

Edition Wirtschaftliche Informationsverarbeitung

Electronic Commerce und Electronic Business

Mehrwert durch Integration und Automation

von

Prof. Dr. Rainer Thome, Dr. Heiko Schinzer, Dr. Martin Hepp

3., vollständig überarbeitete Auflage

Electronic Commerce und Electronic Business – Thome / Schinzer / Hepp

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement – Marketing, Kommunikation, Verbraucherpolitik – Wirtschaftsinformatik –
Marketing, Medien und Handel – Marketing, Medien und Handel

Verlag Franz Vahlen München 2005

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 2824 7

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
1 Electronic Commerce: Ertragsorientierte Integration und Automatisierung	1
Heiko Schinzer, Rainer Thome und Martin Hepp	
1.1 Markt und Potenziale	2
1.1.1 Klassifikation von eC-Szenarien	3
1.1.2 Betriebswirtschaftliche Vorteile	8
1.2 Ausprägungen	14
1.2.1 Funktionsorientierte eC-Lösungen	15
1.2.2 Themen- und produktorientierte eC-Anwendungen	17
1.2.3 Prozess- und integrationsorientierte eC-Lösungen	19
1.3 Entwicklung und Status Quo	21
1.4 Konsequenzen für das Management	25
2 Aufbau integrierter Vertriebsstrukturen mit Online-Shops	29
Wolf Knüpfner und Romana Mautner	
2.1 Businessmodelle für den digitalen Vertrieb	30
2.1.1 Erlösmodell	31
2.1.2 Kundennutzen	31
2.1.3 Geeignete Produkte	34
2.1.4 Kostenanalyse	37
2.1.5 Shoparchitektur und integrierte Lösung	37
2.2 Umsetzung des Businessmodells	40
2.2.1 Operative Planung und Prozessentwurf	41
2.2.2 Planung der Systemintegration	42
2.2.3 Entwurf der Systemarchitektur	44
2.2.4 Werkzeugauswahl und Realisierung	45
2.3 Empfehlungen und Fazit	50
3 Rentablere Kundenbeziehungen durch automatisierte Analyse und Personalisierung	53
Carsten Bange und Heiko Schinzer	
3.1 Aufbau und Komponenten von CRM-Lösungen	53
3.1.1 Ziele des Managements von Kundenbeziehungen	54
3.1.2 Komponenten eines CRM-Systems	56
3.1.3 eCRM	58
3.2 Web-Personalisierung	58
3.2.1 Aktionsrichtung: Push versus Pull	59
3.2.2 Objekte der Web-Personalisierung	59
3.2.3 Prozess und Vorgehensweise	61
3.2.4 Marktübersicht	65

3.3	Technische Realisierung eines eCRM-Systems	66
3.3.1	Systemkomponenten	66
3.3.2	Web Tracking	70
3.3.3	Datenanalyse und Modellaufbau	72
3.4	Mass Customization	76
3.5	Fazit, Erfahrungen und Ausblick	79
4	Integration und Organisation mit und von elektronischen Marktplätzen	81
	Heiko Schinzer	
4.1	Transaktionsphasen und Mediatisierungseffekte	81
4.1.1	Die einzelnen Phasen	83
4.1.2	Effekte der Mediatisierung	84
4.2	Elektronische Marktplätze	84
4.2.1	Aufbau und Betrieb	85
4.2.2	Ausrichtung	87
4.2.3	Geschäftsmodelle	89
4.2.4	Betreibermodelle	91
4.3	Interoperabilität und Koordination von Marktplätzen	91
4.3.1	Koordination elektronischer Marktplätze	91
4.3.2	Unterstützung durch intelligente Software-Agenten	95
4.3.3	Einsatz intelligenter Agenten auf EMP	96
4.4	Unterstützung zur Auswahl geeigneter Marktplätze	97
4.5	Fazit, Erfahrungen und Ausblick	99
5	Electronic Procurement: Effizientere Beschaffung durch integrierte Prozesse	101
	Michael Dörflein	
5.1	Ineffizienzen klassischer Beschaffung	101
5.2	E-Procurement	103
5.2.1	IuK-Technologien	104
5.2.2	Prozessreorganisation	106
5.3	Facetten und Formen des E-Procurement	107
5.3.1	Online Procurement	108
5.3.2	Integrated Procurement	109
5.3.3	Wahl einer geeigneten Procurement-Strategie	112
5.3.4	Auswirkungen	113
5.4	Integrationsszenarien ERP und E-Procurement	117
5.4.1	Sell Side	118
5.4.2	Buy Side	118
5.4.3	Marktplatz-Lösungen	119
5.5	Produkte, Player und Lösungen	121
5.5.1	Produkte	122
5.5.2	Projektierung	126
5.6	Praktischer Einsatz	128
5.6.1	UBS AG	128
5.6.2	Vorwerk Elektrowerke GmbH & Co. KG	130

5.7	Fazit	131
5.7.1	Notwendige Prüfschritte vor der Einführung	133
5.7.2	Falsche Einschätzungen vor der Einführung	134
6	Elektronische Vergabe und Beschaffung im Public Sector	135
	Nicolai Bieber und Heiko Schinzer	
6.1	Potenziale der netzbasierten Beschaffung	135
6.2	Facetten des Public E-Procurement	136
6.2.1	Elektronische Vergabe	136
6.2.2	Virtuelle Einkaufsgemeinschaften	139
6.2.3	Katalog-basierte elektronische Beschaffung	141
6.3	Aufbau einer Lösung zur elektronischen Vergabe	143
6.3.1	Vergabemanagementsysteme	146
6.3.2	Vergabepattform	149
6.3.3	Technischer Aufbau einer digitalen Vergabelösung	152
6.4	Beispielhafte Lösungen	153
6.4.1	Beschaffungs- und Vergabelösung bei der LH Düsseldorf ...	153
6.4.2	Bundesamt für Wehrtechnik und Beschaffung	159
6.5	Fazit und Ausblick	163
7	Supply Chain Management zur Vermeidung von Frikionsverlusten	165
	Claus Böhnlein	
7.1	Supply Chain als Ausprägung des Electronic Commerce	165
7.2	Ziele und Potenziale	167
7.3	Veränderung der Geschäftsprozesse durch SCM	169
7.4	Advanced Planning and Scheduling	171
7.4.1	Situation	172
7.4.2	Architektur	172
7.4.3	Planungsprobleme in der Supply Chain	174
7.4.4	Modellbildung	176
7.4.5	Planung in APS-Systemen	178
7.4.6	Constraint-based Planning	179
7.5	SCM-Modelle	181
7.6	Stufenkonzept für das Supply Chain Management	182
7.6.1	Wertschöpfungstransparenz	182
7.6.2	Bedarfstransparenz	183
7.6.3	Prozesstransparenz	185
7.6.4	Planungskoordination	186
7.6.5	Netzwerkkoordination	186
7.7	Referenzmodell für das Supply Chain Management	187
7.8	Auswirkungen und Ausblick	188
8	XML-Spezifikationen und Klassifikationsstandards für den Datenaustausch	191
	Martin Hepp	
8.1	Potenzial und Grenzen von XML	191
8.2	Standardisierungsansätze	193

8.2.1	Formatstandards	195
8.2.2	Größen, Datentypen und Bezugssysteme	195
8.2.3	Identifikationsstandards	196
8.2.4	Klassifikationsstandards	198
8.3	Katalogdatenaustausch	199
8.3.1	Formen elektronischer Kataloge	201
8.3.2	BMEcat	202
8.3.3	Catalog Interchange Format (CIF)	205
8.3.4	PRICAT und PRODAT	205
8.3.5	Katalogformate innerhalb universeller Initiativen	205
8.4	Güterklassifikationsschemata	208
8.4.1	Grundlagen der Güterklassifikation	208
8.4.2	eCl@ss	209
8.4.3	UN/SPSC	209
8.4.4	eOTD/EGIS und EGAS	211
8.4.5	ETIM	212
8.4.6	Weitere Klassifikationssysteme	212
8.4.7	Einbindung von Klassifikationsstandards in Katalogformate	213
8.5	Praktischer Einsatz	214
8.6	Fazit	215
9	Dynamische Integration mit Web Services	217
	Erik Wüstner	
9.1	SOAP, UDDI, WSDL	217
9.1.1	Einführung	217
9.1.2	SOA als Grundlage von Web Services	221
9.1.3	Schnittstellenbeschreibung von Web Services: WSDL	223
9.1.4	Publizieren und Finden von Web Services: UDDI	224
9.1.5	Kommunikation zwischen Anwendungen: SOAP	225
9.2	Web Services ohne Services: REST	228
9.2.1	Grundlegendes zu REST	228
9.2.2	REST und Web Services	230
9.3	Web Services unter Integrationsgesichtspunkten	233
9.4	Toolunterstützung	235
9.4.1	Web Services mit .NET	236
9.4.2	Web Services mit J2EE	237
9.4.3	Web Services mit Apache Axis	238
9.5	Praxiserfahrungen	238
9.6	Empfehlungen für die betriebliche Umsetzung	239
9.7	Fazit	240
	Literaturverzeichnis	243
	Stichwortverzeichnis	255