

Sehr geehrte Leser,

bereits zum vierten Mal in Folge heißen wir Sie sehr herzlich zur Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz willkommen. Am 15. und 16. November 2006 findet diese Fachtagung in den Räumlichkeiten des Dorint Sofitel Hotel Mannheim statt. Nach den jüngsten Erweiterungen des Portfolios der Oracle Application Produkte sind wir als Deutsche ORACLE-Anwendergruppe stolz darauf, nun auch eine Kommunikationsplattform für die neu hinzugekommenen Anwender bieten zu können. Die Konferenz ermöglicht es, sich auf einfache Art und Weise einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Umfeld der Oracle Application Produkte zu verschaffen, sich mit Anwendern auszutauschen und den direkten Draht zu Oracle zu nutzen.



Mit der Erweiterung der Organisationsstrukturen unseres Vereins, einer geplanten wachsenden Anzahl produktspezifischer Veranstaltungen und der Vermittlung von Informationen wollen wir die Basis für eine Bündelung der Interessen der Anwender der Oracle Application Produkte aufbereiten.

Dieses Magazin soll parallel zu unserer Mitgliederzeitschrift DOAG News gerade für die Applications-Kunden als zusätzliche Informationsquelle dienen. Dabei bieten wir mit Trends aus dem Markt und Informationen für Entscheider ein Gegengewicht zur eher technisch orientierten DOAG News. An dieser Stelle möchte ich Sie dazu ermutigen, Ihren Input in kommende Ausgaben einfließen zu lassen. Bezüglich des Inhaltes dieser ersten Ausgabe des Magazins sind wir auf Ihre Reaktion gespannt. Unser Redaktionsteam können Sie wie gewohnt über die E-Mail-Adresse redaktion@doag.org erreichen.

Viel Spaß beim Lesen dieses Heftes und eine erfolgreiche Anwenderkonferenz 2006!

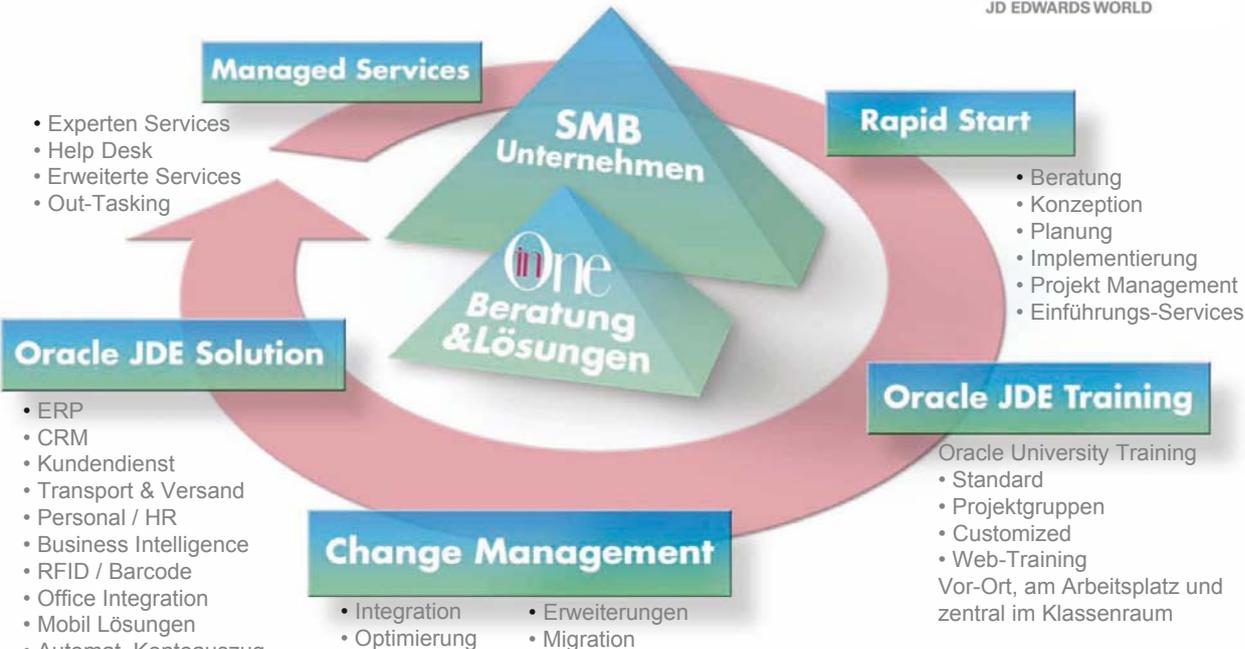
Herzliche Grüße
Ihr

Anzeige



Unternehmenslösungen für den Mittelstand
... Ihr Lösungs-Integrator



Managed Services

- Experten Services
- Help Desk
- Erweiterte Services
- Out-Tasking

Rapid Start

- Beratung
- Konzeption
- Planung
- Implementierung
- Projekt Management
- Einführungs-Services

Oracle JDE Solution

- ERP
- CRM
- Kundendienst
- Transport & Versand
- Personal / HR
- Business Intelligence
- RFID / Barcode
- Office Integration
- Mobil Lösungen
- Automat. Kontoauszug

Oracle JDE Training

Oracle University Training

- Standard
- Projektgruppen
- Customized
- Web-Training

Vor-Ort, am Arbeitsplatz und zentral im Klassenraum

Change Management

- Integration
- Optimierung
- Erweiterungen
- Migration

- Innovation – Sicherheit – Wachstum -

InOne Central Europe GmbH
Robert-Koch-Str. 37
55129 Mainz

Tel. 06131 7203 1000
Email Info@InOne-Europe.de
Web www.InOne-Europe.de

| | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Editorial <i>Jörg Hildebrandt</i> |
| 6 | Herzlich willkommen in der Deutschen ORACLE-Anwendergruppe! <i>Fried Saacke</i> |
| 7 | Die DOAG in der Presse |
| 10 | INTERVIEW Christian von Stengel, Werner Keller, Martina Prinz "Fusion Applications wird alle Teilbereiche abdecken ..." <i>Wolfgang Scherrer, Wolfgang Taschner</i> |
| 14 | SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Kundenbindung durch mehr Transparenz <i>Georg Eispert</i> |
| 15 | PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT Collaborative Building Information Management – Visionäre Lösungen für Geschäftstransformation <i>Stefan Sack</i> |
| 18 | PROCUREMENT Kostensenkung und Mehrwert durch Einsatz von Beschaffungsstrategien <i>Armin Cibulski</i> |
| 24 | CRM Energie für die Marketing-Maschine <i>Frank Vogt</i> |
| 26 | COLLABORATION Collaborative Business <i>Dr. Frank Schönthaler</i> |
| 29 | FUSION Das DOAG/Oracle Fusion Applications Project Team <i>Wolfgang Scherrer</i> |
| 30 | FINANCIAL Chancen der Unternehmen auf eine noch bessere Wettbewerbsfähigkeit <i>Werner Böckelen</i> |
| 32 | HUMAN CAPITAL MANAGEMENT Workforce Excellence mit Human Capital Management <i>Matthias Feineisen</i> |
| 34 | Unsere Sponsoringpartner im Rahmen der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz |



INTERVIEW

"Fusion Applications wird alle Teilbereiche abdecken ..."

Foto v. Christian v. Stengel
ORACLE Deutschland GmbH

Nach den Übernahmen von PeopleSoft, JD Edwards und Siebel hat Oracle seine Rolle als Lösungsanbieter deutlich ausgebaut. Ankündigungen wie "Applications Unlimited" und "Fusion Applications" weisen den zukünftigen Weg.

Wir sprachen darüber mit Martina Prinz, Oracle Corporation sowie Werner Keller und Christian von Stengel, ORACLE Deutschland GmbH.

Seite 10

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Kundenbindung durch mehr Transparenz

Von Georg Eispert

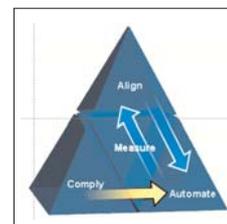
Service Management ist häufig ein Balanceakt zwischen Aufwand und erzieltm Mehrwert. Wettbewerbsvorteile und erzielbare Gewinne sind sehr nah mit den damit verbundenen Prozessen verknüpft. Prozessoptimierung durch Integration des Service Managements in die gesamte Supply Chain ist ein Weg, durch mehr Transparenz bei gleichzeitiger Reduzierung der Kosten einen besseren Service für Kunden zu bieten.

Seite 14

HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

Workflow Excellence mit Human Capital

Von Matthias Feineisen



Bei Personalkosten von zum Teil mehr als 60 Prozent innerhalb der gesamten Kosten eines Unternehmens sind führende Firmen dazu übergegangen, nicht nur Lippenbekenntnisse abzugeben, sondern ein HR-Modell einzuführen, um Effektivität, Effizienz und Produktivität ihrer Belegschaft zu erhöhen. Dazu sind führende Technologien und Lösungen notwendig. Die Kriterien für derartige Systeme werden in diesem Artikel vorgestellt.

Seite 32



Ihr Partner für optimale Oracle-Lösungen

.consulting .solutions .partnership – diese drei Begriffe stehen für unseren wichtigsten Grundsatz: die ganzheitliche Unterstützung unserer Kunden – von der technologischen und betriebswirtschaftlichen Beratung und Analyse bis hin zur Entwicklung und Betreuung der Systeme.

Nutzen Sie unsere Kompetenz als **Oracle Certified Advantage Partner**: Wir haben mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Realisierung maßgeschneiderter ERP-Lösungen für namhafte Unternehmen in unterschiedlichen Branchen.

Softwareinvestition

Durch den Einsatz geeigneter Software lassen sich Prozesse optimieren, Ressourcen und Zeit einsparen und Betriebskosten senken. Investition in Software ist daher eine Investition in die Zukunft. Mit der flexiblen, integrierten und modular aufgebauten Architektur von **JD Edwards EnterpriseOne** ist es deshalb möglich, nur die tatsächlich benötigten Module zu implementieren.

Softwareeinsatz

IT-Ressourcen sind begrenzt! Wir bieten Ihnen Lösungen, die schnell einzuführen sind und alle Geschäftsprozesse ohne großen Anpassungsaufwand abbilden. **JD Edwards EnterpriseOne** gewährleistet dabei raschere Wertschöpfung durch den Einsatz einer Lösung mit einheitlicher Infrastruktur, vorintegrierten Anwendungen, Middleware und Datenbanken: Einführung und Wartung erfordern nur geringen Aufwand.

Softwarenutzung

Ein einheitliches, integriertes Datenmodell mit **JD Edwards EnterpriseOne** ermöglicht den Zugriff auf alle Geschäftsdaten für das gesamte Unternehmen und garantiert aktuelle Daten aller Geschäftsprozesse. Auf Grundlage dieser Informationen können schnell angemessene Entscheidungen getroffen werden.

Die msg systems ag gehört zu den Top 10 IT-Beratungs- und Systemintegrationsunternehmen in Deutschland. Wir analysieren, gestalten und setzen um. Wir bieten Lösungen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.msg-systems.com

msg systems ag
Max-Planck-Straße 40
50354 Hürth/Köln
Telefon 02233 97 21 -0



.consulting .solutions .partnership



Herzlich willkommen in der Deutschen ORACLE-Anwendergruppe!



Fried Saacke
Vorsitzender der
Deutschen ORACLE-
Anwendergruppe

Eines der wichtigsten Themen für die DOAG stellte in diesem Jahr die Integration der Nutzer von Oracle Business Software (JD Edwards, Siebel und PeopleSoft) in unsere Community dar. Hier sind wir entscheidende Schritte vorangekommen. Zu den Höhepunkten zählt die parallel zur 19. Deutschen ORACLE-Anwenderkonferenz stattfindende 4. Deutsche ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz.

Oracle hat bestätigt, starke und unabhängige Anwendergruppen weltweit zu unterstützen. Dadurch eröffnet sich der DOAG die Möglichkeit, dem Oracle-Management mehr Informationen über die Bedenken und Anregungen der Anwender darzulegen. Unsere lebhafteste Community tritt Oracle gegenüber auf unterschiedliche Weise auf. So sind die regionalen, branchen- und produktspezifischen Gruppen daran interessiert, den Hersteller dabei zu unterstützen, die relevanten Produktlinien weiterzuentwickeln.

Bereits 2005 und insbesondere im ersten Halbjahr 2006 fand unter meiner Verantwortung ein kontinuierlicher und intensiver Dialog mit den Repräsentanten der von Oracle übernommenen Produktgruppen JD Edwards, PeopleSoft und Siebel statt. Über die gemeinsame Vorbereitung, Organisation und Durchführung der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz möchten wir weiter zusammenwachsen und miteinander die Interessen aller Anwender vertreten.

Zukünftig soll neben der Anwenderkonferenz eine wachsende Zahl von Veranstaltungen für alle Teile der Community stattfinden. Dazu werden wir im nächsten Schritt die organisatorischen Voraussetzungen weiter verbessern und parallel zur bestehenden Struktur auch Verantwortlichkeiten für die neuen Zielgruppen im Vorstand und im Beirat der DOAG schaffen. Hinzu kommt die Gründung von weiteren Special Interest Groups für die Business-Lösungen von Oracle.

Durch Ihre Mitwirkung in der DOAG können Sie als JD Edwards-, PeopleSoft- oder Siebel-Anwender Oracle beratend bei der Integration, der Produktentwicklung, im Support und auf weiteren Feldern im Hinblick auf die Kundenzufriedenheit unterstützen. Die Partnerschaft zwischen der DOAG und dem Management von Oracle verschafft den Anwendern auf allen organisatorischen Ebenen direkten Zugang zu Oracle. Sie bietet darüber hinaus konkrete Möglichkeiten, die gemeinsame Stimme der Anwender an Oracle heranzutragen und eine bilaterale Interaktion sicherzustellen.

Innerhalb der DOAG stellt das FUSION Projekt Team die Plattform für alle Kunden bereit, die ein hohes Interesse an Informationen über das neue Produkt Fusion Applications von ORACLE haben (siehe Seite 29).

Eine Mitgliedschaft in der DOAG macht Ihr Investment in diese Produkte werthaltiger und stärkt Ihre Stellung gegenüber Oracle, da wir auf diese Weise gemeinsam daran arbeiten können, die Zukunft der Oracle-Lösungen mitzugestalten. In diesem Sinne heiße ich Sie als Anwender der Produkte von JD Edwards, PeopleSoft und Siebel herzlich willkommen und lade Sie zur aktiven Teilnahme in der Community der Oracle-Anwender ein.

Ihr



Die DOAG in der Presse

Die nachfolgenden Ausschnitte reflektieren die Einschätzung der Fach- und Wirtschaftspresse zu bestimmten Themen über Oracle; die Veröffentlichungen geben nicht die Meinung der DOAG wieder und sind auch nicht im Vorfeld mit der DOAG abgestimmt. Lediglich die Zitate einzelner DOAG-Vorstände geben die Meinung der DOAG wieder.

Computerzeitung

Oracles neuer Geschäftsführer baut Consulting-Truppe aus

Mit einem ehrgeizigen Vierjahresplan will Oracles Deutschlandchef Jürgen Kunz den Softwareanbieter in Teilen neu ausrichten. Wurde das Beratungsgeschäft ehemals im Wesentlichen über Partner getragen, mischt Oracle künftig selber mit.

Vier Prioritäten setzt sich Jürgen Kunz, der als Deutschlandgeschäftsführer die Nachfolge von Rolf Schwirz bei Oracle angetreten hat. Bei Datenbanken will Kunz mit Themen wie der Verwaltung von unstrukturierten Daten IBM Paroli bieten. Zudem wird der Business-Intelligence-Bereich verstärkt. Bei der Middleware greift Kunz ebenfalls Big Blue an: "Hier wollen wir durch aggressives Wachstum die Nummer eins in Deutschland werden." Wesentliche Punkte sind dabei etwa eine Fokussierung auf die Steuerung von Geschäftsprozessen durch BPEL (Business Process Execution Language).

So groß sind die Ziele bei betriebswirtschaftlicher Standardsoftware (ERP) nicht. Kunz strebt "eine gute Nummer zwei" an. Dennoch wird SAP im Mutterlande in den fünf Branchen Telco, Finanzdienstleister, öffentliche Hand, Handel und Gesundheitswesen attackiert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Oracle im Consulting-Bereich, der zuvor eine Domäne der Partner war, 20 Prozent mehr Umsatz erwirtschaftet. Dieser Trend soll mit einer vergrößerten Mannschaft weitergeführt werden, die sich den Kernthemen und -branchen sowie dem Support von Open-source-Infrastrukturen widmet.

Bis Mitte 2010 will Kunz diese vier Kernthemen umgesetzt haben. Darüber hinaus soll der Umsatz im On-Demand-Geschäft ausgebaut werden. Als neuen Bereich möchte sich Oracle mit Sicherheitslösungen einen Namen machen – auch wenn die Company dort gerade für negative Schlagzeilen sorgt: 60 Prozent der Oracle-Anwender fühlen sich nicht ausreichend über Sicherheitslücken informiert. Laut Anwendergruppe DOAG ist oft unklar, ob und wie

dringend ein Patch eingespielt werden muss. Dem widerspricht auch Kunz nicht: "Unser Patch-Management ist zu komplex." An Abhilfe werde aber gerade gearbeitet.

silicon.de

Oracle Deutschland will SAP mehr Kunden abjagen

Lösungen von Siebel sind hierzulande verbreitet, die von PeopleSoft und JD Edwards sind beliebt – deshalb rechnet sich Oracle Deutschland gute Chancen aus, SAP einmal einzuholen. Die Pflege der Altsysteme vorausgesetzt.

"Wir sind nicht realitätsfremd, im Bereich Business-Anwendungen werden wir nicht so schnell an die Spitze kommen, sondern einstweilen unsere gute, zweite Position hinter SAP ausbauen – aber das könnte sich über kurz oder lang möglicherweise ändern", sagte Jürgen Kunz, der seit 1. Juni als neuer Deutschland-Geschäftsführer fungiert und den langjährigen Geschäftsführer von Oracle Deutschland, Rolf Schwirz, damit ablöste. Der neue Mann an der Spitze gilt nach 14 Jahren als Oracle-Veteran.

Er betonte, dass das Deutschlandgeschäft für Oracle "bei weitem kein Anhängsel des US-Geschäftes" sei. Vielmehr setze die Führungsriege rund um CEO Larry Ellison persönlich auf die Wachstumsprognosen der GmbH. Davon sollen auch die Kunden profitieren, sagte er. So habe die Gesellschaft ihr Ergebnis von 444 Millionen Euro im Jahr 2005 auf 464 Millionen Euro im abgeschlossenen Jahr 2006 steigern können, was 5 Prozent Wachstum entspreche. Dabei zählt die Niederlassung des Softwarekonzerns alle Umsatzzahlen in dieses Ergebnis hinein, die in Deutschland generiert worden sind.

Das komplexe System aus verschiedenen nationalen Gesetzgebungen sorgt dafür, dass eine Übernahme bei einem international aktiven Konzern in den einzelnen Ländern zu unterschiedlichen Zeitpunkten juristisch perfekt ist. In Deutschland sei PeopleSoft seit vergangenem Jahr mit in der Bilanz, damit auch JD Edwards – Siebel eben erst seit kurzem. "Wir rechnen uns ein starkes Wachstum im Intelligence-Bereich aus, wenn Siebel mit dazuzählt", sagte Kunz. Schließlich sei Siebel nicht nur Spezialist für Customer Relationship Management – 'Siebel Analytics' sei als Produktgruppe aus dem Business Intelligence bei vielen größeren Mittelständlern in Deutschland im Einsatz. Die will er auch weiterhin wie gehabt über die Partner angehen.

Einer davon heißt T-Systems. Die noch relativ neue strategische Partnerschaft erlaube, dass der Systemhausbereich der Deutschen Telekom bei seinen Kunden jetzt Oracle-Produkte "aller Art" mit verkaufen und implementieren

tieren darf und soll. Bei dem Ansehen, das T-Systems bei größeren Mittelständlern hierzulande genießt, rechnet er sich gute Geschäfte aus.

Vorfreude machte sich bei ihm ebenfalls breit, als er vor Journalisten in München von den Konzernen Continental und Deutsche Börse berichtete. Diese beiden seien die ersten Kunden in Deutschland, die ein neues Lizenzierungsmodell ausprobierten. "Mit 'Unlimited License Agreement', ULA, können sie unabhängig von der Nutzerzahl die gesamte Bandbreite unserer Produkte ohne Preisaufschlag nutzen – das zahlt sich vor allem für wachsende Unternehmen aus und wird in der Industrie scharf beobachtet, wir rechnen bald mit neuen Abschlüssen dafür in Europa", so Kunz.

Er nahm gleich die Gelegenheit wahr, die Kundenfreundlichkeit von Oracle zu betonen. Bereits mehrmals hatten die als kritisch bekannten, organisierten deutschen Oracle-Kunden (DOAG) ihre jüngsten Sorgen geäußert: Wie lange wird beispielsweise ein Kunde von JD Edwards-Lösungen, der damit zufrieden ist, seine Software behalten dürfen; wie lange wird sie von Oracle tatsächlich aktiv und engagiert weitergepflegt? Kunz schiebt solche Bedenken beiseite.

Nicht nur, dass das unbegrenzte Weiterpflegen zum Programm erhoben worden sei. Firmen mit Altsystemen der zugekauften Hersteller – PeopleSoft, JD Edwards, Siebel – seien zudem keineswegs unter Druck, auf die neue 'Fusion'-Plattform umzusteigen. "Wir werden die aktive Vermarktung von JD Edwards und PeopleSoft-Lösungen nicht nur wie ursprünglich geplant bis 2010 oder 2013 weiterführen, sondern unlimited", sagte er. Die Kunden, die enger mit Firmen aus dem Mittelstand zusammenarbeiten, hätten um "etwas mehr Zeit" gebeten, und Oracle werde dem selbstredend nachkommen. Die Weiterentwicklung der Paradedepferde – beispielsweise Peoplesofts 'Enterprise' – werde sogar aktiv betrieben, das heißt: neue Funktionen und eigene Entwicklerkapazitäten werden extra dafür abgestellt.

"Mit der gleichzeitigen parallelen Entwicklung unserer Middleware namens 'Fusion' und der geplanten Zusammenführung der Anwendungen zur 'Application Suite Fusion' versuchen wir so etwas wie die Quadratur des Kreises", sagte Kunz. Doch gerade dann, wenn 2008 die integrierte Suite auf der neuen Middleware stehen werde, sei Oracle wieder ein Stück näher an der absoluten Marktdominanz – auch im Anwendungsbereich. Im Heimatland der SAP hat sich der neue Geschäftsführer der ORACLE Deutschland GmbH damit viel vorgenommen.

DV-Dialog

Oracle-Schachzüge werfen Fragen auf

Die "Applications Unlimited"-Ankündigung schlägt in der Oracle-Applikationswelt starke Wellen. Auch die Deutsche Oracle-Anwendergruppe (DOAG) kommentierte das Versprechen von Oracle-Präsident Charles Phillips, die Produktlinien von PeopleSoft, Siebel, JD Edwards und der E-Business Suite auch nach der Auslieferung von Oracle Fusion weiterzuentwickeln. Zusätzlich zum nunmehr gewährten Lifetime-Support (auch über das bisherige Limit im Jahr 2013) hinaus hat Oracle u. a. ja auch die weitere

Entwicklung der JDE-Produkte auf dem System *i* versprochen. Das hört sich gut an, doch wirft es auch Fragen auf, denn selbst ein Support über die gesamte Lebensdauer eines Produktes endet mit dessen Verschwinden vom Markt. Und die Lebensdauer einer zeitgemäßen ERP-Lösung liegt bis 10 bis 15, maximal 20 Jahren. Wann und wie z. B. die bei 4.500 iSeries-Kunden eingesetzte Software Enterprise Word von JDE vom Markt verschwindet, bleibt im Unklaren.

Dennoch habe die Mehrzahl der Oracle-Anwender die Ankündigung zunächst sehr positiv aufgenommen, da sie einen erheblichen Migrationsdruck von den Unternehmen nehme, heißt es in der DOAG-Stellungnahme, denn: "Sie können nun individuell entscheiden, ob und wann sie auf die neuen Fusion Applications migrieren möchten, und sind in der Lage, den Reifegrad der Software abzuwarten, der ihrer Risikobereitschaft entspricht."

Manche Bestandskunden scheinen gar bereits geplante Migrationen in die Nicht-Oracle-Welt noch einmal zu überdenken oder doch zumindest zu verschieben. Insofern sei dies ein kluger Schachzug des Oracle-Managements, um Zeit zu gewinnen.

Beim näheren Hinsehen stößt die DOAG aber auf viele ungeklärte Fragen: "Wird Oracle die Entwicklungskapazität haben, um alle Produktlinien stets auf einem wettbewerbsfähigen Stand zu halten, oder wird Fusion bei Technologien und Funktionalität an Boden gewinnen? Wird das Innovationstempo der Altprodukte abnehmen oder wird die fehlende Fokussierung auf die Fusion-Neuentwicklung gar deren Verfügbarkeit verzögern?"

Eine befriedigende Beantwortung dieser Fragen ist vor allem im Neukundengeschäft ganz entscheidend, das ja gemeinsam mit IBM auch für die JD Edwards-Produkte wieder angekurbelt werden soll. Dort stellt sich manch ein potenzieller Kunde die Frage, ob er sich denn jetzt für ein "Abstellgleis" entscheidet, von dem er nicht – wie bislang vermutet – per "automatischem" Upgrade auf die neuen Fusion Applications "gehievt" wird, sondern bei dem er stattdessen eine Migration benötigt, die im Aufwand einer Neimplementierung entspricht.

Aus Sicht der DOAG wird Oracle mit der Strategie nur dann erfolgreich sein können, wenn es gelingt, "in allen Produktlinien rasch und für den Kunden nutzbringend moderne Fusion-Middleware einzubauen, sodass ein späterer Umstieg in die Fusion Applications-Welt nur einen kleinen Schritt darstellt, dessen Aufwand deutlich unter dem einer Neimplementierung liegt." Dem ist ganz speziell aus Sicht der iSeries-Anwender nichts hinzuzufügen.

CIO-online

Oracle-Kunden fühlen sich ungeschützt

Mehr als 60 Prozent der Oracle-Anwender fühlen sich nicht ausreichend über Sicherheitsrisiken informiert. Zudem bekommen sie keine Tipps vom Hersteller, wie Gefahrenquellen beseitigt werden können. Das ist das Ergebnis einer Umfrage der Deutschen Oracle-Anwendergruppe (DOAG).

Zahlreiche Kunden vermissen die notwendige Tiefe beim Thema Security. Sie ist allerdings notwendig, um erkennen zu können, ob und in welcher Form eine Betriebsumgebung von Fehlern oder Sicherheitslücken

betroffen ist. Den Befragten ist oft unklar, ob sie sofort reagieren müssen, oder ob möglicherweise überhaupt keine Aktion erforderlich ist.

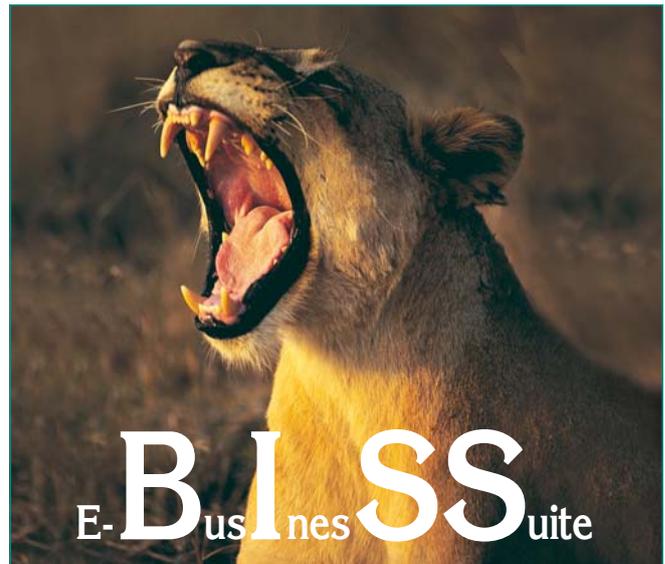
88 Prozent meinen, dass die Passwort- und Rechtevergabe sicherer werden muss. Viele Befragte nannten auch die Verschlüsselung der Daten im Netz und Probleme bei System-Software als Sicherheitslecks. Fast alle befürchten einen Datenmissbrauch, gefolgt von Compliance-Schwierigkeiten und Datenverlust.

Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer hat in ihrer Systemumgebung keine Probleme mit der Umsetzung der Sicherheit. Um die Sicherheitsvorgaben einzuhalten, nutzen fast alle aktuelle Releases. Außerdem verwenden viele Critical Patch Updates, eine Event-Überwachung mit Enterprise Manager oder Applikationsspezifische Tools. Dennoch finden 63 Prozent die Maßnahmen zur Lösung bekannter Probleme durch Oracle nicht ausreichend.

Die Umfrage hat ergeben, dass viele Firmen dem vierteljährlichen Critical Patch Updates (CPU) von Oracle kritisch gegenüberstehen. Die Ausführung wird generell als zu aufwendig angesehen. 52 Prozent finden die Qualität der Patch-Tools und das -Verfahren mittelmäßig.

Laut der Analyse liefert der Hersteller zu wenige Informationen darüber, ob ein Anwender bestimmte Patches überhaupt benötigt. Die Befragten fordern einfachere Verfahren und mehr Transparenz. Auf der Wunschliste ganz oben stehen sogenannte Rolling Updates. Dabei wird die Verfügbarkeit eines Systems während des Patch-Vorgangs gewährleistet.

An der Umfrage zum Thema "Security im Umgang mit Oracle-Produkten" beteiligten sich 156 Unternehmen.



E-Business Suite

PROMATIS vereint als weltweiter Pionier der prozessorientierten Einführung der Oracle E-Business Suite und als deutscher E-Business Suite-Partner der 1. Stunde Projekt- und Anwendungserfahrung mit Innovationskraft und professionellen Methoden.

Unser Leistungsangebot:

Strategie- und Prozessberatung · Oracle E-Business Suite-Lösungen
 Business Intelligence-Lösungen · Rollout-Unterstützung
 Komponentenbasierte Mittelstands-Lösungen · Betriebsunterstützung (Managed Services)
 Outsourcing kompletter Geschäftsprozesse

Sprechen wir darüber!

PROMATIS



PROMATIS software
 Tel.: +49 7243 2179-0 · Fax: +49 7243 2179-99
 www.promatis.de

... unsere Inserenten

| Firma | Seite | Web-Adresse |
|---------------------------|-------|---------------------|
| InOne Central Europe GmbH | 3 | www.inone-europe.de |
| msg systems ag | 5 | www.msg-systems.com |
| ORACLE Deutschland GmbH | U4 | www.oracle.com |
| PITSS GmbH | U2 | www.pitss.de |
| PROMATIS Software GmbH | 9 | www.promatis.de |
| Quest Software GmbH | 33 | www.quest.com |

Sponsoring-Partner der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz

| Firma | Seite | Web-Adresse |
|---------------------------|-------|---------------------|
| InOne Central Europe GmbH | 3 | www.inone-europe.de |
| maihiro GmbH | 34 | www.maihiro.com |
| PROMATIS Software GmbH | 9 | www.promatis.de |

"Fusion Applications wird alle Teilbereiche abdecken ..."

Nach den Übernahmen von PeopleSoft, JD Edwards und Siebel hat Oracle seine Rolle als Lösungsanbieter deutlich ausgebaut. Ankündigungen wie "Applications Unlimited" und "Fusion Applications" weisen den zukünftigen Weg. Wolfgang Scherrer, Beirat der DOAG, und Wolfgang Taschner, Chefredakteur der DOAG Business News, sprachen darüber mit Martina Prinz, Senior Manager Competitive Intelligence, Werner Keller, Vice President CRM Sales, und Christian von Stengel, Senior Director Sales, ORACLE Deutschland GmbH, am 28. Juli 2006 in München.

DOAG Business News: Wie ist die deutsche Oracle Organisation im Applikationsumfeld heute aufgebaut?

Keller: Es gibt hierzulande zwei Business-Units im Applikationsumfeld, ERP unter Christian von Stengel und CRM unter meiner Leitung. In meinem Bereich sind die CRM-Lösungen von Oracle, Siebel und PeopleSoft angesiedelt. Wir berichten beide an die EMEA-Ebene. Hinzu kommt noch die Business-Unit "Retail", die für die Retek-Produkte zuständig ist. i-flex ist nach wie vor eine eigenständige Firma, obwohl Oracle 51,2 Prozent Anteile daran hält.

DOAG Business News: Wie positionieren Sie die Oracle Applications-Lösungen im Mittelstand?

Von Stengel: Wir bieten dem Mittelstand zwei verschiedene Lösungspakete. JD Edwards Enterprise One deckt die gesamte Prozesskette für die diskrete Fertigung ab, und die

E-Business Suite wird über Partner bei unseren mittelständischen Kunden eingeführt.

Keller: Bei CRM sprechen wir unsere Kunden mit der Siebel-Lösung an, die für uns ein sehr komplettes Produkt ist. Wir werden hier stark auf die Siebel-basierende On-Demand-Lösung setzen, insbesondere für Kunden mit geringeren Userzahlen.

DOAG Business News: Wie ist die weitere Produktstrategie, wann und in welcher Form kommt Fusion?

Prinz: Zunächst sollten wir den Begriff Fusion erläutern, der bei uns in drei Richtungen eine Bedeutung hat. Einmal geht es um die Fusion Applications, das sind die betriebswirtschaftlichen Standardanwendungen auf Basis der Service-orientierten Architektur. Dann gibt es die Fusion Middleware, die im Prinzip die Grundlage dafür ist, eine Service-orientierte Infrastruktur zu haben. Hinzu kommt die Fusion-Information-Architecture. Darunter verstehen wir die gedankliche Architektur, wie diese Systeme zueinanderpassen und zueinandergehören.

Von Stengel: Fusion Applications wird 2008 als vollständige Suite kommen. Diese bietet den Kunden die Möglichkeit, ihre kaufmännischen Abläufe im Rahmen einer Service-orientierten Architektur abzuwickeln. Damit existiert dann eine neue Produktgruppe neben den bisherigen Produktlinien, die dennoch weiterhin bestehen bleiben. Wir werden bereits 2007 die ersten Teilkomponenten von Fusion Applications zur Verfügung stellen, damit sich unsere Kunden schon vorab einen Eindruck davon machen können. Diese Teilmodule arbeiten dann bereits auf Basis der Fusion Middleware mit den heute bestehenden Lösungen zusammen.



Martina Prinz, Senior Manager Competitive Intelligence, ORACLE Corp.



Werner Keller, Vice President CRM Sales, ORACLE Deutschland GmbH



Christian von Stengel, Senior Director Sales, ORACLE Deutschland GmbH

Fotos: Wolfgang Taschner

DOAG Business News: Wird Fusion Applications von Beginn an alle Anforderungen des Marktes abdecken?

Von Stengel: Fusion Applications wird alle Teilbereiche abdecken, von den Finanzen über Supply Chain Management und Human Capital Management bis hin zu CRM. Allerdings wird es zu Beginn noch nicht die Funktionstiefe geben, wie sie die jetzigen Produkte teilweise über 20 Jahre hinweg erreicht haben. Dennoch wird ein Kunde, der bereits 2008 auf die Service-orientierte Architektur setzen möchte, seine gesamten Geschäftsprozesse mit Fusion Applications abbilden können. Lediglich spezielle Funktionalitäten für einzelne Anwendungen in bestimmten Bereichen werden am Anfang noch fehlen. Unsere Zielsetzung ist, dass 80 Prozent der Kunden bereits auf das erste Release migrieren können, ohne Funktionalitäten zu verlieren.

DOAG Business News: Welche Strategie hat Oracle in Deutschland speziell für Neukunden?

Von Stengel: Mit "Applications Unlimited" haben wir klar gesagt, dass die bestehenden Produkte weiterentwickelt werden. Von daher können Kunden, die heute ein System kaufen möchten, sehr beruhigt auf diese Produkte setzen, weil sie nicht dazu gezwungen sind, auf Fusion Applications zu migrieren. Ab 2008 haben diese Kunden dann die Wahl, mit den bestehenden Produkten weiterzuarbeiten oder auf eine Service-orientierte Architektur zu setzen.

Keller: Unsere Kunden möchten ihre Geschäftsanforderungen heute erledigen und können deshalb nicht bis 2008 warten. Für sie ist es wichtig, jetzt schon gute und ausgereifte Produkte zu bekommen, die auch künftig weiterentwickelt werden. Diese Kunden haben damit Investitionssicherheit, solange sie die Produkte einsetzen wollen. Gleichzeitig zeigen wir ihnen den Weg auf, wie sie ab 2008 jederzeit migrieren können. Mit der Like-to-like-Lizenzierung müssen diese Kunden auch nach der Migration für die gleiche Funktionalität keine neuen Lizenzen erwerben; das heißt, es entstehen keine neuen Lizenzkosten.

Von Stengel: Unsere Strategie bei den Applikationen lässt sich mit den drei Begriffen "Protect, Extend und Evolve" sehr gut beschreiben. "Protect" heißt, dass wir uns um den Investitionsschutz kümmern. "Extend" bedeutet, wir helfen dem Kunden dabei, aus den bestehenden Produkten mehr herauszuholen. "Evolve" macht es möglich, beim nächsten Innovationssprung – dem Übergang zur Service-orientierten Architektur – dabei zu sein.

DOAG Business News: Worin liegt der Unterschied für einen Kunden zwischen einer SAP- und einer Oracle-Lösung?

Prinz: Der Unterschied lässt sich auf drei entscheidende Punkte bringen. Erstens ist unsere Architektur moderner und einfacher gebaut, wir setzen zudem auf offene Standards. Zweitens haben wir durch unsere Akquisitionen zusätzliches Branchen- und Lösungs-Know-how erworben, das unseren Kunden zugutekommt. Und drittens können wir durch Aktivitäten wie "Applications Unlimited" oder Like-to-like-Lizenzierung kommerzielle Vorteile bieten.

Von Stengel: Für mich verhält sich eine SAP-Lösung immer wie Beton. Solange man baut und der Beton weich ist, kann man alles machen. Doch sobald die Sache fest ist, reagiert sie schwerfällig. Im Klartext: Wenn sich Geschäftsanforderungen ändern, lässt sich ein bestehendes SAP-System im Gegensatz zu unseren Lösungen häufig nur sehr schwer anpassen. Oracle-Kunden sind deshalb auch signifikant öfter auf dem aktuellen Release-Stand als SAP-Anwender. Das gilt sowohl für die PeopleSoft-, Siebel- und JD-Edwards-Produkte als auch für die E-Business Suite.

DOAG Business News: Wie sieht Oracle den Wettbewerb mit anderen Herstellern?

Prinz: Unter dem Suite-Aspekt ist SAP unser Hauptkonkurrent. Im Umfeld von CRM-On-Demand sehen wir uns natürlich sehr genau an, was Salesforce.com macht. Im Mittelstand haben wir es mit sehr vielen kleineren, lokalen Anbietern zu tun. Microsoft wird im kommenden Jahr durch ihre On-Demand-Ankündigung den Markt sicher etwas bewegen können. Generell betrachten wir die Aktivitäten unserer Wettbewerber in allen Bereichen und Regionen, um bei Bedarf darauf reagieren zu können.

DOAG Business News: Trotz positiver Entwicklungen gibt es Bestandskunden, die nach Alternativen Ausschau halten beziehungsweise aktiv von Mitbewerbern angegangen werden. Wie versucht Oracle diese zu halten?

Zur Person: Werner Keller



Foto: Oracle

Werner Keller ist seit dem 1. Juni 2006 Vice President CRM Sales Business Unit der ORACLE Deutschland GmbH sowie Mitglied des europäischen Management Teams der CRM Sales Business Unit. Er startete bei der deutschen Oracle Tochtergesellschaft im September 2001 als Vice President Industrial und leitete in der Folge unterschiedliche Vertriebsabteilungen. Bevor Werner Keller zu Oracle kam, war er 28 Jahre bei Hewlett-Packard in verschiedenen Management-Positionen tätig.

Keller: Wir zeigen dem Kunden seine Perspektiven auf und erläutern ihm, wie es mit seiner Lösung weitergeht. Damit können wir Vertrauen in Oracle aufbauen. Die Zahl derer, die zu einem anderen Anbieter wechseln, ist sehr gering.

Von Stengel: Um einen Bestandskunden zu halten, wollen wir zunächst verstehen, was ihn bewegt, über einen Wechsel nachzudenken. Danach können wir unsere Strategie darlegen und so seine Bedenken zerstreuen.

DOAG Business News: In Deutschland wurde eine groß angelegte Marketingkampagne angekündigt. Wie sieht die Planung dazu aus? Wer soll angesprochen werden?

Von Stengel: Unser Ziel ist der direkte Dialog mit dem Kunden und nicht die einseitige Kommunikation beispielsweise über Anzeigen.

Keller: Es gab kürzlich eine CRM-Roadshow und es kommen im Herbst eine zum Thema BI und eine zu "Applications Unlimited". Dabei sind wir mit Kunden und Interessenten intensiv im Gespräch.

DOAG Business News: Im Rahmen von Akquisitionen wird immer wieder nach Referenzen gefragt. Wie kann ein Partner auf entsprechende Kundenlisten und/oder Referenzberichte zugreifen?

Keller: Der einfachste Weg ist über "Hallo Oracle" (Anm. der Redaktion: Tel. 0180-2-67 22 53). Dort gibt es einen Mitarbeiter, der sich nur um Referenzen kümmert.

Von Stengel: Auf www.oracle.com sind ebenfalls Referenzen aufgelistet. Partner können sich zudem an ihren Partnerbetreuer wenden.

DOAG Business News: Werden Produkte aus den verschiedenen Produktlinien bevorzugt angeboten?

Von Stengel: Wir bevorzugen kein Produkt. Uns geht es darum, für den Kunden das richtige Produkt aus unserem Portfolio zu identifizieren. Wenn allerdings ein Kunde bereits eine Bestandslösung wie PeopleSoft HR einsetzt, werden wir ihm natürlich nicht HR aus der E-Business Suite empfehlen.

DOAG Business News: Wie wird sichergestellt, dass der Kunde bei einem Produktwechsel nicht innerhalb kurzer Zeit einen aufwändigen Migrationsprozess aufsetzen muss?

Zur Person: Martina Prinz



Martina Prinz ist Senior Managerin im global agierenden Applications Competitive Intelligence Team der ORACLE Corporation. Sie kam im Januar 1999 an Bord und war die ersten Jahre im Bereich Sales Consulting in verschiedenen Rollen tätig. Unter anderem hat sie den Bereich CRM Sales und Marketing geleitet. Seit 2003 ist Martina Prinz mit Themen im Bereich Competitive Intelligence beauftragt.

Foto: Oracle

im Bereich Competitive Intelligence beauftragt.

Prinz: Wir stellen Tools zur Verfügung, um diese Migration zu unterstützen. Zudem werden alle kommenden Releases bereits weitgehend auf eine Migration in Richtung Fusion Applications vorbereitet sein.

Von Stengel: Wir wissen, dass Migration für unsere Kunden immer einen Aufwand bedeutet. Der negative Touch, der einer Migration anhängt, liegt meines Erachtens auch daran, dass SAP-Kunden hier sehr schlechte Erfahrungen gemacht haben.

DOAG Business News: Planen Sie, lokale Migrationsteams für die verschiedenen Produktlinien aufzustellen?

Von Stengel: Es wird mit Sicherheit solche Dienstleistungen geben – allein schon deshalb, weil wir in diesem Bereich über mehr Erfahrung verfügen werden als der Kunde. Wir besprechen heute schon mit unseren Kunden verschiedene Migrationsszenarien und analysieren die geplanten Abläufe. Dieses Wissen fließt direkt in die Entwicklung der Migrationstools ein.

Prinz: Zudem gibt es auch auf EMEA-Ebene ein Expertenteam, das sich speziell mit Migrationen beschäftigt. Es hat beispielsweise bereits mehrere Umstiege von SAP auf Oracle durchgeführt.

DOAG Business News: Wie ist die aktuelle und zukünftige Positionierung der Business-Intelligence-Produkte im Applikationsumfeld?

Von Stengel: Es gibt grundsätzlich zwei verschiedene Ansätze von Business Intelligence. Das sind zum einen die in den Produkten existierenden BI-Komponenten, die wir als Teil dieser Suites auch erhalten werden. Ergänzend dazu gibt es BI-Lösungen, die produktübergreifend sind. Diese haben in Deutschland eine eigenständige Vertriebsgruppe, weil sie nicht nur für Applicationsanwender interessant sind.

DOAG Business News: Im Markt geht das Gerücht, dass in Fusion CRM vor allem Siebel-Komponenten einfließen werden. Wie ist diese Aussage zu bewerten?

Prinz: Die Aussage stammt übrigens von unserem Firmenchef Larry Ellison. Siebel CRM ist ein hervorragendes Produkt, sodass diese Feststellung nicht sonderlich überrascht. Grundsätzlich hat jede der drei Produktlinien Oracle, PeopleSoft und Siebel ihre Stärken, zum Beispiel sollte der Oracle Configurator unbedingt weitergepflegt werden. In Fusion soll das Beste aus allen drei CRM-Welten zusammenkommen, deshalb wird Siebel als Marktführer hier eine wichtige Rolle spielen.

Von Stengel: In der kommenden Version 12 der E-Business Suite sind bereits etliche Komponenten aus dem PeopleSoft-Produkt eingeflossen, weil diese einfach gut gemacht sind. Unser Ziel ist, in Fusion Applications das "Beste von Besten" einzubringen. Und Siebel ist ein sehr gutes CRM-Produkt. Lediglich bedingt durch Technologie und Architektur sind einige kleine Abstriche notwendig.

DOAG Business News: Bezieht sich CRM für Oracle eher nur auf den Bereich Sales oder generell auf CRM – also insbesondere auch Service, Marketing und Interaction Center?

Prinz: Ganz klar auf alle Bereiche von CRM, also neben Sales auch Service, Marketing und Interaction Center. Das zeigt beispielsweise unsere Implementierung von CRM Service-Lösungen bei Wincor-Nixdorf.

DOAG Business News: BPEL ist eine Kernkomponente der Fusion Middleware. Wird Oracle Workflow bereits in

der Oracle E-Business Suite durch BPEL ersetzt oder erst in Fusion Applications?

Von Stengel: Im bevorstehenden Release 12 der E-Business Suite wird die Workflow-Komponente weiterhin erhalten bleiben. Durch die Einbettung der E-Business Suite in die Fusion Middleware kommen die BPEL-orientierten Verfahren zusätzlich hinzu.

DOAG Business News: Einige funktionale Anforderungen in der JD Edwards-Lösung, wie zum Beispiel Umsatzsteuer-Verprobung, GDPdU oder verlängerte Werkbank, sind für den deutschen Markt nicht oder nur unzureichend realisiert. Und das, obwohl diese in den Ergebnissen der regelmäßig stattfindenden Befragungen immer wieder angemahnt werden und mit kleinem Aufwand im Standard umsetzbar wären. Wie kann dieser Prozess beschleunigt und verbessert werden?

Zur Person: Christian von Stengel



Foto: Oracle

Christian von Stengel leitet als Senior Director Application Sales Germany und Mitglied der Geschäftsleitung bei der ORACLE Deutschland GmbH den Vertrieb für Anwendungslösungen. In seinen Aufgabenbereich fällt die gesamte Palette der Anwendungs-Software von Oracle – von der E-Business Suite über PeopleSoft Enterprise bis hin zu JD Edwards Enterprise One sowie den Siebel Lösungen. Neben der Verantwortung für die Bereiche Enterprise Application Sales und Public Sector Application Sales ist von Stengel ebenfalls für den Vertrieb der Unternehmens-Software im Mittelstandsegment verantwortlich. Bevor er am 1. Dezember 2005 zu Oracle wechselte, war er bei Agresso, einem internationalen Anbieter von Business-Software, als Country Manager verantwortlich für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Von Stengel: Wir haben gerade erst ein Kompetenz-Center für JD Edwards aufgebaut, das alle diese Anforderungen bündeln soll. Darüber hinaus sind die Prozesse, die bis in die Entwicklung hineingehen, neu definiert worden. Derzeit bringen wir so genannte "Rapid Start"-Pakete für JD Edwards heraus, das sind vorkonfigurierte Lösungen, die auf bestimmte Industrien zugeschnitten sind. Die erste Version davon ist noch länderübergreifend, die folgenden werden einen starken lokalen Bezug haben und damit die genannten Forderungen erfüllen.

DOAG Business News: Wie sollte sich nach Ihrer Meinung die DOAG aufstellen, um den Bereich Applications gut abzudecken?

Keller: Die Aktivitäten der DOAG auf der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz sind für

mich ein Vorbild für die künftige Aufstellung. Damit wird den Bedürfnissen aller Anwender Rechnung getragen, da sowohl die Bereiche JD Edwards und PeopleSoft als auch Siebel und Oracle abgedeckt sind. Diese Aufsplittung wird wohl noch eine Weile bestehen.

Von Stengel: Ergänzend dazu halte ich es für wichtig, dass die DOAG künftig neben den technologischen Themen verstärkt den betriebswirtschaftlichen Aspekt aufnimmt. Das Ziel sollte sein, statt "in Produkten" mehr "in Industrien" zu denken, zum Beispiel an die Bedürfnisse diskreter Fertiger oder an die der Prozessfertiger ...

DOAG Business News: Was erwarten Sie von der DOAG?

Von Stengel: Persönlich hoffe ich, über die DOAG einen guten Kundendialog zu bekommen. Bei der steigenden Zahl von Kunden im Applicationsgeschäft ist es wichtig, dass Themen gebündelt werden. Ich wünsche mir dabei, dass die DOAG es schafft, auch Geschäftsentscheider in ihre Prozesse zu integrieren.

DOAG Business News: Was können Sie für die DOAG tun?

Keller: Wir helfen mit, Referenten aus unserem Haus sowie aus dem Kundenkreis für die DOAG-Veranstaltungen zu gewinnen.

Von Stengel: Darüber hinaus sind wir gerne bereit, der DOAG in unserer Organisation eine Stimme zu geben. Ich bin ja seitens Oracle im Bereich Applications für den Kontakt zu den Usergruppen zuständig.

DOAG Business News: Werden Sie auf der diesjährigen 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz in Mannheim anwesend sein?

Keller: Natürlich werden wir an beiden Tagen anwesend sein. Wir haben auch für uns einige Räume reserviert, um mit unseren Kunden persönliche Gespräche führen zu können.

DOAG Business News: Zum Abschluss noch eine persönliche Frage: Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Prinz: Ich bin viel in den Bergen unterwegs und klettere gerne.

Von Stengel: Ich mache das, was die meisten Familienväter am Wochenende tun, nämlich Getränke einkaufen, zum Wertstoffhof fahren, die eine oder andere handwerkliche Tätigkeit im Haus vornehmen und nachmittags mit den Kindern spielen. Darüber hinaus gehe ich gerne zu den Spielen des FC Bayern München in die Allianz Arena.

Keller: Bei mir schaut der Samstag ähnlich aus, nur dass ich bereits mit meinen Enkelkindern spiele. Sportlich halte ich mich mit Triathlon fit, also ausdauerndes Schwimmen, Radfahren und Laufen.

Das Interview führten

Wolfgang Scherrer, Beirat der DOAG, und

Wolfgang Taschner, Chefredakteur der DOAG Business News

Kundenbindung durch mehr Transparenz

Autor: Georg Eispert, ORACLE Deutschland GmbH

Service Management ist häufig ein Balanceakt zwischen Aufwand und erzieltm Mehrwert. Wettbewerbsvorteile und erzielbare Gewinne sind sehr nah mit den damit verbundenen Prozessen verknüpft. Prozessoptimierung durch Integration des Service Managements in die gesamte Supply Chain ist ein Weg, durch mehr Transparenz bei gleichzeitiger Reduzierung der Kosten einen besseren Service für Kunden zu bieten.

In vielen Sparten der Fertigungsindustrie ist der Kundenservice historisch gewachsen. Nach dem Verkauf der Ware erfolgt er entweder organisatorisch getrennt oder wird durch spezielle Servicefirmen erbracht. Insbesondere bei Investitionsgütern existiert aufgrund einer mehrstufigen Vertriebskette ein Bruch zwischen Hersteller und Endkunde, etwa durch Leasingunternehmen oder Vermietungsfirmen.

Gleichzeitig entdecken Unternehmen den Service als Wettbewerbsfaktor und als möglichen Ansatzpunkt zu einer besseren Kundenbindung. In der Praxis ist die Bedeutung des Kundenservices in der Wertschöpfungskette sehr verschieden: Während einige Firmen versuchen, diesen als Gewährleistung möglichst im kalkulierten Rahmen zu halten, bietet Service für andere Hersteller einen Ansatzpunkt für die Realisierung von Gewinnen.

Oft ist Service ein eingeschwungener Prozess, der auf dem Fundament der gesammelten Erfahrungen basiert und über die Zeit durch technologische und methodische Neuerungen optimiert worden ist. Im Zuge globaler Aktivitäten sind die Schwachpunkte eines nicht integrierten Kundenservices schnell sichtbar. Viele Fragen können in diesem Zusammenhang nicht oder nur unzureichend beantwortet werden, darunter:

- Gibt es Ansätze zum Optimieren von verteilten Ersatzteildepots?
- Kann der Einsatz von Spezialisten vor Ort verbessert werden?
- Kann Serviceleistung im Vorfeld geplant und angeboten werden?
- Welches Know-how und welche Fähigkeiten müssen an welcher Stelle optimiert werden?



Gerade in jüngster Zeit sehen viele Firmen die Verbesserung der Kundenschnittstelle als wesentlichen Punkt zur Unterscheidung von Mitbewerbern an. Der Wunsch nach schnellen Erfolgen wird durch mangelnde Transparenz blockiert, da der Service selten als integraler Bestandteil der gesamten Wertschöpfungskette in der IT-Landschaft abgebildet ist.

Erfahrungen zeigen, dass es drei Bereiche gibt, die potenziell darüber entscheiden, ob die notwendige Transparenz erzielt werden kann:

- Kundendaten-Basis
- Service-Ressourcen
- Ersatzteil-Management

Die Kundendaten-Basis

Um Informationen über Kunden im Unternehmen vorzuhalten, ist es oft notwendig, komplexe Zusammenhänge der Vertriebskette zu erfassen und abzubilden. Dies ist besonders dann der Fall, wenn der Vertrieb über mehrere Zwischenhändler erfolgt. Die Informationstransparenz muss zum einen organisatorisch sichergestellt werden (Rücklauf der Informationen über den Endkunden) und zum anderen technologisch durch eine integrative Gesamtlösung, dem Customer Data Hub, der den Austausch der Daten gewährleistet.

Die Service-Ressourcen

Im Service-Fall sind normalerweise Angaben erfasst wie zum Beispiel welcher Service an welchem Ort mit welcher Dringlichkeit und unter Umständen mit welchen Ersatzteilen notwendig ist. Um ein Netzwerk von Service-Ressourcen zu verwalten, ist es über das Service- und Ressourcen-Management hinaus notwendig, Änderungen wie zum Beispiel im Ausbildungsstand der Techniker sowie Basisdaten wie Verfügbarkeit und Auslastung konsolidiert verfügbar zu haben.

Ein Service-Management-System muss daher über die hohen Anforderungen an Erfassung und Verwaltung der eingehenden Service-Anfragen hinaus auch die Registrierung und Pflege der genannten Eigenschaften und Attribute sicherstellen. Darüber hinaus sollten Möglichkeiten des Self-Service umso selbstverständlicher werden, je komplexer das Netzwerk der Service-Leistung wird. Self-Service im weiteren Sinne beinhaltet die Pflege der relevanten Informationen möglichst dezentral, um den Aufwand gering zu halten und den Nutzen der Information möglichst schnell sicherzustellen. Ein klassisches Beispiel ist die Pflege der Profile von Service-Technikern durch diese selbst. So kann die Information über eine Zusatzausbildung gleich bei der nächsten Aufgabenzuweisung sinnvoll genutzt werden.

Das Ersatzteil-Management

In großen Unternehmen reicht das Ersatzteil-Management über die einfache Verfügbarkeitsprüfung hinaus. Die

Erfahrung zeigt, dass zum einen die Optimierung der Logistik immer wichtiger wird, und zum anderen die Auswahl der richtigen Artikel bzw. möglichen Substitute in komplexen Produktwelten den Service-Prozess erschwert. Die Forderung nach schneller Verfügbarkeit vor Ort lässt sich durch eine hierarchische Struktur von verteilten Lagerhaltungen erfüllen. Was jedoch recht einfach klingt, ist in der Praxis sehr komplex. Die erforderliche Lösung muss auch in der Lage sein, virtuelle Zwischenlager oder Transportstrecken zu berücksichtigen, bis hin zu dem Minilager des Servicetechniker-Wagens, in dem besondere Teile vorgehalten sind. Darüber hinaus müssen mit Lager bei Partnern, Distributoren oder Zwischenhändler alle Quellen erfasst sein, um mit Sicherheit zu gewährleisten, dass die Verfügbarkeit für die anstehende Service-Anfrage ganzheitlich geprüft werden kann. Als Grundlage dieser Gesamtübersicht ist neben zentral geführter Produktdaten-Systeme auch eine Integrationslösung zu den verschiedenen Fremdsystemen bei Partnern und Distributoren erforderlich.

Fazit

Sofern die zuvor genannten Anforderungen an den Service-Prozess erfüllt sind, lassen sich die Informationen aus dem Service in das Supply Chain Management integrieren. Damit kann nicht nur die Transparenz für Service-Leistung zur Gesamtbewertung des Produkt-Lebenszyklus herangezogen werden, es entstehen auch ganz neue Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung. So werden Kostentreiber der Produkte rückwirkend analysiert und bei der Neuentwicklung berücksichtigt. Die Transparenz der Service-Aufkommen zeigt zudem den Optimierungsbedarf für regionale Anforderungen in der nächsten Produktentwicklung auf. Damit lassen sich unternehmensrelevante Potenziale nutzen und der Kunden-Service derart verbessern, dass er einen positiven Einfluss auf die Wettbewerbssituation nimmt.

Kontakt:

Georg Eispert
georg.eispert@oracle.com

Collaborative Building Information Management – Visionäre Lösungen für Geschäftstransformation

Autor: Stefan Sack, ORACLE Deutschland GmbH

In den letzten Jahren hat die Bauwirtschaft hohe Investitionen im Bereich der Informationstechnologie getätigt. Dennoch ist der Einsatz von IT-Tools weit weniger fortgeschritten als in vielen anderen Branchen. Grund dafür sind Kultur und Ausbildungsstand der Beschäftigten, aber auch die Grenzen der verfügbaren IT-Lösungen.

Bauportale und kollaborative Informationsplattformen sind bereits seit mehreren Jahren auf dem Markt. Sie konnten aber bisher ihren Business Case nicht belegen, da bei den teilnehmenden Unternehmen die kritische Masse noch nicht erreicht worden ist. In der Bauwirtschaft zeichnet sich eine Tendenz zu Wertschöpfungsgemeinschaften ab, die von einem Generalunternehmer beziehungsweise einem Konsortium geführt werden. Der Leiter dieser Wertschöpfungskette trägt das finanzielle Risiko eines Projekts und sollte daher Eigentümer der gesamten Projektinformationen sein – vergleichbar mit OEMs in der Hightech-beziehungsweise Automobil-Industrie. Dies erleichtert die Analyse und mehrfache Nutzung geistigen Eigentums und mindert letztendlich das Risiko.

Im Gegensatz zu verarbeitenden Branchen müssen in der Bauwirtschaft kollaborative IT-Plattformen weniger strukturierte, sondern in weitaus stärkerem Maße perso-

nenzentrierte Geschäftsprozesse unterstützen. Abgesehen von einigen "Powerusern" arbeiten die meisten Beteiligten auf Baustellen und somit nicht gerade unter idealen klimatischen Bedingungen für IT-Anlagen. Daher gilt eine effiziente und umfassende Informationserfassung als Schlüsselfaktor für den Erfolg künftiger IT-Kollaborationsplattformen.

Informationssysteme bilden ein computergestütztes Modell der Realität ab. Ein solches Modell bringt nur dann



einen Nutzen, wenn es auf präzisen, vor Ort auf Baustellen erfassten Informationen beruht. Konzepte wie das CAD-basierte Information Repository müssen deshalb über die Planungs- und Bauvorbereitungsphase hinaus erweitert werden. Gebäudeinformationen sind täglich zu aktualisieren, um Baufortschritt und neuesten Instandhaltungsstatus anzuzeigen. Die dazu erforderlichen Daten und Informationen müssen von internen und externen Parteien geliefert werden. Probleme, die während der Bauvorbereitungs-, Errichtungs- oder Instandhaltungsphase auftreten, lassen sich damit von allen relevanten Experten weltweit standortunabhängig anhand des gleichen Modells simulieren.

Es wird noch einige Jahre dauern, bis die Collaborative-Building-Information-Management-Plattform als gängige Informationstechnologie in der Bauwirtschaft etabliert sein wird. Die Entwicklung in diese Richtung hat jedoch begonnen, erste visionäre Pionieranwender (Early Adopters) sind gestartet. Im Rahmen von Bauprojekten erstellte Document-Repositories, Portale und 3D-CAD-Lösungen wurden von einigen Unternehmen bereits implementiert.

Collaborative Building Information Management

Fragmentierte Daten, inkompatible Anwendungen, fehlende Automatisierung und unzusammenhängende Geschäftsprozesse sind Herausforderungen in vielen Branchen, in denen Unternehmen heute schneller auf Veränderungen reagieren, engere Verbindungen zu Partnern und Kunden pflegen und mit den bestehenden Ressourcen eine höhere Wertschöpfung erzielen müssen.

Durch die Integration unterschiedlicher Informationsquellen wie Standardanwendungspaketen, Altanwendungen und kundenindividuelle Applikationen sowie den dynamischen Input der Endanwender in eine zentrale Datenbank entsteht ein 'Single Point of Truth' – die Grundlage für präzise Geschäftsentscheidungen (siehe Abbildung 1).

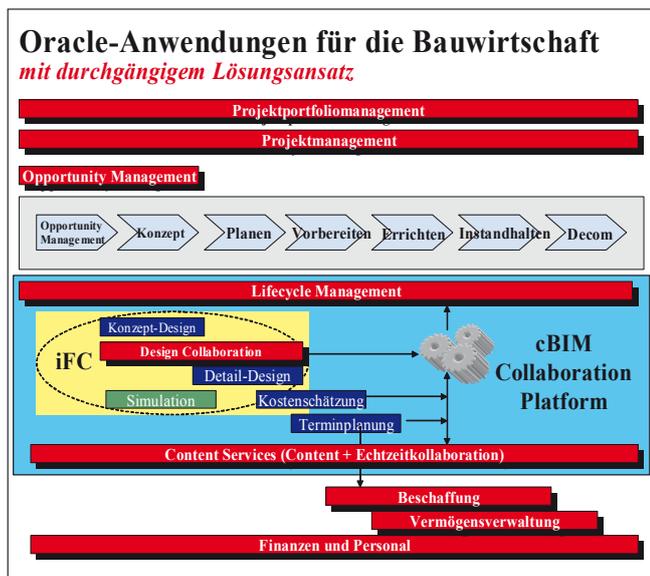


Abbildung 1: Das umfassende Software-Portfolio von Oracle bietet Werkzeuge für eine vollständige, modulare Collaborative-Building-Information-Management-Plattform



Abbildung 2: Konsolidierung mehrerer CAD-Modelle

Kollaborative Design-Reviews und Visualisierung

Sobald Gebäude-Informationen im CAD-System verfügbar sind, werden sie mit dem Branchenstandardformat iFC (IAI) in Oracle cBIM importiert.

Das Oracle Design-Collaboration-Tool visualisiert daraus 3D-Modelle und ermöglicht ihre gemeinsame Nutzung während der Planungs- und Bauphasen des Projekts.

3D-Gebäudemodelle aus unterschiedlichen CAD-Systemen können zusammengeführt werden, um eine Visualisierung eines einheitlichen Facility-Designs zu ermöglichen. So lassen sich beispielsweise mit Graphisoft ArchiCAD erstellte bauliche Elemente (Wände, Böden etc.) und in AutoDesk Architectural DeskTop entworfene Gebäudedienste wie Anlagen zur Heizungs-, Lüftungs- und Klimaregelung (HVAC) in ein einheitliches 3D-Modell integrieren (siehe Beispiel der Firma Max Bögl in Abbildung 2).

Auch mehrere überarbeitete Versionen des gleichen Modells (oder zusammengeführter Modelle) können miteinander verbunden werden, sodass Änderungen zwischen den verschiedenen Modellversionen leicht erkennbar sind. Das spart viel Zeit und Aufwand und stellt auch korrekte Konstruktionsänderungen heraus, ohne dass alle beteiligten Parteien das gleiche CAD-System im Einsatz haben.

Informationen lassen sich effektiv über Internet weltweit zwischen den beteiligten Parteien austauschen. Mit der patentierten Oracle-Streaming-Technologie sind dafür keine großen Bandbreiten notwendig, sodass auch große Modelle effizient visualisiert werden können.

Catalog und Lifecycle Management

Der Oracle cBIM Catalog verwaltet alle Gebäude-Informationen einschließlich geometrischer und deskriptiver Attribute. Er entspricht dem IFC-Standard (International Alliance for Interoperability) für die Definition eines Gebäudemodells (siehe Abbildung 3).

Informationen aus dem im CAD erstellten IFC-Gebäudemodell werden als Strukturen und Attribute in cBIM Catalog abgespeichert. Sie können angereichert und über den gesamten Lebenszyklus des Gebäudes hinweg verwaltet werden. Weitere Daten, die nicht aus den CAD-Systemen

stammen, lassen sich ebenfalls zum cBIM Catalog hinzufügen und dort verwalten.

Im Modul Lifecycle Management sind zudem unterschiedliche Varianten von Gebäude-Informationen ("wie entworfen", "wie gebaut", "wie instand gesetzt" etc.) möglich. Diese Daten lassen sich filtern, um unterschiedliche Ansichten für verschiedene Anwendergruppen anzuzeigen. Das Lifecycle Management bietet darüber hinaus flexible, workflowgetriebene Prozesse zur Unterstützung der Genehmigung und des Änderungsmanagements von Gebäude-Informationen.

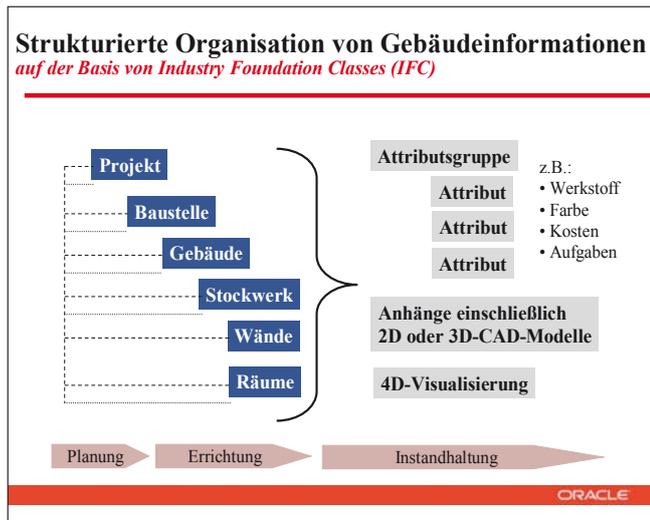


Abbildung 3: Die Katalogisierung von Gebäude-Informationen

Die Funktion Change Management sorgt für die Versionskontrolle der Informationen. Mächtige intelligente Suchfunktionen ermöglichen den Anwendern, passende Informationen sehr schnell zu finden.

Detail-Informationen wie Projektpläne, Budgets, Rechnungen, Tagesprotokolle, CAD-Zeichnungen im 2D- oder 3D-Format können an jede Komponente des Katalogs angehängt werden. In Verbindung mit Content Services stellt der cBIM Building Catalog ein zentrales, einheitliches Project-Information-Repository dar, das einen sicheren Zugriff per Web-Browser gewährleistet.

Oracle Content Services

Content Services verwaltet alle Arten von digitalen Objekten wie Dokumente, Bilder etc. 'Unstrukturierte' Informationen können in einem einzelnen oder auch in einer Reihe projektbezogener Ordner gespeichert werden. Gleiches gilt natürlich auch für 'strukturierte' Daten. Dann werden sie an Komponenten der Gebäudestruktur angehängt. So ist es beispielsweise möglich, eine CAD-Zeichnung für einen Gebäudeteil direkt im BIM Catalog von Lifecycle Management an das relevante Gebäudeelement anzuhängen.

Der Zugriff auf Inhalte ist über den Building Information Management Catalog, Web-Portale oder direkt über Microsoft Windows Clients möglich. Jeder dieser Wege führt zu den gleichen Informationen. Funktionalitäten wie Check-in oder Check-out von Dokumenten, Überarbeitung und Versionskontrolle sowie rollenbasierte Item-Level-Sicherheit sind standardmäßig verfügbar.

Oracle Collaboration Suite

Der Building Information Management Catalog und die Content Services ermöglichen intelligente Erfassung und Verwaltung aller Gebäude-Informationen. Collaboration Services stellt sicher, dass die Anwender auf angemessenem Wege sicheren Zugriff auf Informationen besitzen und die interpersonelle Kommunikation effizienter wird. Dies ist auch eine wesentliche Voraussetzung für die Anwender-Akzeptanz in einem Umfeld wie der Bauwirtschaft. Die Oracle Building Information Management Plattform unterstützt Kommunikationskanäle wie

- E-Mail
- Web-Conferencing
- Instant Messaging
- Chat
- Voice-Mail
- SMS
- Telefax
- mobile Geräte

Darüber hinaus ist selbst innerhalb einer Web-Conference der Zugriff auf komplexe 2D- beziehungsweise 3D-CAD-Modelle per Web-Browser möglich.

Computergestützte Modelle der physischen Welt sind nur so gut wie die Informationen, auf denen sie beruhen. Daher spielen Schnittstellen zu ERP-Systemen, CAD- oder Projektmanagement-Werkzeugen von Drittanbietern sowie die Möglichkeit, Dokumente jeder Art heraufzuladen, eine wesentliche Rolle für eine Lösung auf Unternehmensebene. Die Oracle Fusion Middleware bietet sich für solche Integrationen an.

Beitrag zum Geschäftswert

Kundenanforderungen, die von Generalunternehmern die Übernahme von großer Verantwortung verlangen, führen die Bauwirtschaft in Richtung Total Lifecycle Management mit Szenarien, die Subunternehmer, Dienstleister und Lieferanten über viele Jahre miteinander verbinden. Oracle-Anwendungen und Technologien können diese Veränderungen erleichtern und in der Bauwirtschaft einen Beitrag zum Geschäftswert leisten, indem sie

- zentrale Informationsverwahrung in einem Repository bieten und so die Konsistenz, Qualität und Transparenz der verfügbaren Informationen verbessern
- Werkzeuge zur Beschleunigung der Bauvorbereitungsaktivitäten zur Verfügung stellen und dadurch
 - die Zeit zum positiven Cashflow verringern
 - die Effizienz steigern und nicht wertschöpfende Tätigkeiten reduzieren
 - die Qualität des Informationsaustauschs verbessern, dessen Geschwindigkeit erhöhen und das Informationsgefälle minimieren
 - frühzeitige und häufige Zusammenarbeit mit zweckdienlichen Werkzeugen fördern
- Risikominderung ermöglichen
- zur Reduzierung von Verschwendung und Nacharbeiten beitragen und so die operativen Margen verbessern oder erhalten.

Kontakt:

Stefan Sack
stefan.sack@oracle.com

Kostensenkung und Mehrwert durch Einsatz von Beschaffungsstrategien

Autor: Armin Cibulski, ORACLE Deutschland GmbH

Heutzutage sind Beschaffungsstrategien eine wichtige Komponente des Unternehmenserfolgs. Sie lassen sich mit dem Einsatz modernster Technologien effizienter und kostengünstiger durchführen. Steigende Beschaffungsausgaben erhöhen zudem den Bedarf an Best Practices, um mit adäquaten Entscheidungen dem Kostendruck entgegenzuwirken.

Vor der Festlegung der besten Vorgehensweisen in der Beschaffung müssen zunächst die Kostentreiber identifiziert werden. Das sind alle Elemente in einem Beschaffungsprozess, die wesentlichen Einfluss auf die Gesamtkosten dieses Prozesses haben (Total Cost of Ownership). Erst dann kann man geeignete Strategien und Vorgehensweisen entwickeln, um diese zu minimieren. Parallel dazu lassen sich weitere Bereiche mit Einsparungspotenzial identifizieren.

Die Erarbeitung der Kostenträger setzt ein entsprechend gutes Berichtswesen voraus. Dies ist insbesondere in heterogenen Systemlandschaften selten gegeben oder nur mit sehr hohem Aufwand zu erreichen. Einen guten Startpunkt für die Identifizierung der Kostentreiber stellt die Untersuchung der Lieferantenbeziehungen dar, da hier die meisten Teilaspekte in der Beschaffung ebenfalls eine Rolle spielen. In der Vergangenheit wurden Lieferanten meist ad hoc auf Basis von Kosten (Preisen) und Bedarfszeiten ausgewählt. Dies ist eine sehr kurzfristige Vorgehensweise, da im er-

neuten Bedarfsfall die Bezugsquellenfindung wieder neu ansetzt und keine Erkenntnisse vorliegen, wie gut oder wie schlecht der ausgewählte Lieferant ist. Besser sind Zuschlagserteilungen auf Basis von Preis, Qualität und dem Ziel der langfristigen guten Geschäftsbeziehung. Die Basisdaten für diese Entscheidungskriterien sollten aktuell und zentral abrufbar sein.

Beim Einsatz adäquater Technologien und Werkzeuge ist nicht nur die Funktionsvielfalt entscheidend, auch Faktoren wie Nutzerakzeptanz, Bedienbarkeit und Integration in die bestehende Systemlandschaft spielen eine wichtige Rolle. Neben den Lizenzkosten sollten hier auch zusätzliche Kosten für Implementierung, Integration und Schulungen betrachtet werden, was oft erst in einer späteren Projektphase erfolgt.

Best Practices zu Kernthemen der Beschaffung

Ein wesentlicher Aspekt bei der Entwicklung und Durchsetzung von Best Practices ist die notwendige Unterstützung durch das Top-Management, insbesondere bei der Budgetierung des Projekts. Ist kein oder ein zu geringes Budget vorhanden, ist das Projekt bereits im Vorfeld zum Scheitern verurteilt. Hier gilt es insbesondere, den "internen Verkauf" des Projektes nicht zu unterschätzen. Organisationsübergreifende Beschaffungsprojekte benötigen die interne Unterstützung von Sponsoren. Da Beschaffungsprojekte in der Regel organisationsübergreifend sind, sollte ein abteilungsübergreifender Teamansatz gewählt werden. Nur so können die Anforderungen der unterschiedlichen Organisationseinheiten früh einbezogen

DOAG | SIG's & SID's
Deutsche ORACLE-Anwendergruppe e.V.

Vorankündigung: Treffen der SIG E-Business Suite

Der Rauch beginnt sich zu verziehen - Spannende Zeiten für Anwender der Oracle E-Business Suite



Nachdem sich auf Oracle-Seite der Rauch in der "Schlacht um den Thron im Geschäftssoftware-Markt" etwas verzogen hat, sind nun die Konturen der neuen Oracle Applikationsstrategie deutlicher zu erkennen. Und selbst die sonst so kritischen Analysten prognostizieren einen Erfolg der Oracle Fusion-Strategie!

Zeit für den Anwender, über seine jetzige und zukünftige Oracle E-Business-Strategie nachzudenken. Damit verbunden auch Überlegungen zu service-orientierten Architekturen, neuen Benutzungsoberflächen und innovativen Geschäftsprozessen. Und mit Release 12 steht auch bereits das nächste Release der E-Business Suite – mit zahlreichen Verbesserungen im Finanz- und Supply Chain-Bereich – auf dem Weg zu Fusion vor der Tür.

Spannende Zeiten – ohne Zweifel – und der ideale Hintergrund für einen sicherlich ebenso spannenden SIG Day der Special Interest Group E-Business Suite der Deutschen ORACLE-Anwendergruppe (DOAG e.V.). Er ist für April/Mai 2007 in Frankfurt am Main geplant.

➤ Für aktuelle Informationen zu Termin, Veranstaltungsort und Programm verfolgen Sie bitte die Ankündigungen auf der Website der DOAG unter www.doag.org

Vorankündigung • SIG E-Business Suite • www.doag.org

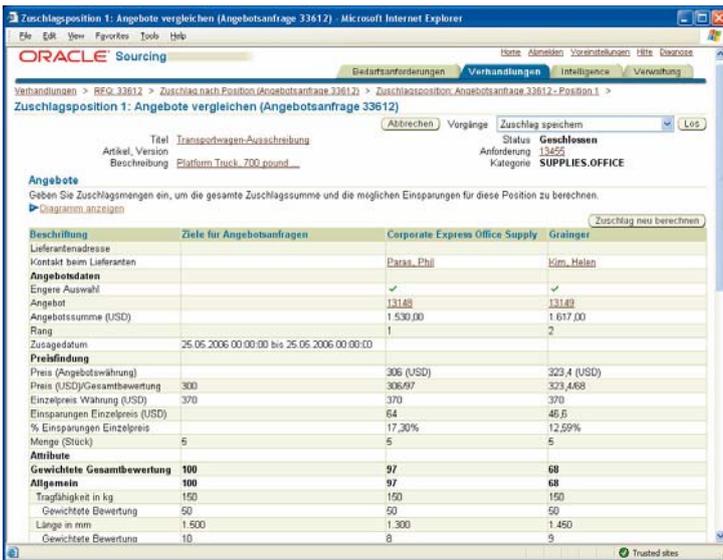


Abbildung 1: Angebotsspiegel in Oracle Sourcing

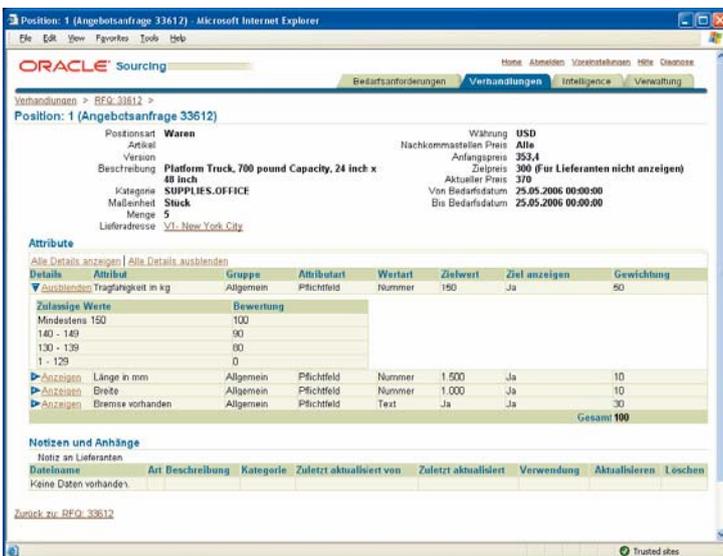


Abbildung 2: Angebotsanfrage in Oracle Sourcing unter Verwendung von gewichteten Attributen

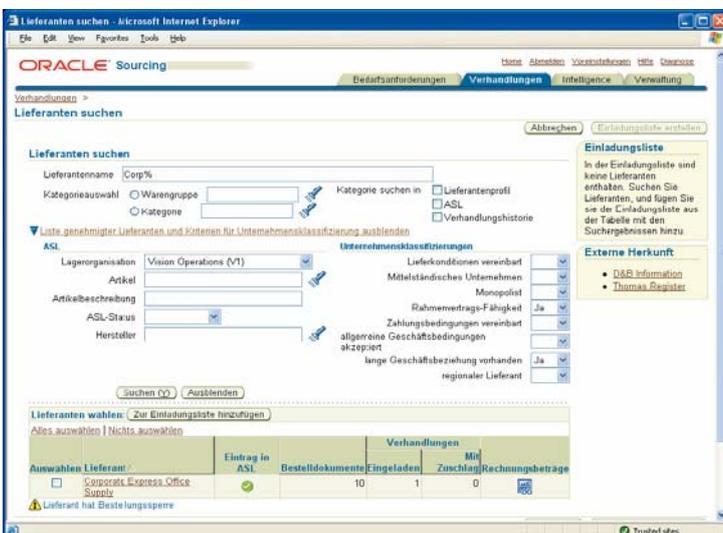


Abbildung 3: Lieferantenauswahl in Oracle Sourcing nach Unternehmensklassifizierungen

werden. Im Hinblick auf Best Practices in der Beschaffung sind folgende Themenbereiche entscheidend:

- Elektronische Ausschreibungen
- Lieferantenzertifizierungen
- Entwicklung von Lieferantenvereinbarungen
- Verwaltung von Lieferantenbeziehungen
- Abwicklung von Einkaufstransaktionen
- Verwaltung der Wareneingänge
- Verwaltung der Kreditoren

Elektronische Ausschreibungen bieten einen strukturierten Weg, Ausschreibungen mit einem Höchstmaß an Wiederverwendbarkeit unter Nutzung von eigens entwickelten Vorlagen durchzuführen. Hierbei ist insbesondere die Vergleichbarkeit der Lieferantengebote – etwa in Form eines Preisspiegels – sehr effizient (siehe Abbildung 1).

Auszuschreibende Produkte und Dienstleistungen sollen so ausgewählt werden, dass sie die geringsten Gesamtkosten und den höchsten Mehrwert bieten. Die Gesamtkosten für Artikel/Dienstleistungen setzen sich aus verschiedenen Preis- und Nichtpreis-Faktoren wie Qualität, Lieferung und Gewährleistungsbedingungen zusammen. Die Modellierung und das Verständnis der Gesamtkosten eines Lieferantengebotes, eines Produkts oder eines Programms sind fundamental beim effektiven Sourcing. Diese Einblicke bestimmen die "wahren" Kosten eines Angebots. Dies ist ebenfalls hilfreich bei der Identifizierung weiteren Ausschreibungspotenzials sowie der Vermeidung nicht Mehrwert bringender Prozesse.

Sourcing-Experten wissen, dass der günstigste Preis nicht immer den Gesamtkosten entspricht. Mit Oracle Sourcing ist es möglich, eine Analyse der niedrigsten Gesamtkosten durch Identifizierung der Kostentreiber und der "versteckten" Kosten durchzuführen. Möglich wird dies unter anderem durch die Verwendung von Multi-Attributen, die gewichtet und bepunktet werden. Dies beinhaltet auch die Verwendung von Preisstaffeln sowie internen und externen Preiselementen. Dadurch sind Beschaffungsexperten in der Lage, den Bezug von strategischen Artikeln und Dienstleistungen effektiv mit dem Lieferanten zu verhandeln. Unterstützt wird dieses Konzept durch die Möglichkeit, Lieferantengebote durch konfigurierbare Bewertungskriterien zu analysieren und somit die Stärken und Schwächen der Lieferantendienste, die die Gesamtkosten für den Bezug bei einem Lieferanten ausmachen, herauszuarbeiten. Gebote können anhand beliebiger Kombinationen von Preisen und vom Einkäufer definierten Bewertungskriterien wie Lieferdatum, Qualität, Zuverlässigkeit und finanzielle Stabilität bewertet werden. Diese Kriterien lassen sich auch als Vorgabelisten definieren und so intern zu einem Bewertungsstandard machen (siehe Abbildung 2).

Bei Entscheidungen, welche Anbieter als zertifizierte Lieferanten ausgewählt werden, sollte man weiterhin berücksichtigen, inwieweit diese Entscheidungen Einfluss auf die Zulieferkette im Unternehmen und auf weitere unternehmensweite Vorgaben hat.

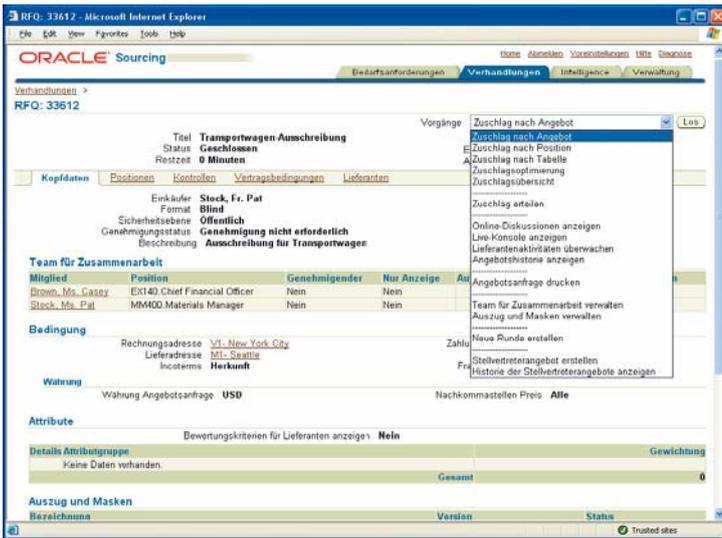


Abbildung 4: Team für Zusammenarbeit in Oracle Sourcing

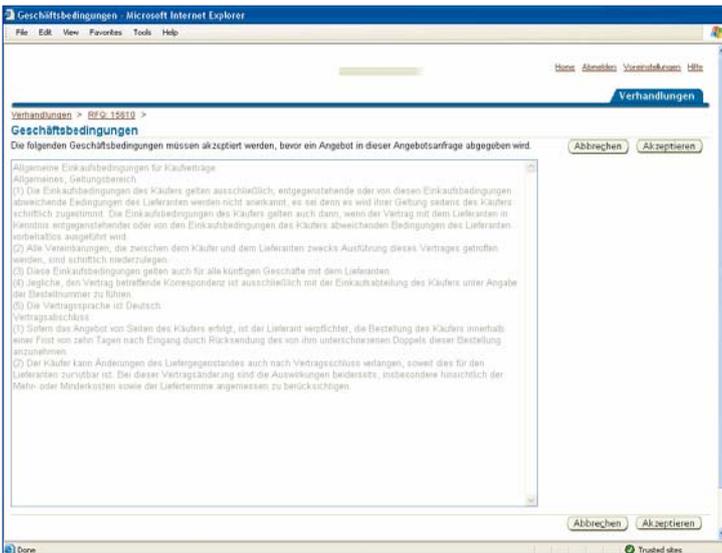


Abbildung 5: Akzeptieren der allgemeinen Einkaufsbedingungen durch den Lieferanten vor Abgabe eines Gebots in Oracle Sourcing



Abbildung 6: Lieferantenbewertung durch Nutzung von Supplier Performance Scorecards

Strategien im Sourcing-Umfeld sollten die Ziele im Sinne von Unternehmens- und Kundenanforderungen ebenso erfüllen wie die Kriterien Gesamtkosten, Mehrwert und Leistung (siehe Abbildung 3).

Die Unterstützung organisationsübergreifender Teams im Sourcing-Umfeld beinhaltet auch die enge Zusammenarbeit mit Lieferanten. Dies kann durch die Nutzung geeigneter Werkzeuge (z. B. eines Lieferantenportals) wie auch entsprechender Technologien (z. B. Chat-Funktionen und Benachrichtigungen) geschehen. Damit können Einkäufer, Mitarbeiter von Fachabteilungen und Lieferanten effizient zusammenarbeiten und ihre Expertisen in das Gesamtergebnis einbringen (siehe Abbildung 4).

Die Möglichkeiten, Ausschreibungen strukturiert und elektronisch durchzuführen, erhöhen die Transparenz und sorgen für den Wettbewerb unter den Anbietern. Daneben lässt sich eingebrachtes Know-how zur Erstellung und Durchführung von Ausschreibungsaktivitäten wieder verwenden. Da die Transaktionen elektronisch erfolgen, sind sie über eingebaute Auswertungsfunktionen entsprechend transparent.

Projektmanagement für komplexe Beschaffungsprojekte

Um vielschichtige Ausschreibungen effizient bearbeiten zu können, müssen Teams einzelne Aufgaben lösen. Oracle Sourcing bietet die Möglichkeit, workflowgestützt Genehmigungen zu initiieren und Aufgaben in Beschaffungsprojekten aufzuteilen und deren Status zu überwachen. Die Durchführung von Ausschreibungen wird meist durch die Verwendung von zusätzlichen Dokumenten begleitet. Dies können Datei-Anhänge sein, die intern im Beschaffungsteam verwendet werden, oder auch erläuternde Dokumente für den Lieferanten. Der Lieferant sollte seinerseits die Möglichkeit haben, seinen Geboten entsprechende zusätzliche Dokumente anzufügen. Ein weiterer Bereich ist die Einbindung eines Vertragswerks. Im Modul Procurement Contracts können neben versionierbaren Vertragstexten auch Vertragsleistungen definiert und deren Status überwacht werden (siehe Abbildung 5).

Wissensmanagement-Prozesse

Oracle Sourcing stellt eine zentrale Sammlung aller beschaffungsrelevanten Informationen zur Verfügung, um die Expertisen einzelner Mitarbeiter im Team zu nutzen. Das Wissen und die Nutzung von Best Practices bleiben so auch nach dem Ende von Sourcing-Aktivitäten oder dem Ausscheiden einzelner Mitarbeiter erhalten. Sourcing-Spezialisten haben somit die Möglichkeit, ihre kategoriespezifische Expertise und die Best Practices zur Wiederverwendung in weiteren Sourcing-Projekten festzuhalten. Wiederverwendbare Verhandlungsstile ermöglichen die Anwendung der unterschiedlichen Verhandlungstypen in Abhängigkeit von den zu beschaffenden Artikeln/Dienstleistungen zur Erzielung des größten Mehrwerts.

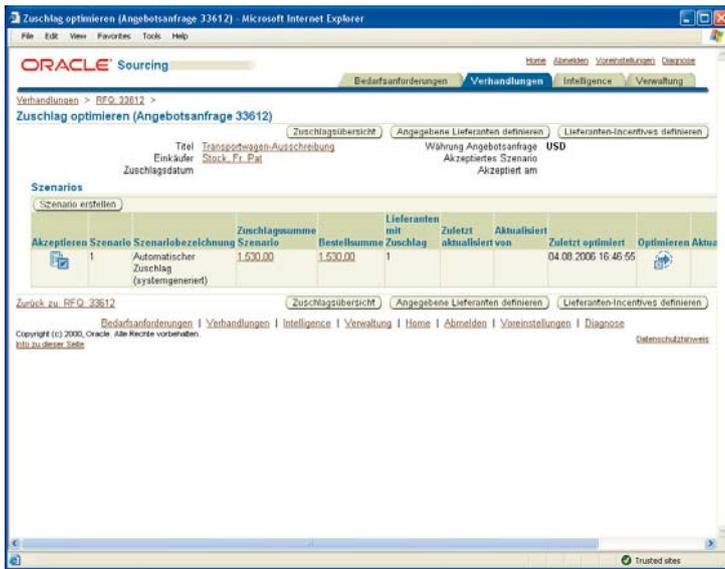


Abbildung 7: Optimierung von Zuschlägen unter Verwendung von Szenarien



Abbildung 8: Lieferantenauswahl auf Basis der Lieferantenhistorie in Oracle Sourcing

Hinzu kommt die Möglichkeit, Analysen zur allgemeinen Beschaffung und spezielle Auswertungen zu Lieferantengebotes und Kostenmodellen durchzuführen sowie Was-/Wenn-Szenarien zu betrachten. Damit können Einkäufer verschiedene Modelle entwickeln und miteinander vergleichen, um optimale Zuschläge zu erteilen (siehe Abbildung 6).

Abwicklung von Online-Verhandlungen

Je mehr Aktionen in einer elektronischen Ausschreibungsplattform durchgeführt wurden, desto größer sind die Anzahl und die Qualität der wieder verwendbaren Vorgehensweisen und Strukturen (Templates, Attributlisten, Vertragsdokumente etc.). Die Durchführung von strukturierten Ausschreibungen ermöglicht allen Beteiligten, zentral auf alle relevanten Informationen zuzugreifen und die besten Erfahrungen in Form von Vorlagen auch anderen Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen. Durch den Einsatz von Online-Werkzeugen werden Einkäufer sofort benachrichtigt, wenn zusätzliche Aktionen notwendig sind. Der Wettbewerb

zwischen den Lieferanten ist so transparent, dass Lieferanten schnell beurteilen können, wie sie ihr Gebot abgeben müssen, um wettbewerbsfähig zu sein. Der Einkäufer kann durch Sichtung des Preis spiegels sofort beurteilen, worin sich die verschiedenen Gebote unterscheiden und wie sie zu bewerten sind. Bestelldokumente können automatisch generiert werden und sind im Modul Einkauf sofort anwendbar. Damit werden die Durchlaufzeiten bei der Durchführung von Verhandlungen und der anschließenden Bestellgenerierung drastisch verkürzt, das Ausschreibungsvolumen kann gesteigert werden und erzielte Einsparungen lassen sich früher realisieren.

Die Sourcing-Dokumente sind konsistent strukturiert dargestellt, um eine schnelle und genaue Analyse der Zuschläge durchführen zu können. Wurden im Unternehmen Spreadsheets zur Modellierung von Kategorien entwickelt, können Preis und Bewertungsdaten von Oracle Sourcing zur Offline-Analyse exportiert werden. Mit flexiblen Zuschlagsregeln und dem konfigurierbaren Bewertungssystem lassen sich favorisierte Lieferanten identifizieren und das beste Preis-/Leistungsverhältnis als Zuschlagskriterium heranziehen. Die konfigurierbaren Zuschlagsregeln können auf die Geschäftsvorgaben zur Zuschlagserteilung angewandt werden, beispielsweise um Zuschläge prozentual zu verteilen, um nicht von einem einzigen Lieferanten abhängig zu sein.

Durch Nutzung der Zuschlagsübersicht erhält das Sourcing-Team eine Gesamtübersicht, anhand derer die vorgeschlagenen Zuschläge ersichtlich sind. Gleichzeitig können parallel dazu Genehmigungswege abgearbeitet werden, um gesetzliche und unternehmerische Vorgaben zu erfüllen (siehe Abbildung 7).

Lieferantenzertifizierungen

Die Auswahl von Lieferanten sollte minimal auf Basis von Qualität, Preis und Liefertreue erfolgen. Weiterführende Möglichkeiten sind das Erstellen von Lieferanten-Scorecards, um die Lieferantenleistung quantitativ und qualitativ überwachen zu können. Lieferantenzertifizierungen setzen ein entsprechend gutes Berichtswesen und integrierte Beschaffungsprozesse mit möglichst wenigen Medienbrüchen voraus. Um entsprechende Transparenz zu schaffen, kann die Lieferantenbewertung durchaus auch mit dem Lieferanten zusammen am Lieferantenstandort erfolgen. Die Lieferantenzertifizierung sollte als zusätzliches Bewertungskriterium auch die logistischen Möglichkeiten (z. B. Lieferungen) beinhalten. Weitere Kriterien können die technischen Möglichkeiten des elektronischen Dokumentenaustauschs (z. B. EDI-Fähigkeit), die Effizienz bei der Auftragsbearbeitung sowie eine Gesamtbeurteilung des Lieferanten über den gesamten Beschaffungsprozess – von der Angebotsanfrage über die Bestellung bis zu Lieferung und Zahlung – sein. Auch Produktlinien, Marktdurchdringung des Lieferantenportfolios sowie Mehrwertdienste sollten einbezogen werden (siehe Abbildung 8).

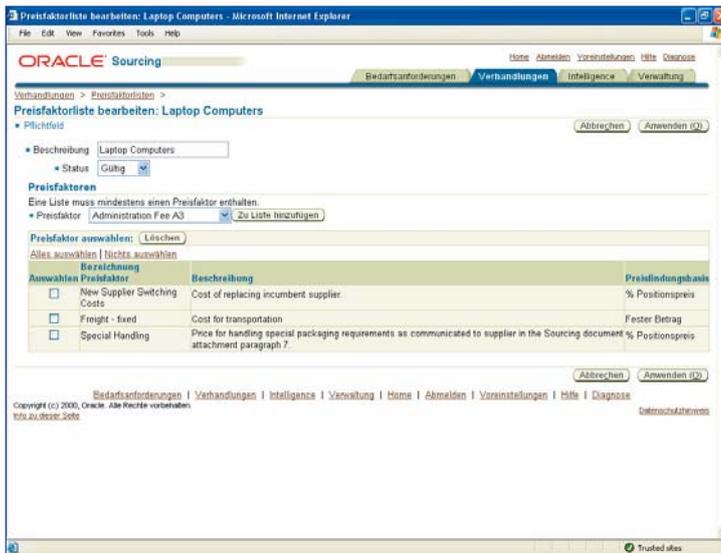


Abbildung 9: Verwendung von Preisfaktoren in Oracle Sourcing



Abbildung 10: Selbstadministration der Lieferanten-Stammdaten durch das Lieferantenportal

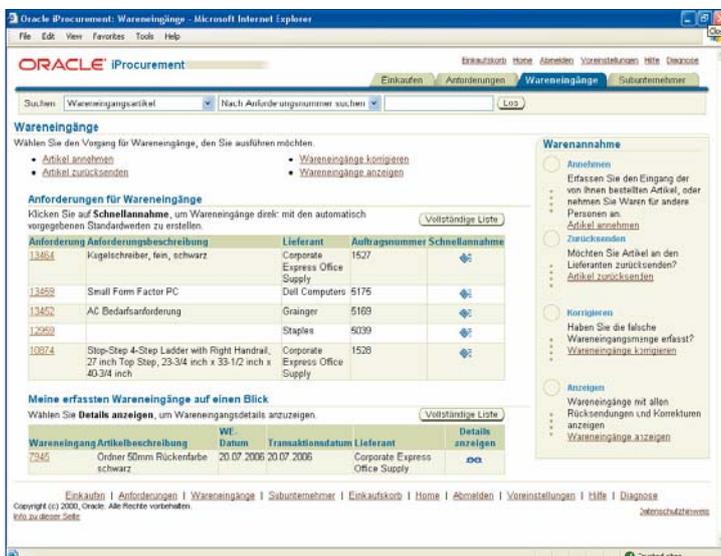


Abbildung 11: Wareneingänge in Oracle iProcurement

Lieferantenvereinbarungen

Normalerweise ist das Erstellen von Ausschreibungen mit viel Papierarbeit verbunden. Dies kann bereits bei kleineren Ausschreibungen schnell unübersichtlich werden. Der Lieferant, der darauf antwortet, muss dies ebenfalls in Papierform tun. Alle Schritte sind sehr ressourcen- und zeitintensiv. Eine geeignetere Vorgehensweise bietet hier die Erstellung formalisierter Ausschreibungskriterien. Diese sind in Oracle Sourcing sowohl formuliert und elektronisch versendet als auch für zukünftige Ausschreibungen wieder verwendbar.

Ziele elektronischer Ausschreibungen können die Deckung eines spontanen Bedarfs sein oder das Etablieren von langfristigen Vereinbarungen zur Entwicklung strategischer Lieferantenbeziehungen. Die elektronische Ausschreibung lässt sich von persönlichen Verhandlungsgesprächen begleiten. Die Erstellung in Oracle Sourcing wird durch eine formelbasierte Preisfindung unterstützt. Dabei werden Preiselemente bei der Gebotskalkulation automatisch angewendet.

Die Entwicklung von Lieferantenvereinbarungen bedingt, dass in den abzuschließenden Verträgen alle relevanten Bedingungen wie Preisstaffeln, Mengen, Servicegrade, Wiederbeschaffungszeiten, Zahlungsbedingungen, Boni, Konventionalstrafen und Bearbeitungsbedingungen festgeschrieben sind.

Die langfristige Partnerschaft mit Lieferanten sollte hierbei nicht nur durch formale Verträge dokumentiert sein, sondern auch durch einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch. Beide Parteien – Einkäufer wie Lieferant – sollten sich jährliche Ziele für Kosteneinsparungen setzen. Wiederkehrende Verhandlungen wie zum Beispiel auslaufende Rahmenverträge können – einmal elektronisch getätigt – jederzeit auf “Knopfdruck” wiederverhandelt werden. Dabei bleibt die Verhandlungshistorie vollständig erhalten (siehe Abbildung 9).

Lieferantenbeziehungen

Die Verwaltung von Lieferantenbeziehungen ist durch vielfältige Maßnahmen unterstützt. Einen wesentlichen Anteil an administrativen Kosten birgt hier die Summe der einzelnen Transaktionen im kreditorischen Bereich. Bei hochvolumigen Verträgen kann die Verwendung von Sammelrechnungen wesentlich zur Kostenreduktion beitragen.

Um Lieferanten ein Gesamtbild der generellen Kundenanforderungen zu geben, ist die Entwicklung einer formalen Firmenpräsentation für die Lieferanten hilfreich. Diese könnte beispielsweise auf einen Lieferantenportal online zur Verfügung stehen. Weitere Aspekte sind die Entwicklung und Dokumentation der Modalitäten für die Anwendung von Konventionalstrafen, die in Ausnahmesituationen zur Anwendung kommen sollen.

Die Verwaltung der Lieferantenhistorie bezieht sich nicht nur auf die Verwaltung der Lieferantenstammdaten, sondern auch auf die Transaktionshistorie. So ist es in Oracle Sourcing möglich, vor der

Einladung eines Lieferanten zur Angebotsabgabe die offenen Rechnungen mit dem Lieferanten einzusehen sowie die Historie bezüglich Ausschreibungen, beispielsweise wie oft der Lieferant bereits eingeladen wurde, wie viele Gebote er abgegeben hat und wie oft ihm der Zuschlag erteilt wurde. Weiterhin können hier auch externe Informationen wie Auszüge aus Dunn & Bradstreet oder Creditreform hinzugezogen werden. Zur Aufrechterhaltung einer guten Lieferantenbeziehung kann es sinnvoll sein, den Lieferanten periodisch über seine Beurteilung zu informieren. Dies sorgt für Transparenz und ermöglicht es, Verbesserungspotenzial schnell zu realisieren. Dieses wiederum bewirkt eine kontinuierliche Verbesserung der Lieferantenprozesse.

Bei der Auswahl strategischer Lieferanten lässt sich die Höhe des auszuhandelnden Vertrags als primäres Auswahlkriterium heranziehen. Weitere Kriterien sind Lieferantenstatus, Qualität, Liefertermintreue etc., die bei Vorliegen einer validen zentralen Datenbasis schnell verfügbar sind. Ist eine Lieferantenbeziehung etabliert, sollte schnell und einheitlich auf vertragsrelevante Aktionen reagiert werden und Lieferanten sollten ihrerseits Verbesserungsvorschläge einbringen können: So werden auf beiden Seiten die Beschaffungsprozesse kontinuierlich verbessert. Dies setzt voraus, dass die Rollenverteilung in der Lieferantenbeziehung möglichst transparent gehalten ist, damit die Ansprechpartner für beide Seiten klar definiert sind (siehe Abbildung 10).

Abwicklung der Einkaufstransaktionen

Die Abwicklung der Einkaufstransaktionen bietet eine breite Palette an Optimierungspotenzialen. Zunächst gilt es, Bestellanforderungen zu Artikeln und Dienstleistungen den Einkäufern zuzuweisen. Dies sollte die spezielle Expertise des jeweiligen Mitarbeiters berücksichtigen. Wesentliche Aufgabe des strategischen Einkaufs ist die Entwicklung von Beschaffungsstrategien und einheitlicher Vorgaben, die dann in ihrer Umsetzung in der Abwicklung der Einkaufstransaktionen angewendet werden. Damit die Erfolge von Beschaffungsstrategien messbar sind, sollte ein Einkaufsinformationssystem zum Austausch von Informationen zwischen zentralen und dezentralen Geschäftseinheiten bestehen.

Um unnötige Folgetransaktionen zu vermeiden, reicht man die Bestelldokumente mit allen Informationen an, die der Lieferant benötigt, um die Bestellung effizient abwickeln zu können. Hierbei bietet sich die elektronische Übertragung der Bestelldokumente an, die beispielsweise um Dateianhänge erweitert wird. Im Oracles Advanced Procurement System ist der Lieferant beispielsweise in der Lage, den Entwurf eines auszuhandelnden Vertrages als PDF-Dokument zu betrachten. Auf die gleiche Art und Weise können auch Ausschreibungsprozesse unterstützt werden.

Ein weiterer Aspekt bei der Abwicklung der Einkaufstransaktionen ist die Erarbeitung von Genehmigungswegen, die in Oracle Applications über eine automatische Workflow-Komponente erfolgt. Diese sorgt für die notwendigen Benachrichtigungen und steuert unter anderem auch die automatische Generierung von Bestelldokumenten. Die Transaktionsabwicklung lässt sich durch die Nutzung eines zentralen Einkäuferportals mit allen relevanten

Beschaffungs- und Steuerungsinformationen wesentlich effizienter gestalten.

Das Ergebnis einer Optimierung der Einkaufstransaktionen ist die weitgehende Automatisierung von geringwertigen Beschaffungstransaktionen, das so genannte "touchless Buying". Hier ist der Einkäufer von nicht wertsteigernden Aktivitäten weitgehend entbunden und strategischer Entscheider im Einkauf. In dieser Rolle besitzt er mehr Verantwortung für globale Vereinbarungen, die eine Strukturierung des Einkaufs im Sinne eines "Shared Service Centers" sinnvoll machen.

Verwaltung der Wareneingänge

Optimierungen ergeben sich durch eine schnelle Datenerfassung bei häufig wiederkehrenden Artikeln. Ist der Wareneingang zentral gesteuert, sollten zentraler Wareneingang und -ausgang örtlich möglichst nahe zusammengelegt sein. Werden bei Wareneingängen die Möglichkeiten des ASN ("Advanced Shipping Notices") über Standardschnittstellen wie EDI, XML oder Lieferantenportal genutzt, ist der Einkauf frühzeitig über zu erwartende Lieferungen informiert (siehe Abbildung 11).

Fazit

Best Practices im Beschaffungsbereich entwickeln sich mit Nutzung der entsprechenden elektronischen Hilfsmittel zunehmend stärker. Erst durch die Einführung strukturierter Vorgehensweisen im Zusammenspiel mit modernen Funktionalitäten einer integrierten und übergreifenden Beschaffungslösung können die besten Vorgehensweisen stets wieder verwendet und einer breiten Anwenderschicht im beschaffenden Unternehmen zur Verfügung gestellt werden. Arbeits- und zeitaufwändige manuelle Tätigkeiten werden damit zunehmend reduziert. Dadurch sind Durchlaufzeiten erheblich minimiert, die Transparenz durch Nutzung neuer Kommunikationsformen für Einkäufer und Lieferanten deutlich erhöht und letztendlich die Gesamtkosten der Beschaffungsprozesse signifikant gesenkt. Angenehmer Nebeneffekt der integrierten Beschaffungslösung ist die benutzerfreundliche Bedienung, die gleichzeitig Akzeptanz und Motivation der Anwender fördert.

Kontakt:

Armin Cibulski
armin.cibulski@oracle.com

INFO

Die zweite Ausgabe der DOAG Business News wird voraussichtlich im Frühjahr 2007 erscheinen. Helfen Sie mit, die DOAG Business News weiterhin informativ und aktuell zu gestalten. Wir brauchen Ihre Artikel und Beiträge zu den verschiedenen Themen der Oracle Business Applications.

Interesse? Wir freuen uns auf Ihre E-Mail an redaktion@doag.org

Energie für die Marketing-Maschine

Autor: Frank Vogt, ORACLE Deutschland GmbH

Durch prozessbasiertes Marketing erreichen Marketing-Abteilungen zwei zentrale Ziele gleichzeitig: effektive Kundenansprache und nachvollziehbaren "Return on Marketing Invest".

Marketing war schon immer ein Fachgebiet für kreative Köpfe; ein Ort, an dem neue Ideen zutage gefördert wurden und üppige Budgets zur Verfügung standen. Diese Organisation ist nun mit der Erwartung konfrontiert, detailliert über Aufwände und die geleisteten Beiträge zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens Rechenschaft abzulegen. Kreativität wird auch in Zukunft eine wesentliche Rolle spielen; doch es ist notwendig, sich darüber hinaus auch Know-how, Prozesse und Hilfsmittel zu eigen zu machen, mit denen sich erzielte Erträge – der Return on Marketing Investment (ROMI) – nachweisen lassen.

Produkte und Preisstrukturen sind komplexer und die Angebotspaletten breiter geworden, während die Produktlebenszyklen geschrumpft sind. Budgets und Margen sind knapper, gleichzeitig hat der Konkurrenzdruck zugenommen. Kunden werden immer vielfältiger, und manchmal setzt sich die Segmentierung bis auf die Einzelpersonen-Ebene fort. Damit Marketing-Experten diese Herausforderungen – komplexere Marktverhältnisse bei verstärktem Erfolgszwang – meistern können, hilft das "prozessbasierte Marketing", eine kundenzentrierte Methodik, die ein betrieblich effektiveres und stärker zielgerichtetes Marketing ermöglicht. Es hilft Marketing-Anbietern, punktgenaue, personalisierte Botschaften an ein Individualpublikum heranzutragen und gleichzeitig den geschäftlichen Erfolg der Aktivitäten mit größtmöglicher Präzision zu messen.

Die prozessbasierte Methodik kommt dem heutigen Trend zu kundenfokussierten Initiativen sehr entgegen. Unternehmen erkennen, dass stabile, dauerhafte Kundenbeziehungen unabdingbar für die langfristige Ertragssicherung sind. Die meisten Marketingorganisationen sind sich dessen zwar bewusst, konzentrieren sich jedoch häufig auf Produkte und Transaktionen. Wichtiger ist jedoch, eine Strategie zu entwickeln, die auf die langfristige Steigerung des Kundenwerts und der Kundensegmente abzielt. Zudem ist es notwendig, die Barrieren zwischen Unternehmens-

Kunden-, Channel- und Produktmarketing zu beseitigen. Heraus kommt ein stark datenintensives und datenorientiertes Marketingkonzept, das eng mit den geschäftlichen Messkriterien des Unternehmens gekoppelt ist. Es sind gut durchdachte Prozesse einzuführen, die nicht nur die internen geschäftlichen Anforderungen erfüllen, sondern auch die Ansprüche der Kunden. In allen Marktsektoren erwarten Käufer heute, dass der Handel maßgeschneiderte Angebote am richtigen Ort zur richtigen Zeit über zeitgemäße Kommunikationskanäle bereitstellt. Sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich kann nur eine prozessbasierte Marketing-Methodik dieses Ziel verwirklichen und mit den sich verändernden Kundenerwartungen Schritt halten. Das Siebel-Konzept für ein prozessbasiertes Marketing definiert vier Schlüsselbereiche zur Gewährleistung einer effektiven Marketing-Tätigkeit: Effektivitätsmessung, einheitliche Zielausrichtung, Prozesse und Systeme sowie Wertschöpfung aus Daten.

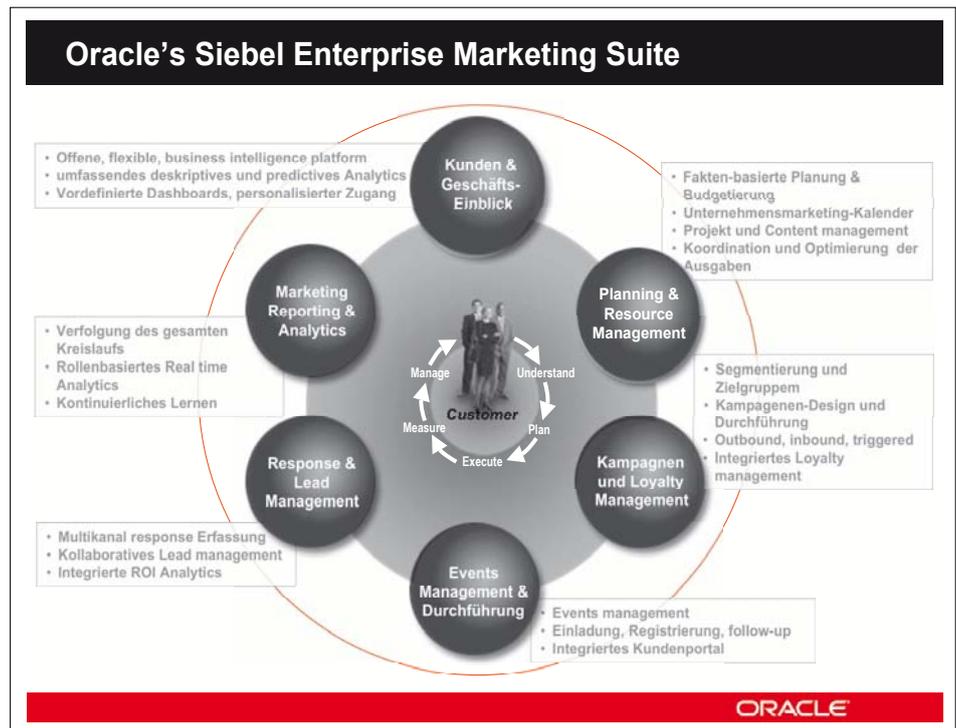


Abbildung 1: Übersicht über Oracle's Siebel Enterprise Marketing Suite

Effektivitätsmessung

Viele Marketing-Experten sind nicht in der Lage, die Effektivität ihrer Ausgaben nachzuprüfen. Sie sind der Auffassung, dass Marketing-Messergebnisse keine verlässlichen Aussagen über die geschäftliche Performanz liefern. Marketing-Initiativen müssen jedoch mit strategischen Prioritäten in Einklang gebracht werden und ihre Kosten rechtfertigen können. So, wie der Erfolg des Vertriebs am generierten Umsatz gemessen wird, muss auch der Erfolg

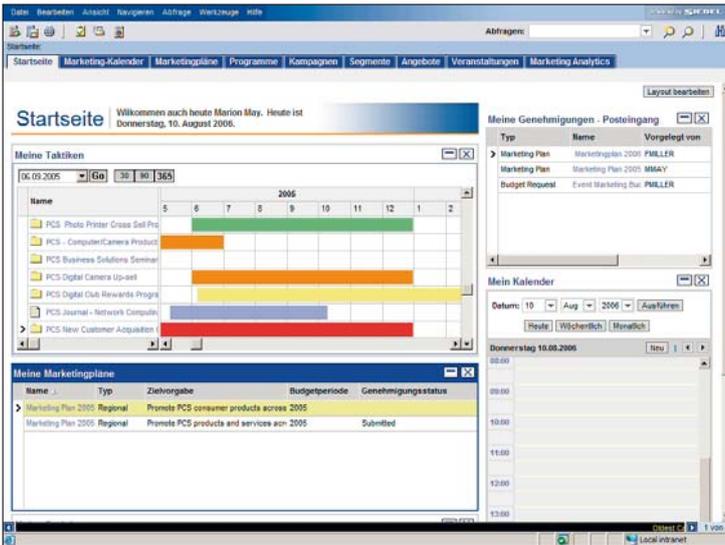


Abbildung 2: Startseite

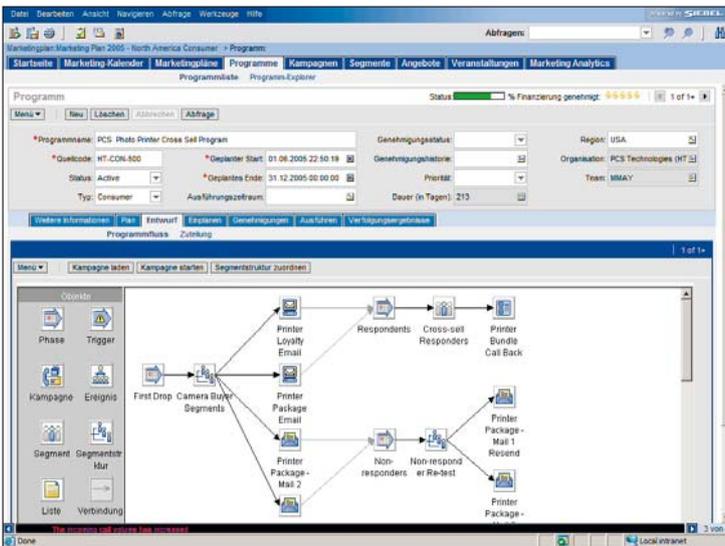


Abbildung 3: Darstellung der Programmliste, Programmexplorer

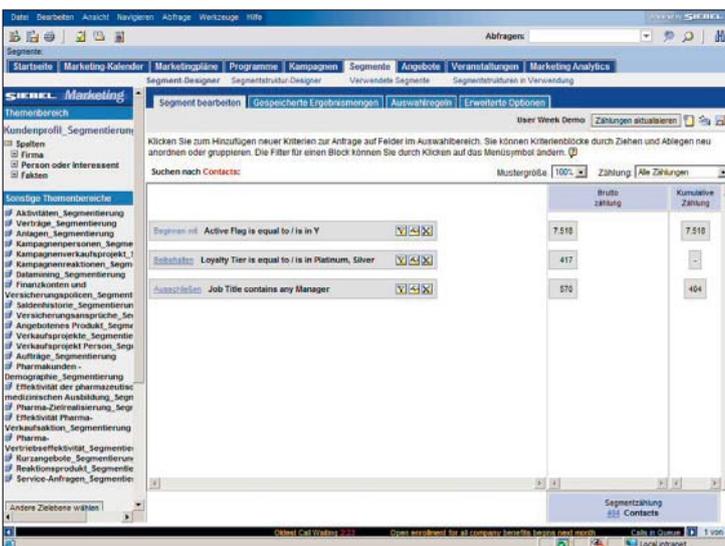


Abbildung 4: Segmente

des Marketings an verschiedenen Messkriterien sichtbar sein – von der Auswertung der Rückläuferquoten über den Pipeline-Aufbau bis hin zum marketingbedingten Umsatz. Das lässt sich nur anhand eines prozessbasierten Modells umsetzen.

Einheitliche Zielausrichtung

Prozessbasiertes Marketing liefert detaillierte und hochspezifische Messergebnisse. Zwar bleibt die Wichtigkeit typischer Kampagnenmesskriterien wie der Prozentanteil der Kunden, die zusätzliche Produkte gekauft haben, oder die Rücklaufquoten unbestritten, doch das Marketing muss darüber hinaus wie jeder andere Unternehmensteil seine Tätigkeit an den gemeinsamen Zielen ausrichten und seinen Erfolg in Bezug auf die gleichen Zielvorgaben vorzeigen können. Um eine einheitliche Zielausrichtung im gesamten Unternehmen durchzusetzen, sind alle Messfunktionen, Zielvorgaben und Anreize zu vereinheitlichen. Dem Marketing-Team kommt innerhalb dieses Gesamtkonzepts die Aufgabe zu, die Marke zu stärken und die Kundenprofitabilität zu maximieren.

Unternehmen haben sicherzustellen, dass das Kommunikationserlebnis des Kunden an allen Interaktionspunkten gleich gut ist und dass alle funktionsübergreifenden Prozesse klaren Regelungs- und Kontrollmechanismen unterliegen. Sind detaillierte Messfunktionen eingeführt und werden die Ergebnisse systematisch mitverfolgt, liefern sie wertvolle Informationen für die Feinabstimmung der Marketing-Aktivitäten. Die Marketing-Abteilung wird dabei an den gleichen Kriterien gemessen wie der Vertrieb.

Prozessübergreifend integrierte Prozesse und Systeme

Um die konsistente Ausrichtung des Marketingbereichs auf die Geschäftsziele des Unternehmens sicherzustellen, muss einerseits für ein einheitliches Marken- und Kundenerlebnis gesorgt und andererseits ein Management-System für funktionsübergreifende Prozesse eingeführt werden. Dieses bietet dem Unternehmen die Gewähr, dass jeder Lead an die richtige Abteilung weitervermittelt und konsequent weiterverfolgt wird – sei es im Call-Center, im Channel oder im Vertriebsteam. Lückenlose integrierte Prozesse dienen dazu, die Identifizierung, Erfassung, Einstufung und Weiterverfolgung jedes Vertriebsprojekts bis zum hoffentlich erfolgreichen Abschluss zu garantieren.

Wertschöpfung aus Daten

In allen Marktsektoren erwarten die Kunden heute, dass maßgeschneiderte Angebote am richtigen Ort zur richtigen Zeit über zeitgemäße Kommunikationskanäle an sie herangetragen werden. Unternehmen müssen in der Lage sein, Veränderungen der Kundenerwartungen vorherzusehen und schnell darauf zu reagieren. Dazu brauchen sie Systeme, mit denen sich aus jeder Kundeninteraktion Daten gewinnen lassen. Diese Informationen sind nicht nur

zu erfassen, sondern durch entsprechende Verwaltungsfunktionen qualitativ aufzubereiten, damit sie wertvolle Erkenntnisse über den Markt und die Kunden erschließen können. Sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich kann nur eine prozessbasierte Marketing-Methodik dieses Ziel verwirklichen und mit den sich verändernden Kundenerwartungen Schritt halten.

Ergebnisse aus der Praxis

Die Erfahrungen von Unternehmen, die diesen Weg verfolgen, sprechen eine klare Sprache. Durch den prozessbasierten Ansatz und die Nutzung der Siebel Marketing Suite zur Unterstützung der Prozesse werden Effizienzsteigerungen wie zum Beispiel bei L'Oreal bis zum Faktor sechs in verschiedenen Schlüsselmetriken erreicht. Das Unternehmen sagt, dass Siebel die beste Lösung sei, die sie kennen, um einen End-to-end Prozess zu erreichen, angefangen von Konsumentenanalyse und Segmentierung über Kampagnenerstellung und Durchführung und bis zur abschließenden Analyse. Zudem sind erhebliche Steigerungen der Kampagnenvolumina erzielt worden. Derzeit führt man mit der Siebel-Lösung 120 Kampagnen in fünf Monaten durch.

Ein weiteres Beispiel ist Hewlett-Packard. Mike Winkler, Chief Marketing Officer von HP, meint: "Wir konnten unsere jährlichen operationalen Marketingausgaben um 15 Prozent senken. In derselben Zeit waren wir in der Lage, die Ausgaben für die eigentliche Werbung zur Marken- und Bedarfsgenerierung zu verdoppeln." Hewlett-Packard setzt die Lösung seit zwei Jahren mit über 3.500 Benutzern weltweit zur Marketingplanung, Durchführung und Analyse ein. Verbesserungen wurden vor allem durch eine umfassende Transparenz erreicht. Es ist schneller klar, was funktioniert

und was nicht. Die Prozesse sind stärker standardisiert und vereinfacht und zudem – wo möglich – automatisiert. Dies führt dazu, dass sich die Marketingmitarbeiter stärker ihren eigentlichen Aufgaben, der kreativen Entwicklung von Ideen und Programmen widmen können. Ein weiterer erheblicher Erfolgsfaktor ist das gesteigerte Selbstbewusstsein der Marketingabteilung: sie ist nun endlich in der Lage, deutlich zu machen, welchen Beitrag sie zum Unternehmenserfolg beiträgt.

Kontakt:

Frank Vogt
frank.vogt@oracle.com

DOAG
Deutsche ORACLE-Anwendergruppe e.V.

Werden Sie DOAG-Mitglied!

Die Mitgliedschaft in der DOAG bietet unter anderem...

- den Bezug der DOAG News und weiterer Fachpublikationen für das Oracle-Umfeld
- den Zugriff auf exklusiv für Mitglieder zugängliche Bereiche z. B. DOAG Community-Portal mit Download-Archiv
- die ermäßigte Teilnahme an Veranstaltungen und Tagungen (z.B. Deutsche ORACLE-Anwenderkonferenz und Deutsche ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz)
- Erfahrungsaustausch in der Oracle-Community
- die Vertretung der Anwenderinteressen gegenüber Oracle auf nationaler und internationaler Ebene

www.doag.org/go/member

Collaborative Business

Autor: Dr. Frank Schönthaler, PROMATIS software GmbH

Mit fortschreitender Globalisierung sprengen Unternehmensprozesse sowohl in punkto Ressourcen-Nutzung als auch bei Standortfragen Unternehmens- und Ländergrenzen, was in der Folge zu virtuellen Organisationen führt. Im Trend liegen Geschäftsprozess-Outsourcing, Offshoring und temporäre Unternehmensverbände mit dem Ziel einer gemeinsamen Wertschöpfung. Der Beitrag setzt sich mit dem Phänomen der stark zunehmenden Kollaboration in der Wirtschaft auseinander und stellt am Beispiel der Oracle E-Business Suite dar, wie moderne Web-basierte Unternehmenssoftware im Collaborative Business eingesetzt werden kann.

Unternehmen sind heute in erster Linie gefordert, die Herausforderungen des globalen Marktes anzunehmen und Produkte zu schaffen, die im globalen Wettbewerb erfolgreich sind. Das reibungslose Zusammenspiel der verteilten Organisationseinheiten mit dem gemeinsamen Ziel einer möglichst effizienten Wertschöpfung wird dabei zum kritischen Erfolgsfaktor.

Kollaborative Geschäftsmodelle

Der Begriff der Kollaboration wurde in der Vergangenheit im deutschen Sprachraum oft fehlgedeutet. Im Kern bedeutet *kollaborieren* einfach nur *mitarbeiten*. Und genau um die Themen Mitarbeit und Zusammenarbeit mit dem Ziel einer gemeinsamen Wertschöpfung geht es in kollaborativen Geschäftsmodellen, die im Folgenden als *Collaborative Business* bezeichnet werden.

Kollaboration wird in der Praxis entlang der gesamten Wertschöpfungskette angewendet. Sie findet nicht nur in

Wirtschaftsunternehmen, sondern auch in der öffentlichen Verwaltung, in Forschungseinrichtungen oder in Verbänden statt. Kollaboration tangiert in allen Fällen viele Interessensgruppen, die den jeweiligen Nutzen auf Basis ihres Werte- und Zielsystems durchaus unterschiedlich beurteilen. Konzentriert man sich nur auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte, ist es einfach, Kennzahlen zu finden, anhand derer sich die Auswirkungen der Kollaboration im Zeitverlauf messen lassen. Daneben bergen Kollaborationen nicht selten Potenziale, deren Erschließung erst mittel- oder langfristig zu positiven Ergebnissen führt. Diese zu erkennen und nutzbar zu machen, erfordert unternehmerischen Sachverstand und eine hohe Innovationskraft.

Web-basierte Unternehmenssoftware

Im Collaborative Business stellt eine umfassende und zeitnahe Informationsversorgung aller Beteiligten den kritischen Erfolgsfaktor dar. In Unternehmen ist heute in vielen Bereichen leistungsfähige betriebswirtschaftliche Anwendungssoftware im Einsatz. Eine erste Lösungsidee ist, diese allen Partnern der Kollaboration zur Verfügung zu stellen, also den Einsatzbereich über Unternehmensgrenzen hinaus zu erweitern. Leider stoßen gerade herkömmliche Unternehmenssoftware-Pakete hier an ihre technischen Grenzen. Gefordert ist eine vollständig Web-basierte Software, die gleichermaßen sowohl im Intranet als auch im Internet betrieben werden kann und dabei höchste Anforderungen hinsichtlich Sicherheit, Bedienungskomfort und Performance erfüllt. Dies gewährleistet eine Serverzentrierte Architektur, in der am Arbeitsplatz lediglich ein konventioneller Web-Browser installiert sein muss. Im Folgenden wird am Beispiel der Oracle E-Business Suite dargestellt, wie moderne Web-basierte Unternehmenssoftware im Collaborative Business eingesetzt werden kann. Hierzu werden exemplarisch verschiedene Konfigurationen betrachtet.

Konzerne und Verbände

Web-basierte Unternehmenssoftware wie die Oracle E-Business Suite ist besonders dann für Collaborative Business prädestiniert, wenn die kollaborierenden und rechtlich selbstständigen Partner sich zu einem Verbund zusammengeschlossen haben, der unter einheitlicher Leitung steht. Dies ist bei Konzernen oder Verbänden der Fall.

Die Einführung der Oracle E-Business Suite in Konzernen ist in den meisten Fällen – und dies vor allem in mittelständisch geprägten Unternehmen – von einem *Process Streamlining* begleitet. Das bedeutet, dass die Prozesse so weit wie möglich vereinheitlicht und gestrafft werden. Unterschiede bleiben nur noch dort, wo sich dies aus rechtlichen oder kulturellen Gründen nicht vermeiden lässt.

Im Rahmen des Customizings, das vor allem aus der Parametrisierung und der Anpassung der Workflows besteht, werden die Prozesse des Konzerns in der Oracle E-Business Suite abgebildet. In Bereichen wie dem Finanz- und Rechnungswesen oder der Produktentwicklung und Planung umspannen die Prozesse in der Regel den gesamten Konzern. Dagegen sind Prozesse im Personalwesen oder in der Fertigung oft nur auf lokaler Ebene eingerichtet. Im Service

oder in Vertrieb und Marketing arbeiten manchmal nur Teile des Konzerns zusammen, oder aber es werden in der Konzernstruktur Kernprozesse für einzelne Produktfamilien gebildet.

Outsourcing von Geschäftsprozessen

Während die Nutzung Web-basierter Unternehmenssoftware in Konzernen und Verbänden sich geradezu aufdrängt, ist dies beim Outsourcing von Leistungen nicht immer der Fall. Es bedarf dort einer klaren Absprache, und es muss festgelegt werden, wer die Verantwortung für die Bereitstellung der Kollaboration-Infrastruktur trägt und wie die Kosten verteilt werden.

Abbildung 1 zeigt anhand eines Outsourcings von Call-Center-Dienstleistungen zwei alternative Modelle zur Nutzung Web-basierter Unternehmenssoftware. Im Fall (a) stellt der Kunde die E-Business-Suite-Infrastruktur zur Verfügung, und der Dienstleister erhält über eine sichere Verbindung und ein Web-Browser-Interface Zugriff auf die Module "TeleSales" und "Interaction Center". Für den Kunden ist dies ein klarer Vorteil, denn er plant die Kampagne mit Oracle Marketing und stellt dann die zur Bearbeitung anstehenden Kontaktdaten direkt in der E-Business Suite zur Verfügung. Zum Zeitpunkt der Durchführung der Kampagne hat er jederzeit und aktuell Einblick in die vom Dienstleister abgearbeiteten Aktivitäten und ihre Ergebnisse. Hierzu nutzt er wieder das Marketing-Modul sowie die Kennzahlen und Online-Analysen der Daily-Business-Intelligence-Komponente Oracle Interaction Center Intelligence.

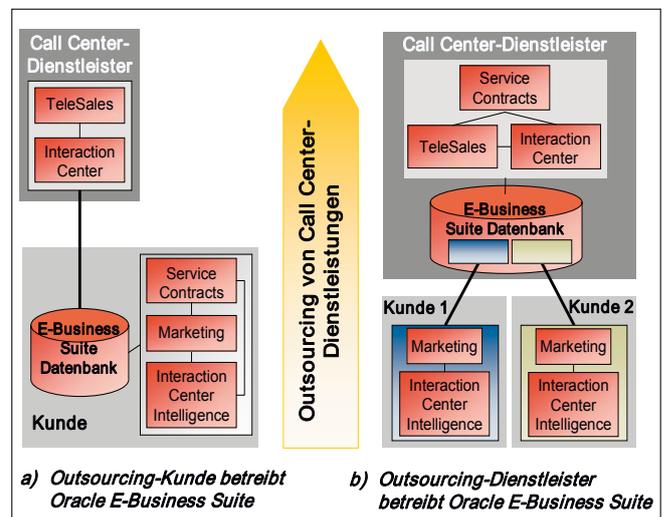


Abbildung 1: Outsourcing von Call-Center-Dienstleistungen

Im Fall (b) wird die Oracle E-Business Suite vom Call-Center-Dienstleister bereitgestellt. Damit aus dem System verschiedene Kunden bedient werden können, sind in der Datenbank getrennte Bereiche reserviert, sodass den Sicherheitsbedürfnissen der Kunden Rechnung getragen wird. Indem den Kunden auch das Marketing-Modul zur Verfügung gestellt ist, kann der Kunde die Kampagnenplanung dort selbst vornehmen, oder sie erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Dienstleister.

In beiden Fällen setzt der Betreiber der Oracle E-Business Suite das Service-Contracts-Modul ein. Es wird

dazu benutzt, die den Services zugrunde liegenden vertraglichen Regelungen in strukturierter Form abzubilden. Service Contracts überwacht diese Regelungen aktiv und stößt dementsprechende Aktionen an, wie eine Rechnungsstellung, die Überprüfung der Leistungen, die Erneuerung oder das Beenden des Vertrags.

Unternehmensübergreifende Leistungsprozesse

Web-basierte Unternehmenssoftware liefert auch in unternehmensübergreifenden Leistungsprozessen wertvolle Dienste. In diesem Fall wird die E-Business Suite vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt, der damit Zugang zu allen im Leistungsprozess anfallenden Daten erhält. Abbildung 2 zeigt ein Beispiel für einen Fertigungsprozess mit drei kollaborierenden Partnern.

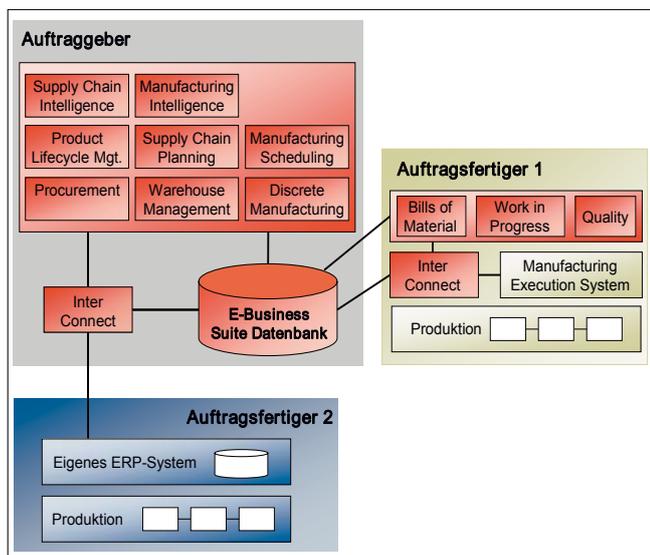


Abbildung 2: Collaborative Production

Auftragsfertiger 1 erhält Zugang zu den Produktdaten und Stücklisten und ist in die Fertigungssteuerung mit eingebunden. Besonders effizient ist diese enge Form der Kopplung, wenn beim Auftragsfertiger ein Manufacturing Execution System (MES) eingesetzt wird, das mit der E-Business Suite kommuniziert. Über eine Oracle InterConnect-Anbindung lassen sich alle für die Fertigungssteuerung relevanten Daten austauschen.

Dem Auftragsfertiger 2 wird kein Zugriff auf die E-Business Suite eingeräumt. Er arbeitet mit seinem eigenen ERP-System, das dann über Oracle InterConnect mit der E-Business Suite gekoppelt ist. Allerdings bieten solche schwach integrierten Collaboration-Infrastrukturen deutlich weniger Transparenz als ein Direktzugang zur E-Business Suite.

Selfservice-Applikationen

Die Web-basierte Unternehmenssoftware im Collaborative Business hat dennoch ihre Grenzen. In der Praxis wird rasch deutlich, dass ihr Einsatz nur dann sinnvoll ist, wenn der Partner bereit ist, strategisch auf die bereitgestellte Software zu setzen: Mitarbeiter müssen ausreichend geschult sein und während der täglichen Arbeit bei Bedarf Zugriff auf einen Helpdesk bzw. eine Hotline haben. Entscheidend ist aber, dass der Partner sich intensiv mit den der Software

zugrunde liegenden Geschäftsprozessen auseinandersetzt und diese in sein Businessmodell integriert. Im Fall der Kollaboration innerhalb einer Konzernstruktur oder eines Verbandes macht das Sinn und bietet oftmals – man denke an das Ziel des Process Streamlining – positive Synergieeffekte.

Bei der Kollaboration außerhalb der Konzernstruktur ist der Nutzen abhängig von der Intensität und Langfristigkeit der Geschäftsbeziehung. Dem Mehrwert des verbesserten Informationsaustauschs der Partner – an dem im Übrigen oft nur der Auftraggeber partizipiert – müssen Setup- und Ausbildungsaufwände gegengerechnet werden, und es muss geklärt werden, ob der Kunde bereit ist, für den Mehrwert zu bezahlen. Solche Überlegungen führen in vielen Fällen zur Ablehnung einer auf Unternehmenssoftware basierenden Kollaborations-Plattform.

Bei der Suche nach Alternativen stößt man auf Web-basierte Selfservice-Applikationen. Diese haben den Vorteil, dass sie aufgrund der Einfachheit der Bedienung keinen oder nur geringen Ausbildungsaufwand erfordern und ganz gezielt auf die Unterstützung externer Partner zugeschnitten sind. Das bedeutet auch, dass der Partner im Gegensatz zur "großen" Unternehmenssoftware nur marginale Veränderungen in seinen Geschäftsprozessen vornehmen muss.

In der E-Business Suite werden Selfservice-Applikationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette angeboten. Sie sind sowohl im Hinblick auf das Datenmodell als auch im Hinblick auf die Prozesse vollständig in die Suite integriert und stellen damit ein ideales Mittel zur Einbindung externer Kollaborationspartner dar.

Jedes Business wird zum Collaborative Business

Durch die fortschreitende Globalisierung, die nicht bei der Wirtschaft Halt macht, sondern in alle Lebensbereiche vordringt und dadurch höchste Anforderungen an die Wettbewerbsfähigkeit stellt, werden sich zukünftig die meisten Unternehmen, Verbände und Organisationen für Kollaboration oder Verschwinden vom Markt entscheiden müssen. Insofern werden geschlossene Geschäftsprozesse und ausschließlich lokal nutzbare Softwarelösungen mehr und mehr der Vergangenheit angehören, und jedes Business entwickelt sich im Wettbewerb zum Collaborative Business. Die Nutzer einer "Collaborative-E-Business-Suite" stehen hier offensichtlich auf der sicheren Seite.

Kontakt:

Dr. Frank Schönthaler
frank.schoenthaler@promatis.de



Das DOAG/Oracle Fusion Applications Project Team

Autor: Wolfgang Scherrer, informArt GmbH

Die Deutsche ORACLE-Anwendergruppe (DOAG) e.V. ist auf internationaler Ebene in mehreren Arbeitsgruppen aktiv, um die Anforderungen und Interessen ihrer Mitglieder innerhalb der global aufgestellten Oracle Corporation zu adressieren. Eine dieser Arbeitsgruppen ist das Product Development Committee (PDC) des IOUC.

Beim IOUC (International Oracle User Council) handelt es sich um den organisatorischen Zusammenschluss der weltweit aktiven Oracle User Groups, unabhängig von der Produktlinie. Das IOUC ist Sprachrohr der Oracle User Community, um direkt mit dem Senior Management und dem Product Development der Oracle Corp. im Hauptsitz in den USA zu kommunizieren.

Eines der IOUC-Mitglieder ist das EOUC (EMEA Oracle User Council). Das EOUC vertritt direkt die Interessen der in der EMEA-Region (Europe, Middle-East, Africa) ansässigen Oracle-Anwendergruppen. Innerhalb der EMEA-Region zählt die DOAG zu den größten und einflussreichsten dieser Anwendergruppen.

Erste Ergebnisse

In ihrer Funktion nimmt die DOAG eine Aufgabe innerhalb der Arbeitsgruppe Oracle Fusion Applications wahr. Um die Anforderungen effizient erfüllen zu können, wurde von der DOAG das Fusion Applications Project Team etabliert. Dieses Team arbeitet auf EOUC- und IOUC-Ebene mit den entsprechenden Teams anderer internationaler Benutzergruppen zusammen. Neben dem persönlichen Kontakt auf Konferenzen und Meetings bilden monatliche Telefon- und Web-Konferenzen in Verbindung mit regem Informationsaustausch per eMail die informelle Infrastruktur der weltweit aktiven Teams.

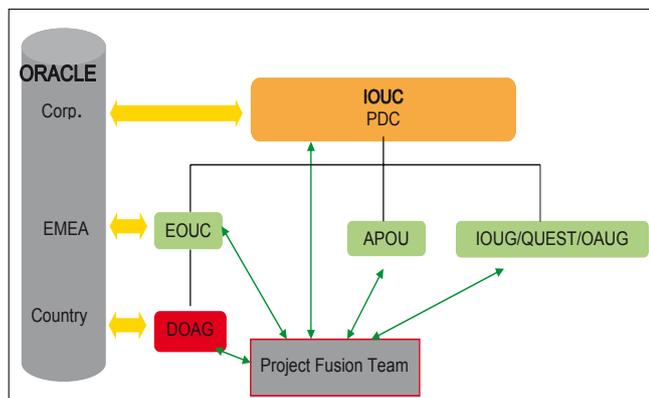


Abbildung 1: Internationale organisatorische Einbindung des Project Fusion Teams

Informationen dazu können unter www.eouc.org auf der Seite "Committees – Product Development Committee" eingesehen werden. Dort gibt es auch einen direkten Link auf die entsprechende Product-Development-Committee-Seite des IOUC (www.iouc.org), auf der Details über die aktuelle Arbeit stehen. Weitere Informationen zu diesem Thema in deutscher Sprache stehen unter www.doag.org/fusion zum Abruf bereit.

Beispiele zu den durch das PDC initiierten bzw. mitgetragenen Initiativen im Fusion-Applications-Project-Umfeld sind:

- *PeopleSoft SQR Scripts*: Die Idee ist, Informationen über kundenspezifische Produktanpassungen von PeopleSoft-Enterprise-Kunden zu sammeln, um diese in die Entwicklung der neuen Fusion Produktlinie einfließen zu lassen.
- *Fusion Applications Communications Profiling*: Mit der Vorstellung von Oracle Fusion Applications und der Strategie von Applications Unlimited sind viele Fragen hinsichtlich des Upgrades aktueller Produktversionen sowie der Weg zu Oracle Fusion Applications entstanden, die es im Sinne der Kunden zu beantworten gilt. Um ein besseres Verständnis der verschiedenen Kundentypen (Profile) und ihrer Roadmaps und Planungsvorgaben zu erhalten, wurde in Zusammenarbeit mit dem PDC eine Umfrage zu diesem Themengebiet erstellt und über die lokalen User Groups an die Kunden adressiert. Das Ergebnis dieser Umfrage soll es Oracle ermöglichen, gezielter auf die Belange der Kunden reagieren zu können und eventuelle offene Fragestellungen früher zu erkennen.

Bei Interesse an weiteren Informationen zu diesen Themen oder an einer aktiven Teilnahme beim DOAG Oracle Fusion Applications Project Team senden Sie bitte eine eMail an die unten genannte Adresse.

Kontakt:

Wolfgang Scherrer
wolfgang.scherrer@doag.org

So erreichen Sie die DOAG:

Alle eMail-Adressen finden Sie unter
www.doag.org/public/doag/adressen

Chancen der Unternehmen auf eine noch bessere Wettbewerbsfähigkeit

Autor: Werner Böckelen, ORACLE Deutschland GmbH

Die handels- und steuerrechtlichen Vorschriften – insbesondere für Kapitalgesellschaften – haben Ende Juni 2006 mit dem Inkrafttreten der 8. EU-Richtlinie, auch kurz EuroSox genannt, eine massive Erweiterung erfahren. Es gilt zwar nach wie vor die Ordnungsmäßigkeit der Buchführung, doch dies allein reicht bei weitem nicht mehr aus.

Compliance und Corporate Governance heißen die neuen Schlüsselwörter, im Deutschen am ehesten mit Gesetzes- und Vorgabentreue beziehungsweise der verantwortlichen wertorientierten und transparenten Führung eines Unternehmens zu übersetzen. Hinter den Begriffen steckt eine ganz neue Dimension eines Steuerungssystems, an das sich das Management eines Unternehmens zwingend halten muss.

Nach den spektakulären Bilanzskandalen von Enron und Worldcom sind im Juli 2002 die Vorschriften des Sarbanes-Oxley Acts, auch kurz SOX genannt, für alle börsennotierten amerikanischen Unternehmen in Kraft getreten. Ziel ist es, das Vertrauen in die publizierten Finanzdaten und die Verantwortlichkeit der Unternehmensführung für klare und nachvollziehbare Strategien, Qualitätssicherungsmaßnahmen sowie Kontrollen besonders der kritischen Unternehmensprozesse sicherzustellen.

nicht nur für börsennotierte Unternehmen, sondern für alle größeren Kapitalgesellschaften gelten. In Deutschland müssen nun im Laufe der nächsten beiden Jahre die EU-Richtlinien in nationales Recht übertragen werden.

EU-weit standardisierte Vorschriften zur Rechnungslegung wurden hierzulande bereits über das BiRiLiG und BilReG schon vor Jahren eingeführt. EuroSox geht entscheidende Schritte weiter: Haftbarkeit und Sorgfaltspflicht des Vorstands für Aktivitäten der Geschäftsführung sind bedeutend erweitert.

Die Rolle der IT

In der Praxis machen Unternehmen bei der Prüfung des Jahresabschlusses Bekanntschaft mit den neuen Regelungen. Neben der Geschäftsleitung zeichnen ein benannter Prüfungsausschuss und der Wirtschaftsprüfer für die Einhaltung der Regeln verantwortlich. Konkret bedeutet das im Rechnungswesen, dass nicht nur die Belege, sondern auch die dahinterstehenden Prozesse zu dokumentieren, zu prüfen und zu kontrollieren sind. Da der Vorstand nun persönlich für die Richtigkeit der Zahlen haftbar ist, steigen die Anforderungen an das Berichtswesen. Sämtliche Zahlen müssen schnell verfügbar und Abweichungen jederzeit bis ins Detail erklärbar sein. Selbst Budgetzahlen, Forecasts und Konsolidierungszahlen sind nachvollziehbar für den Unternehmensausblick darzustellen.

Eine wichtige Rolle bei der konkreten Umsetzung spielt die IT des Unternehmens. Das fängt bei der Sicherstellung eines Disaster- und Recovery-Managements an. Das Datenmaterial muss ordnungsgemäß archiviert und EDV-mäßig auch noch nach Jahren gemäß GdPDU auswertbar sein. Neu hinzu kommt, dass alle Dokumente, die zahlenrelevant sind, entsprechend aufzubewahren und zu archivieren sind, worunter auch der E-Mail-Verkehr fällt.

Kontroll-Mechanismen

Im Rahmen einer IT-Governance sind Kontrollen einzuführen, um Korruption und Missbrauch zu verhindern. Gemeint sind beispielsweise Funktionstrennungen – so kann im Beschaffungsprogramm nicht dieselbe Person einen Lieferanten neu anlegen und gleichzeitig eine neue Bestellung an diesen Lieferanten abgeben. Unternehmensanwendungen müssen automatisiert Autorisierungen, Freigaben, Genehmigungen nach dem Vier-Augen-Prinzip und persönlichen Befugnissen abbilden. Richtig anspruchsvoll wird es nicht nur für die IT, wenn neben nationalen auch internationale Vorgaben Anwendung finden sollen. Es gehört zu den neuen Aufgaben, ein Risikomanagement für das Unternehmen aufzubauen. Dabei sind dann Marktrisiken des Unternehmens, aber auch die eigenen operationellen Prozesse und deren Risiken im Blick zu behalten und laufend zu verbessern.

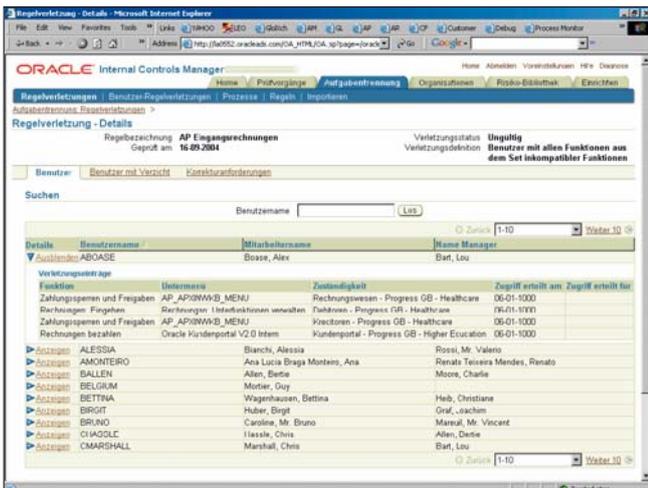


Abbildung 1: Der Internal Controls Manager in Aktion

Für eine Welt des möglichst stabilen globalen Wirtschaftens ist die Einhaltung und Befolgung vergleichbarer Standards eine wesentliche Voraussetzung. In der Europäischen Union wurde daher ein dem Sarbanes-Oxley Act vergleichbares Regelwerk ausgearbeitet. Es ist wenig bekannt, dass im Unterschied zu den USA diese Vorschriften bei uns

Ganz neu sind derartige Anforderungen in den meisten Unternehmen nicht. Eine Innenrevision gibt es meist seit Jahren. Neu ist der Nachweis über die Funktions- und Wirkungsweise dieses so genannten internen Kontrollsystems nach beinahe weltweit einheitlichen Standards.

Weitere Aufgabenstellungen ergeben sich aus der erweiterten Sorgfaltspflicht des Vorstands. Dazu gehört die Etablierung von Maßnahmen und Werkzeugen, damit die ausgewiesenen Unternehmensrichtlinien auch eingehalten werden. Mitarbeiter sind beispielsweise in geeigneter Form über Neuerungen zu informieren und auszubilden. Das bedeutet jedoch auch, dass geeignete Kontrollen die Umsetzung in der Praxis sicherstellen müssen. Im Vordergrund steht der konkret nachvollziehbare Nachweis über die praktische Umsetzung von Unternehmensrichtlinien.

Compliance-Management

Es liegt auf der Hand, dass Anforderungen einen nicht unerheblichen Verwaltungs- und IT-Aufwand im Unternehmen nach sich ziehen. Entscheidend ist, diese Aufgabe gleichzeitig als Chance zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit aufzugreifen.

Typischerweise sind Informationen, Prozesse und deren Abhängigkeiten quer über die ganze Organisation des Unternehmens verteilt. Häufig wird versucht, in Einzelprojekten bestimmte gesetzliche Anforderungen abzudecken. Es fehlt meist die einheitliche Datenbasis, geschweige denn eine abgestimmte Vorgehensweise. Spätestens bei der nächsten Änderung, sei es ein neuer Markt, sei es die neue Organisation, wird eine solche Vorgehensweise zur Kostenfalle.

Erfolgreicher und wettbewerbsfähiger sind solche Unternehmen, die sich frühzeitig für ein unternehmensweit abgestimmtes Compliance-Management entscheiden. Der Ansatz basiert auf einem einheitlichen Konzept und einer standardisierten Vorgehensweise zur Berücksichtigung von Kontrolle und geeigneten Maßnahmen. Alle im Unternehmen verwendeten Prozesse werden einheitlich dokumentiert, Abhängigkeiten festgehalten und notwendige Kontrollen und Schwachpunkte erfasst. Die Auskunftsbereitschaft ist jederzeit gewährleistet. Darin liegt der entscheidende Wettbewerbsvorteil begründet. Einmal unternehmensweit standardisiert, lassen sich selbst umfangreiche Erweiterungen oder Umorganisationen mit vertretbarem Aufwand in die Praxis umsetzen.

Oracle bietet mit seiner Compliance-Architektur ein umfangreiches Lösungsmodell für genau diesen Ansatz. Im Bereich Data-Management setzen viele Unternehmen schon seit Jahren auf den Einsatz der Oracle-Datenbank-Produkte, die einen ausfallsicheren und sehr flexibel handhabbaren Betrieb ermöglichen. Im Bereich Security- und Identity-Management kann ebenso eine sehr leistungsfähige und umfassende Lösung aufgebaut werden. Dabei gilt zu berücksichtigen, dass es nicht nur um Benutzerzugriff und den verbundenen Zugriffsrechten geht. In Zeiten von Web-Services oder Internet-gestützten Selfservices kommen gerade auf die Security ganz andere Qualitäten und Abhängigkeiten zu. Auch für heterogene Systemumgebungen kann Oracle hier entsprechend passende Lösungen umsetzen.

Mit dem Lösungspaket im Oracle Content-Management ist es möglich, alle Arten von elektronischen Dokumenten wie gescannte Rechnungen, Word-Dateien, E-Mails etc. mittels entsprechender Verknüpfungen vorschriftsgemäß zu archivieren und zentral verfügbar zu halten.

Im Bereich der Geschäftsprozesse sind die vollintegrierten Unternehmenssoftware-Produkte von Oracle daraufhin optimiert, Zugriffsrechte, Befugnisse, Genehmigungsprozesse zentral zu steuern, zu überwachen und nachvollziehbar darzustellen. Mit der durchgängigen Verwendung der Standardsprache BPEL lassen sich auch in heterogenen Systemumgebungen Abläufe durchgehend steuern und überwachen.

Eine spezielle Anwendung für den Aufbau eines Compliance-Management ist der Internal Controls Manager. Er stellt einen zentralen Rahmen für die Hinterlegung aller relevanten Fragestellungen und Lösungen und samt gegenwärtigem Status dar. Dokumentation und Änderungen der Geschäftsprozesse sind zentral hinterlegt.

Fazit

An Unternehmen werden nicht zuletzt mit EuroSox erhöhte Anforderungen an Rechnungswesen und Abschlussprüfung gestellt. Es gilt, diese Herausforderung als Chance wahrzunehmen und mit einem geeigneten Compliance-Management frühzeitig einen Wettbewerbsvorteil herauszuarbeiten. Oracle bietet für alle Bereiche geeignete und optimal abgestimmte Lösungspakete.

Kontakt:

Werner Böckelen
werner.boeckelen@oracle.com

Impressum

DOAG Business News ISSN 0936-0360

Herausgeber:
DOAG – Deutsche ORACLE-Anwendergruppe e.V.
Tempelhofer Weg 64
12347 Berlin
Tel.: 07 00 11 - 36 24 38
Fax: 07 00 11 - 36 24 39
E-Mail: office@doag.org

Chefredakteur (VisdP):
Wolfgang Taschner
redaktion@doag.org

Verantwortliches Vorstandsmitglied:
Jörg Hildebrandt
joerg.hildebrandt@doag.org

Druck + Gestaltung:
Parzeller Druck- und
Mediendienstleistungen
GmbH & Co. KG
Internet: www.parzeller.de

Mediadaten und Preise finden
Sie unter:
www.doag.org/public/doagnews

Bankverbindung:
DOAG Dienstleistungen GmbH
Baden-Württembergische Bank AG
Kto.-Nr.: 7 871 514 041
BLZ: 600 501 01
BIC: SOLADEST
IBAN-Nr.:
DE77 6005 0101 7871 5140 41

Die Beiträge in dieser Publikation erscheinen unter der alleinigen Verantwortung der Autoren. Die DOAG – Deutsche ORACLE-Anwendergruppe e.V., ORACLE Deutschland GmbH und die Herausgeber übernehmen keine Verantwortung für die Richtigkeit der Informationen in diesem Heft. Die Artikel stellen die Ansichten der jeweiligen Autoren dar und geben nicht notwendig die Meinung der DOAG wieder.

Der Einzelpreis einer Ausgabe beträgt 10,- Euro. Der Nachdruck von kompletten Artikeln oder Auszügen ist gestattet, wenn die Quelle angegeben und der DOAG ein Belegexemplar zugestellt wird.

Workforce Excellence mit Human Capital Management

Autor: Matthias Feineisen, ORACLE Deutschland GmbH

Bei Personalkosten von teilweise mehr als 60 Prozent innerhalb der gesamten Unternehmenskosten sind führende Unternehmen dazu übergegangen, nicht nur Lippenbekenntnisse abzugeben, sondern ein HR-Modell einzuführen, um Effektivität, Effizienz und Produktivität ihrer Belegschaft zu erhöhen. Dazu sind führende Technologien und Lösungen notwendig.

Die heutige HR-Arbeit stellt sich vielfältigen Herausforderungen auf verschiedensten Ebenen:

- **Kostenreduzierung:** Von HR wird erwartet, Programme so effizient wie möglich zu entwickeln und zu liefern. Und dies bei gleicher oder besserer Qualität und zu niedrigeren Kosten.
- **Anpassung an veränderte Geschäftsbedingungen:** Hier gilt es, eine wachsende Flexibilität der Belegschaft sicherzustellen. Eine erhöhte Reaktionsgeschwindigkeit gilt ebenfalls als ein Hauptziel in führenden Unternehmen.
- **Verbesserte Informationen:** Aufgrund immer kürzerer Antwortzeiten benötigen Führungskräfte zeitnahe und praktisch umsetzbare Informationen, um bessere Geschäftsentscheidungen treffen zu können.
- **Compliance, Sicherheit und Verfügbarkeit:** Die immer globalere Ausrichtung von Unternehmen erfordert die Einhaltung von unterschiedlichen lokalen Gesetzgebungen und Anforderungen. Gerade die letzten Jahre entstanden eine Anzahl neuer Anforderungen wie Sarbanes Oxley oder das Antidiskriminierungsgesetz.

Zusätzlich zu diesen Herausforderungen haben noch weitere Faktoren wie die Alterung der Gesellschaft und eine damit einhergehende sinkende Anzahl an Nachwuchsführungskräften erhebliche Auswirkungen auf die HR-Arbeit in Unternehmen. Diese externen demographischen Faktoren erhöhen den Druck, neue und innovative Prozesse umzusetzen.

Kennzeichen für Workforce Excellence

Die folgenden Merkmale werden einer exzellenten Belegschaft zugeordnet:

1. **Eignung für die Tätigkeit:** Die Personalentwicklung (Lernen, Performance Management) übernimmt die kontinuierliche Ausrichtung der Kompetenzen der Mitarbeiter an den Tätigkeitsanforderungen.
2. **Engagement und Verpflichtung:** Falls ein Mitarbeiter nicht engagiert und motiviert ist, erfüllen die Ergebnisse die gesetzten Erwartungen nicht. Verpflichtung

und Engagement bedeuten nicht Loyalität, sondern die Ausrichtung der Aktivitäten an der Vision und den Zielen des Unternehmens. Hierbei gehören regelmäßige Umfragen, Performance-Überprüfungen und Feedback-Runden zu den Werkzeugen der Personalarbeit.

3. **Flexibilität und Anpassungsfähigkeit:** Viele Unternehmen haben Schwierigkeiten, schnell auf ökonomische und regulative Veränderungen zu reagieren. Unternehmen mit einer exzellenten Belegschaft verfügen über eine tiefe Einsicht in deren Kompetenzen und Qualifikationen und können dadurch Ressourcen schnell auf sich verändernde Bedingungen neu zuweisen. Damit lassen sich in vielen Fällen kostspielige Entlassungen und Wiedereinstellungen vermeiden.
4. **Produktivität:** Unternehmen stellen sich ständig der Frage, wie die Produktivität erhöht werden kann. Exzellente Belegschaften nutzen ihre Fähigkeiten, das Engagement und die Flexibilität zur Erreichung einer höheren Produktivität.

Kernphasen und Treiber von Workforce Excellence

In der Vergangenheit war HR-Arbeit stark auf administrative Prozesse fokussiert. Diese Ausrichtung genügt aber heutigen Anforderungen nicht mehr. Stattdessen sollte HR seinen Fokus auf die Förderung von Workforce Excellence ausrichten.

Workforce Excellence wird nicht durch Zufall erreicht, sondern ist das Resultat aus sorgfältiger Analyse, Planung und gemeinsamer Umsetzung auf allen Unternehmensebenen. Effiziente HR-Prozesse bedeuten nicht unbedingt Workforce Excellence, schaffen aber Freiräume, um Aktivitäten darauf auszurichten.

HR-Funktionen und Prozesse, die Workforce Excellence unterstützen, sind in vier Kernphasen beziehungsweise Treibern gegliedert: Comply, Automate, Measure und Align. Sie existieren in verschiedener Ausprägung in allen Unternehmen:

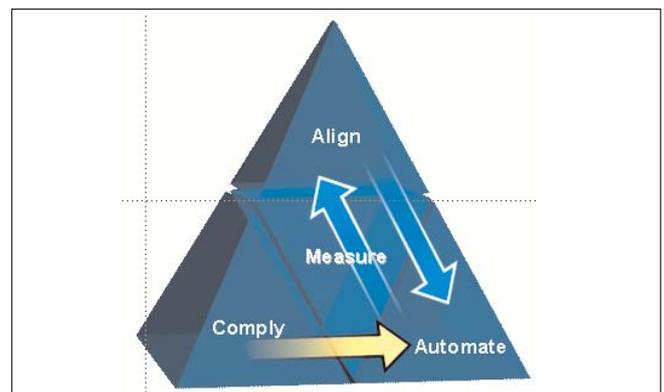


Abbildung 1: Bausteine von Workforce Excellence

Comply: Diese Phase beinhaltet Basisprozesse wie Einstellungen, Versetzungen, die Einhaltung von Gesetzesvorgaben oder die Erstellung erforderlicher Berichte. Solche Prozesse werden zwar oft als selbstverständlich vorausgesetzt, Fehler sind jedoch sehr schnell sichtbar und beeinträchtigen die Glaubwürdigkeit von HR. Fachliche Themen sind die Verwaltung von Stammdaten, Vergütung, Personalabrechnung, Compliance, Zusatzleistungen etc.

Automate: Prozesse können durch Automatisierung beschleunigt und Kosteneinsparungen durch integrierte Self-Service-Prozesse realisiert werden. Fachliche Themen sind Mitarbeiter- und Manager-Self-Service, Shared-Service-Center, Workflow, HR-Outsourcing, Zeitarbeit und der Einkauf von Dienstleistungen. Gerade die Einrichtung von Shared-Services-Center und Verwendung einer modernen Helpdesk-Lösung ermöglicht die beschleunigte Bearbeitung von Personalthemen.

Measure: Effektivität und Effizienz der HR-Arbeit müssen messbar sein. Die Personalabteilung wird dabei zum strategischen Partner im Unternehmen. Vier Kategorien sind zu beachten: Informationsverteilung, Aufbereitung von Kennzahlen, kontextsensitive Daten und Korrelationsanalysen bzw. Modellrechnungen.

Align: Die erforderlichen Skills sind nach den Unternehmenszielen ausgerichtet. HR-Initiativen auf dieser Stufe richten sich beispielsweise auf verbesserte Auswahlprozesse, die klare Kommunikation von Unternehmenszielen, die Förderung von Kompetenzen und Qualifikationen, Perfor-

mance Management und zielorientierte Vergütungsprogramme. Applikationen, die diese Komponenten integriert unterstützen, ermöglichen zusätzliche Kosteneinsparungen.

Fazit

Das eigentliche Ziel von HR-Arbeit ist die Verbesserung von Effizienz, Effektivität und Produktivität der Mitarbeiter. Dennoch können auch administrative Arbeiten nicht vernachlässigt werden, ohne negative Folgen auszulösen. Um das Workforce-Excellence-Modell umzusetzen, sollten Unternehmen den Fokus weg von administrativen Aufgaben hin zu strategischer HR-Arbeit legen. Freiräume können hierbei durch die Automatisierung von Prozessen oder die Einführung von umfangreichen Self-Service-Prozessen geschaffen werden.

Das Erreichen von Workforce Excellence stellt einen kontinuierlichen Umsetzungsprozess dar, und ein Unternehmen wird nie an einem Endpunkt ankommen. Unternehmen, die dieses Modell umsetzen, müssen ständig ihre Prozesse und Vorgehensweisen überprüfen. Die Human Capital Management Lösungen von Oracle unterstützen alle Komponenten einer umfassenden HCM-Strategie und den Weg hin zu Workforce Excellence.

Kontakt:

Matthias Feineisen
matthias.feineisen@oracle.com

Spotlight on Oracle E-Business

Das Real-Time Diagnose Werkzeug für Oracle E-Business Suite Umgebungen.



Spotlight on Oracle E-Business von Quest Software ist ein Monitoring- und Diagnosewerkzeug, das Oracle E-Business Suite nicht nur aus technischer, sondern vor allem aus der geschäftlichen Perspektive betrachtet.

Es wurde VON Applikationsadministratoren FÜR Applikationsadministratoren konzipiert und entwickelt.



Unsere Sponsoringpartner im Rahmen der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz

Autor: Gerhard Andreas Schreiber

Die Deutsche ORACLE-Anwendergruppe (DOAG) e.V. begleitet als bedeutendste Interessenvertretung von Anwendern der Produkte von ORACLE den Prozess der Integration der Nutzer der neu in das Portfolio von Oracle hinzugekommenen Anwendungen. Bereits zum vierten Mal findet in diesem Jahr parallel zur 19. Deutschen ORACLE-Anwenderkonferenz die Deutsche ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz statt.

Die Konferenz bietet ein attraktives, im deutschsprachigen Raum einzigartiges Programm mit Fachvorträgen aus dem Umfeld der Oracle Applikationen. Es wurde in Zusammenarbeit mit den User-Communities von JD Edwards, PeopleSoft und Siebel entwickelt. Spezielle Vortragsstreams

befassen sich mit der Strategie von Oracle sowie den neu hinzugekommenen Produktlinien und der Oracle E-Business Suite. Ferner finden Q&A-Sessions mit dem Management von ORACLE Deutschland, hochkarätige Keynotes und ein attraktives Rahmenprogramm mit Ausstellung statt. Zusätzlich bietet die Konferenz viel Raum für Networking und den Austausch von Erfahrungen aus der Praxis.

Die DOAG legt in diesem Jahr einen besonders hohen Wert auf eine attraktive Preisgestaltung für die Teilnahme an der Konferenz. So stellen die Gebühren für die Teilnahme an der 4. Deutschen ORACLE Business-Software Anwenderkonferenz ein Aktionsangebot dar und belaufen sich auf 250,- Euro zzgl. MwSt. Mitglieder der DOAG zahlen einen reduzierten Preis von 200,- Euro zzgl. MwSt. Unser besonderer Dank gilt den Sponsoringpartnern, ohne die diese attraktive Preisgestaltung nicht möglich gewesen wäre.

Wir danken unseren Sponsoringpartnern, die den Teilnehmern der Konferenz ihr Unternehmen und ihre Produkte im Rahmen einer Ausstellung präsentieren.



InOne Central Europe GmbH ist ein europaweit ausgerichtetes Beratungshaus für JD Edwards Unternehmenslösungen im Mittelstand. Die Leistungen umfassen dabei u.a.

- Planung & Beratung
- verantwortliche Implementierung mit methodischem Projektmanagement
- betriebsfertige Übergabe inklusive der Ausbildung der Benutzer

Weitere Informationen finden Sie unter www.InOne-Europe.de



maihiro GmbH in Ismaning unterstützt als Oracle CRM Beratungs- und Implementierungspartner u. a. KNV, Wincor Nixdorf, Knapp Logistik Automation bei der Gestaltung von CRM Prozessen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.maihiro.com



PROMATIS software GmbH in Ettlingen unterstützt bei der Gestaltung der Geschäfts- und Wissensprozesse und bietet ein umfassendes Leistungsportfolio für die Oracle Technologie- und Applikationsplattform.

Weitere Informationen finden Sie unter www.promatis.de