

gefördert vom



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

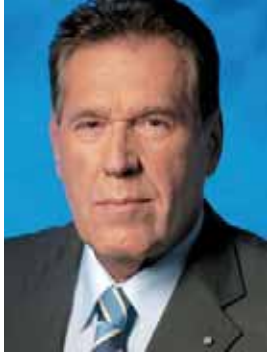
PROZELU|S
PROZESSEundSTANDARDS

eBusiness-Standards – Umsetzung in der Praxis

Erfahrungsberichte von kleinen und mittleren Unternehmen



**eBusiness-Praxis
für den Mittelstand**



eBusiness-Standards im Mittelstand – Wettbewerbsfaktoren in der globalen Wirtschaft

Die Fähigkeit, Geschäftsprozesse elektronisch abzuwickeln, ist ein entscheidender Erfolgsfaktor zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen. Insbesondere im Zeichen der Globalisierung stellt eBusiness gerade für kleine und mittlere Unternehmen eine Chance dar, diese Herausforderungen zu meistern und Geschäftsmöglichkeiten im In- und Ausland zu realisieren. Dabei sorgen eBusiness-Standards dafür, dass Unternehmensprozesse automatisiert, ohne Medienbrüche und damit schnell, effizient und Kosten sparend ablaufen können.

Nach wie vor gibt es jedoch eine Vielzahl von eBusiness-Standards. Das führt insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen zu Unsicherheit und zu einer abwartenden Haltung. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat sich deshalb die Aufgabe gestellt, die Nutzung von eBusiness-Standards in Deutschland zu beschleunigen und dabei mit der Initiative „PROZEUS – Prozesse und Standards“ vor allem KMU Hilfestellung zu geben.

Inzwischen stehen zahlreiche Informationen und Anwendungsbeispiele sowie Broschüren und Merkblätter zum Thema eBusiness-Standards auf der Transferplattform www.prozeus.de kostenfrei zum Herunterladen bereit. Das Angebot wird in den nächsten Jahren praxisgerecht weiter ausgebaut.

Nutzen Sie das Angebot von PROZEUS für die Vorbereitung Ihrer strategischen unternehmerischen Entscheidungen! Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei Ihren eBusiness-Aktivitäten.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Michael Glos', with a stylized flourish at the end.

Michael Glos
Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Das Projekt PROZEUS

PROZEUS steht für „Förderung der eBusiness-Kompetenz von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Teilnahme an globalen Beschaffungs- und Absatzmärkten durch integrierte **PROZESSE Und Standards**“.

Das Projekt hat das Ziel, Transparenz im eBusiness zu schaffen, zu informieren und Know-how aufzubauen. Hierzu werden beispielhafte eBusiness-Lösungswege in die Wirtschaft transferiert. Ausgewählte kleine und mittlere Unternehmen haben diese Lösungswege, bei denen global einsetzbare Prozesse und Standards im Mittelpunkt stehen, in Pilotprojekten erarbeitet.

Die Ergebnisse und Erfahrungen bilden die Grundlage einer Veröffentlichungsreihe, die kleine und mittlere Unternehmen unterstützt, eigene eBusiness-Projekte zu initiieren und umzusetzen.

GS1 Germany GmbH und Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (IW Consult) realisieren PROZEUS für Konsumgüterwirtschaft und Industrie gemeinsam als Verbundprojekt. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi).

Die IW Consult GmbH dankt den nachfolgend genannten Unternehmen für die Bereitstellung von Informationen und Erfahrungen aus den PROZEUS-Projekten. (Alle Angaben sind auf dem Stand von August 2006) :



eBusiness-Standards

Je mehr Unternehmen elektronisch Daten austauschen, desto wichtiger wird der Einsatz von eBusiness-Standards. Nur wenn jeder Geschäftspartner standardisierte Datenformate verwendet, können die Vorteile des elektronischen Datenaustauschs – Kosteneinsparungen durch Effizienzsteigerung z.B. in Bestellprozessen – ausgeschöpft werden. eBusiness-Standards lassen sich u.a. in Katalogaustauschformate, Klassifikationsstandards und Transaktionsstandards unterteilen.

Katalogaustauschformate werden für den Austausch von Katalog-/Produktdaten mit Kunden und Lieferanten benötigt. Sie legen die Struktur der Katalog-/Produktdaten für eine standardisierte und fehlerfreie Übertragung fest. Sind Ihre Produktdaten nach einem standardisierten Format strukturiert, können Sie diese sowohl für unterschiedliche Ausgabe-medien bereitstellen als auch mit anderen Unternehmen wesentlich leichter austauschen. Auf elektronischen Marktplätzen (eMarktplätze) bspw. werden elektronische Kataloge (eKataloge) verschiedener Lieferanten auf einer gemeinsamen Plattform bereitgestellt. Um jeden eKatalog automatisch einspielen zu können, ist der Einsatz von Katalogaustauschformaten notwendig.

Damit die Inhalte aller eKataloge in einer einheitlichen Struktur dargestellt werden können und für Kunden vergleichbar sind, ist es außerdem sinnvoll, Produkte nach einem international anerkannten **Klassifikationsstandard** zu klassifizieren. Eine Klassifikation stellt Warengruppen und Untergruppen zur Verfügung, denen Sie Ihre Produkte zuordnen können. Einige Standards bieten dabei zusätzlich

Möglichkeiten, Produkte mit standardisierten Merkmalleisten, Schlagworten und Synonymen genauer zu beschreiben. Mithilfe einer standardisierten Klassifikation können Produkte nicht nur eindeutig identifiziert, sondern beschrieben und in einer hierarchischen Struktur eingeordnet werden.

Für den elektronischen Austausch von Bestellungen, Lieferscheinen oder Rechnungen hingegen sind Nachrichten erforderlich, die zusätzlich zu den Katalogdaten übermittelt werden. Bei der Erstellung und dem Austausch dieser Nachrichten unterstützen **Transaktionsstandards**. Sie legen Datenformate und Inhalte Ihrer Nachrichten (=Geschäftsdokumente) einheitlich fest.

Die optimalen Einspareffekte treten nur dann ein, wenn sich die Partner auf gemeinsame Formate und Inhalte einigen. Dies kann zwar theoretisch auch bilateral geschehen, im Interesse von Zukunftssicherheit und Anwendungsbreite sollten die Partner jedoch auf bestehende Standards zurückgreifen. Diese stellen sich häufig für den Einsteiger als unhandlich dar, da sie sich nicht immer uneingeschränkt den existierenden betrieblichen Abläufen anpassen lassen. Sie bieten jedoch wesentliche Vorteile für die Stabilität entstehender Lösungen sowie für die Verwendbarkeit mit weiteren Geschäftspartnern. Informieren Sie sich darüber, welche eBusiness-Standards im Umfeld Ihrer Geschäftspartner eingesetzt werden und gleichen Sie deren Leistungsumfang mit den eigenen Bedürfnissen und Möglichkeiten ab.

Inhalt

Seite

Einleitung			4
Erfahrungsberichte	eBusiness-Anwendungen	eBusiness-Standards	
Bessey & Sohn GmbH & Co. KG „Per Knopfdruck aktuelle Produktdaten“	Elektronischer Katalog, eMarktplätze, Online-Shop	eCl@ss, BMEcat	6
Dr. Frenkel GmbH & Co. KG „Verbesserung der internen Prozesse“	Online-Shop, CRM, Workflow	eCl@ss, BMEcat, openTRANS	10
Eugen Niederberger GmbH & Co. KG „eBusiness mit Großkunden“	Elektronischer Katalog, Online-Shop, Workflow	eCl@ss, BMEcat, EDI	14
H. F. Kettenbaum GmbH „Servicekompetenz zur Kundenbindung“	CRM, Elektronischer Katalog, Workflow	eCl@ss, BMEcat, openTRANS	18
Invitek GmbH „Kunden weltweit erreichen“	Online-Shop, CRM	eCl@ss, BMEcat	22
Karl Hermann GmbH „Verfügbarkeitsanzeige online“	Online-Shop, Elektronischer Katalog	eCl@ss, proficl@ss, BMEcat, openTRANS	26
Köhler & Hörter GmbH „Aufträge zentral verwalten“	Workflow, Elektronischer Katalog	eCl@ss, BMEcat, openTRANS	30
P. F. Freund & Cie. GmbH „Weltweit präsent durch eBusiness“	Elektronischer Katalog, Online-Shop	eCl@ss, BMEcat, EDIFACT	34
Rathgeber GmbH & Co. KG „Kundenbindung durch eBusiness“	CRM, eProcurement	eCl@ss	38
Roboscreen GmbH „Moderne und effektive Datenverwaltung“	CRM, Online-Shop, eMarktplätze	eCl@ss, BMEcat, openTRANS	42
RSB GmbH & Co. KG „Effizienter Datenaustausch mit Lieferanten und Kunden“	SCM, Workflow	XML-EDIFACT	46
Telschig Verfahrenstechnik GmbH „Großaufträge effizient abwickeln“	Workflow, Online-Shop	eCl@ss, BMEcat, openTRANS	50
Zusammenfassung			54
Ausblick			55



Einleitung

eBusiness gewinnt immer mehr an Bedeutung, denn der elektronische Geschäftsverkehr über das Internet steht für Kosteneinsparungen, Umsatzsteigerungen, Wettbewerbsvorteile, neue Absatzmärkte und vieles mehr. In Deutschland ist der eBusiness-Umsatz in 2005 gegenüber dem Vorjahr um 119 Mrd. Euro gestiegen und liegt damit bei 321 Mrd. Euro. Bis zum Jahr 2009 wird prognostiziert, dass sich diese Zahl mehr als verdoppeln wird. Im Vergleich mit anderen westeuropäischen Ländern hält Deutschland mit 30 % den größten Marktanteil im eBusiness. Diese Entwicklung wird anhalten, da die globale Abwicklung von Geschäften für viele Unternehmen immer interessanter wird.

Auch im Mittelstand ist eBusiness inzwischen ein wichtiges Thema geworden. Doch viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die den Nutzen von eBusiness erkannt haben, setzen aufgrund mangelnder Ressourcen und fehlender Transparenz weiterhin auf traditionelle Absatz- und Beschaffungswege.

Noch deutlicher wird dies im Bereich der eBusiness-Standards: Zunehmend fragen Großkunden zur Unterstützung der Abwicklung von elektronischen Geschäftsprozessen eBusiness-Standards bei KMU nach. Dazu gehört u.a. die Klassifizierung der Produkte nach einem bestimmten Klassifikationsstandard oder die Bereitstellung der Daten in einem bestimmten Katalogaustauschformat. Doch gerade hier stehen KMU vor einer Vielzahl von Hindernissen – angefangen bei fehlender Erfahrung mit komplexen Projekten, mangelnder Transparenz über eBusiness-Standards bis zu ausbleibender Kooperation ihrer Geschäftspartner. Um die Wettbewerbsfähigkeit der KMU zu sichern bzw. zu stärken, muss die Nutzung dieser Standards in Deutschland weiter vorangebracht und dabei vor allem kleinen und mittleren Unternehmen bei der Umsetzung Hilfestellung geleistet werden.

Aus diesem Grund führt die vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte eBusiness-Initiative PROZEUS (www.prozeus.de) seit mehr als drei Jahren eBusiness-Projekte mit kleinen und mittleren Unternehmen durch. Auf der Basis von global einsetzbaren Prozessen und Standards haben mehr als 20 kleine und mittlere Unternehmen aus Konsumgüterwirtschaft und Industrie mit PROZEUS eBusiness-Lösungswege in der Praxis erprobt. Die Unternehmen wurden dafür nach eBusiness-Anwendungen, Unternehmensgröße und Branchenzugehörigkeit sowie regionaler Verteilung ausgewählt.

In dieser Broschüre werden die Erfahrungen und Ergebnisse der PROZEUS-Projekte von zwölf Industrieunternehmen – vom Biotechnologie-Unternehmen bis zum Stahlverarbeiter – vorgestellt. Sie haben innerhalb des Zeitraumes Frühjahr 2003 bis Ende 2004 verschiedene eBusiness-Anwendungen und -Standards in ihren Unternehmen eingeführt. Das Spektrum reicht von der Erstellung und dem Austausch elektronischer Produktkataloge bis zum Aufbau gänzlich neuer Vertriebswege. Im Vordergrund stand dabei vor allem der Umgang mit Produktklassifikationen, Katalogaustauschformaten und Transaktionsstandards.

Gerade im Hinblick auf den wirtschaftlichen Erfolg der eingeführten eBusiness-Anwendungen und -Standards wurden die Unternehmen nach Abschluss der Projekte in 2005 und 2006 weiterhin begleitet. So wurden in dieser Broschüre neben realisierten Einsparungen, Umsatzsteigerungen und weiteren Nutzenaspekten auch Reaktionen von Geschäftspartnern und individuelle Erfahrungen der Projektteilnehmer sowie zukünftige Pläne und Visionen berücksichtigt.

Die Projekte der Unternehmen sollen anderen kleinen und mittleren Unternehmen zeigen, dass eBusiness nicht nur ein wichtiges Thema für Großunternehmen ist, sondern dass auch mit einem kleineren Team komplexe Projekte bewältigt werden können. Sie sollen Unternehmen helfen, in der eigenen Umsetzung Fehler zu vermeiden und sollen Tipps und Hil-

festellungen für eine realistische Planung und erfolgreiche Projektabwicklung geben.

Es sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass es sich bei diesen Praxisberichten nicht um perfekte Best-Practice-Beispiele handelt, sondern um die realistische Abbildung von durchgeführten Projekten – mit Schwierigkeiten, Hindernissen und nicht immer optimalen Planungen. Nichtsdestotrotz handelt es sich um Erfolgsgeschichten, denn alle Unternehmen haben ihre Projekte erfolgreich zu Ende geführt und konnten bereits erste wirtschaftliche Erfolge realisieren.

Alle Praxisberichte können Sie im Internet unter www.prozeus.de nachlesen. Zudem finden Sie sämtliche Erfahrungsberichte auf der beiliegenden CD-ROM. Dort haben wir Ihnen außerdem alle bisher erschienenen PROZEUS-Broschüren als pdf-Version zusammengestellt.

Das Projekt auf einen Blick

Anwendungen:

- eKatalog
- eMarktplätze
- Online-Shop

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat

eKatalog: „Per Knopfdruck aktuelle Produktdaten“

Das Unternehmen und seine Produkte

1889 als Blankstahlzieherei in Stuttgart gegründet, hat sich Bessey im Laufe seiner über 100-jährigen Firmengeschichte zu einem global agierenden Unternehmen mit zwei eigenständigen Geschäftsbereichen – Sparte Werkzeuge für Spann- und Schneidtechnik sowie Sparte Präzisionsstahl – entwickelt.

Motive und Ausgangslage:

Kundenanforderungen erfüllen

Vor dem Projekt forderten Kunden immer häufiger digitale Bild- und Textdaten sowie klassifizierte Produktdaten. Des Weiteren war die Erstellung von Katalogen, Preislisten und Prospekten in unterschiedlichen Sprachen sowie die aktuelle Pflege des Internetauftrittes aufgrund der zerstreuten Datenlage sehr aufwändig und unwirtschaftlich.

Alle erforderlichen Katalogdaten wurden in verschiedenen Systemen und Datenbanken gepflegt: Produktdaten im ERP-System, Bilddaten in einer zusätzlichen Datenbank und Übersetzungstexte in verschiedenen Office-Produkten. Aus diesen Daten mussten gedruckte Kataloge (Printkataloge) generiert werden, die ggf. in verschiedene Sprachen

übersetzt wurden. Außerdem wurden daraus kundenspezifische Kataloge erstellt sowie Produktinformationen auf CD-ROM bereitgestellt. Schließlich wurden die Daten für den Online-Auftritt des Unternehmens erneut aufbereitet. Diese Arbeiten waren nur mit sehr hohem Aufwand zu bewältigen und verursachten zahlreiche Korrekturläufe, bis die benötigte Katalogversion erstellt war. Aufgrund der zunehmenden Globalisierung plante Bessey zudem die Teilnahme an Internetmarktplätzen.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Erstellung einer medienneutralen Produktdatenbank
- Aufbau einer Vertriebslösung für ca. 5.000 Artikel inklusive kundenspezifischer Modifikationen mit elektronischem Katalog und Online-Shop
- Vorbereitung zur Teilnahme an elektronischen Marktplätzen
- Einsatz des Klassifikationsstandards eCI@ss und des Katalogaustauschformates BMEcat



Einfach besser.

Bessey & Sohn GmbH & Co. KG*

Ort: 74321 Bietigheim
 Bundesland: Baden-Württemberg
 Branche: Metallbe- und -verarbeitung
 Produkte: Handwerkzeuge: Spanntechnik, Schneidtechnik; Blankstahl
 Mitarbeiter: 295
 Jahresumsatz: 62,6 Mio. €
 Internet: www.bessey.de

* Das Unternehmen firmiert heute unter dem Namen Bessey Tool GmbH & Co. KG.

**Projektverlauf:
Verzögerung durch Stammdaten-
pflege**

Das eBusiness-Projekt bei Bessey startete im April 2003 und wurde im November 2004 abgeschlossen. Bessey hat für die Umsetzung fünf Meilensteine geplant. Den ersten Meilenstein stellte der Aufbau der neuen Datenbank und die Datenpflege von den zu importierenden Altdaten dar. Durch Probleme beim Altdatenimport ergaben sich hier erste Verzögerungen. Weitere Verzögerungen ergaben sich bei der Erstellung der Printkataloge sowie des Webkatalogs, da hier vielfältige Änderungen und Anpassungen des Layouts vorgenommen werden mussten. Obwohl einige Arbeiten parallel durchgeführt wurden, musste der vierte Meilenstein – Erstellung des Webclients – um ein halbes Jahr verschoben werden.

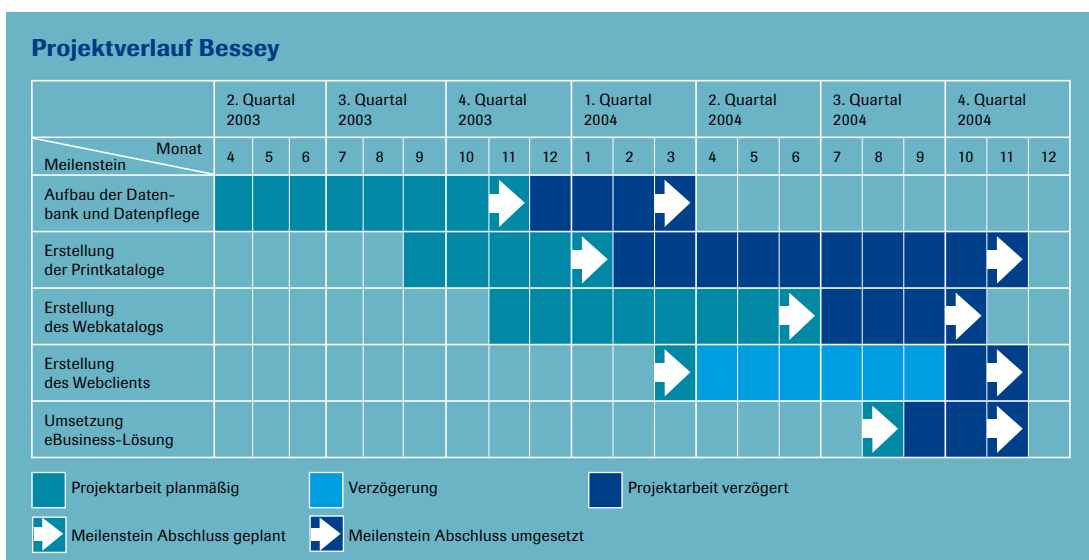
Dagegen verliefen wichtige Arbeitsschritte einfacher als erwartet: Der Aufbau der medienneutralen Produktdatenbank wurde durch die sehr übersichtliche Programmstruktur erleichtert. Bei der Konzeption des Online-Katalogs war es sehr hilfreich, dass der IT-Dienstleister mit der Software vertraut war.

Erst im letzten Meilenstein wurde das Thema Standards umgesetzt. Für die zukünftige Datenübergabe zwischen den Systemen waren



Abb.: Bandspanner

bereits Schnittstellen für die eBusiness-Standards eCI@ss und BMEcat vorkonfiguriert. Da bereits Sachmerkmale der Bessey-Produkte vorlagen, konnte durch Mapping die Zuordnung zu eCI@ss 4.1 einfach vorgenommen werden. Des Weiteren erstellte der IT-Dienstleister eine Schnittstelle für BMEcat 1.2, so dass die Katalogdaten im XML-Format exportiert werden können. Schließlich konnte das Projekt mit dreimonatiger Verzögerung abgeschlossen werden.



Nach Aussagen des Unternehmens verlief das gesamte Projekt gut. Die Zielerreichung war ebenfalls gut, auch wenn das Unternehmen mit sehr hohem Aufwand zu kämpfen hatte.

eBusiness-Standards: Auswahl sehr schwierig

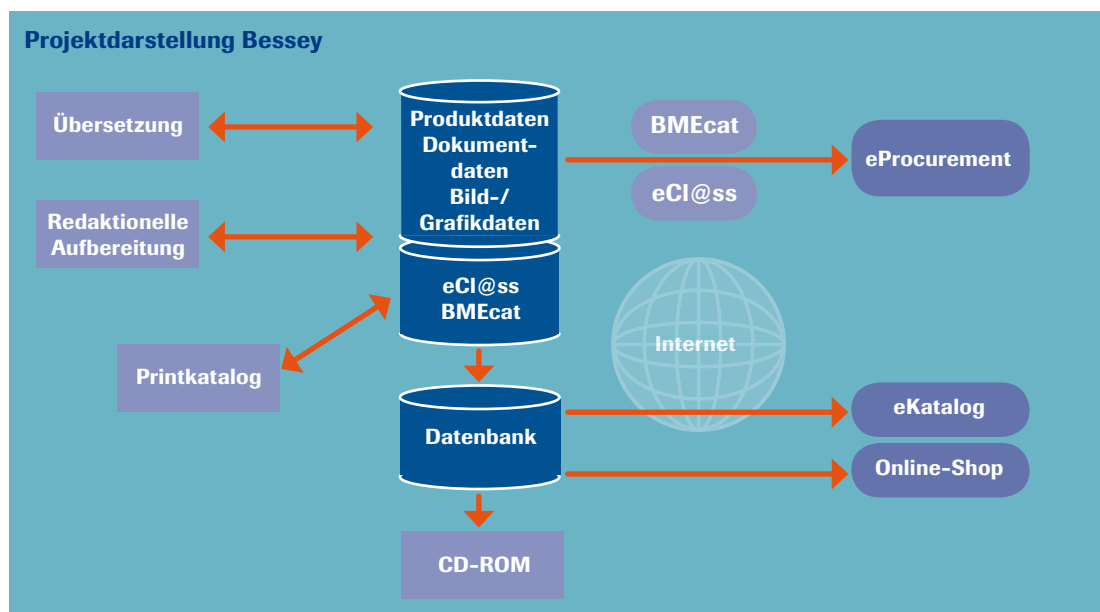
Die Beschaffung von Informationen über die für Bessey relevanten Standards war schwierig. Dementsprechend fiel dem Unternehmen auch die Auswahl der richtigen Standards sehr schwer. Setzte das Unternehmen bisher EDI ein, sollte nun ein geeigneter Klassifikationsstandard ausgewählt werden. Dabei waren die Unterschiede und Einsatzmöglichkeiten verschiedener Klassifikationssysteme dem Unternehmen nicht einfach ersichtlich, hierbei konnte das PROZEUS-Team jedoch unterstützen.

Ergebnis: Daten zentralisiert und standardisiert

Insgesamt wurde die Stammdaten- und Bilddatenpflege während des Projekts unterschätzt (Beispiel: vier Bildformate waren bei fünf Partnern abgelegt). Nachdem Bessey eine medienneutrale Produktdatenbank auf Basis von eBusiness-Standards eingeführt hat, werden sämtliche Katalogdaten wie Produktdaten, Dokumentdaten und Bild- und Grafikdaten

in einer zentralen Datenbank erfasst und verwaltet. Von dieser Datenbank aus können die Katalogdaten zum einen automatisch an Übersetzungsbüros übermittelt werden. Zum anderen fließen sie in die Katalogerstellungsoftware ein, so dass daraus Printkataloge generiert werden können. Darüber hinaus werden die Daten in eine weitere Datenbank exportiert, die einen elektronischen Produktkatalog generiert, der im Internet bereitgestellt wird, an Kunden und Lieferanten versendet werden kann und für die Erstellung von CD-ROMs zur Verfügung steht.

Im Online-Shop des Unternehmens können sich Kunden die gewünschte Auswahl von Produkten zusammenstellen. Bessey leitet diese dann an die zuständigen Händler weiter und hat somit eine Direktansprache von Kunden ermöglicht, ohne den Handel zu umgehen.



In der Produktdatenbank werden sämtliche Produktdaten zentral und medienneutral verwaltet.

Nutzen und Wirtschaftlichkeit: Erhebliche Einsparungen

Die einmalige Datenerfassung und die medien-gerechte Aufbereitung der Daten, die zum Zeitpunkt der Publikation aus einer Quelle erfolgten, haben zu erheblichen Zeiteinsparungen geführt. Kataloglaufzeiten konnten maßgeblich verkürzt werden und die permanente Aktualisierung von Produktdaten im Internet war jetzt ohne Zusatzkosten möglich. Dadurch werden jährlich Ausgaben in Höhe von 10.000 bis 20.000 Euro eingespart. Mit dem Online-Shop war im Jahr 2005 bereits ein Online-Umsatz von knapp einer halben Million Euro erwirtschaftet worden. Interne Prozesse wurden für verschiedene Unternehmensbereiche erheblich transparenter gestaltet, so dass die Informationsverbreitung innerhalb des Unternehmens stark verbessert wurde. Durch einheitliche Datenstrukturen und eine gemeinsame Informationsplattform konnten Fehler reduziert und Arbeiten wirtschaftlicher durchgeführt werden.

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: Erweiterung für Tochterunternehmen

Bereits im ersten Quartal 2005 nach Abschluss des Projektes wurde die Datenbank um die Produktpalette der Tochterfirma erweitert. Die Mitarbeiter arbeiteten kontinuierlich und erfolgreich mit der neuen eBusiness-Anwendung. Bei der Katalogerstellung in der Tochterfirma konnten im zweiten Quartal 2005 Einsparungen durch die automatische Datenübergabe von Katalogdaten an Agenturen erzielt werden. Die Höhe der Einsparung lag in diesem Quartal intern bei ca. 3 Manntagen und extern bei ca. 5.000 bis 7.000 Euro. Auch für die folgenden Quartale werden weitere



Abb.: Hebelzwingen



Abb.: Fertigung

Einsparungen beim Übersetzungsworkflow und der Realisierung des Katalogs in neuem Layout erwartet. Zukünftig soll die eBusiness-Anwendung durch die Beteiligung an elektronischen Marktplätzen erweitert werden.



Fazit

„Durch die Einführung des eBusiness-Projekts ergeben sich deutliche Kosteneinsparungen für Bessey, denn alle Produktdaten werden einmalig und medienneutral über ein zentrales Informations-System erfasst und verwaltet. Der Vorteil: Per Knopfdruck lassen sich nicht nur der Online-Katalog schnellstens aktualisieren, auch Print-Ausgaben können stets aktuell erstellt werden – in jeder gewünschten Sprache.“

Hubertus Husung, Leiter Controlling/IT bei Bessey Tool GmbH & Co. KG

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- Online-Shop
- CRM
- Workflow

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat
- openTRANS

Workflow: „Verbesserung der internen Prozesse“

Das Unternehmen und seine Produkte

Das 1958 gegründete Unternehmen Dr. Frenkel stellt Gesundheitsgeräte und emotionale Lichtkunstobjekte her. Hauptprodukt ist das zu Hause in der eigenen Badewanne einsetzbare hochwertige Whirlbad.

Motive und Ausgangslage:**Systemlandschaft modernisieren**

Die aktuellen Prozesse in Auftragsabwicklung und Kundenmanagement bildeten vor dem Projekt eine Mischung aus veralteten Systemen und viel Handarbeit. Es waren zahlreiche Medienbrüche zu überwinden, da die veralteten Systeme (u.a. DOS-basiertes Warenwirtschaftssystem) nicht miteinander vernetzt waren. Im Rahmen des eBusiness-Projektes sollte die Datenverarbeitungs-Struktur des Unternehmens neu organisiert und aufgebaut werden. Dabei sollten Schnittstellen angepasst und eine durchgängige Systemlandschaft unter Berücksichtigung der Internettechnologien geschaffen werden. Eine medienbruchlose Anbindung des Online-Shops an das ERP-System sowie die Einführung von unternehmensübergreifenden Arbeitsabläufen auf XML-Basis waren die Hauptaspekte des Projektes.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Umstellung der Arbeitsabläufe auf XML-Basis
- Anbindung eines Online-Shops mit Produktkonfigurator
- Einführung eines CRM-Systems
- Einsatz der Standards eCI@ss, BMEcat, openTRANS



Abb.: Luftsprudelbad „Dream Duo“

Dr. Frenkel
...in guten Händen!

Dr. Frenkel GmbH & Co. KG

Ort: 72514 Inzighofen
 Bundesland: Baden-Württemberg
 Branche: Elektroindustrie
 Produkte: u.a. Luftsprudel-Massagebäder, Whirlpools
 Mitarbeiter: 30
 Jahresumsatz: 1,6 Mio. €
 Internet: www.dr.frenkel.de

**Projektverlauf:
Klassifikationsstandard noch nicht ausreichend**

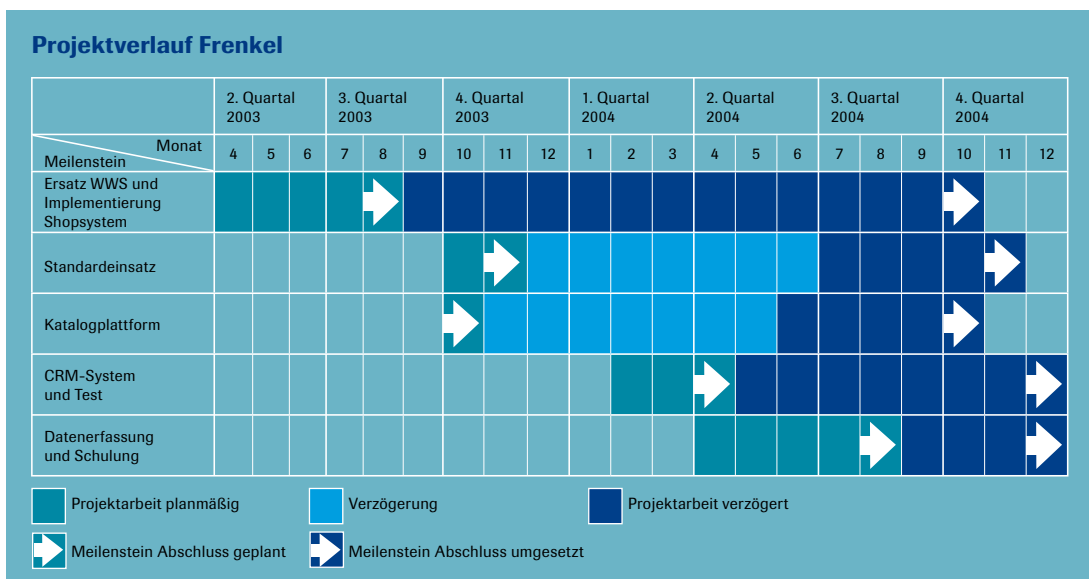
Das Projekt startete bei Dr. Frenkel im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Dr. Frenkel hat für die Umsetzung fünf Meilensteine geplant. Große Zeitverzögerungen gab es bereits beim ersten Meilenstein – Ersatz des Warenwirtschaftssystems (WWS) und Implementierung des Shopsystems – da bei der Einführung eines neuen WWS erhebliche Probleme entstanden. Gründe lagen in der schwierigen Auswahl des geeigneten IT-Dienstleisters sowie der richtigen Software für Shop und Warenwirtschaft. Zusätzlich belasteten krankheitsbedingte Ausfälle von Mitarbeitern des Unternehmens und des IT-Dienstleisters die Kapazitäten des Projekts. Die folgenden Meilensteine verschoben sich durch diese Verzögerung ebenfalls.

Schneller als geplant verlief dagegen die Implementierung des Online-Shops: Der dafür zuständige IT-Dienstleister hatte schnell die Bedürfnisse des Unternehmens erkannt und konnte das Unternehmen entsprechend beraten, so dass mit der Umsetzung zügig begonnen werden konnte.

Beim Standardeinsatz wurde Dr. Frenkel vor weitere Herausforderungen gestellt: Die notwendigen Schnittstellen für den elektronischen Datenaustausch per openTRANS wurden geschaffen. Es konnte jedoch während der Projektlaufzeit kein Geschäftspartner gefunden werden, der openTRANS einsetzt. eCI@ss 4.1 verfügte nicht über die benötigten Klassifikationsnummern. Aus diesem Grund wurde eine Arbeitsgruppe gebildet.



Abb.: Produktion



Die Zielerreichung wurde vom Unternehmen nur mit akzeptabel bewertet. Das Unternehmen hatte mit großem Aufwand und vielen Hemmnissen zu kämpfen.

eBusiness-Standards: Auswahl schwierig, Informationsbeschaffung akzeptabel

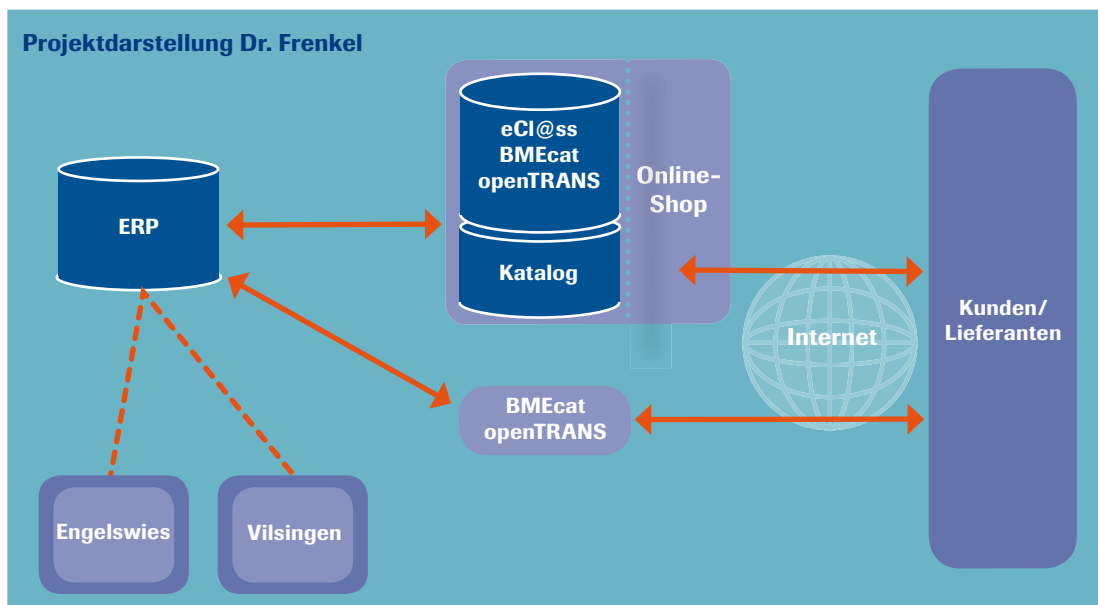
Die Informationsbeschaffung und Auswahl des geeigneten eBusiness-Standards (hier eCI@ss und BMEcat) fiel dem Unternehmen nicht leicht. Als Informationsquellen dienten Besuche von Veranstaltungen und gemeinsame Recherchen mit dem IT-Dienstleister. Das Unternehmen wollte mit seinen Mitbewerbern einen gemeinsamen eCI@ss-Änderungsvorschlag erarbeiten, konnte seine Mitbewerber jedoch nicht zur Kooperation bewegen, so dass der Änderungsvorschlag mit Unterstützung von PROZEUS erarbeitet und erfolgreich bei eCI@ss eingereicht wurde. Für den Austausch von elektronischen Geschäftsdokumenten auf der Basis von openTRANS hat das Unternehmen bisher keine Geschäftspartner gefunden.

Ergebnis: EDV-Landschaft optimiert

Der von Dr. Frenkel gemeinsam mit Wettbewerbern erarbeitete Änderungsvorschlag wurde in der Version eCI@ss 5.1 berücksichtigt. Ein neues Warenwirtschaftssystem sowie eine komplette Überarbeitung des Online-Shops haben die EDV-Landschaft optimiert.



Abb.: Whirlpool-Steuergerät



Mit Einführung des ERP-Systems entfallen kostenintensive Schnittstellen.

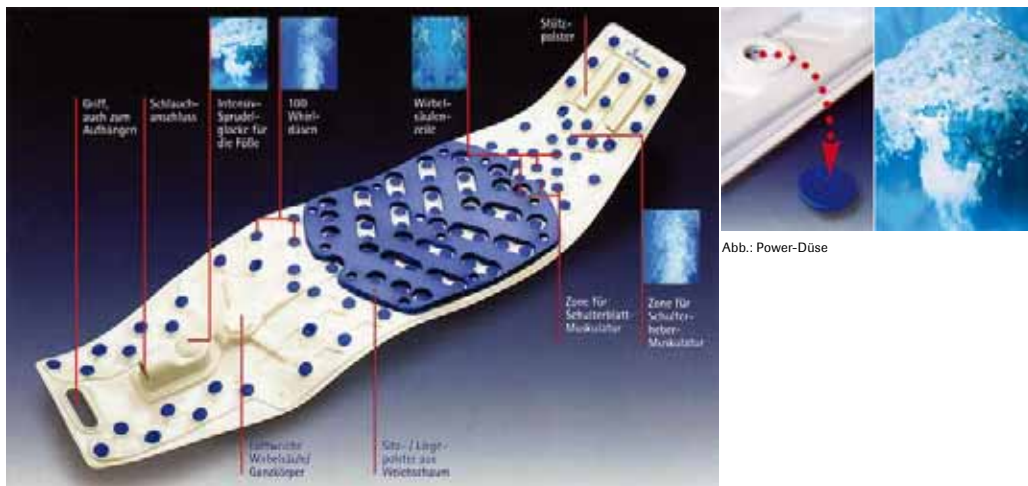


Abb.: Whirlpool-Einheit

Abb.: Power-Düse

Nutzen und Wirtschaftlichkeit: Wirtschaftliche Situation schwierig

Durch die Umsetzung konnten einige Kennzahlen positiv beeinflusst werden: Die Auftragsdurchlaufzeiten sowie Antwortzeiten auf Kundenanfragen konnten um rund 10 Prozent verkürzt werden. Aufgrund von Umsatzeinbrüchen – bedingt durch den Wegfall einiger Großkunden – kann das Unternehmen keine weiteren Aussagen zur Wirtschaftlichkeit der eBusiness-Anwendung treffen. Es verspricht sich jedoch erhebliche wirtschaftliche Erfolge durch eBusiness, sobald sich die wirtschaftliche Lage für das Unternehmen verbessert hat.

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: Erweiterung der Produktpalette im Online-Shop

Bei einem nächsten eBusiness-Projekt würde Dr. Frenkel die Projektmitarbeiter vom Tagesgeschäft freistellen und mehr zeitliche Puffer im Vorfeld planen, um ungeplante Ausfälle besser kompensieren zu können. Eine klare Projektplanung und ein Vorgehen in kleineren Schritten ließen sich dann auch mit einem kleinen Team besser bewältigen. Sobald sich die wirtschaftliche Lage des Unternehmens gebessert hat, soll der Online-Shop weiter ausgebaut werden. Es sollen dann vermehrt auch Handelswaren in die Produktpalette des Shops aufgenommen werden.



Fazit

„Vom Wegfall mehrerer kostenträchtiger Schnittstellen erwarten wir uns eine deutliche Beschleunigung unserer Vertriebsprozesse, insbesondere der Auftragsbearbeitung. Unser völlig neu aufgebauter Shop soll zu einem weiteren Standbein unseres Umsatzes werden.“

Dr. Wolf Gerhard Frenkel, Geschäftsführung Dr. Frenkel GmbH & Co. KG

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- eKatalog
- Online-Shop
- Workflow

eingesetzte Standards:

- eCl@ss
- BMEcat
- EDI

eKatalog: „eBusiness mit Großkunden“

Das Unternehmen und seine Produkte

Das 1938 gegründete Familienunternehmen Niederberger fertigt qualitativ hochwertige Präzisionswerkzeuge für den Werkzeug-, Maschinen-, Vorrichtung- und Formenbau. Das Fertigungsprogramm besteht aus Bohrbuchsen, Normalien für die Stanz- und Umformtechnik sowie Normalien für den Vorrichtungsbau.

Motive und Ausgangslage:

Flexibel auf Kundenwünsche reagieren

Die Eugen Niederberger GmbH & Co. KG fertigt hochwertige Produkte, die Billigprodukten aus dem Ausland entgegengesetzt werden sollen. Für Kunden wollte Niederberger somit ein kompetenter Partner sein, der schnell und flexibel reagieren und liefern kann. Weiterhin sollte durch eine rationelle Fertigung von Standardteilen ein breites Produktspektrum zur Verfügung gestellt werden.

Katalogdaten wurden nur auf Anfrage und in Form von Excel-Dateien im CSV-Format an Kunden oder deren Katalogprovider weitergegeben. Dazu wurden die Daten vom ERP-System (AS/400) in eine Excel-Datei importiert – fehlende Daten wurden von Hand ergänzt. Je nach Kunde und Anzahl an Artikeln konn-

te dies mehrere Tage in Anspruch nehmen. Zeichnungen und dazugehörige Bilder waren noch nicht vorhanden.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- elektronischer Produktkatalog im BMEcat-Format
- Klassifizierung der Produkte nach eCl@ss
- Anbindung eines Online-Shops an das eigene ERP-System

Projektverlauf:

Defizite bei der Qualität der Produktstammdaten

Bei Niederberger startete das eBusiness-Projekt im April 2003 und wurde im November 2004 abgeschlossen. Die ersten vier von sechs



Abb.: Fertigungsbeispiele Formenbau



Eugen Niederberger GmbH & Co. KG

Ort: 73312 Geislingen
 Bundesland: Baden-Württemberg
 Branche: Metallbe- und -verarbeitung
 Produkte: Präzisionswerkzeuge, z.B. Bohrbuchsen, Sonderteile
 Mitarbeiter: 120
 Jahresumsatz: 13,6 Mio. €
 Internet: www.ni-niederberger.de

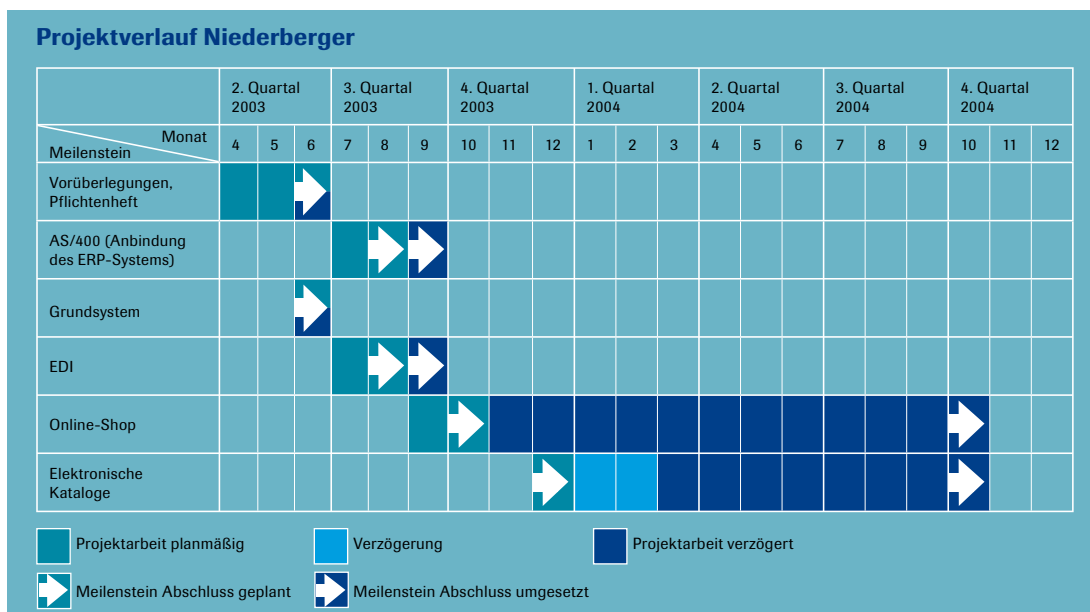
Meilensteinen verliefen zügig und relativ problemlos. Bei der Aufbereitung der Stammdaten und Klassifizierung nach eCI@ss wurde aufgrund von bestehenden Kundenanforderungen die ältere Version 4.0 eingesetzt, obwohl neuere Versionen von eCI@ss leistungsfähiger waren. Für den zweiten Meilenstein – Anbindung des ERP-Systems – sowie den späteren Meilenstein Online-Shop wurde der Aufwand zur Aufbereitung der Stammdaten unterschätzt. Es bestanden erhebliche Defizite in den Produktstammdaten, da bislang keine Merkmale gepflegt worden waren. Die Erfassung und Zuordnung von Merkmalen erforderte mehr Arbeitsaufwand, als ursprünglich angenommen.

Die Festlegung der zukünftigen Online-Katalogstruktur sowie der Variantenlösung im Online-Shop warf unerwartete Hindernisse auf: Ein Großteil der Produktdaten musste komplett neu erfasst werden, da sonst die Variantendarstellung nicht möglich gewesen wäre. So ergaben sich in den letzten beiden Meilensteinen – Online-Shop und elektronische Kataloge – Zeitverzögerungen von letztlich einem Jahr.

Andere Arbeitspakete dagegen liefen schneller und besser ab als geplant. So konnte das Linux-System für den IT-Konnektor ohne große Probleme installiert und an das Firmennetz angebunden werden. Nach einmaliger Einrichtung des notwendigen Programms konnten die nötigen Änderungen und Anpassungen durch den Dienstleister mittels Fernwartung durchgeführt werden.



Abb.: Materialprüfung und -härtung „Tiefkühlen mit Flüssigstickstoff“



Die Zielerreichung und der gesamte Projektablauf wurden vom Unternehmen trotz Hemmnissen und sehr hohem Aufwand als gut bezeichnet. Auch wenn es zeitliche Verzögerungen durch zu knappe Zeitplanung gab, blieben die Kosten durch Festpreisvereinbarungen im geplanten Rahmen.

Ergebnis:
Individuelle Produktkataloge elektronisch austauschen

Durch einen IT-Konnektor wurde das ERP-System (AS/400) mit dem Online-Shop des Unternehmens verbunden. Jetzt können Bestellungen online erfasst und verarbeitet werden – bereits im ersten Jahr nach der Umsetzung erfolgte ein Drittel der Auftragseingänge auf elektronischem Weg. An zwei Kunden werden darüber hinaus elektronische Rechnungen übermittelt. Kundenindividuelle elektronische Kataloge können jetzt aus dem vorhandenen Datenpool einfach konfiguriert und im BMEcat-Format übermittelt werden. Die Verbindung von Internetauftritt und Online-Shop konnte nach der Umsetzung noch nicht realisiert werden, da der ursprüngliche Provider des Online-Shops nicht mehr verfügbar war.

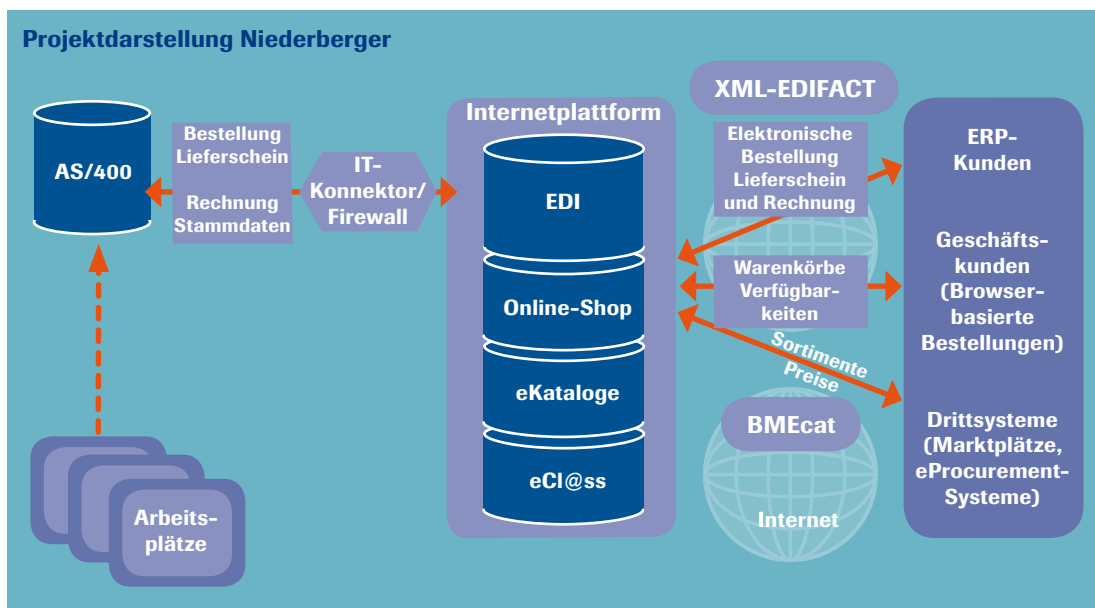
eBusiness-Standards:
Auswahl fällt leicht

Die Informationsbeschaffung und Auswahl des geeigneten eBusiness-Standards (hier eCI@ss

und BMEcat) fiel dem Unternehmen leicht. Als Informationsquellen wurden vorzugsweise das Internet und das Wissen des IT-Dienstleisters genutzt. Der Dienstleister konnte das Unternehmen gut beraten, auch wenn er sich erst selbst über eBusiness-Standards informieren musste. Die Motivation, auf eBusiness-Standards zu setzen, erfolgte auf Druck der Großkunden. Unternehmen der Automobilbranche forderten von Niederberger elektronische Kataloge, die nach eCI@ss klassifiziert sind und im BMEcat-Format übertragen werden.



Abb.: Fertigungsbeispiele



Die elektronische Kommunikation findet mithilfe von eBusiness-Standards statt.

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Umsatzsteigerung und Senkung von
Prozesskosten**

Aufgrund der allgemeinen wirtschaftlichen Situation spürt das Unternehmen einen Preisdruck im Bereich der Standardartikel, gleichzeitig wird der Ruf nach kürzeren Lieferzeiten als Folge von just in time und reduzierten Lagerbeständen immer lauter. Durch den Einsatz von eBusiness konnten bereits im ersten Jahr nach der Umsetzung Umsatzsteigerungen in Höhe von bis zu 30 Prozent realisiert werden. In der Kundenbetreuung können durch Prozessoptimierung 1,5 Arbeitsplätze weniger für manuelle Datenpflege eingesetzt werden. Diese Ressourcen werden für die Verbesserung der Kundenbeziehungen genutzt. Niederberger erhält zukünftig die Lagerbestände von Kunden elektronisch und disponiert deren Bedarf. Die Folge sind Prozesskostensenkung, Vereinfachung der Abläufe, Reduzierung von Reklamationskosten und eine eindeutige Preisfindung. Durch diese Prozesskosteneinsparungen auf Kunden- und Lieferantenseite konnten zum Teil Preiserhöhungen durchgesetzt werden. Durch die Fähigkeit standardisierte Daten elektronisch austauschen zu können, konnten neue Kunden gewonnen werden.



Abb.: Wartungsfreie Führungselemente

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Mittelfristig Auftragsverfolgung geplant**

In Zukunft sollen noch mehr Kunden an die elektronischen Systeme angebunden werden, so dass der Anteil des Online-Umsatzes weiter steigt. Mittelfristig ist die Erweiterung des Online-Shops geplant: Es soll eine Auftragsverfolgung über das Internet angeboten werden. Bei einem nächsten eBusiness-Projekt würde Niederberger mehr personelle Ressourcen vorhalten. Rückblickend hat das Unternehmen durch die gewachsene Firmenstruktur festgefahrene Abläufe aufgebrochen und neu überdacht. Die Abläufe wurden für eine größere Anzahl der Mitarbeiter transparent und das Nachdenken über effizientere Abläufe wurde angeregt.



Fazit

„PROZEUS hat uns die Tür zum eBusiness geöffnet! eBusiness-Standards bieten uns die Chance, mit den Großen Geschäfte zu machen!

Nur wer sich Ziele setzt, kann sie erreichen.“
Hartmut Ruess, Leiter IT bei Eugen Niederberger GmbH & Co. KG

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- CRM
- eKatalog
- Workflow

eingesetzte Standards:

- eCl@ss
- BMEcat
- openTRANS

CRM: „Servicekompetenz zur Kundenbindung“

Das Unternehmen und seine Produkte

1940 wurde das Unternehmen Joisten & Kettenbaum GmbH gegründet. Es ist in den Geschäftsbereichen Oberflächen-Endbearbeitung, Folien-Schweißtechnik sowie Läpp- und Poliertechnik tätig. Im firmeneigenen Schulungszentrum wird Fachwissen über Läppen und Polieren weitervermittelt.

Motive und Ausgangslage: Kundenbeziehungen optimieren

Ziel war die Optimierung der Kundenbeziehungen durch CRM und somit die Steigerung des Kundenwertes für das Unternehmen. Durch die Prozessoptimierung im Vertrieb und verbesserte Bestimmung von Kundenwerten wird eine wirtschaftliche Verbesserung erwartet. Als Vorreiter seiner Branche strebt JOKE einen erheblichen Imagegewinn an. Zu Beginn des Projektes waren Kundenmanagement und Auftragsbearbeitung sowie Auswertungen für Controlling und Marketing durch die Nutzung verschiedener Datenplattformen erschwert. Um sämtliche notwendigen Daten zu sammeln, mussten viele Quellen genutzt werden. Von rund 10.000 Produkten waren fast die Hälfte für BMEcat aufbereitet, jedoch noch nicht vollständig erfasst. Rund 2.600 Produkte waren nur mit Stammdaten versehen – die



Abb.: TUCADUR-Bearbeitung

restlichen 2.500 Produkte waren noch gar nicht elektronisch erfasst (in erster Linie Ersatzteile).

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Aufbau eines CRM-Systems, das an einen Online-Shop sowie an das eigene ERP-System angebunden wird
- Als Grundlage für den Online-Shop wurde ein elektronischer Katalog aufgebaut
- Einsatz des Klassifikationsstandards eCl@ss, des Katalogaustauschformates BMEcat und des Transaktionsstandards openTRANS



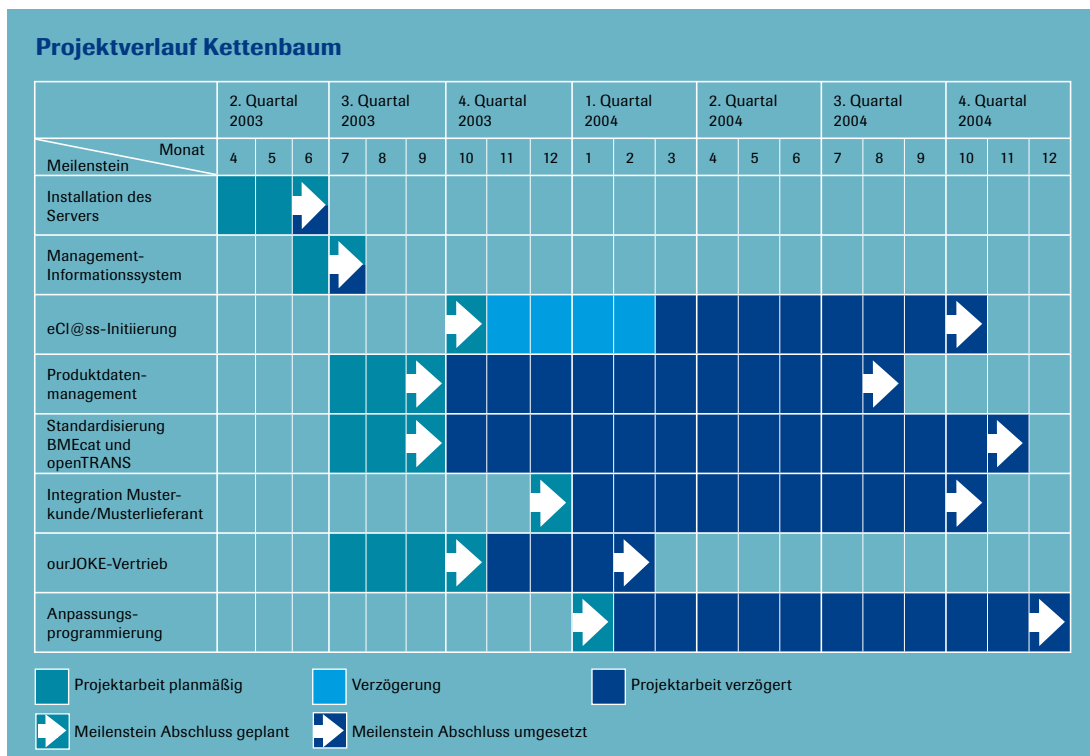
H. F. Kettenbaum GmbH

Ort: 51429 Bergisch Gladbach
 Bundesland: Nordrhein-Westfalen
 Branche: Maschinenbau
 Produkte: Antriebsgeräte, Verbrauchsmaterialien, Schweißen, Reinigen, Läppen und Polieren
 Mitarbeiter: 42
 Jahresumsatz: 7,6 Mio. €
 Internet: www.joke.de

**Projektverlauf:
Aufwand für eBusiness-Standards unterschätzt**

Das eBusiness-Projekt bei Kettenbaum startete im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Das Unternehmen hat für sein umfangreiches Projektvorhaben acht Meilensteine geplant. Bei der Installation und Vorbereitung der neuen Software-Systeme verlief das Projekt reibungslos. Als das Unternehmen zur Einführung der eBusiness-Standards die Stammdaten aufbereitete, wurde festgestellt, dass der Aufwand zur Abbildung der unternehmenseigenen Produktgruppenhierarchie in dem standardisierten Format erheblich unterschätzt wurde. Die inhaltliche Erfassung fehlender Merkmale gestaltete sich zeitlich schwierig, da hierzu Mitarbeiter anderer Abteilungen außerhalb des Projektteams herangezogen werden mussten.

Nach der Umsetzungsphase stellte sich heraus, dass die Daten im Management-Informationssystem nicht in der zugesicherten und gewünschten Qualität vorliegen. Die Ursache liegt in der vom IT-Dienstleister durchgeführten Analyse der einfließenden Daten: Im Interesse einer Schnellimplementierung der Anwendungen wurde die Analyse der einfließenden Daten nicht gründlich genug durchgeführt. Kontrollen und Korrekturen sind im Nachgang erforderlich. Dagegen verlief die Umsetzung des Katalogaustauschformates BMEcat besser als geplant. Ein neuer Mitarbeiter, der für das Produktstammdatenmanagement eingestellt wurde, programmierte eine Datenbank, die zur Standardisierung der Kataloge nach BMEcat eingesetzt wurde.



Durch hohen Aufwand und große Hemmnisse bewertete das Unternehmen den gesamten Projektverlauf sowie die Zielerreichung nur als akzeptabel. Zu wenig Personal, häufige Überlastung durch das Tagesgeschäft und krankheitsbedingte Ausfälle von Mitarbeitern erschwerten die Projektarbeit.

Die größte Verzögerung gab es durch einen neuen Produktkatalog, der durch eine komplette Umstrukturierung die bisherigen Arbeiten an einem elektronischen Katalog nahezu hinfällig machte. Krankheit und Urlaub verzögerte darüber hinaus die Fertigstellung parallel bearbeiteter Meilensteine, so dass das Projekt erst mit zwölfmonatiger Verzögerung abgeschlossen werden konnte.

**eBusiness-Standards:
Auswahl fällt leicht**

Das Unternehmen wurde in erster Linie von seinem IT-Dienstleister auf den Einsatz von eBusiness-Standards hingewiesen und konnte von ihm beraten werden. Zudem forderten Kunden BMEcat-fähige Kataloge, wofür sich das Unternehmen im Internet Informationen zu diesem Standard beschaffte.

**Ergebnis:
Bessere Kundeninformationen**

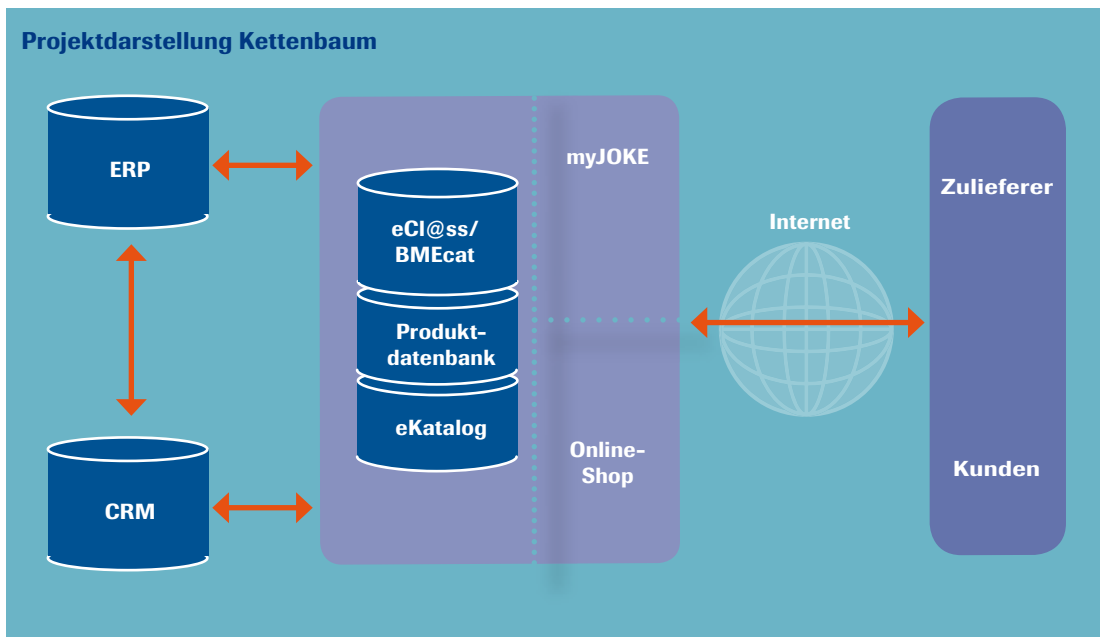
Im Bereich des Kundenmanagements können zukünftig Kundendaten über das CRM-System erfasst und ausgewertet werden, so dass



Abb.: Feilen aus Keramikfaser

zielgerichtete Marketingmaßnahmen durchgeführt werden können.

Mit den ersten Großkunden werden des Weiteren elektronische Produktkataloge auf Basis des geforderten Standards BMEcat ausgetauscht. Der ursprünglich geplante Austausch von elektronischen Dokumenten per openTRANS wurde nicht umgesetzt, da kein Geschäftspartner für den Austausch gefunden werden konnte.



Die eBusiness-Lösung unterteilt sich in einen kundenindividuellen (myJOKE) und einen öffentlichen Bereich (Online-Shop).

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Reduzierung von Prozesskosten und
Umsatzsteigerung**

Die Prozesskosten bei der Auftragsannahme und -verwaltung wurden durch die aufgeführten Prozessoptimierungen erheblich reduziert. Weiterhin konnten die Aufbereitungs- und Recherchekosten durch die zentralisierte Verwaltung aller kundenrelevanten Daten deutlich gesenkt werden. Durch die Identifizierung geeigneter Kommunikationskanäle zu bestehenden und potenziellen Kunden und Kundengruppen werden diese zielgerichteter und somit effizienter angesprochen.

Erste wirtschaftliche Auswirkungen haben sich bereits im ersten Jahr nach Projektende gezeigt: Es konnte eine Umsatzsteigerung in Höhe von acht Prozent erwirtschaftet werden. Außerdem konnten aufgrund der eBusiness-Lösung bereits Neukunden gewonnen werden.



Abb.: Polierte Teile

Die Anforderungen von bestehenden Kunden nach klassifizierten BMEcat-Katalogen konnten erfüllt werden.

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Ausbau des Online-Shops, Anbindung
weiterer Kunden**

Der kundenindividuelle Bereich im Online-Shop („myJOKE“) soll weiter ausgebaut und noch anwenderfreundlicher gestaltet werden. Über den elektronischen Produktkatalog sollen weitere Kunden erreicht werden.

Bei einem nächsten Projekt würde das Unternehmen bei der Planung mehr Zeit und Personal einkalkulieren. Die Datenanalyse müsste sorgfältiger durchgeführt und die Schnittstellen der verschiedenen Systeme müssten besser implementiert werden. Die Einbindung der Mitarbeiter, die mit den Systemen arbeiten, müsste noch frühzeitiger und intensiver erfolgen.



Abb.: Steuergerät Enesta mit Zubehör



Fazit

„Als Vorreiter unserer Branche haben wir unsere Servicekompetenz durch das Customer Relationship Management deutlich ausgebaut, so können Kunden noch stärker an das Unternehmen gebunden werden!“

Hanns-Friedrich Kettenbaum, Geschäftsführung H. F. Kettenbaum GmbH

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- Online-Shop
- CRM

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat

Online-Shop: „Kunden weltweit erreichen“

Das Unternehmen und seine Produkte

Invitek ist ein weltweit agierendes Unternehmen im Bereich der molekularen Biotechnologie/Gentechnik. Seit 1992 wurde eine Vielzahl von innovativen Produkten zur Anwendung in der Genom- und Proteomforschung entwickelt und produziert. Das Unternehmen verfügt über zahlreiche Patente in den USA und Europa.

Motive und Ausgangslage:

Informationsbereitschaft erhöhen

Durch eine Rationalisierung der Unternehmensprozesse bei der Verwaltung und Veröffentlichung der Produkte sollte die Informationsbereitschaft des Unternehmens erhöht werden. Der Ausbau des Online-Shops und dessen Anbindung an die neue Workflow-Software sollte die Bearbeitungszeiten erheblich verkürzen und somit den Servicegrad des Unternehmens erhöhen. Die eBusiness-Lösungen sollten zudem zu einer Steigerung der eBusiness-Kompetenz des Unternehmens sowie zu einer Stärkung der Kundenbindung beitragen. Die Geschäftsprozesse waren klar definiert, jedoch verursachten fehlende Schnittstellen die doppelte Erfassung von Kunden- und Produktdaten in mehreren Systemen. Die wesentlichen Programme SageKHK (Warenwirtschaft), ACT 4.0 (Kundendaten), der Online-Shop und das

Content Management System (Internet) waren nicht kompatibel und besaßen keine Schnittstellen, die den Austausch von Informationen untereinander ermöglichen. Dadurch kam es im Unternehmen zu einer redundanten Datenerhaltung, die unnötig viel Zeit benötigte und zu systeminternen Abweichungen führte.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Vereinfachung von Produkten und deren Beschreibungen mit Hilfe von Standards (eCI@ss, BMEcat)
- Zusammenführung bestehender Datenbanken und zentrale Pflege
- Ausbau von Online-Shop und CRM-System

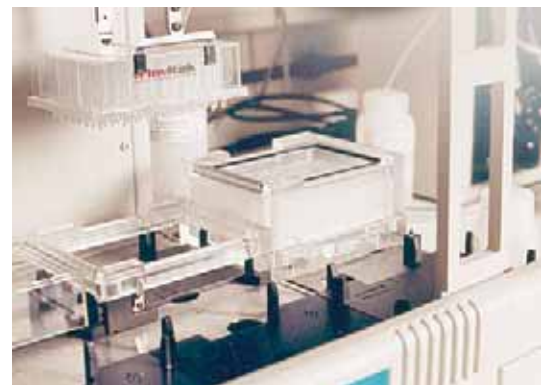


Abb.: Laborarbeiten



Invitek GmbH

Ort: 13125 Berlin
 Bundesland: Berlin
 Branche: Biotechnologie
 Produkte: Reagenziensysteme, Gentests, Expressionssysteme
 Mitarbeiter: 30
 Jahresumsatz: 1,3 Mio. €
 Internet: www.invitek.de

Projektverlauf:

Akzeptanzprobleme bei Mitarbeitern

Das eBusiness-Projekt von Invitek startete im April 2003 und wurde im November 2004 abgeschlossen. Bei der Einführung der neuen Systeme wurden nicht alle davon betroffenen Mitarbeiter in die Planung einbezogen, da ursprünglich die Realisierung des Projektes vor allem durch den Projektleiter und den externen IT-Dienstleister geplant war. Dadurch kam es in einigen Bereichen zu Akzeptanzproblemen und Verständnisschwierigkeiten mit den neuen Systemen. Das CRM-System wurde daher im Hinblick auf die Benutzerfreundlichkeit angepasst. Die unerwarteten Widerstände im Unternehmen führten zu nicht unerheblichen Verzögerungen im dritten und damit auch in den folgenden Meilensteinen.

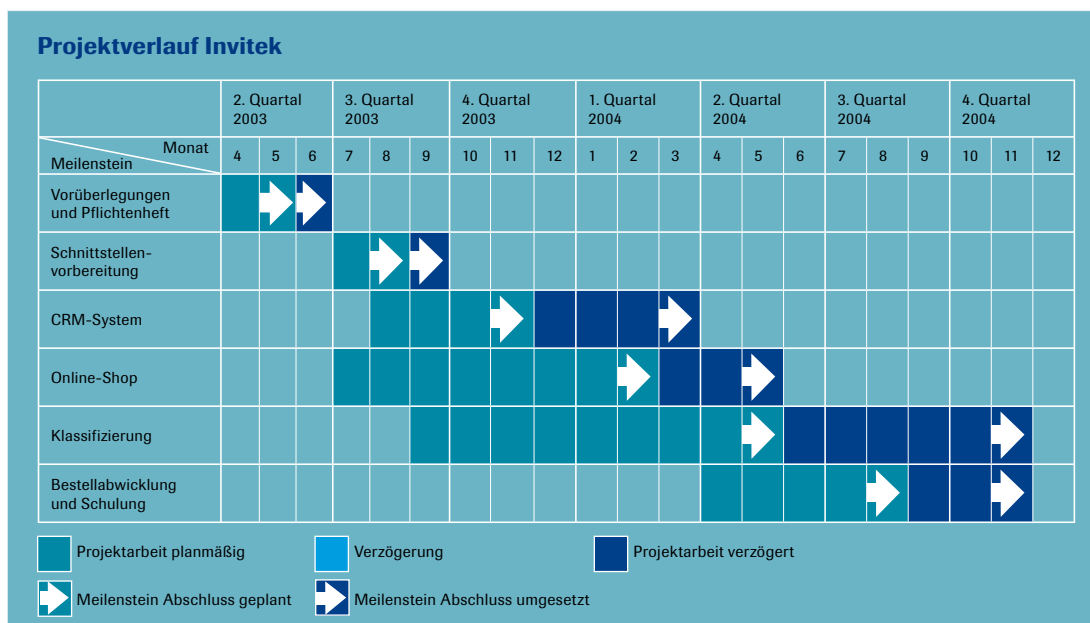
Größtes Hindernis war die Datenaufbereitung von Produkt- und Kundendaten: Die Datenerfassung und -pflege erfolgte in einem weit höheren Umfang als geplant. Durch die jahrelange Nutzung von zwei Datenbanken in zwei verschiedenen Bereichen des Unternehmens waren Differenzen bei der Datenerfassung nicht zu vermeiden. Um eine eindeutige Zuordnung zu gewährleisten und Dubletten zu

vermeiden, mussten die einzelnen Datensätze verglichen und abgestimmt werden. Dieser Aufwand war zu Beginn des Projektes nicht absehbar.

Bei der Produktklassifizierung stieß Invitek zu Beginn des Projektes auf Schwierigkeiten: Die Produkte konnten in eCI@ss 4.1 nicht zugeordnet werden, da hier noch keine ausreichende Differenzierung der Merkmalleisten vorlag. Nach der Einführung der eCI@ss Version 5.1. sind die Merkmalleisten so differenziert, dass für die Produkte eine genaue Beschreibung möglich ist.

**eBusiness-Standards:
Anfängliche Verständnisprobleme bei der Auswahl**

Auch wenn dem Unternehmen die Informationsrecherche nach eBusiness-Standards leicht fiel, behinderten anfangs Verständnisschwierigkeiten die Auswahl des geeigneten Standards. Das Verständnis für eBusiness-Standards war beim IT-Dienstleister viel stärker ausgeprägt als im Unternehmen selbst. Durch Information im Internet, mit dem Besuch von PROZEUS-Veranstaltungen und aus Printmedien konnte ein allgemeiner Überblick



Auch wenn der Aufwand stellenweise hoch war, wurden Zielerreichung und Projektablauf vom Unternehmen als gut bewertet. Obwohl bei der Planung Urlaubszeiten und krankheitsbedingte Ausfälle nicht beachtet wurden, konnte die zeitliche Planung fast eingehalten werden.

über eBusiness-Standards geschaffen werden, um dann den für Invitek passenden Standard eCl@ss auszuwählen.

**Ergebnis:
Effektivere Geschäftsprozesse**

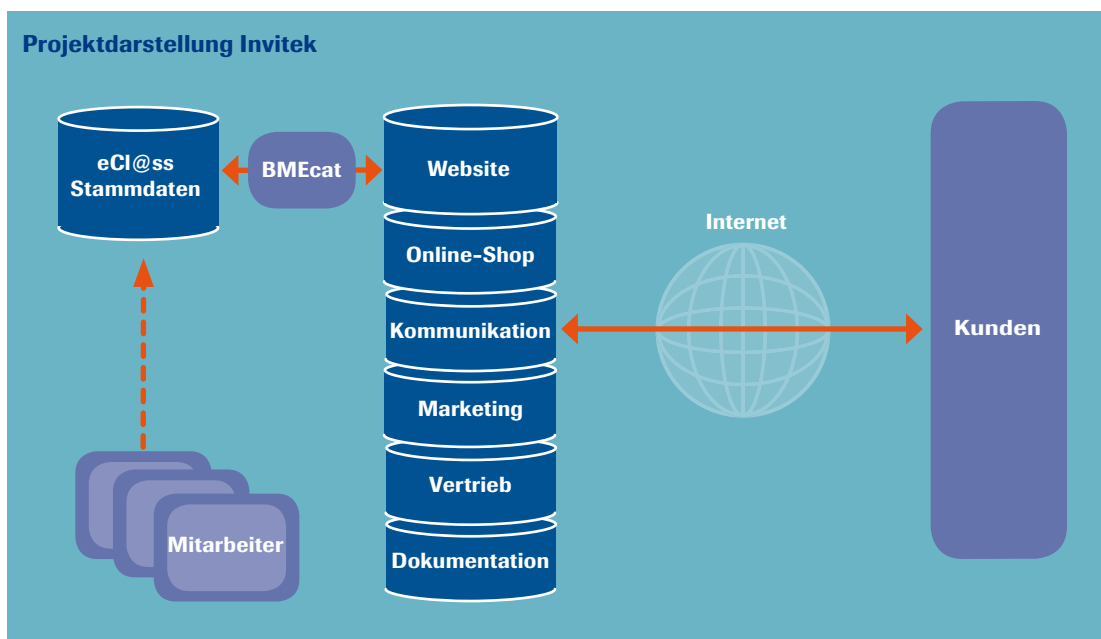
Insgesamt wurden interne und externe Abläufe des Unternehmens effektiver gestaltet. Nachdem sich die Mitarbeiter mit dem neuen System vertraut gemacht hatten, konnten im Bereich Kundenbetreuung und Auftragsabwicklung erhebliche Zeiteinsparungen realisiert werden. Im Online-Shop wurde zusätzlich ein separater Bereich für Händler geschaffen, in dem Preislisten und Zusatzinformationen bereitgestellt werden. Dadurch konnte weiterer Informationsaufwand eingespart werden.

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Steigerung des Servicegrades**

Generell wurden die internen und externen Abläufe effizienter gestaltet. Bei der Bestellabwicklung und internen Kommunikation wurden monatlich ca. 150 Arbeitsstunden eingespart, die zukünftig für Marketingaktivitäten eingesetzt werden. Die erhöhte Informationsbereitschaft sowie die verkürzten Bearbeitungszeiten steigern den Servicegrad und werden somit die Kunden stärker an das Unternehmen binden. Durch den Einsatz des Klassifikationsstandards eCl@ss wurden die Produkte international über Suchmaschinen leichter auffindbar. Damit können neue Kunden akquiriert und der Umsatz gesteigert werden. Die Fähigkeit, Kataloge elektronisch austauschen zu können gewinnt für die Wettbewerbsfähigkeit immer mehr an Bedeutung. In 2005 erhielt Invitek Anforderungen von drei verschiedenen Kunden (zentrale Besteller) nach eCl@ss-klassifizierten Produkten.



Abb.: Test-Kit



Das neue System ist das zentrale Instrument der Kundenbetreuung.

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Weiterentwicklung des CRM-Systems**

Das CRM-System soll auch in der Zukunft weiterentwickelt und noch stärker genutzt werden (z.B. Eingabe von zusätzlichen Informationen in Bereichen, die bisher nicht genutzt wurden). Die Produktdarstellung im Internet soll um zusätzliche Informationen erweitert werden. Zukünftig würde Invitek die Planung der Ressourcen großzügiger gestalten. Außerdem würde im Vorfeld genauer analysiert werden, welche Aufgaben zur vollständigen Realisierung des Projektes gehören, damit im Projektverlauf keine ungeplanten, aber notwendigen Arbeiten hinzukommen. Es würden von Anfang an mehrere Mitarbeiter bei der Planung und Realisierung einbezogen werden.



Abb.: Laborarbeiten



Fazit

„Mehr Zeit für unsere Kunden durch die Einführung von Standards und eBusiness.“

Dr. Peter Bendzko, Geschäftsführung Invitek GmbH

Das Projekt auf einen Blick

Anwendungen:
 • Online-Shop
 • eKatalog

eingesetzte Standards:
 • eCI@ss
 • proficl@ss
 • BMEcat
 • openTRANS

Online-Shop: „Verfügbarkeitsanzeige online“



Abb.: Spannfutter „Whistle-Notch“

Motive und Ausgangslage:

Neue Vertriebs- und Kommunikationswege erschließen

Für die Karl Hermann GmbH stand die Erschließung neuer Vertriebs- und Kommunikationswege im Mittelpunkt. Vor Beginn des Projektes verfügte das Unternehmen nicht über eine eigene Internetpräsenz. Um insbesondere den Kundenanforderungen nach Transparenz hinsichtlich Lieferfähigkeit von Produkten gerecht werden zu können, sollten entsprechende Informationen durch den einzurichtenden Online-Shop zur Verfügung gestellt werden. Ein weiteres Ziel des Unternehmens war die Erschließung internationaler Märkte. Der Verkaufsprozess von Standardprodukten besteht aus Anfragen nach Angeboten und Lieferfähigkeit sowie Bestellungen. Diese Teilprozesse wurden vor Projektbeginn zeitintensiv manuell im Vertrieb durchgeführt. Die benötigten Informationen lagen nur teilweise in elektronischer Form vor und waren an verschiedenen Stellen abgelegt.

Das Unternehmen und seine Produkte

Das 1946 gegründete Unternehmen Karl Hermann GmbH ist ein Hersteller von Fräspann-Werkzeugen für CNC-Fräsmaschinen und Bearbeitungszentren. Als Hersteller von DIN-Teilen liegt der zentrale Wettbewerbsfaktor des Unternehmens neben der Produktqualität und dem Preis insbesondere in der kurzfristigen Lieferfähigkeit.



Karl Hermann GmbH

Ort: 71229 Leonberg
 Bundesland: Baden-Württemberg
 Branche: Maschinenbau
 Produkte: Fräspannwerkzeuge für Fräsmaschinen
 Mitarbeiter: 18
 Jahresumsatz: 1,69 Mio. €
 Internet: www.kfh-hermann.de

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Mehrsprachige Online-Vertriebslösung inklusive Funktionen für Verfügbarkeits- und Angebotsabfragen sowie
- Bestellmöglichkeit für Händler und Direktkunden
- Aufbau eines zentralen Produktdatenmanagements (eCI@ss, proficl@ss, BMEcat, openTRANS)

Projektverlauf:

Zeitintensive Datenerfassung

Bei Karl Hermann startete das Projekt im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Bedingt durch die Ausgangslage des Unternehmens musste sehr viel Vorarbeit geleistet werden, bis mit der eigentlichen Umsetzung begonnen werden konnte. Es gab schon vor Projektbeginn sehr konkrete Vorstellungen und Konzeptionsansätze, die sich gemeinsam mit dem IT-Dienstleister sehr zügig ausbauen und detaillieren ließen.

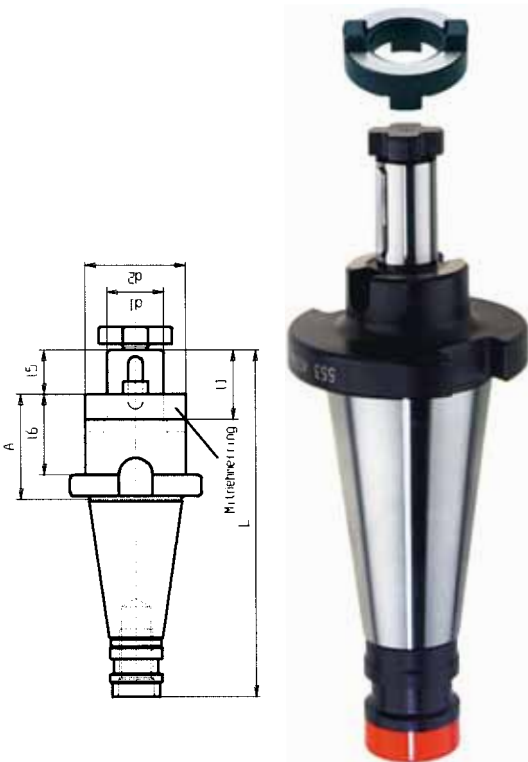
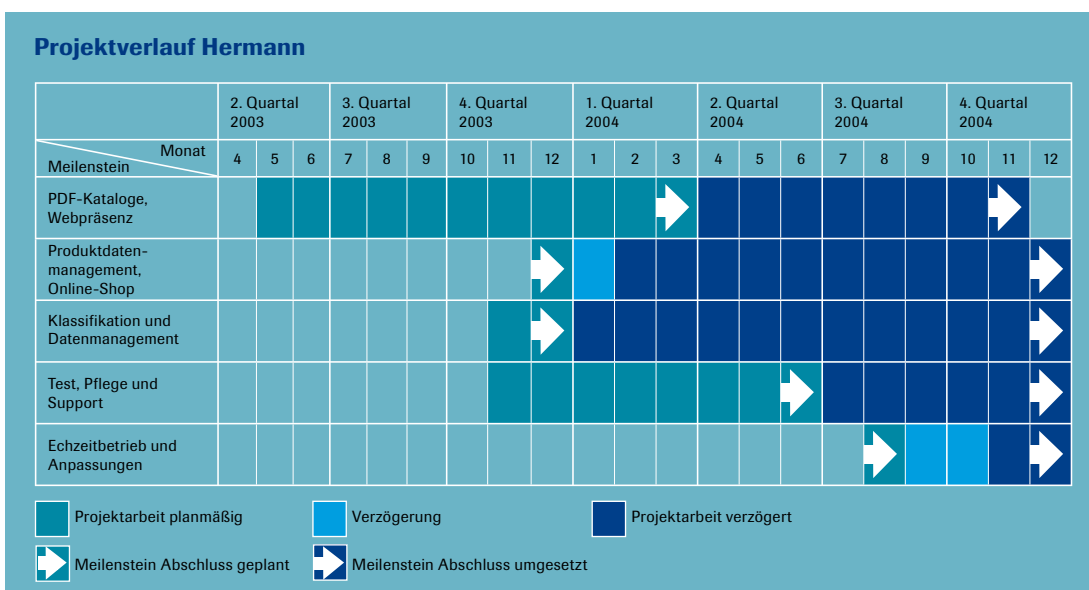


Abb.: Kombi-Aufsteckfräserdorn



Nach Angaben des Unternehmens wurden die Ziele trotz sehr hohem Aufwand sehr gut erreicht. Der gesamte Projektablauf wurde als gut bewertet. Durch Personalengpässe musste das Projekt häufig zugunsten des Tagesgeschäftes zurückgestellt werden.

Da insgesamt nur sehr wenige Daten generell elektronisch vorlagen, musste sehr viel Zeit für die Erfassung von Produktdaten aufgewendet werden. Des Weiteren forderten Kunden unterschiedliche Standards (Klassifikationsstandard eCl@ss und Branchenstandard proficl@ss), somit entstand zusätzlicher Mehraufwand durch z.B. unterschiedliche Strukturen und Definitionen der Maßeinheiten beider Standards. Durch die gesamten Verzögerungen konnten alle fünf Meilensteine erst verspätet abgeschlossen werden.

eBusiness-Standards:

Umfangreiche Informationsbeschaffung

Das Unternehmen nutzte zahlreiche Quellen, um sich über verschiedene eBusiness-Standards zu informieren. Schwierig war dabei, sich einen Überblick über die Architektur und den Detaillierungsgrad der einzelnen Systeme zu verschaffen, um in Gänze ein Bild über die Vorteile und den Nutzungsgrad für das eigene Produktportfolio zu erlangen. Das Unterneh-

men wurde dabei von seinem IT-Dienstleister tatkräftig unterstützt.

Ergebnis:

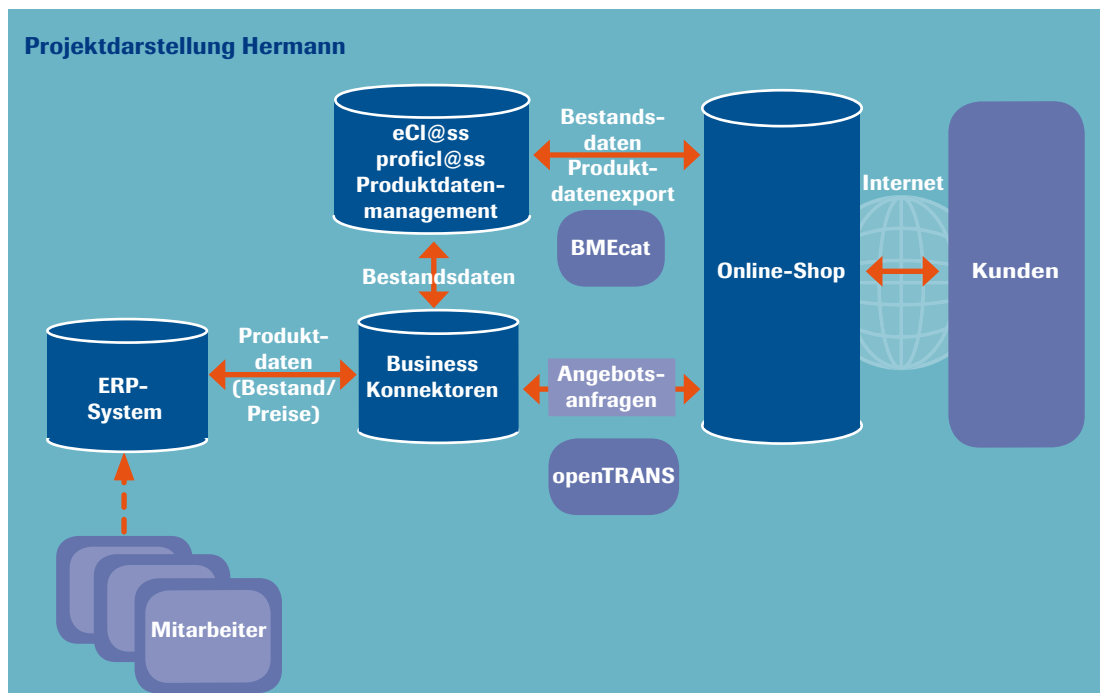
Zentrale Produktdaten und Online-Verfügbarkeit

Das Unternehmen hat sämtliche Systeme (ERP, Produktdatenmanagement, elektronischer Katalog bzw. Online-Shop) miteinander verknüpft. Mittels einer automatischen Bestandsabfrage können tagesaktuelle Verfügbarkeiten online abgerufen werden. Bereits während der Projektlaufzeit konnten Kundenwünsche nach Produktdaten im eCl@ss- und proficl@ss-Format erfüllt werden.

Nutzen und Wirtschaftlichkeit:

Kosteneinsparung und Neukundengewinnung

Durch die Internetpräsenz mit Online-Katalog und tagesaktuellen Verfügbarkeiten wurden erhebliche Zeit- und damit Prozesskosteneinsparungen im Vertrieb realisiert. Das Unternehmen hebt sich durch die Bereitstellung



Bestandsdaten und Preise werden aus dem ERP-System täglich in den Online-Shop übertragen.

von klassifizierten Produkten und standardisierten Katalogaustauschformaten von seinen Mitbewerbern ab und hat dadurch bereits zahlreiche Neukunden (z.T. in neuen Märkten) gewonnen. So konnte z.B. einem Neukunden aus Asien der elektronische Produktkatalog sofort zur Verfügung gestellt werden, wogegen er auf den Papierkatalog hätte rund sechs Wochen warten müssen.

Durch das Projekt hat sich intern zwischen den beteiligten Abteilungen eine hohe Sensibilität für das Thema „Datenaktualität und Stammdatenpflege“ herausgebildet. Beinahe täglich erfolgen nun kurze Abstimmungen zwischen Mitarbeitern aus Technik und Verkauf.

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: Ausbau des Online-Katalogs und Shop-Anbindung

Das derzeitige Online-Katalogprogramm soll durch „Besonderheiten und Raritäten“ ausgebaut werden, die sich bisher im Printmedium aufgrund sehr geringer Stückzahlen und eines Sondercharakters nicht darstellen ließen. Bei einem Abverkauf kann der jeweilige Artikel sofort und problemlos aus dem Online-Katalog genommen werden.

Nachdem in einem Zeitfenster von ca. 2 Jahren das bisherige Auftragsverwaltungssystem durch ein leistungsfähigeres ersetzt werden soll, steht eine direkte Verknüpfung des neuen Systems mit den aus dem Internet-Shop generierten Kundenanfragen an.

Bei neuen Projekten würde das Unternehmen durch begrenzte personelle Kapazitäten die Zeitplanung weniger straff gestalten. Da das Tagesgeschäft Vorrang hat und die Projektarbeit entsprechend zurückgestellt werden muss, sind großzügigere Zeitplanungen realistisch.

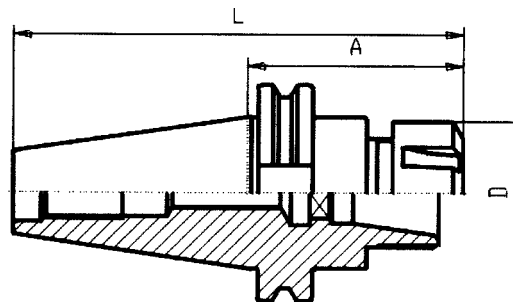


Abb.: Spannzangenfutter



Fazit

„Der Online-Katalog mit sämtlichen, stets aktuellen technischen Informationen, sowie dem Online-Lagerbestand von über 2.700 Artikeln stellt einen Quantensprung an unmittelbar zugänglichem Informationsgehalt und interaktiven Möglichkeiten für unsere Kunden dar.“

Wolfgang Hermann, kaufmännischer Leiter bei Karl Hermann GmbH

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- Workflow
- eKatalog

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat
- openTRANS

Workflow: „Aufträge zentral verwalten“

Das Unternehmen und seine Produkte

Das 1948 gegründete Unternehmen Köhler & Hörter startete mit der Konstruktion und dem Bau einer eigenen Produktreihe von Einzelkompressoren. Das Produktprogramm umfasst heute neben Prozessgaskompressoren so genannte Schottwandwellendurchführungen zur gasdichten Durchführung von Antriebswellen durch Schottwände, Brandwände und Decks.

Motive und Ausgangslage: Kundenprojekte schneller und effizienter abwickeln

Ziel war es, durch die geplante eBusiness-Anwendung Kundenprojekte schneller und effizienter abzuwickeln und Kunden- sowie Lieferantenbeziehungen zu verbessern. Als Vorreiter der Branche sollte die innovative Nutzung der Internettechnologien und Steigerung der eBusiness-Kompetenz des Unternehmens zu einem erheblichen Imagegewinn führen. Weiteres Ziel war die Neukundengewinnung durch Stärkung der Flexibilität des Unternehmens. Einkauf, Projektmanagement, Service, Verwaltung und Controlling: Bei Köhler & Hörter waren diese Bereiche vor dem Projekt nicht miteinander verknüpft. Innerhalb der Projektabwicklung eines Kundenauftrags war die Kommunikation mit Kunden ineffektiv,

da die Abwicklung auf zahlreichen Papierdokumenten – von technischen Zeichnungen über Zeugnisse und Terminpläne – bestand. Der Austausch dieser umfangreichen Papierunterlagen nahm viel Zeit in Anspruch. Für Artikelbestellungen bei Zulieferern bestand ebenfalls keine elektronische Anbindung.



Abb.: Kompressor-Anlage

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Aufbau eines Projektmanagementsystems und eines dynamischen Internetauftritts
- Einführung von unternehmensübergreifenden Arbeitsabläufen für die medienbruchlose Anbindung des bestehenden ERP- und PPS-Systems (Lieferantenintegration)
- Einführung der Standards eCI@ss, BMEcat, openTRANS



Köhler & Hörter GmbH

Ort: 58089 Hagen
 Bundesland: Nordrhein-Westfalen
 Branche: Maschinenbau
 Produkte: Prozessgaskompressoren, Schottwandwellendurchführungen
 Mitarbeiter: 27
 Jahresumsatz: 3,34 Mio. €
 Internet: www.koho-kompressor.de

**Projektverlauf:
DSL-Zugang verursachte massive
Zeitverzögerungen**

Das Projekt startete bei Köhler & Hörter im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Die sehr straff geplanten sechs Meilensteine des Unternehmens verzögerten sich bereits zu Beginn des Projektes, da Urlaubszeiten und die knappe Personaldecke bei der Planung nicht ausreichend berücksichtigt worden waren. Das Projekt musste häufig dem Tagesgeschäft weichen, da leitende Mitarbeiter eingebunden waren, die durch zeitgleiche Kundenprojekte häufig außer Haus tätig waren. Des Weiteren stellte die fehlende DSL-Anbindung das Unternehmen vor ungeahnte Hindernisse – die Freischaltung des Internetzugangs verzögerte das Projekt um mehr als ein halbes Jahr. Das vorhandene ERP-System war für die neuen Anforderungen nicht geeignet und musste durch ein neues System ersetzt werden. Hinzu kam fehlende eBusiness-Kompetenz und -Bereitschaft von Partnerunternehmen auf Lieferantenseite. Hier konnten erwünschte Kooperationen nicht umgesetzt werden.

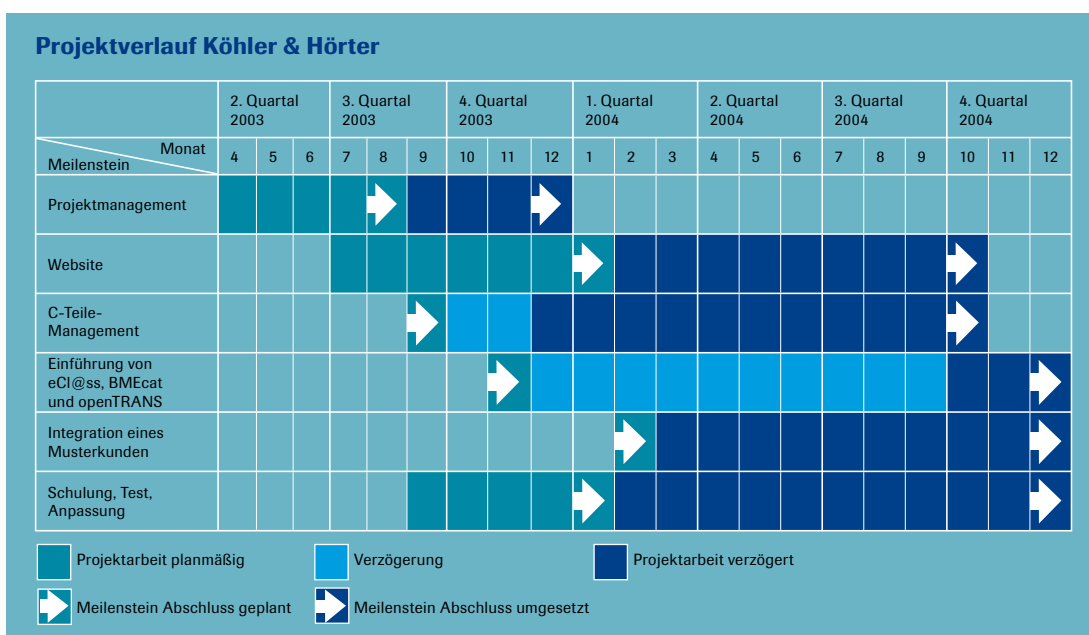


Abb.: Präzisionsschweißen

Besser als geplant verlief dagegen die Konzeption von Internetpräsenz und kundenorientierter Auftragsabwicklung. Hier konnte der externe IT-Dienstleister gute Unterstützung bieten. Die Aufbereitung der Produktstammdaten wurde erst zum Ende des Projekts durchgeführt und konnte durch die umfangreiche Merkmalsbeschreibung bei eCI@ss (Bereich Pumpen) zügig umgesetzt werden.



Abb.: Ölabstreifer und Stopfbuchspackung



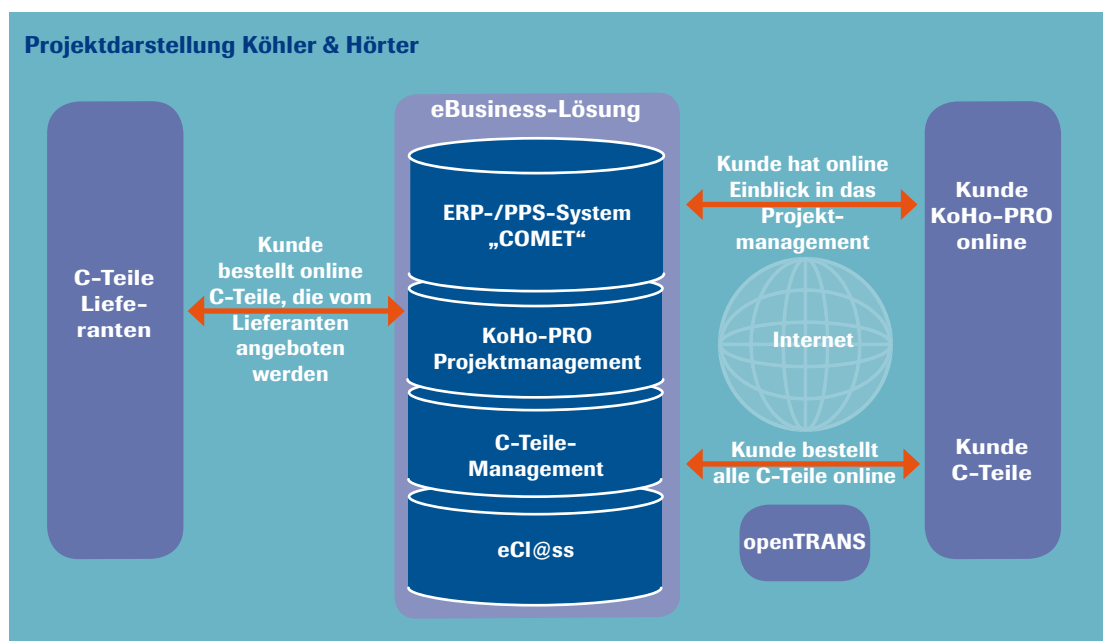
Aufgrund der sehr großen Hemmnisse und hohen Aufwände bewertete das Unternehmen den gesamten Projektablauf als schlecht und die Zielerreichung nur als akzeptabel.

eBusiness-Standards: Informationsbeschaffung und Auswahl akzeptabel

Das Unternehmen beschaffte die notwendigen Informationen über eBusiness-Standards insbesondere über das Internet, den IT-Dienstleister und öffentliche Veranstaltungen. Sinn, Zweck und Vorteile der Standards sind dem Unternehmen vollkommen verständlich – es mangelt derzeit jedoch noch an der Initiative der Geschäftspartner. Bei der Katalogisierung der Produkte hat Köhler & Hörter wenig Einsatzmöglichkeit von Klassifikationsstandards, da die Produkte des Unternehmens nur auftragsbezogen hergestellt werden. Eine Standardisierung war daher in erster Linie für zu beschaffende C-Teile möglich und sinnvoll. Lieferanten, die ebenfalls Klassifikationsstandards einsetzen hat das Unternehmen bislang noch nicht gefunden.

Ergebnis: Transparente und zentrale Datenverwaltung

Die Auftrags- und Projektabwicklung wurde effizient und transparent gestaltet. Dadurch werden sämtliche projektbezogenen Daten in einer Datenbasis verwaltet und können jederzeit für Unternehmen und Kunden bereitgestellt werden. Durch die Klassifizierung der Produkte nach eCl@ss konnten die Merkmale der eigenen Produkte besser und eindeutiger dargestellt werden. Die Beschaffung von C-Teilen konnte durch die Klassifizierung zwar vereinfacht werden, wurde während der Projektlaufzeit jedoch von Lieferanten noch nicht genutzt. Ebenso stieß die Vorbereitung zum Austausch von elektronischen Geschäftsdokumenten wie Bestellungen oder Rechnungen mittels openTRANS bei den Geschäftspartnern nicht auf die gewünschte Zustimmung.



Die eBusiness-Lösung bildet das Bindeglied zwischen Beschaffung und Vertrieb.

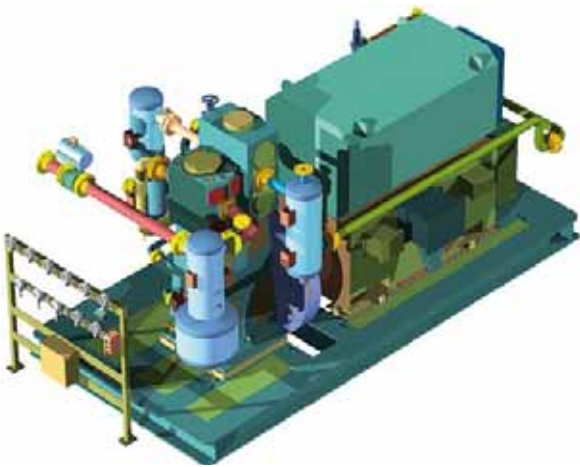


Abb.: 3D-Darstellung Kompressorsystem

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Effiziente Auftragsabwicklung**

Durch die eBusiness-Anwendung werden Kundenprojekte schneller und effizienter abgewickelt, was sowohl die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens durch Prozessrationalisierung als auch die Kundenzufriedenheit steigert. Mit der elektronischen Erfassung der projektbezogenen Daten wurde eine firmeninterne Wissensdatenbank aufgebaut, so dass durch die bessere Strukturierung der Kundenprojekte wesentlich leichter und einfacher auf bereits vorhandene Altdaten zugegriffen werden kann. Die gesamte Auftragsbearbeitung und damit alle Abteilungen wurden umorganisiert, so dass kürzere Bearbeitungszeiten und höhere Flexibilität realisiert wurden. Durch die Stärkung der Unternehmensflexibilität steigt die Konkurrenzfähigkeit gegenüber größeren Unternehmen. Außerdem trägt die eBusiness-Anwendung zur Verbesserung der bestehenden Kunden- und Lieferantenbeziehungen bei.

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Teilnahme an Marktplätzen**

In Zukunft möchte das Unternehmen verstärkt an elektronischen Marktplätzen für Beschaffung und auch Vertrieb teilnehmen. Die Internetplattform als Kommunikationsmedium zwischen Unternehmen und Kunden soll darüber hinaus verstärkt für Anfragen, Aufträge und Nachbearbeitungen genutzt und ausgebaut werden.

Bei einem nächsten Projekt würde das Unternehmen bereits vor der Erstellung eines Pflichtenheftes eine genauere Prozessmodellierung durchführen. Für die Planung muss sich das Unternehmen insgesamt mehr Zeit nehmen und würde hierbei schon die Unterstützung externer Berater mit einbeziehen.

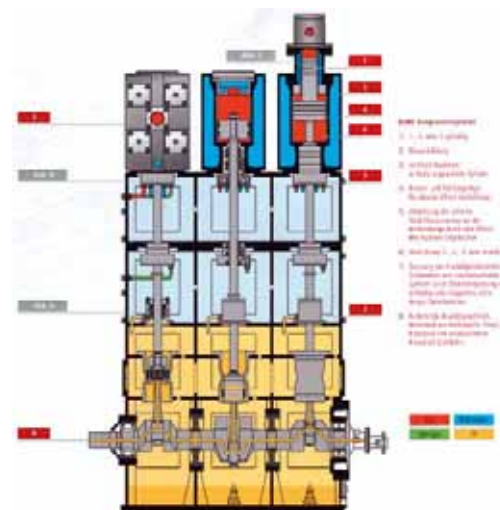


Abb.: Funktionsschema KOHO-Kompressorsysteme



Fazit

„Durch Einführung von Standards in der Auftragsabwicklung wird die Durchlaufzeit der Projektierung wesentlich verkürzt; zum Nutzen der Kunden und des eigenen Unternehmens!“

Axel Hörter, Geschäftsführung Köhler & Hörter GmbH

Es fñkt auf einen Blick**Anwendungen:**

- eKatalog
- OnlineBp

eingesetzte Standards:

- eCl@ss
- BMEcat
- EDAC

eKatalog: „Weltweit präsent durch eBusiness“

Es Unternehmen und seine Produkte

Das 1844 gegründete Unternehmen Freund ist ein mittelständischer Hersteller und Grossist von Spezial-Handwerkzeugen für Dachdecker, Bauklempner und Zimmerer. Daneben führt Freund ein breites Werkzeugsortiment für alle Handwerksgruppen an Dach und Fassade.

Mtze und Ausgangslage:

Unternehmenspräsenz weltweit stärken

Ziel des Projektes für Freund war die bessere und professionellere Unternehmenspräsentation im Internet. Durch die neu entstehende Internet-Präsenz des Unternehmens sollten insbesondere die Vertriebsmöglichkeiten auf den weltweiten Märkten gestärkt werden. Ebenso sollten durch eine gezielte Servicekompetenz neue Kundenbeziehungen aufgebaut und bestehende Geschäftsverbindungen gefestigt werden. Die technische Basis bildete ein individuell programmiertes Warenwirtschaftssystem. Es existierten zwei voneinander getrennte Datenbanken, die zu doppelten Erfassungen und hohem Datenpflegeaufwand führten. Über Schnittstellen zwischen den Systemen konnten Daten manuell exportiert und weiterverwendet werden, die Systeme waren jedoch nicht miteinander verbunden.

Geplante eBusinessFñktinhalte:

- Aufbau einer elektronischen Unternehmensplattform
- Aufbau eines elektronischen Produktkataloges als Kommunikationsplattform unter Einbindung des derzeitigen Warenwirtschaftssystems zur Kundenansprache und Information sowie direkten Bestellabwicklung
- Einsatz der Standards eCl@ss, BMEcat, EDIFACT



Abb.: Klauenhammer

FREUND[®]
... Dein Werkzeug

F.Freund & Co. GmbH

Ort: 42349 Wuppertal
 Bundesland: Nordrhein-Westfalen
 Branche: Metallbe- und -verarbeitung
 Produkte: Handwerkzeuge für Dachdecker, Bauklempner, Zimmerer
 Mitarbeiter: 17
 Jahresumsatz: 3,25 Mio. €
 Internet: www.freund-cie.com

**Projektverlauf:
Aufwändiger Datenimport**

Bei Freund startete das Projekt im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Das Projekt musste aufgrund der relativ dünnen Personaldecke häufig dem Tagesgeschäft weichen, was insbesondere bei Krankheits- und Urlaubszeiten zu Beeinträchtigungen in der Projektarbeit führte. Der Datenimport aus der bisherigen Katalogdatenbank Filemaker funktionierte nicht. Deshalb mussten alle Katalogtexte, auch die Texte in Englisch und Französisch, überarbeitet werden. Dieser Arbeitsaufwand war nicht einkalkuliert worden und wurde während der Urlaubszeit von einem zusätzlich befristet eingestellten Mitarbeiter durchgeführt.

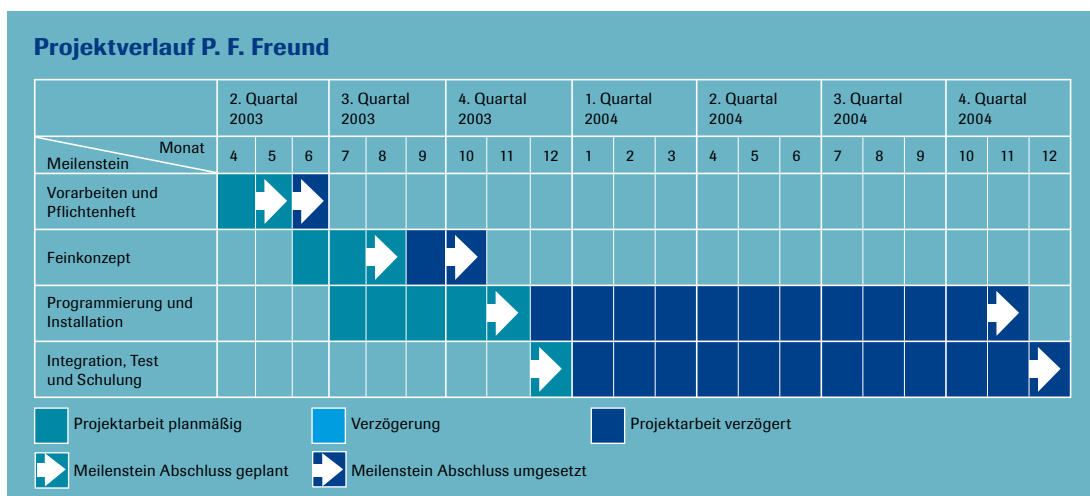


Abb.: Ornament-Schieferhammer

Des Weiteren hatte das Unternehmen Schwierigkeiten mit einem seiner IT-Dienstleister: Es wurden z.B. sämtliche (ca. 1.000) Fotos in eine im Internet nicht verwertbare Auflösung konvertiert, wodurch zwei Wochen Mehraufwand entstanden. Durch Terminverzögerungen des IT-Dienstleisters wurden zudem dringend benötigte Schnittstellen und Shopanpassungen erst mit mehrmonatiger Verzögerung fertiggestellt. Es wurde ein anderer IT-Dienstleister zur Lösung der Probleme in das Projekt eingebunden.



Abb.: Glättkelle



Der Projektablauf wurde vom Unternehmen nur als akzeptabel bewertet, da der Aufwand und die Hemmnisse im Unternehmen hoch waren. Trotzdem wurden die Ziele des Gesamtprojekts gut erreicht.

**eBusiness-Standards:
Auswahl schwierig**

Die Informationsbeschaffung und Auswahl des geeigneten eBusiness-Standards (hier eCI@ss und BMEcat) fiel dem Unternehmen nicht leicht. Verbände und IT-Dienstleister boten diesbezüglich wenig Hilfestellung.

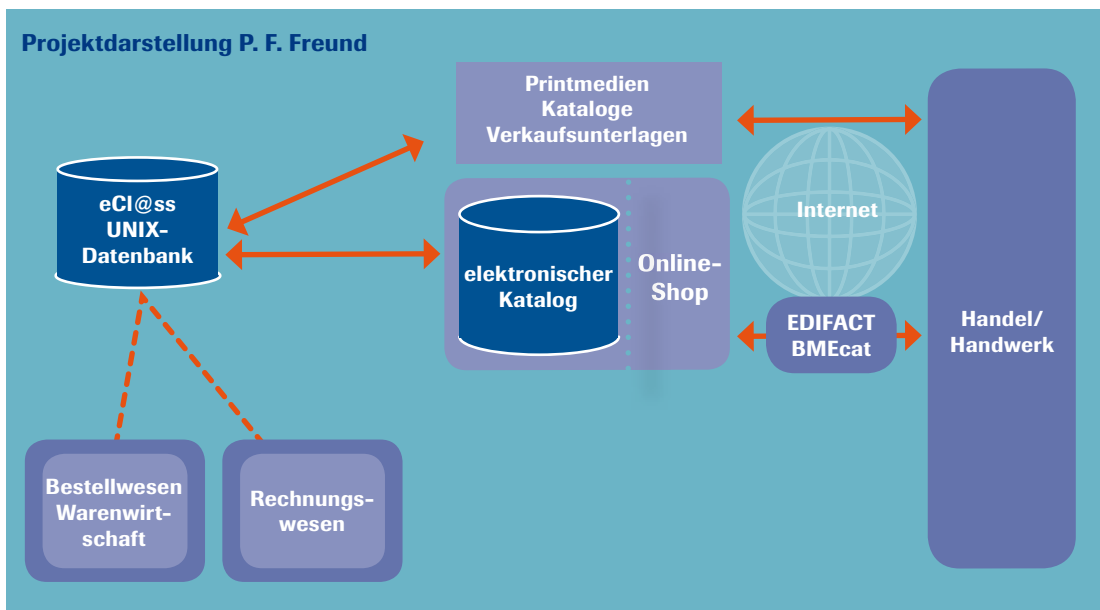


Abb.: Modellier-Schieferhammer

Als Informationsquelle wurde das Internet erfolgreich genutzt. Es wurde eine XML-EDIFACT-Schnittstelle eingerichtet und wieder deaktiviert, da das Unternehmen feststellen musste, dass das XML-Format providerabhängig abweichen kann und somit zu dieser Zeit für den Unternehmenseinsatz nicht zu gebrauchen war. Der Pflege- und Aktualisierungsaufwand kommender eCI@ss-Versionen kann heute noch nicht abgeschätzt werden.

**Ergebnis:
Zentrale Produktdaten**

Aus einer zentralen Datenbank, die an das Warenwirtschaftssystem und das Rechnungswesen angebunden ist, werden der elektronische Katalog sowie der Online-Shop gespeist. Durch die Klassifikation der Produkte nach eCI@ss und die Ergänzung des Online-Shops um eine Suchfunktion nach



Das eBusiness-System wird mit den Daten der UNIX-Datenbank gespeist.

eCI@ss-Nummern, können Kunden die Produkte einfacher recherchieren. Die zentrale Datenhaltung ermöglicht die vereinfachte Erstellung von Printmedien wie Produktkataloge und Verkaufsunterlagen.

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Nachhaltige Kostensenkung**

Die gesamte Stammdatenpflege wurde vereinfacht und komfortabler, das Katalogwesen weitgehend automatisiert. Des Weiteren wird durch das neue Kundensystem der Kundendialog nachhaltig erleichtert. Durch die zusätzliche Einbindung der Artikelstamm- und Bestandsdaten stehen alle relevanten Daten gleichzeitig dem Verkauf und Einkauf zur Verfügung. Das Unternehmen kann dadurch interne Kosten senken und Kunden effizienter betreuen. Die Zugriffszahlen des Online-Shops sind im ersten Jahr bereits gestiegen. Es konnte nach einem Dreivierteljahr eine Umsatzsteigerung festgestellt werden.



Abb.: Breitfalzzange

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Projektteam den Rücken freihalten**

Bei einem nächsten Projekt würde das Unternehmen die Kosten- und Zeitplanung etwas großzügiger gestalten. P. F. Freund verfügt jetzt über mehr Erfahrung in der Abwicklung eines komplexen Projektes. Des Weiteren würde das Unternehmen für eine konsequente und permanente Erfolgskontrolle innerhalb der Projektabschnitte sorgen, so dass auch die Arbeiten der IT-Dienstleister stärker kontrolliert werden können.

In näherer Zukunft sind keine neuen eBusiness-Projekte geplant. Zukünftig können Kundenanforderungen nach standardisierten Katalogen und elektronischen Produktinformationen aber sofort erfüllt werden.



Abb.: Dachdecker-Nageleisen



Fazit

„PROZEUS gab uns die notwendige Motivation, dieses eBusiness-Projekt als mittelständisches Unternehmen zu wagen. Wir suchten Wege für eine nachhaltig gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit, besonders im internationalen Markt. Erste Auswirkungen zeigen bereits eine sehr erfreuliche Akzeptanz. Die Popularität unseres Unternehmens ist durch den Einsatz der eCommerce-Plattform deutlich gestiegen. Der Einsatz von eBusiness-Standards, wie auch unsere Internet-Präsentation, verhelfen uns Attraktivität, auch gegenüber großen Kundengruppen, zu gewinnen. Der entscheidende innovative Schritt in Richtung freundlicher Kundenservice mithilfe eCommerce ist mit sehr positiver Resonanz erfolgt.“

Hans-Dieter Sanker, Geschäftsführung P. F. Freund & Cie. GmbH

Das Projekt auf einen Blick

Anwendungen:
 • CRM
 • eProcurement

eingesetzte Standards:
 • eCI@ss

CRM: „Kundenbindung durch eBusiness“



Abb.: Aluminium Flachprägung

Das Unternehmen und seine Produkte

Rathgeber ist ein mittelständisches Unternehmen, das sich auf die Produktion von kundenindividuellen Etiketten und Schildern spezialisiert hat. Das Produktspektrum reicht von edler Produktkennzeichnung für Marketing und Technik bis zu technisch hochwertigen Identtechnik-Lösungen mit Transpondern.

Motive und Ausgangslage:

Kundenservice verbessern und Kundenzufriedenheit steigern

Über das Kunden- und Lieferantenportal sollten sich Kunden und Lieferanten ausführlich über den aktuellen Status von Angeboten, Aufträgen und Kontoständen informieren können, was vorher nicht möglich war.

24 Stunden – rund um die Uhr – sollten Kunden auf ihre Daten zugreifen können und von der Schnelligkeit des Mediums Internet profitieren. Für die nahezu ausschließlich kundenindividuellen Produkte müssen zahlreiche schriftliche Skizzen und Farbvorlagen der Kunden manuell korrigiert und geprüft werden. Das bestehende Online-Portal war nicht in die Auftragsabwicklung integriert worden. Der Wiederbedarf und die Korrekturfreigabe wurden als Insellösung über einen externen Internet-Server abgewickelt. Die Beschaffung wurde nicht durch eBusiness unterstützt.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Anbindung wichtiger Kunden an Kundenportal
- Einführung einer automatischen Kundenzufriedenheitsanalyse
- eProcurement mit Einsatz von eCI@ss



Rathgeber GmbH & Co. KG

Ort: 82041 Oberhaching
 Bundesland: Bayern
 Branche: Papier, Verlag, Druck
 Produkte: Beschriftungstechnik, Produktkennzeichnungen
 Mitarbeiter: 100
 Jahresumsatz: 9,1 Mio. €
 Internet: www.rathgeber-online.de



Abb.: 3D-Schriftzug Chromotion

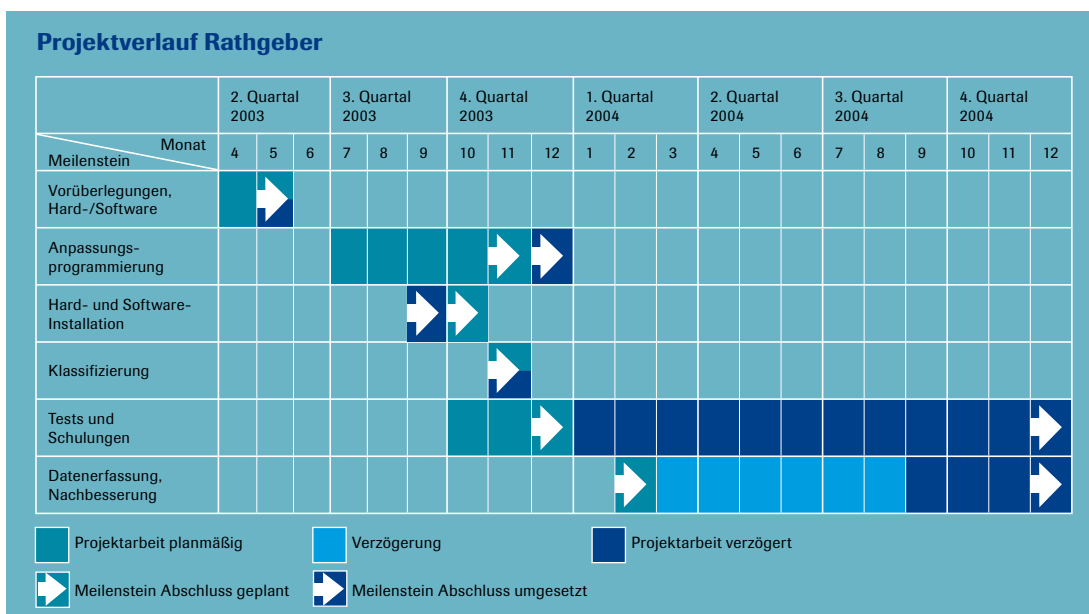
**Projektverlauf:
ERP-Einführung führt zu Verzögerungen**

Das eBusiness-Projekt startete bei Rathgeber im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Das Projekt verlief größtenteils nach Plan und die ersten Meilensteine – Vorüberlegungen, Auswahl von Hard- und Software, Anpassungsprogrammierung und Installation – konnten zügig umgesetzt werden. Bei der Klassifizierung der Ein- und Verkaufartikel musste das Unternehmen feststellen, dass während der Projektumsetzung nur wenige Produktbereiche für Rathgeber in eCl@ss

abgebildet waren. Das Unternehmen führte parallel zum eBusiness-Projekt auch ein neues ERP-System ein, was zu erheblichen Kapazitätsengpässen führte. Da beide Systeme eng miteinander verbunden wurden, mussten Änderungen und Anpassungen des ERP-Systems auch im eBusiness-Bereich umgesetzt werden. Während der Testphasen der verschiedenen Systeme wurden Fehler entdeckt, die



Abb.: RFID-Datenträger-Lösung



Der Aufwand im Projekt war stellenweise sehr hoch und das Unternehmen hatte zudem mit vielen Hemmnissen zu kämpfen, so dass insgesamt die Zielerreichung und der gesamte Projektverlauf vom Unternehmen nur als akzeptabel bewertet wurden.

durch die parallele Weiterentwicklung des ERP-Systems aufgetreten waren. Dadurch verzögerte sich der endgültige Abschluss des Projektes um ein Jahr.

Ergebnis:
Komplexes Gesamtsystem ohne Medienbrüche

Die bisherigen Insellösungen wurden in einem Gesamtsystem zusammengefügt. Das neue ERP-System inklusive eines CRM-Moduls wurde an den Online-Shop und das Commerce-Portal angebunden. Das Korrekturfreibesystem für Kunden wurde nun in das Commerce-Portal integriert – hier wurden Medienbrüche und Doppelerfassungen beseitigt. Über das angebundene CRM-System werden automatische Kundenzufriedenheitsanalysen durch an Aufträge gebundene Umfragen erfasst und ausgewertet. Im Beschaffungsbereich wurde für Lieferanten die Möglichkeit geschaffen, die Bestände von einzelnen Materialien online einzusehen und nachzuliefern. Auch hier konnten Medienbrüche vermieden werden.

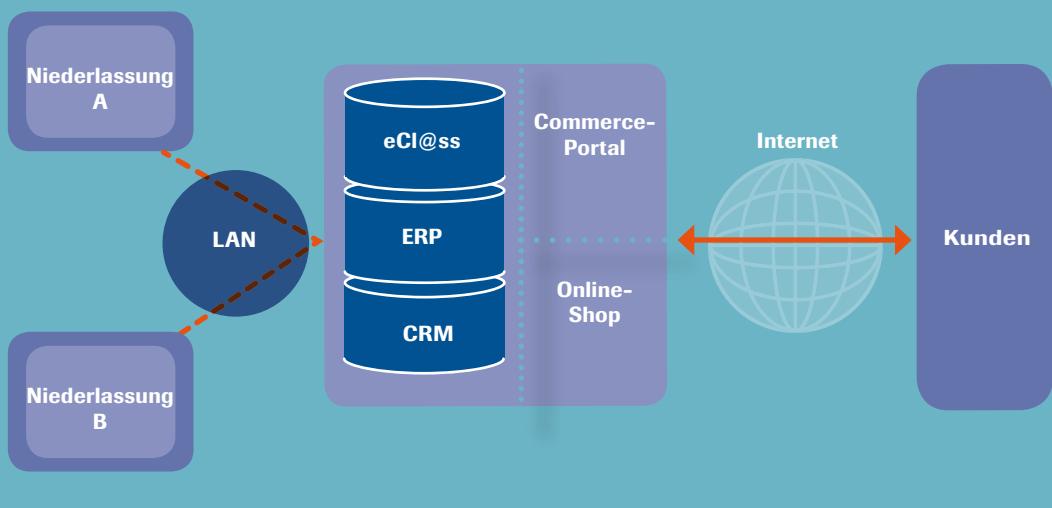


Abb.: Werbeschild ROYALPLAST® Relief

eBusiness-Standards:
Auswahl fällt schwer

Die Informationsbeschaffung sowie die Auswahl des richtigen Standards fiel dem Unternehmen schwer. Die Produkte von Rathgeber waren nur zum Teil in eCI@ss abgebildet und der IT-Dienstleister konnte dem Unternehmen keine Informationen über eBusiness-Standards geben, da er sich selbst erst in das Thema einarbeiten musste. Rathgeber hat durch PROZEUS Verständnis über die Vorteile und Funktionsweisen der eBusiness-Standards erlangt und sich für die zukünftigen Anforderungen des Marktes vorbereitet.

Projektdarstellung Rathgeber



Mit dem Commerce-Portal kann die Kundenzufriedenheit gemessen und verbessert werden.



Abb.: 3D-Logo, Aluminium Flachprägung

**Nutzen und Wirtschaftlichkeit:
Online-Umsatz und Kundenzufriedenheit
gesteigert**

Organisatorisch wurden im Unternehmen keine Veränderungen vorgenommen. Durch die Zusammenführung sämtlicher Insellösungen zu einem Gesamtkonzept konnte das Unternehmen im Bereich Auftragsbetreuung, Terminauskunft und Einkauf erhebliche Zeiteinsparungen realisieren. Die Produktivität des Unternehmens konnte um rund drei Prozent gesteigert werden.

Entscheidender Vorteil der eBusiness-Lösung: Die Kundenzufriedenheit kann jetzt mit Hilfe des CRM-Moduls wesentlich effektiver erfasst und ausgewertet werden. Da Kunden bereits in der Entwicklungsphase neuer Produkte stark in die Prozesse eingebunden werden, bietet hier die eBusiness-Lösung einen erheblichen Zusatznutzen für Kunden. Die Kundenzufriedenheit ist bereits im ersten Jahr deutlich gestiegen.

Das Unternehmen plant im zweiten Jahr nach der Umsetzung den Anteil der Stammkunden um fünf Prozent zu erweitern. Der Online-Umsatz konnte im ersten Jahr bereits um 25 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

**Zukunft des eBusiness im Unternehmen:
Ausbau und neue Funktionen für
Commerce-Portal**

Bei Rathgeber wird das Commerce-Portal weiterhin ausgebaut und durch neue Funktionen ergänzt. Vorstellbar sind zum Beispiel eine Online-Berechnung von Produkten und ein Produktkonfigurator.

Rathgeber hat die Komplexität des eBusiness-Projektes unterschätzt. Zukünftig würde das Unternehmen verschiedene Projekte besser koordinieren und miteinander verzahnen, um Doppelarbeit und Fehler durch Kommunikationsschwierigkeiten zu vermeiden.



Fazit

„Das Projekt hat uns wieder einen großen Schritt nach vorne gebracht, wenn es um Innovation für unsere Kunden geht. Wir werden das Portal weiterhin ausbauen und zu einem unverzichtbaren Tool für unsere Kunden machen!“

Andreas Schrägle, Geschäftsführung Rathgeber GmbH & Co. KG

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- CRM
- Online-Shop
- eMarktplätze

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat
- openTRANS

CRM: „Moderne und effektive Datenverwaltung“

Das Unternehmen und seine Produkte

Die Roboscreen GmbH wurde im Jahr 2000 gegründet. Das produzierende, stark exportorientierte und international agierende Unternehmen beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Entwicklung geeigneter Technologien und Produkte für eine schnelle und hochpräzise Messung von Krebszellen bei Leukämien und Tumorerkrankungen.

**Motive und Ausgangslage:
Informationsbereitschaft und
Servicegrad steigern**

Neben einer effektiveren Ressourcenauslastung war u.a. eine Verringerung der derzeit noch vorhandenen Markteintrittsbarrieren insbesondere zur Großindustrie („Big Pharma“, „Big Biotech“) angestrebt. Die Erhöhung der Effizienz und Effektivität der Geschäftsprozesse sollten dazu beitragen, die Informationsbereitschaft und den Servicegrad wesentlich zu steigern. Dieser verbesserte Kundenservice sollte helfen, bestehende Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Die Arbeitsabläufe waren geprägt vom Zusammenfließen unterschiedlicher Informationen und Dokumente. Produktdaten wurden in diversen Datei-Sammlungen abgelegt, zahlreiche Liefere-

rantenlisten erschwerten Beschaffungs- und Versandprozesse und Kontakt- und Kundeninformationen mussten für die Kundenbetreuung mühsam zusammengesucht werden.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- CRM-Lösung, integriert in Warenwirtschaftssystem und Controlling
- Online-Shop sowie eine internationale Plattform für ein Supply Chain Management
- Einsatz der Standards eCI@ss, BMEcat, openTRANS

**Roboscreen GmbH***

Ort: 04129 Leipzig
 Bundesland: Sachsen
 Branche: Chemie/Pharma
 Produkte: u.a. molekularbiologische Tests zur Krebs-Früherkennung
 Mitarbeiter: 11
 Jahresumsatz: 0,25 Mio. €
 Internet: www.roboscreen.de

* Das Unternehmen firmiert heute unter dem Namen AJ Roboscreen GmbH

**Projektverlauf:
Personelle Engpässe und technische Probleme**

Das eBusiness-Projekt bei Roboscreen startete im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Zeitverzögerungen ergaben sich durch personelle Engpässe und teilweise technische Probleme (Serverzugriff). Es wurde vermehrt auf den externen Dienstleister zurückgegriffen, um die personellen Engpässe auszugleichen.

Besondere Schwierigkeiten traten mit der Einführung des Katalogaustauschformates BMEcat auf: Zur Aufbereitung der Daten für die Katalogerstellung auf Basis von BMEcat musste eine manuelle Überarbeitung der bestehenden Datenbanken durchgeführt werden. Auch die Programmierung der Schnittstelle für den Produktdatenexport im BMEcat-Format erforderte individuelle Anpassungen.

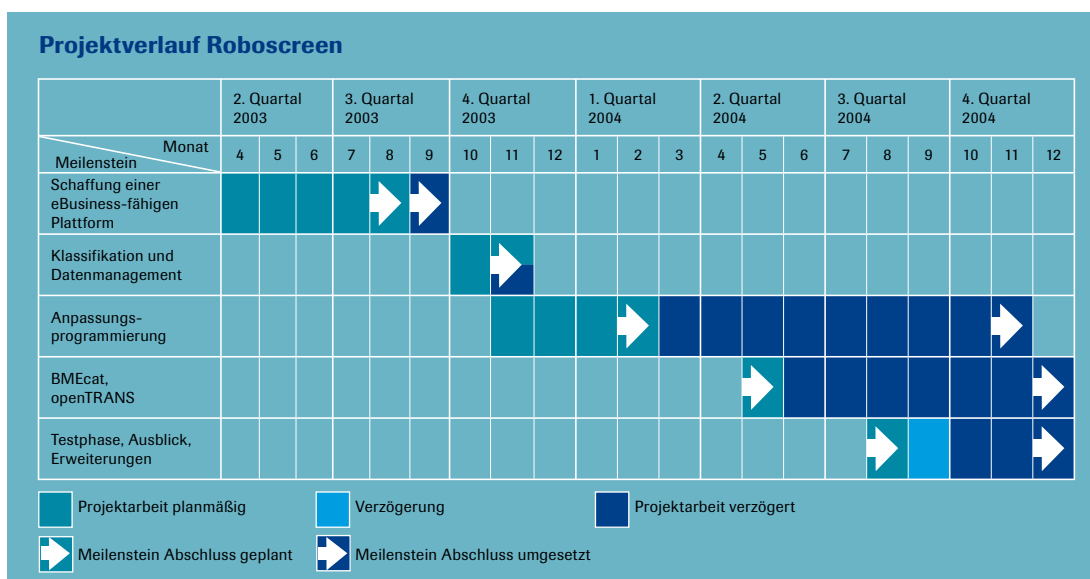
Dagegen konnten die Produkte mithilfe des Klassifikationsstandards eCl@ss mit dem neuen Release 5.1 besser klassifiziert werden als erwartet. Insgesamt haben sich die Kosten und der zeitliche Aufwand im Projektverlauf erhöht, da zusätzliche Anforderungen während des Projektes entstanden sind.



Abb.: Beta-Prion BSE Test-Kit

**eBusiness-Standards:
Auswahl fiel leicht**

Die Informationsbeschaffung über eBusiness-Standards (hier eCl@ss und BMEcat) fiel dem Unternehmen leicht – die Auswahl der geeigneten eBusiness-Standards war akzeptabel. Bei der Informationsbeschaffung nutzte das Unternehmen das Internet, die Informationen des IT-Dienstleisters und Veranstaltungen. Auch wenn der IT-Dienstleister sich zunächst über eBusiness-Standards informieren musste, konnte er das Unternehmen diesbezüglich gut beraten.



Der gesamte Projekttablauf und die Zielerreichung wurden vom Unternehmen nur als akzeptabel eingestuft, da das Projekt durch sehr großen Aufwand und einige Hemmnisse verzögert wurde.

Ergebnis: Integration aller Systeme

Zur Verwaltung sämtlicher Unternehmensdaten wurde neben dem ERP-System ein CRM-System eingeführt. Die Online-Plattform beinhaltet sowohl einen elektronischen Katalog als auch einen Online-Shop, der über den Standard openTRANS elektronisch Bestellungen und Rechnungen austauschen kann. Nachteilig ist aber, dass zurzeit keine Geschäftspartner zur Nutzung und zum Praxistest bereitstehen.

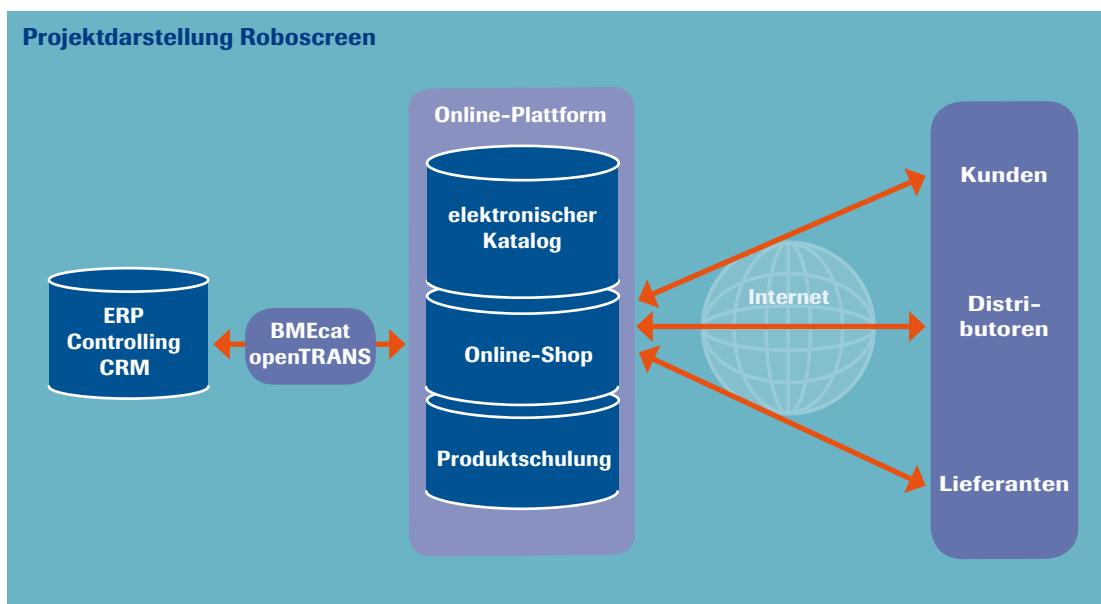
Die Anbindung an das ERP-System ist erfolgt. Sämtliche Systeme sind nun integriert, so dass keine doppelte Datenpflege mehr notwendig ist und allen Unternehmenbereichen die notwendigen Daten zur Verfügung stehen. In der eCI@ss-Version 5.1 waren alle notwendigen Klassifikationsnummern vorhanden, um die Produkte der Roboscreen GmbH zu klassifizieren. Das Unternehmen hatte daher keine Probleme bei der Klassifizierung.

Nutzen und Wirtschaftlichkeit: Positive Reaktion von Kunden und Geschäftspartnern

Die Einführung der neuen eBusiness-Anwendungen ist durchweg positiv zu bewerten. Roboscreen hat von Kunden und Geschäftspartnern viel Lob für das Design, die Funktionalität und Informationstransparenz des neuen Webauftritts bekommen. Allerdings wurden die Möglichkeiten, die die Lösung bietet, aus zeitlichen, schulungstechnischen und personellen Gründen erst zum Teil ausgeschöpft.

Das wesentliche unternehmerische Ziel bestand in der Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der Administrations- und Produktionsprozesse. Mit der Lösung wurden Effizienz und Effektivität der Geschäftsprozesse gesteigert. Die Ausrichtung auf den Kunden zielt auf eine verbesserte Bindung an das Unternehmen und soll so dauerhaften geschäftlichen Erfolg sichern. Die wirtschaftlichen Erfolge der Maßnahme lassen sich wie folgt bemessen:

Projektdarstellung Roboscreen



Die Online-Plattform dient der Verbesserung der Kunden- und Lieferantenbeziehungen.

Seit Einführung des CRM-Systems hat das Unternehmen ca. 320 Webshopanmeldungen und etwa 150 Kontaktanfragen erhalten, die – geschätzt – etwa zu 50 aktiven, neuen Geschäftskontakten geführt haben. Des Weiteren wurden inzwischen etwa 50 registrierte User, zumeist Händler, aufgenommen, die online Zugriff auf alle verfügbaren Verkaufsprospekte, Kataloge und Preise haben. Die Zahl der Webzugriffe hat sich inzwischen etwa verachtfacht.



Abb.: Test-Kit

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: Aktive Teilnahme an elektronischen Marktplätzen

Zukünftig soll die integrierte ERP-Lösung besonders im Bereich von Analysen und Auswertungen genutzt werden. Die mögliche Anbindung weiterer Software-Module wird geprüft. Die Schnittstelle ERP-System/Online-Shop soll weiter automatisiert und das Design von Webpräsenz und Webshop soll weiter ausgebaut werden. Zukünftig möchte das Unternehmen auch an elektronischen Marktplätzen aktiv teilnehmen.

Das Unternehmen plant in näherer Zukunft kein neues eBusiness-Projekt. Trotzdem hat es für die Zukunft gelernt: Bei einem nächsten eBusiness-Projekt würde Roboscreen seinen Zeitplan für den Projektverlauf großzügiger gestalten und dem realen Arbeitsaufwand des Tagesgeschäftes anpassen. Zudem würde das Unternehmen vermehrt Aufgaben auf IT-Dienstleister übertragen.



Abb.: Laborarbeiten



Fazit

„Das Projekt hat das Datenmanagement in der Roboscreen GmbH moderner und effektiver gestaltet.“

Dr. Thomas Köhler, Geschäftsführung AJ Roboscreen GmbH

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- SCM
- Wkflow

eingesetzte Standards:

- MILEFACT

SCM: „Effizienter Datenaustausch mit Lieferanten und Kunden“

Das Unternehmen und seine Produkte

Die 1997 gegründete RSB ist ein Stahlverarbeitungsbetrieb mit logistisch hochmodernen Stahlsägeeinrichtungen für Stabstahl, Bleche und Schmiedeblocke. Daneben werden aber auch Halberzeuge und Fertigprodukte für den Werkzeug- und Formenbau auf CNC-Bearbeitungszentren und Schleifmaschinen hergestellt.

Motive und Ausgangslage:

Arbeitsabläufe effizienter gestalten

Mehr Kundenservice sowie die Erzielung von effizienteren Arbeitsabläufen waren das erklärte Ziel des Unternehmens, was durch die Einrichtung der elektronischen Kommunikation mit allen Kunden und Lieferanten unter Nutzung moderner Kommunikationsstandards (XML-basiertes EDIFACT-Format) umgesetzt wurde. Die Organisation der RSB war durch automatisierte Fertigung und daran angebundene Einkaufs- und Verkaufsabteilungen geprägt. Ein Online-Shop bestand bereits, der jedoch nur unzureichend an Ein- und Verkauf angebunden war. Zudem fehlte die Anbindung an das vorhandene Warenwirtschaftssystem.

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Erweiterung des vorhandenen Warenwirtschaftssystems um die Fähigkeit des elektronischen Datenaustauschs mit Kunden und Lieferanten unter Nutzung vorhandener Kommunikations- und Datenstandards (SCM: Supply Chain Management)
- Anbindung des Online-Shops an das Warenwirtschaftssystem
- Einführung von XML-EDIFACT (Transaktion) zum Austausch von elektronischen Geschäftsdokumenten



Abb.: L-Platten

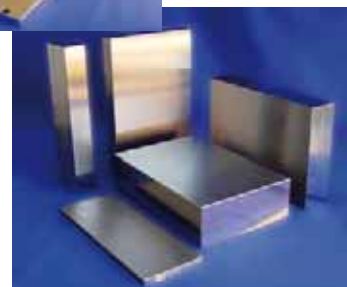


Abb.: P-Platten



RSB GmbH & Co. KG

Ort: 36460 Merkers
 Bundesland: Thüringen
 Branche: Metallbe- und -verarbeitung
 Produkte: Stahlverarbeitung: u.a. Stahlsägeeinrichtungen, Halberzeuge
 Mitarbeiter: 130
 Jahresumsatz: 10,43 Mio. €
 Internet: www.rsb-stahl.de

Projektverlauf:
Personelle Engpässe

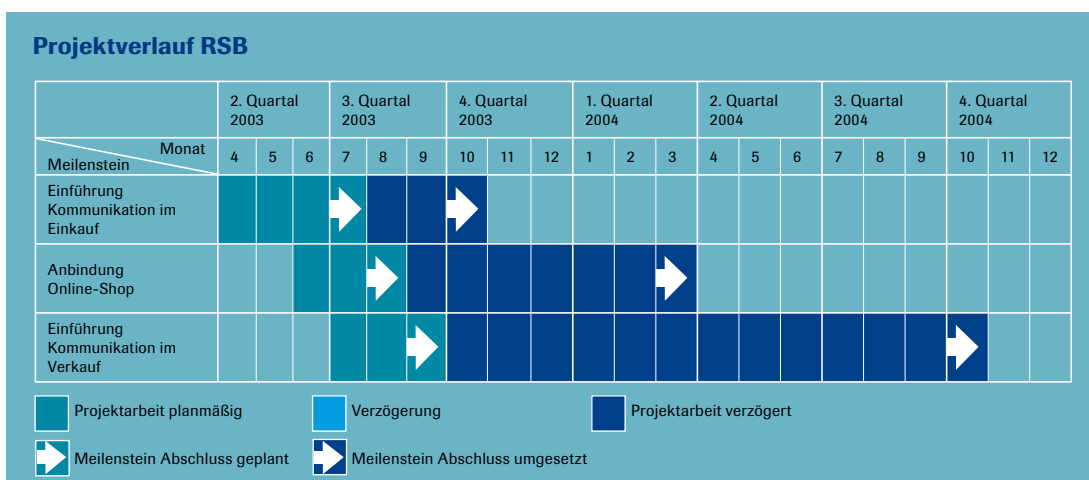
Das Projekt startete bei RSB im April 2003 und wurde im Oktober 2004 abgeschlossen. Das Unternehmen plante das Projekt in drei großen Meilensteinen. Obwohl die personellen Ressourcen ausreichend eingeplant worden waren, führte Krankheit von Mitarbeitern, Urlaubsvertretungen und eine allgemein gesteigerte Auftragslage mit entsprechendem Mehraufwand dazu, dass das Projekt häufig dem Tagesgeschäft weichen musste. Der IT-Dienstleister hatte zudem den zeitlichen Aufwand zur Realisierung erheblich unterschätzt und hatte zu wenig Programmierer eingesetzt.

Die Einführung der neuen Systeme sollte ursprünglich parallel im Ein- und Verkauf erfolgen. Aufgrund des anfallenden und ungeplanten Mehraufwands war die Parallelinstallation nicht möglich.

Zügiger als geplant verlief dagegen die Erstellung des Online-Shops. Die Zusammenarbeit mit dem zweiten IT-Dienstleister funktionierte reibungslos und konnte zum Großteil telefonisch und ohne zusätzliche Reisekosten abgewickelt werden. Schulungen wurden praxis- und zeitnah durchgeführt, so dass Fragen und Änderungswünsche direkt beantwortet bzw. umgesetzt werden konnten.



Abb.: Gruppe Führungselemente



Das Unternehmen bewertete sowohl den Projektablauf als auch die Zielerreichung als schlecht, da das Projekt mit sehr hohem Aufwand verbunden war und sehr großen Hemmnissen gegenüberstand.

Ergebnis: Elektronischer Datenaustausch vorbereitet

Einkaufs- und Verkaufsabteilung wurden über einen IT-Konnektor mit dem Warenwirtschaftssystem und dem Online-Shop verbunden. Bestellungen und Rechnungen können nun mit Kunden und Lieferanten auf elektronischem Wege ausgetauscht werden. RSB hat während der Projektlaufzeit jedoch noch keine geeigneten Partner für den Datenaustausch gefunden.

eBusiness-Standards: Auswahl fällt leicht

Die Informationsbeschaffung über eBusiness-Standards fiel dem Unternehmen leicht. Die Entscheidung über den Einsatz von eBusiness-Standards wurde schnell getroffen. RSB verließ sich ausschließlich auf die Informationen und Beratung des IT-Dienstleisters, der sich jedoch zunächst selbst Informationen beschaffen musste.

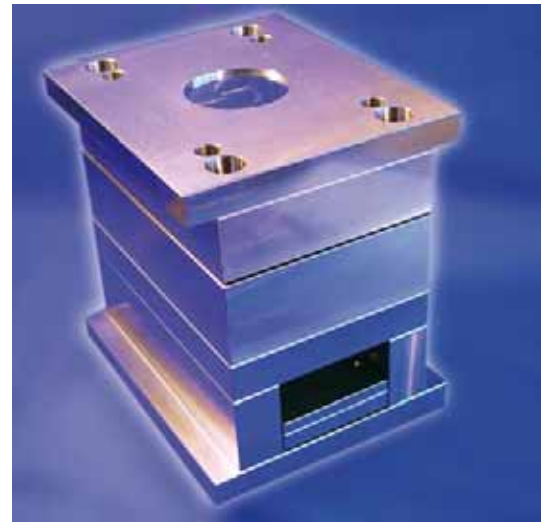
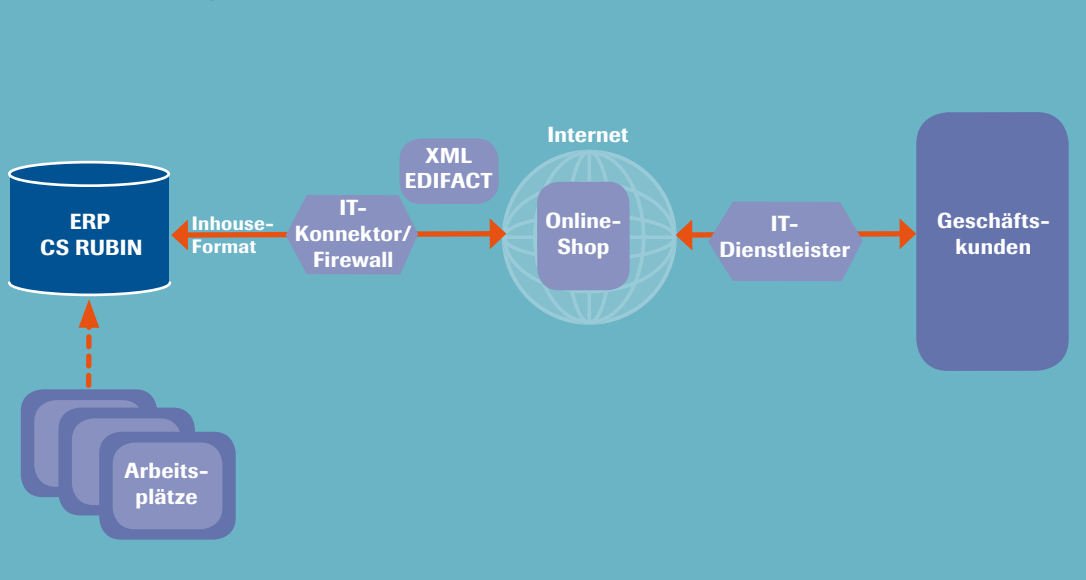


Abb.: Formenaufbau

Projektdarstellung RSB



Die Kommunikation mit den Kunden erfolgt über den IT-Dienstleister.



Abb.: Werkzeug zur Herstellung von Heizungsradiatorenblechen

Nutzen und Wirtschaftlichkeit: Neukunden durch Online-Shop

Das Unternehmen konnte seine Geschäftspartner zur Nutzung des Online-Shops überzeugen. Für die Anwendung im Bereich Einkauf und Verkauf (insbesondere für Sonderprodukte, die über den Online-Shop nicht erhältlich sind) konnte das Unternehmen bislang keine Partner finden.

Durch die erreichten Arbeitserleichterungen und Zeitersparnisse (rund 60 Stunden pro Quartal) bleibt für die bestehenden Mitarbeiter mehr Zeit für den aktiven Verkauf. Dadurch kann der Umsatz weiter gesteigert werden. Die Umsatzrentabilität konnte durch eine Reduzierung der Fehlerquote, Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, Verkürzung der Auftragsbearbeitung und Steigerung des Umsatzes erhöht werden.

Im ersten Halbjahr der Nutzung konnten bereits ca. 50 neue Kunden durch den Einsatz des Online-Shops gewonnen werden. Außerdem konnte eine Umsatzsteigerung verzeichnet werden. Eine genaue Zuordnung, welche Umsatzsteigerung aufgrund des Online-Shops erzielt wurde, konnte das Unternehmen bislang nicht messen.

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: eBusiness-Anwendungen zunächst etablieren

Ein weiterer Ausbau der eBusiness-Anwendungen ist zum momentanen Zeitpunkt nicht geplant, da sich die neuen Anwendungen zunächst etablieren müssen. Bei einem nächsten Projekt würde RSB jedoch den Zeitplan intensiver überdenken und die Akzeptanz der geplanten eBusiness-Anwendungen bei Kunden und Lieferanten vorab analysieren. Weiterhin wird versucht, Partner im Bereich Einkauf und Verkauf zu finden.



5zit

„Unser Webshop ist die Basis für unsere weitere strategische Entwicklung!“

Sonja Mörmel, Projektleitung bei RSB GmbH & Co. KG

Das Projekt auf einen Blick**Anwendungen:**

- Workflow
- Online-Shop

eingesetzte Standards:

- eCI@ss
- BMEcat
- openTRANS

Workflow: „Großaufträge effizient abwickeln“

Das Unternehmen und seine Produkte

Telschig ist ein Engineering-Unternehmen im Bereich mechanischer Verfahrenstechnik. Das Produktspektrum umfasst komplette Produktionssysteme im Bereich Zerkleinerung, Entleeren, pneumatische Förderung, Mischen sowie Sprühmaschinen. Das Unternehmen übernimmt die gesamte Projektorganisation, die Endmontage sowie die technische Unterstützung während der Betriebsphase.

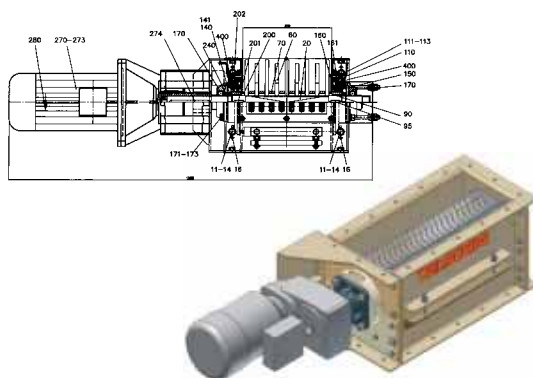


Abb.: 3D-Modell und techn. Zeichnung „Klumpenbrecher“

Motive und Ausgangslage für eBusiness: Wettbewerbsposition stärken

Zielsetzung des Unternehmens war es, als Spezialist für Nischenprodukte in Nischenmärkten seine Wettbewerbsposition weiter auszubauen. Hierzu zählten insbesondere die Eröffnung neuer Vertriebskanäle – etwa im Ersatzteilgeschäft – und die Verbesserung des Kundenservices durch Bereitstellung elektronischer Kataloge, technischer Zeichnungen, Abbildungen etc. Wichtig war auch die Reduktion der internen Prozesskosten für Projektierung, Beschaffung etc. sowie die Vorbereitung der eBusiness-Fähigkeit für eine mögliche Teilnahme an elektronischen Märkten oder Beschaffungs-Portalen. Vertrieb und Beschaffung von Telschig arbeiteten auf herkömmlichen Wege mit einer Vielzahl von manuellen Tätigkeiten. Die komplexe und arbeitsintensive Projektabwicklung wurde nur in einzelnen Bereichen durch eine veraltete PPS-Lösung (PPS: Produktionsplanungssystem) unterstützt.

Der Verkaufsprozess wurde nur eingeschränkt elektronisch abgewickelt, da die vorhandenen Daten nur zum Teil elektronisch erfasst waren. Darüber hinaus existierten keine Schnittstellen zwischen den genutzten Systemen.



Telschig Verfahrenstechnik GmbH

Ort: 71540 Murrhardt
 Bundesland: Baden-Württemberg
 Branche: Maschinenbau
 Produkte: Produktionssysteme: u.a. Zerkleinerung, Entleeren, Mischen
 Mitarbeiter: 15
 Jahresumsatz: 1,9 Mio. €
 Internet: www.telschig.de

Geplante eBusiness-Projektinhalte:

- Unterstützung der internen Abläufe zur Angebotskalkulation, Teilebeschaffung sowie Projektierung
- Aufbau einer mehrsprachigen Online-Vertriebslösung inklusive eines elektronischen Katalogs mit Hilfe der Standards eCI@ss, BMEcat, openTRANS

ca. 1.500 Artikeln ausgegangen, tatsächlich war nach der Datenübernahme jedoch ein Artikelstamm von ca. 22.000 Artikeln vorhanden. Diese Daten mussten hinsichtlich ihrer kaufmännischen und technischen Qualität überarbeitet werden. Mit einjähriger Verzögerung konnte die Datenbereinigung und -erfassung erfolgreich abgeschlossen werden.

Projektverlauf:

Personaldecke zu gering – Datenbestand massiv unterschätzt

Bei Telschig startete das Projekt im April 2003 und wurde im Dezember 2004 abgeschlossen. Die betrieblichen Personalressourcen waren zu gering für das Projekt – aufgrund der Betriebsgröße war eine Festeinstellung von EDV-Fachkräften jedoch nicht möglich. Schwierigkeiten gab es bei der Anpassungsprogrammierung der Standardsoftware. Es arbeiteten mehrere IT-Dienstleister parallel, so dass hoher Koordinierungsaufwand entstand. Die Testphase wurde durch die Komplexität der verschiedenen Systeme zeitlich ausgedehnt. Bei der Datenerfassung verschätzte sich das Unternehmen erheblich: Ursprünglich war Telschig von einem Datenbestand von

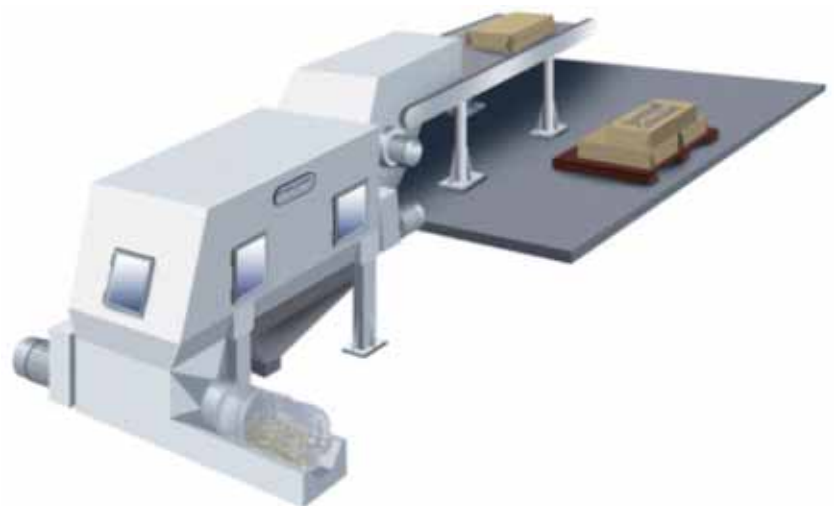
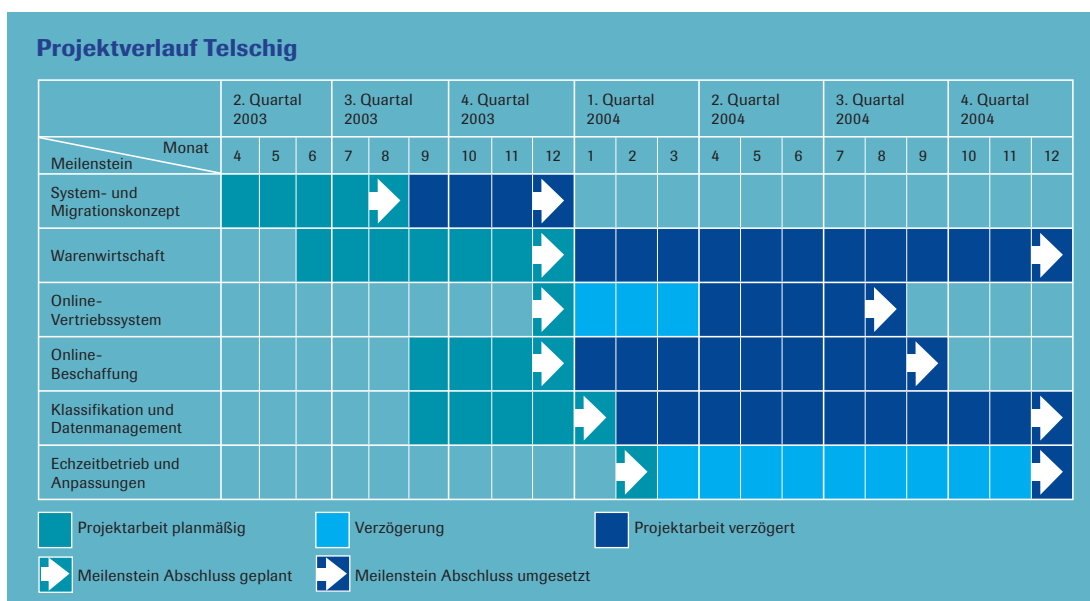


Abb. Produktionsablauf: Sackentleerung, fördern, zerkleinern, mischen



Das Unternehmen bewertete sowohl den Projektablauf als auch die Zielerreichung als gut, auch wenn der Aufwand sehr hoch war und das Unternehmen große Hemmnisse überwinden musste.

Ergebnis: Zentrale Datenhaltung im Produktdatenmanagementsystem

Das Unternehmen hat sämtliche Daten in einem ERP-System und einem komplexen Produktdatenmanagement zentral erfasst. Daraus wird das Online-Vertriebsportal und der elektronische Produktkatalog gefüllt. Da die Produkte von Telschig sehr langlebig sind und Ersatzteile auf lange Sicht bereitgehalten werden müssen, hat Telschig mit dieser Zentralisierung der Daten den Grundstein für die zukünftige Datenhaltung gelegt.

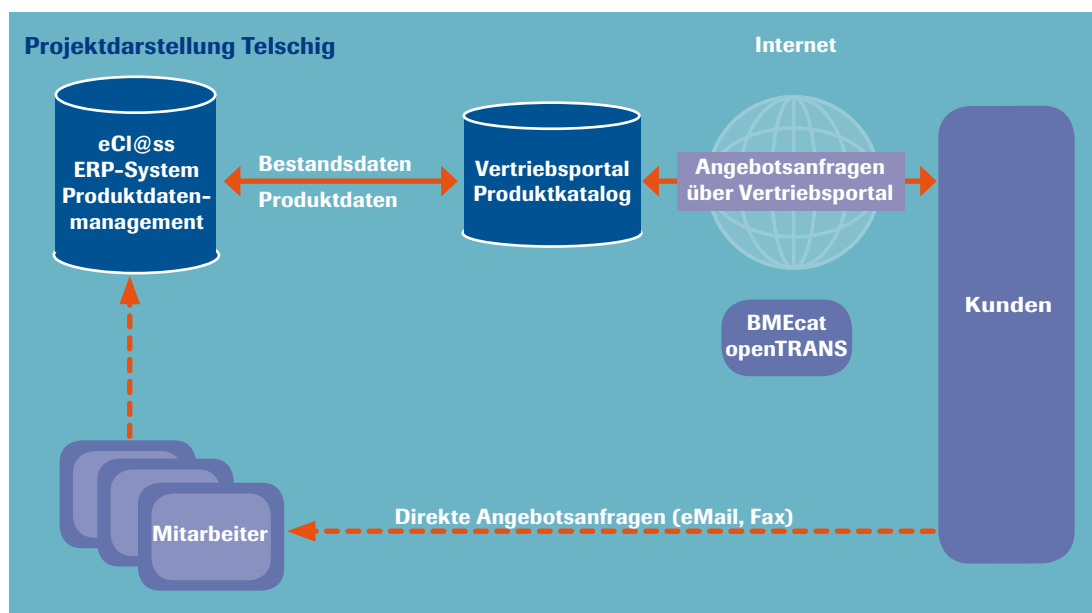
eBusiness-Standards: Auswahl schwierig

Die Informationsbeschaffung über eBusiness-Standards war für das Unternehmen akzeptabel. Als Informationsquellen dienten dabei neben der Fachkompetenz eines IT-Dienstleisters verschiedene Messen und die Informationsangebote von Verbänden. Für einige IT-Dienstleister waren eBusiness-Standards ebenfalls ein neues Thema, weshalb eine kompetente Beratung nicht immer gegeben war. Seitens

der Kunden bzw. Lieferanten sind keine Forderungen nach eBusiness-Standards an Telschig herangetragen worden. Die Forderungen wurden durch das Unternehmen selber gesetzt, um die Auftragsabwicklung zu vereinfachen bzw. um Medienbrüche innerhalb der Abwicklung zu verringern und dadurch Zeit und Kosten zu sparen. Für die Übertragung von Angeboten und Bestellungen von Fertigungsteilen nutzt das Unternehmen mit einigen Geschäftspartnern eine openTRANS-Schnittstelle. Für die C-Teile-Beschaffung setzt Telschig eCI@ss ein und für Ersatzteillisten und -kataloge verwendet das Unternehmen BMEcat-Kataloge für seine Kunden.

Nutzen und Wirtschaftlichkeit: Prozesse langfristig vereinfacht und verkürzt

Neben einer wesentlichen Verbesserung des Kundenservices wurde insbesondere eine Reduzierung von Aufwänden im Unternehmen für die Bearbeitung von Kundenanfragen, manuelle Bearbeitung von Bestellungen und etwaige damit verbundene notwendige Feh-



Die Basis für das eBusiness-System bilden die neu erfassten und bereinigten Produktdaten.

lerkorrekturen realisiert. Außerdem wurde die Arbeitsvorbereitung komplett neu aufgebaut, so dass in Zukunft weniger Einzelartikel angelegt werden müssen, wodurch in der Auftragsabwicklung die Durchlaufzeiten reduziert werden. Dafür war in der Anfangsphase ein erhöhter Bearbeitungsaufwand der Mitarbeiter nötig, so dass zukünftige Einsparungen zeitversetzt erfolgen. Bestellungen für Großaufträge können nun innerhalb von einem halben Tag abgewickelt werden, wovon die meiste Zeit für das Ausdrucken der Bestellungen benötigt wird. Früher hat die gesamte Bestellung (i.d.R. 200 Einzelpositionen) aller benötigten Teile für einen Großauftrag rund vier Wochen Arbeit in Anspruch genommen.

Mit einer Internet-Plattform (www.techpilot.de) sowie mehreren Lieferanten werden openTRANS-Dokumente ausgetauscht, was zu erheblichen Prozesskosteneinsparungen geführt hat.

Zukunft des eBusiness im Unternehmen: Ausbau des Online-Shops

Das Unternehmen plant bereits weitere eBusiness-Aktivitäten: Der Online-Shop soll für Baugruppen bzw. Anlagekomponenten inklusive grafischer Darstellung zur besseren Anlagenerklärung ausgebaut werden. Des Weiteren plant das Unternehmen den Aufbau eines Dokumentenverwaltungssystems inklusive Archivierungssystem. Bei den zukünftigen Projekten wird Telschig sämtliche Mitarbeiter inklusive der Geschäftsleitung in das Projekt



Abb.: Förderanlage (Cematic)

so zeitig wie möglich einbinden und Aufgaben verteilen. Die weitere Anbindung von ausgewählten A-Lieferanten über die openTRANS-Schnittstelle ist geplant.



Abb.: Entleeren



Fazit

„Durch eBusiness können Bestellungen für Großaufträge nun innerhalb von einem halben Tag abgewickelt werden. Früher hat die gesamte Bestellung aller benötigten Teile für einen Großauftrag rund vier Wochen Arbeit in Anspruch genommen.“

Jens Kannegießer, Leiter Einkauf bei Telschig Verfahrenstechnik GmbH



Zusammenfassung

Die Projekte der PROZEUS-Unternehmen haben gezeigt, dass eBusiness und eBusiness-Standards auch für kleine und mittlere Unternehmen ein wichtiges Thema sind. Der größte Nachteil kleiner Unternehmen liegt gegenüber Großunternehmen in den begrenzten personellen Ressourcen. Dagegen haben kleine Unternehmen den Vorteil, schnell und flexibel auf Herausforderungen und neue Entwicklungen reagieren zu können.

Trotz dünner Personaldecke und laufendem Tagesgeschäft können komplexe eBusiness-Projekte in kleinen und mittleren Unternehmen umgesetzt werden. Bei gründlicher Vorarbeit (detailliertes Pflichtenheft), Einbeziehung aller betroffenen Mitarbeiter und konsequenter Umsetzung der geplanten Vorhabenschritte können KMU mit den Großunternehmen mithalten.

Der Einsatz von eBusiness-Standards sollte dabei nicht vernachlässigt werden. Klassifikation und Katalogaustauschformate stellen dabei die wichtigsten Bereiche dar. So haben fast alle betrachteten Pilotunternehmen den Klassifikationsstandard eCl@ss und das Katalogaustauschformat BMEcat eingesetzt. Die Forderungen der Großkunden an die kleineren Unternehmen werden immer lauter und sie werden auch in Zukunft weiter zunehmen. KMU, die diese Anforderungen bereits erfüllen können, bevor ihre Großkunden an sie herantreten, sichern damit langfristig ihre Position im Lieferantenstamm der Großunternehmen.

Ausblick

Noch immer werden eBusiness-Standards zögerlich eingesetzt, wie die aktuelle Studie „eBusiness Barometer 2006/2007“ der Wegweiser GmbH Berlin (Hrsg.) belegt. Auch wenn viele Unternehmen die Vorteile bei der Nutzung von eBusiness-Standards grundsätzlich höher bewerten als die zu bewältigenden Schwierigkeiten, verhindern fehlender Standard-Einsatz bei Geschäftspartnern, eigene Wissensdefizite und mangelndes Know-how bei IT-Dienstleistern gerade bei kleinen Unternehmen den Einsatz von eBusiness-Standards.

Vor allem für den elektronischen Austausch von Geschäftsdokumenten wie Bestellungen und Rechnungen werden derzeit Standards eingesetzt. Hier hat sich in der Konsumgüterwirtschaft EDIFACT/EANCOM seit Jahren etabliert. In der Industrie haben sich solche Übertragungsstandards noch nicht in dem Maße durchgesetzt – wie die Erfahrungen der PROZEUS-Unternehmen z.B. beim Einsatz von openTRANS zeigten.

Das eBusiness-Barometer macht deutlich, dass gerade kleine Unternehmen die Vorteile von eBusiness-Standards erkannt haben. Diese werden vor allem in der Reduzierung von Fehlerquellen, Kostenreduzierung, Steigerung von Transparenz und Qualitätssicherung gesehen. Die Mehrheit der Studienteilnehmer ist sich darüber einig, dass die Relevanz von eBusiness-Standards sowohl innerbetrieblich als auch besonders zwischen Unternehmen in Zukunft steigen wird.

Es besteht weiterhin Informationsbedarf über den Einsatz von eBusiness-Standards bei KMU. Daher wurden 2006 neue PROZEUS-Projekte gestartet. Bis Sommer 2007 werden ca. 30 kleine und mittlere Unternehmen aus Konsumgüterwirtschaft und Industrie eBusiness-Anwendungen und -Standards umsetzen und dabei von PROZEUS begleitet. Die zeitnahe Berichterstattung wird wieder im Internet auf www.prozeus.de nachzulesen sein. Mit diesen insgesamt über 50 Praxisbeispielen steht eine wichtige Quelle für Unternehmen, die den Schritt ins eBusiness wagen wollen, zur Verfügung.

Weitere Informationen

Beispiele aus der Praxis - bedarfsgerecht präsentiert

PROZEUS hilft kleinen und mittleren Unternehmen auf dem Weg ins eBusiness und gibt virtuelle Einblicke in reale Projekte der Industrie und der Konsumgüterwirtschaft – von der Bäckerei über Metallverarbeiter bis zum Biotechnologie-Unternehmen. Basis sind dabei international einsetzbare Prozesse und Standards. PROZEUS bietet eBusiness-Praxis für den Mittelstand.

www.prozeus.de

Broschüren und Merkblätter – kostenfrei zum Download

Nutzen Sie die von PROZEUS gesammelten Erfahrungen. In zahlreichen Veröffentlichungen zu den verschiedensten eBusiness-Anwendungen erhalten Sie Hilfestellungen für die Umsetzung Ihrer eigenen eBusiness-Projekte.

www.prozeus.de/broschueren.htm

Die richtigen IT-Spezialisten für Ihre eBusiness-Projekte

Der PROZEUS KMU IT-Dienstleister-Pool hilft Ihnen, den richtigen Spezialisten zur Umsetzung oder Begleitung Ihrer geplanten eBusiness-Aktivitäten zu finden.

dl.prozeus.de



Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

Vernetzte Kompetenz in Ihrer Region – unabhängig und neutral

Kostenfreie Erstberatung bei eBusiness-Fragen bietet Ihnen das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, ein Verbund von über 20 regionalen Kompetenzzentren, die kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk speziell bei den Themen Elektronische Beschaffung und Märkte, E-Logistik, E-Management, Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit sowie Unternehmenskooperationen neutral mit Rat und Tat zur Seite stehen.

www.ec-net.de

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

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

ISBN 3-602-45018-X

978-3-602-45018-3

Herausgegeben vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH

Nähere Informationen

zum Transferprojekt PROZEUS erhalten Sie von den Projektdurchführenden:

Pilotprojekte Konsumgüterwirtschaft

GS1 Germany GmbH
Maarweg 133
50825 Köln
Telefon: (02 21) 9 47 14-0
Fax: (02 21) 9 47 14-9 90
eMail: prozeus@gs1-germany.de
www.gs1-germany.de

Pilotprojekte Industrie

Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 84-88
50968 Köln
Telefon: (02 21) 49 81-8 16
Fax: (02 21) 49 81-8 56
eMail: prozeus@iwconsult.de
www.iwconsult.de

2006 Deutscher Instituts-Verlag GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 84-88, 50968 Köln
Postfach 51 06 70, 50942 Köln
Telefon: (02 21) 49 81-4 52
Fax: (02 21) 49 81-4 45
eMail: div@iwkoeln.de
www.divkoeln.de



Gestaltung und Produktion:
edition agrippa, Köln • Berlin
Fotos:
EyeWire, Firmenfotos, PROZEUS, edition agrippa

Fehlt hier die CD-ROM?

Sie können diese kostenlos unter
www.prozeus.de/broschueren.htm bestellen.



Systemvoraussetzungen:

Betriebssystem: Windows 2000, XP, OS X
Arbeitsspeicher 64 MB
24fach CD-ROM-Laufwerk
Zielauflösung 1024 x 768 Pixel
(bei kleineren Auflösungen erscheinen Scrollbalken)
Browser: Internet Explorer 6, Firefox 1.5
AcrobatReader 5.0
Optional: Internetzugang

Start der CD-ROM

Die CD-ROM startet automatisch.
Falls nicht, starten Sie bitte mit einem
Doppelklick auf die Datei „start.htm“.

