhält die Leistungen jederzeit und überall auf der Welt.

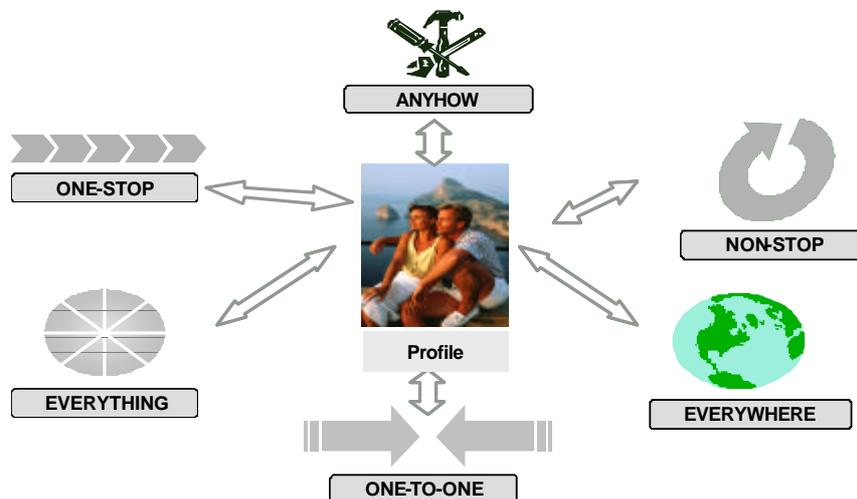


Abbildung 4: Merkmale der Kundenprozessunterstützung

Ein wirkungsvolles Hilfsmittel ist der **Customer Resource Life Cycle (CRLC)** mit den Phasen *Anregung*, *Evaluation*, *Kauf* und *After-Sales*. Er vermittelt eine systematische Sicht auf die Aktivitäten des Kunden im Umfeld der Unternehmung. Der CRLC ist die Abfolge von Aufgaben, für die der Kunde die Produkte und Dienstleistungen braucht.

Konsequenzen:

Das Unternehmen des Informationszeitalters geht vom Kundenprozess aus. Es schafft neuen Zusatznutzen.

- *Verstehe den Kundenprozess:* Kundenprozesse mit hohem Potenzial sind zu identifizieren und zu verstehen.
- *Den ganzen CRLC abdecken:* Hilft, Kundenbedürfnisse zu erkennen.
- *Biete Leistungen mit Zusatznutzen:* Zusatznutzen, der vom Unternehmen besser als vom Kunden erbracht werden kann (z.B. Konfigurator bei Marshall).

2.2 Kundenprozessportal

Ein **Kundenprozessportal** fasst alle Services für einen Kundenprozess auf einer Website zusammen. Es repräsentiert alle Leistungen, die ein Unternehmen für einen spezifischen Kundenprozess anbietet. Im Hintergrund jeder Leistung des Kundenprozessportals steht auch auf der Lieferseite ein Prozess.

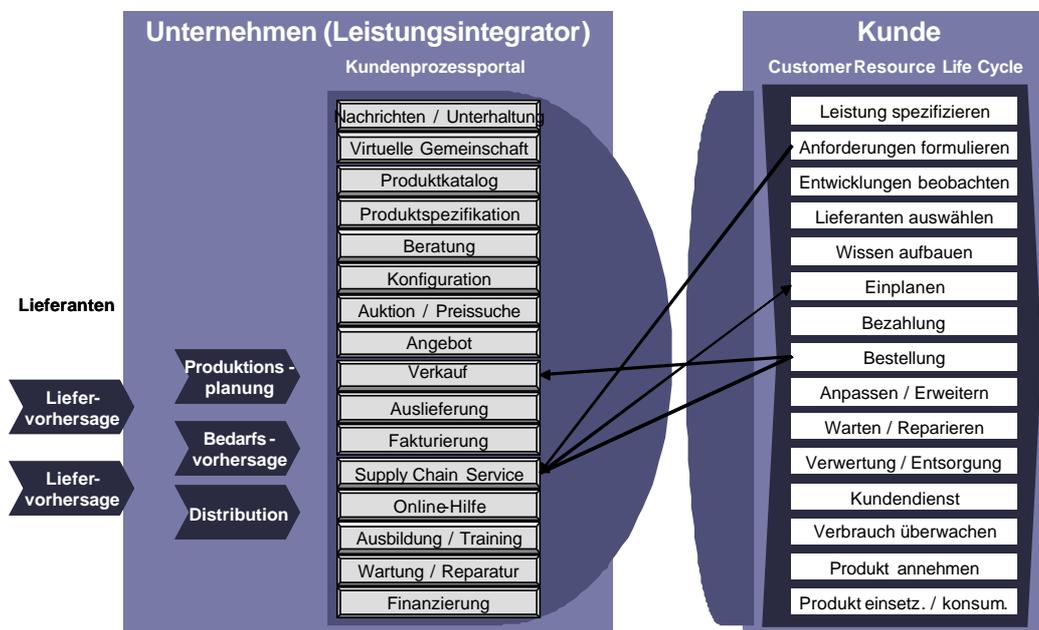


Abbildung 5: Kundenprozessportal

Der Kunde erhält über das Kundenprozessportal eine einzige Anlaufstelle. Bsp: AvnetMarshall Portal, Dell, CISCO, sap.com, yourhome.ch. Portale wie yahoo oder amazon unterstützen keine umfassenden Kundenprozesse, sondern nur Teile daraus wie Informationssuche, Einkauf o.ä. Auf

Marktplätzen wiederum steht die Integration der Angebote untereinander oder gar die Kundenprozessbetrachtung im Hintergrund.

Jede Unternehmung unterhält vielfältige Portale, je nach *Rolle* des Benutzers (z.B. Einkäufer, Produktionsplaner usw.). Zudem befreien **Connected Smart Appliances (CSA)** von der Fessel stationärer Computer, und schaffen neue Abläufe und Formen der Computernutzung (z.B. Stausensor und GPS).

Eine Alternative zum Kundenprozessportal, die vor allem im B2B eine grosse Bedeutung gewinnen dürfte, ist das **Prozessportal**. Darunter versteht man ein Portal, das der Kunde selbst organisiert und betreibt. Der Kunde kann seine Leistungen von beliebigen Lieferanten beziehen, die gemäss anerkannten Standards liefern. Bsp: Quicken (Multibankfähigkeit). Voraussetzung für ein Prozessportal ist demnach eine hohe Standardisierung, so dass Lieferanten austauschbar werden, und ausgereifte Portalprodukte, die den Aufbau des eigenen Prozessportals mit vernünftigem Aufwand ermöglichen.

Konsequenzen:

- *Definiere das Leistungsportfolio:* Ausgangspunkt ist wiederum der Kundenprozess.
- *Schaffe die kritische Masse der Leistungen:* Der Kunde beschafft bei dem Lieferanten, der ihm bei vergleichbaren Preisen die beste Unterstützung bietet.
- *Schaffe die kritische Masse der Lieferanten:* Der Kunde bevorzugt bei vergleichbaren Preisen den Lieferanten, der ihm die grösste Auswahl bietet.
- *Schaffe die kritische Masse der Kunden:* Die Lieferanten werden den Leistungsintegrator beliefern, der die meisten Kunden erreicht.
- *Schaffe Mehrkanalfähigkeit.* Ein Unternehmen benötigt mehrere Kanäle zum Kunden.
- *Baue Kundenprofile auf:* wesentlicher Erfolgsfaktor; Kundenbindung.
- *Binde den Kunden mit speziellen Services:* Je enger und automatisierter die Zusammenarbeit zwischen Kunden und Portal ist, desto höher wird die Eintrittsbarriere für Konkurrenten (hohe Switching Costs).

Ein Unternehmen hat zwei Varianten: Es kann sich erstens für die Strategie des Leistungsintegrators entscheiden und ein eigenes Kundenprozessportal aufbauen und in den Markt bringen. Es kann zweitens versuchen, sich als Zulieferer für die marktentscheidenden Portale zu etablieren.

2.3 Kooperationsprozesse

Kooperationsprozesse verbinden Aufgaben des Kunden mit Services des Lieferanten. Kooperationsprozesse entstehen durch den Austausch von Leistungen. Ziel ist eine nahtlose Verknüpfung der Prozesse des Kunden mit den eigenen Prozessen. Es lassen sich sechs Kooperationsprozesse unterscheiden. Finance und Content Community unterstützen alle anderen Kooperationsprozesse.

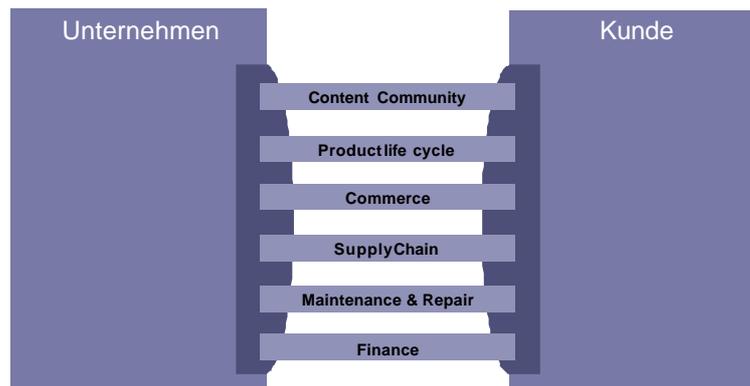


Abbildung 6: Kooperationsprozesse

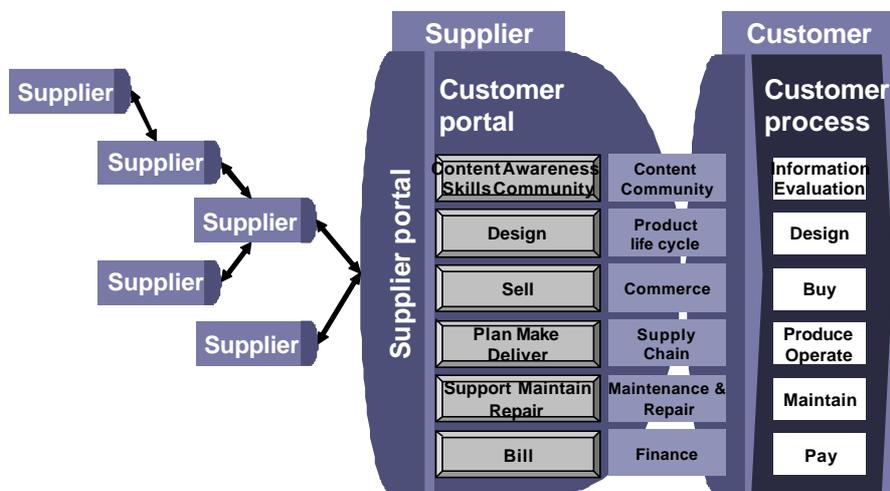


Abbildung 7: Verbindung der Prozesse

Die erste Welle der Prozessoptimierung schuf integrierte innerbetriebliche Prozesse (z.B. auf der Basis integrierter Datenbestände). Die zweite Welle zielt auf die zwischenbetrieblichen Prozesse. Ein Unternehmen hat gewöhnlich mehrere Absatzkanäle für seine Marktleistungen. Verschiedene Vertriebskanäle unterstützen kooperative Prozesse und machen daraus **Kooperationskanäle**.

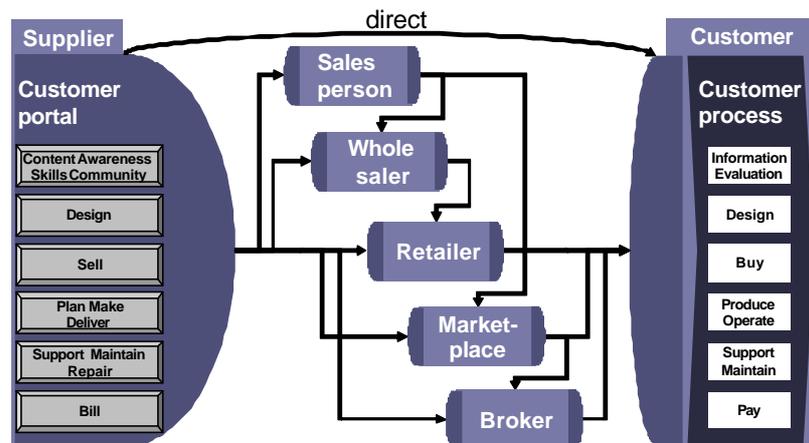


Abbildung 8: Absatzkanäle

Eine Neuordnung des Geschäftsnetzwerkes kann Kanalkonflikte erzeugen. Erfolgreiche und langfristige Kooperationen erfordern wechselseitigen Nutzen.

2.4 Geschäftsnetzwerk (Wertschöpfungsnetz)

Das **Geschäftsnetzwerk** ist das Netz von Unternehmen bzw. Organisationseinheiten, das die Leistungen für einen Kundenprozess erstellt. Das Geschäftsnetzwerk zeigt die wesentlichen Marktteilnehmer, deren wichtigsten Aufgaben und Beziehungen. Es stellt den eigenen Prozess in den grösseren Zusammenhang des Wirtschaftssektors.

Ein Unternehmen entscheidet für jeden seiner Prozesse, ob die gleiche Wertschöpfung innerhalb oder ausserhalb des eigenen Unternehmens billiger erbracht werden kann. Wenn die Zulieferer ihre Produkte direkt an den Kunden verkaufen können, werden sie den Händler übergehen (Disintermediation, z.B. Reisebranche), wenn der Händler allerdings durch die Integration von Leistungen dem Kunden zusätzlichen Nutzen schafft, kann er zwischen Lieferanten und Kunden gehen (Intermediation). Jedes Unternehmen wird sich auf diejenigen Prozesse fokussieren, das es am besten beherrscht. Alle anderen Prozesse werden an Spezialisten ausgelagert. Die Wirtschaft des Informationszeitalters ist ein Netzwerk von Prozessen mit durchlässigen Unternehmensgrenzen.

Die **Prozessarchitektur** stellt die wichtigsten Prozesse im Überblick dar (Beschreibung im *Prozessverzeichnis*). Auch die wichtigsten Leistungsflüsse zwischen den identifizierten Prozessen sind erkennbar (Beschreibung im *Kontextdiagramm* und *Leistungsverzeichnis*).

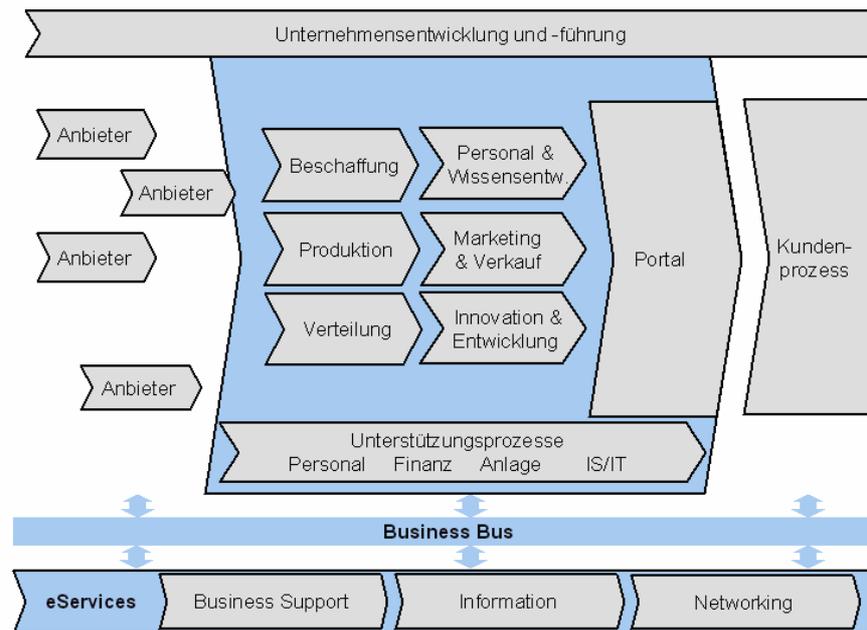


Abbildung 9: Prozessarchitektur im Informationszeitalter

Neue Aufgaben übernimmt der Prozess der **Unternehmensentwicklung und -führung**:

- die Führung bezieht mehr und mehr die ganze Supply Chain, nicht nur die internen Prozesse ein.
- zusätzlich zur strategischen und operativen Führung kommt die Führung des Wandels.
- die Führung braucht neue Instrumente, um die Leistungsfähigkeit gezielt weiterzuentwickeln (z.B. BSC).
- Die Rolle des CIO verändert sich: von Operations und Implementation mehr zur strategischen Planung.

Das Internet verändert die Machtverhältnisse in Geschäftsnetzwerken gravierend. Einerseits kann ein Unternehmen viel leichter als früher global beschaffen und verkaufen, andererseits erhöhen die Kooperationsprozesse die Wechselkosten (Switching Costs). Geschäftsnetzwerke können gemeinsame Infrastrukturen entwickeln, die monopolistische Marktstrukturen fördern. Es kommt zu einem Wettbewerb der Geschäftsnetzwerke.

Konsequenzen:

- *Bestimme die Rolle im Wertschöpfungsnetz:* Die möglichen Teilnehmer sind zu bestimmen, und es gilt zu überlegen, welche Leistungen man selbst erbringen will und wie man sich positioniert.

- *Fokussiere auf wenige Kernkompetenzen.*
- *Entwickle die Netzwerkfähigkeit des Unternehmens:* schnelle Reaktion dank Netzwerkfähigkeit.
- *Wähle die Netzwerke mit dem höchsten Potenzial:* Jedes Unternehmen muss in den Netzen mit den grössten Potenzialen eine möglichst einflussreiche Position aufbauen. Ein früher Eintritt in ein Geschäftsnetzwerk verbessert die Chance, eine dominante Rolle zu übernehmen.

2.5 eServices (WebServices)

Durch das Business Networking (zwischenbetrieblichen Vernetzung) entsteht ein weiterer Wirtschaftszweig für elektronische Dienste: Diese erfüllen entweder eine koordinierende Aufgabe (z.B. Zahlungsverkehr) oder aber sind Teilprozesse, die viele Unternehmen in ähnlicher Form benötigen und daher in elektronischer Form zukaufen (z.B. Netzzugang, Verzeichnisse, Bezahlung usw.). Die eService-Architektur unterscheidet fünf Klassen:

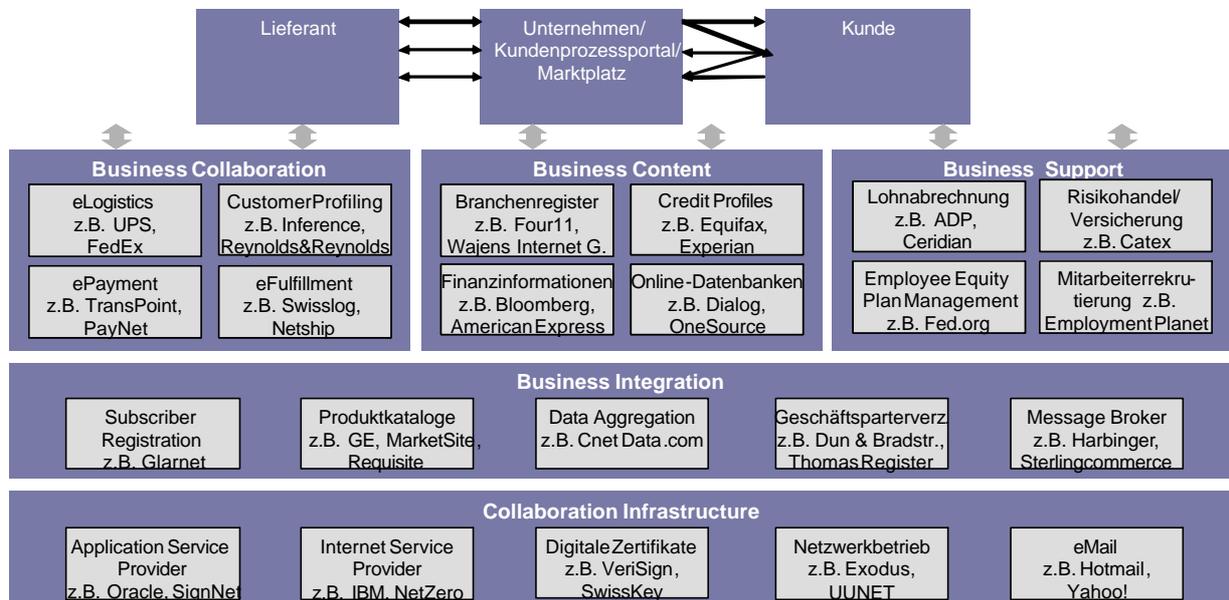


Abbildung 10: Klassen der eService-Architektur

- **Collaboration Infrastructure (Basisdienste):** Die Basisdienste liefern die technische Infrastruktur, auf der alle anderen Dienste aufsetzen.
- **Business Integration Services:** Mit Integrationsdiensten werden Services zusammengefasst, die die Koordination zwischen Prozessen verschiedener Unternehmen unterstützen.
- **Business Collaboration Services (Business Networking Services):** Dienste, die das Unternehmen in der Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen benötigt.
- **Business Content Services (Informationsservices):** z.B. Nachrichten, Börsenkurse usw. Die Informationen können als ein Kanal in das eigene Portal einfließen.
- **Business Support Services:** Dienste, die die Unternehmen auslagern und zukaufen.

Die elektronischen Dienste haben gemeinsam, dass

- sie die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen bzw. zwischen Unternehmen und Kunden ermöglichen.
- sie weitgehend elektronisch aufgesetzt sind, also ohne manuelle Eingriffe auskommen.
- sie von Computern oder intelligenten Geräten aus erreichbar sind.
- sie einzeln oder gebündelt einsetzbar sind.
- ihre Abrechnung überwiegend benutzungsabhängig ist.

Für jede Art von Diensten können nur wenige Anbieter überleben, da alle Beteiligten daran interessiert sind, für jede Aufgabe bzw. jeden Prozess jeweils nur einen Anbieter zu haben. Ausserdem wünschen die Dienstekunden untereinander integrierte Dienste, so dass keine Schnittstellenprobleme auftreten.

Konsequenzen:

- *Nutze vorhandene Dienste anstelle von Eigenentwicklung:* Nicht die technisch perfektste und modernste Lösung, sondern die am Markt akzeptierte wird überleben.
- *Setze auf Marktmacht:* ditto oben: Marktmacht durch Akzeptanz statt Eigenentwicklung.
- *Entwickle eigene eServices:* wenn führendes Know-How vorhanden.

2.6 Unternehmensportal (Enterprise Portal)

Das **Unternehmensportal** fasst alle Portalfunktionen, ob für Mitarbeiter, für Kunden (Kundenprozessportal) oder für andere Geschäftspartner in einem einzigen Portal zusammen. Es regelt den Zugriff auf die Dienste über Autorisierungsverfahren und dazugehörige Sichten, und besitzt Schnittstellen zu internen und externen Applikationen. Die einfachere Vernetzung erlaubt es, weit mehr Aktivitäten als früher aus einer Hand zu bedienen. Zudem ist ein Unternehmensportal 7*24h und ortsabhängig verfügbar.

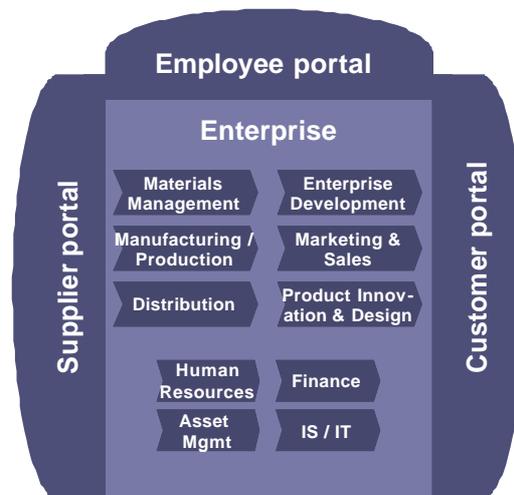


Abbildung 11: Unternehmensportal

Konsequenzen:

- *Beginne mit dem Kundenprozessportal:* Über die Leistungen des Kundenprozessportals bestimmt der Kunde die Anforderungen an die internen Prozesse.
- *Reorganisiere und optimiere die Supply Chain:* s.a. Geschäftsnetzwerk.
- *Fokussiere auf Personal- und Wissensentwicklung:* Das Wissen über die Kunden, über die Technologien und Produkte sowie über die Prozesse ist den Kunden wie den Mitarbeitern und teilweise den Lieferanten und anderen Geschäftspartnern zur Verfügung zu stellen.

2.7 Business Collaboration Infrastructure (Business Bus)

Die **Business Collaboration Infrastructure (BCI)** ermöglicht die m:n Netzwerkfähigkeit. Sie stellt *eServices* zur Verfügung, die vom gesamten Geschäftsnetzwerk akzeptiert werden.

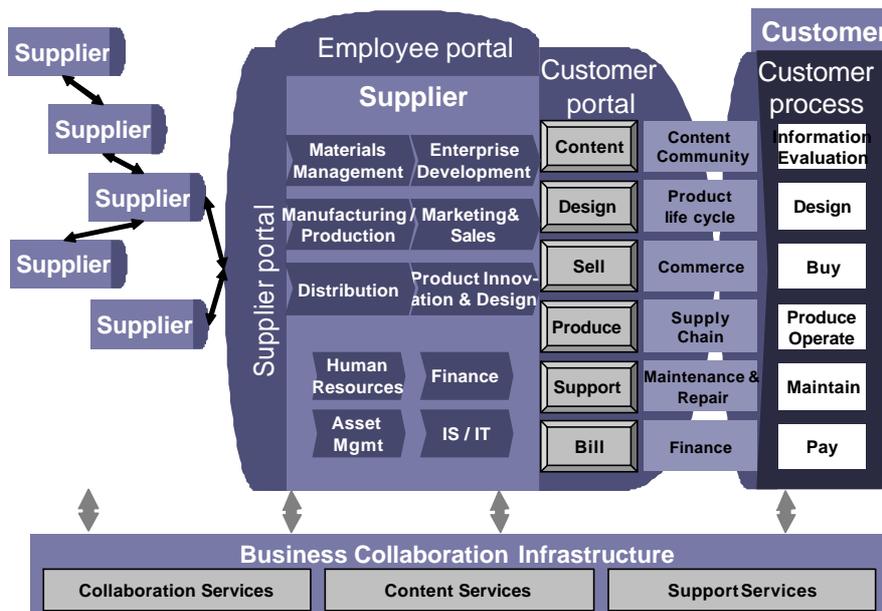


Abbildung 12: Business Collaboration Infrastructure

Bestandteile einer BCI: Die BCI regelt für alle Teilnehmer verbindlich (standardisiert):

- *Handelsvereinbarungen*: die Teilnehmer regeln die vertraglichen Bedingungen für die Zusammenarbeit.
- *Prozesse*: wenn ein Prozess m:n-fähig sein soll, muss er von allen Teilnehmern gleich gelebt werden.
- *Applikationen*: gleiche Applikationen bei den Teilnehmern.
- *Daten*: klar dokumentierte Datenstrukturen, z.B. EDIFACT, XML.
- *IT*: technologische Standards im Sinne von Middleware, z.B. TCP/IP, HTML, XML usw.

Konsequenzen:

- *Baue die interne Collaboration Infrastructure*: basierend auf Standards, Standardanwendungen (z.B. SAP, Oracle).
- *Wähle die externe Collaboration Infrastructure*: Unternehmen müssen versuchen, intern und extern die gleiche BCI zu verwenden.

3 Dokumente

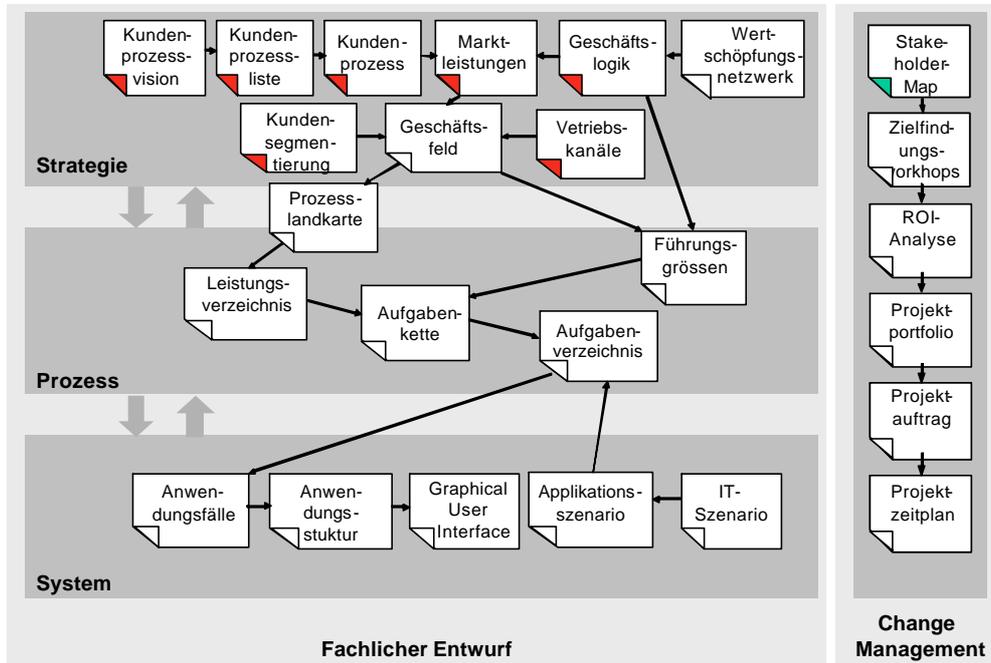


Abbildung 13: Dokumente

3.1 Kundenprozessvision

Vorstellung über den zu unterstützenden Kundenprozess.

3.2 Eventlist

Ausgangspunkt für die Betrachtung des Kundenprozesses sind unterschiedliche Ereignisse (Events), bei denen der Kunde mit dem Unternehmen in Berührung kommt.

3.3 Wirkungsnetzwerk

Ein **Wirkungsnetzwerk** verdeutlicht die Zusammenhänge und zeigt Potentiale auf.

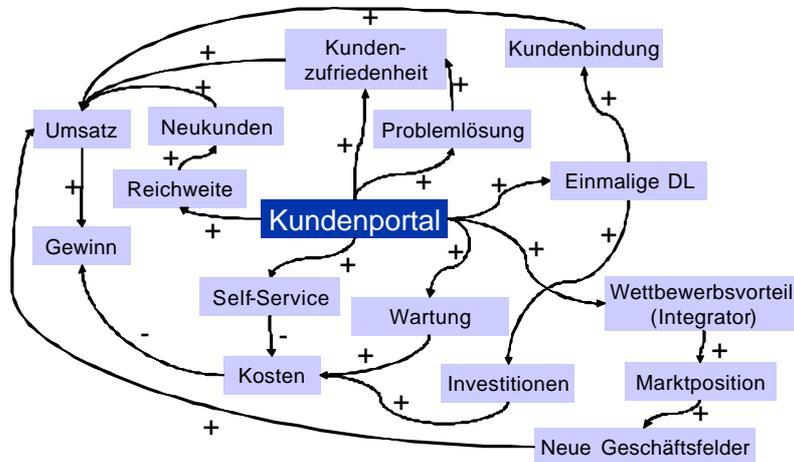


Abbildung 14: Wirkungsnetzwerk für ein Kundenprozessportal

3.4 Kontextdiagramm

Das **Kontextdiagramm** zeigt den Leistungsfluss zwischen Prozessen.

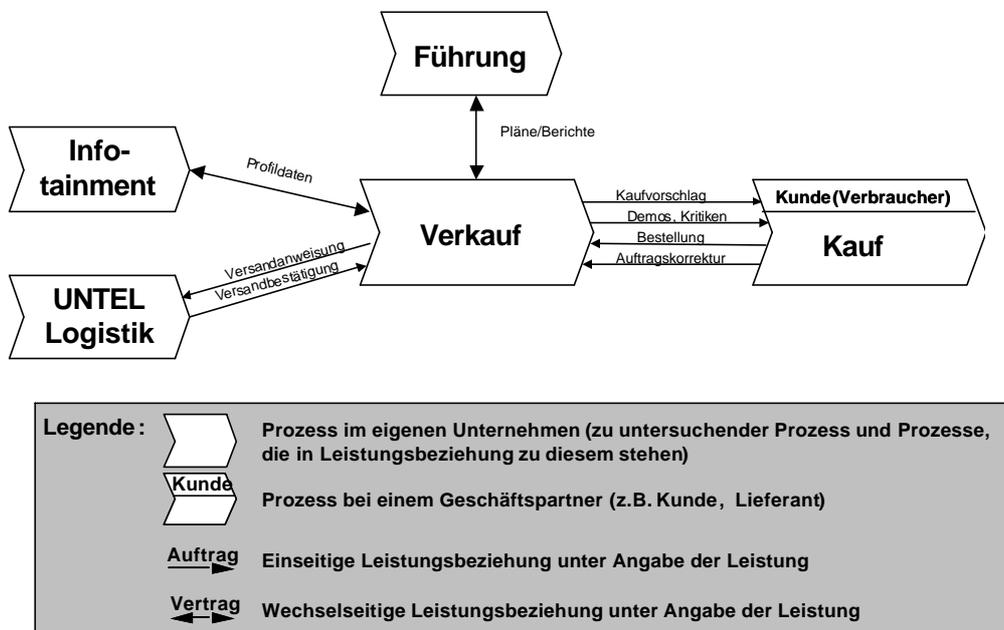


Abbildung 15: Kontextdiagramm

3.5 Leistungsverzeichnis

Das **Leistungsverzeichnis** beschreibt die ausgetauschten Leistungen im Detail.

Leistung	Beschreibung
Leistungsinformationen/ Produktinformationen	Beschreibung der Art der Beratungsleistungen, Beschreibung der Produkteigenschaften
Anforderungsspezifikation	Rahmendaten zu Projektumfang, vorhandener Systemlandschaft, Zieltermin
Vorauswahl	Gemäss der Anforderungsspezifikation und Leistungs-/Produktinformationen ausgewählte Leistungen/Produkte
Ausschreibung	Weiterdetaillierte Ausschreibung an ausgewählte Unternehmensberatungen und Technologieanbieter
Offerte	Offerten mit Verfügbarkeitsinformationen, Preisinformationen, Terminvorschlag für Vorstellung
Bestätigung	Bestätigung über akzeptierte Offerte mit Terminvorschlag
Pläne/Berichte	Führungsinformationen

Abbildung 16: Leistungsverzeichnis

3.6 Aufgabendendiagramm

Das **Aufgabendendiagramm** dokumentiert den Ablauf eines Prozesses bzw. eines Teilprozesses. Zentrales Dokument zur Konzeption.

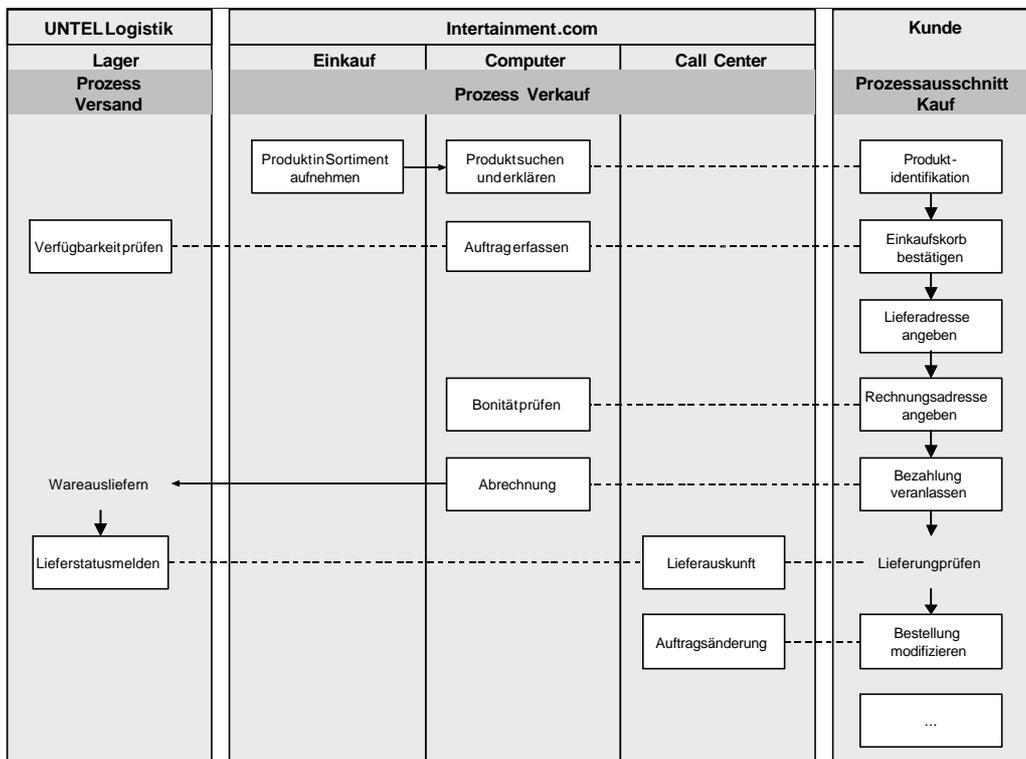
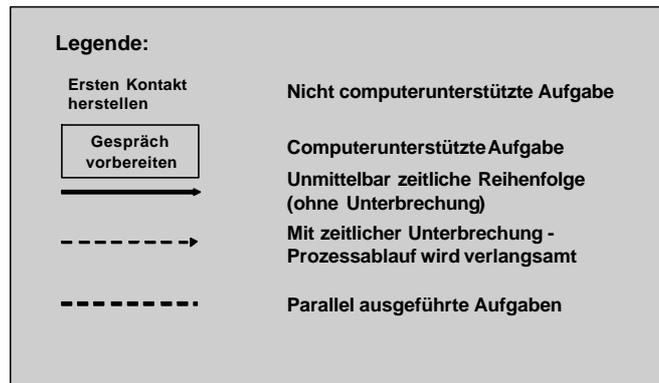


Abbildung 17: Aufgabendendiagramm



3.7 Aufgabenverzeichnis

Das **Aufgabenverzeichnis** beschreibt die Aufgaben und ergänzt das Aufgabenkettendiagramm um zusätzliche Angaben zu den einzelnen Aufgaben. Das Aufgabenverzeichnis enthält pro Aufgabe

- eine eindeutige Aufgabennummer
- die Bezeichnung der Aufgabe
- die ausführende organisatorische Einheit
- die Applikationen bzw. Transaktionen zur Unterstützung der Aufgabe
- und Angaben zum Mengengerüst.

Aufgabe	Organisations-einheit	Applikation / Datenbasis	Häufigkeit pro Jahr	Zeitbedarf / Transaktion in h	Aufwand p. a. in h
Produkt in Sortiment aufnehmen	Einkauf	Produktkatalog	5'800	1,25	7'250
Produkt suchen und erklären	Computer	Produktkatalog	2 Mio	vollständig computergestützt	
Auftrag erfassen	Computer	Auftragsabwicklung	200'000	vollständig computergestützt	
Auftragsänderung	Call Center	Auftragsabwicklung	63'000	0,1	6'300
...

Abbildung 18: Aufgabenverzeichnis

3.8 Applikationsarchitektur

Die **Applikationsarchitektur** ordnet Applikationen den Prozessen zu.

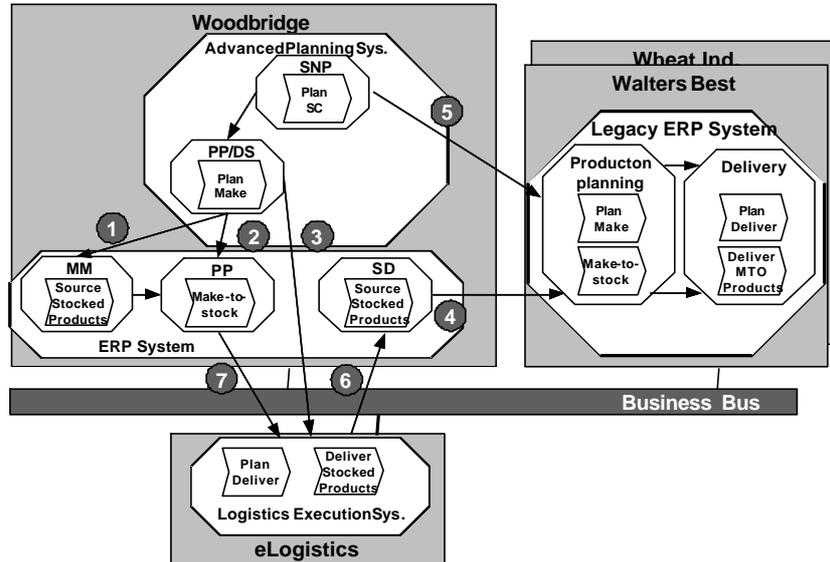


Abbildung 19: Applikationsarchitektur

Ein Prozess besteht aus Aktivitäten. Eine Aktivität benutzt IT-Funktionen (Transaktion, Contentfunktion). Unterschiedliche IT-Funktionen werden in einer Applikation zusammengefasst.

3.9 Applikations- und Schnittstellenbeschreibung

Die **Applikations- und Schnittstellenbeschreibung** ergänzt die Applikationsarchitektur.

Applikationsbezeichnung	SAP R/3 PP
Anzahl User (Gesamt)	5
Prozesse	Produktion
Datenbestände	Bedarfe, Produktionsplan, Kapazitäten
Beschreibung	Aufgabe des Moduls Produktionsplanung und -steuerung ist es, aufgrund erwarteter und/oder vorliegender Kundenaufträge den mengenmäßigen und zeitlichen Produktionsablauf unter Beachtung der verfügbaren Ressourcen (z.B. Personal, Maschinen, Werkzeuge etc.) durch Planvorgaben festzulegen, diese zu veranlassen, sowie zu überwachen und bei Abweichungen Massnahmen zu ergreifen, so dass die betriebliche Zielerreichung gewährleistet ist. Aufgrund seiner Komplexität wird dieser Prozess in SAP R/3 PP in die Teilprozesse:
Schnittstellenbeschreibung Woodbridge	
Schnittstellen Nr.	1
Beschreibung	Übernahme von telefonisch übermittelten Planungsdaten in SAP R/3 PP
Medium	Planungsmitarbeiter und SAP-GUI
Art der Schnittstelle	Asynchron
Periodizität	ca. 1 mal pro Halbjahr
Betroffene Applikation und Datenbanken	Modul PP mit der darunterliegenden Datenbank
Übernahmedaten	Produktionsplanungsdaten

Abbildung 20: Applikations- und Schnittstellenbeschreibung

3.10 Architekturkriterien

Architekturkriterien unterstützen die Auswahl von verschiedenen Architekturalternativen.

Definition der Architekturkriterien			
Dimensionen Netzwerkfähigkeit (NWF)			
Nr.	Strategie/Leistung		Kann/Muss
1	Sicherheit		Muss
...			
Prozess			
4	Transparenz über globale Bestellvorgänge	Systeme des Distributionszentrums müssen in die Architektur des Konzerns integriert werden.	Muss
IS/IT			
	Schnittstellen	
Human Resources			
	Sprachen	...	
Struktur			
	Support gewährleistet im Einsatzgebiet	Aufwendige Software und Hardware durch IT-Spezialisten im Einsatzgebiet wartbar.	
Kultur			
	

Abbildung 21: Architekturkriterien

3.11 Stakeholder Map

Die **Stakeholder Map** hilft frühzeitig Massnahmen bei zu befürchtenden Widerständen einzuleiten.

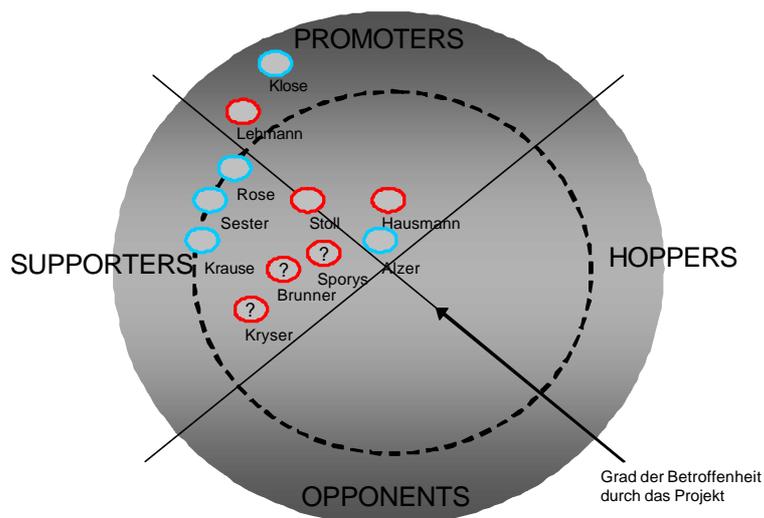


Abbildung 22: Stakeholder Map

3.12 Masterplan

Der **Masterplan** enthält eine Übersicht über die Teilprojekte.

Projekt	GE	Beschreibung	Chronologie	Standards / Muss- Vorgaben	Zeitvorga- ben	Ressourcen / PT
SAP APO	Walters Best	...	V-1			450 PT
SAP integra	Walters Best	...	V-2			500 PT
EDI1	Woodbridge	...	P-1			400 PT
EDI gate	Woodbridge	...	P-2			470 PT

Abbildung 23: Masterplan

3.13 Projektplan

Der **Projektplan** zeigt die Abfolge einzelner Projektschritte oder Teilprojekte.

Woodbridge, Walters Best		Business Networking Projekt		23.01.2000			
SAP APO		Ersteller: M. Sheril/Huber		Projektplan		Version vom: 23.10.2000	
Nr.	Aktivität	Q4 99	Q1 00	Q2 00	Q3 00	Q4 00	Q1 00
1	Kick Off Meeting	■					
2	Schulung	■					
3	Infrastruktur	■					
4	Phasenabschlussbe- richt		■				
5	Dokumente sammeln			■			
6	Ergänzung			■	■		

Abbildung 24: Projektplan