




Detlef Kubusch
Leiter Oracle CRM
Community

Liebe Leserinnen und Leser,

das Titelbild dieser Ausgabe zeigt eine Szene aus dem Märchen „Hans im Glück“. Dieser Hans hatte als Entlohnung für sieben Jahre gute Arbeit von seinem Dienstherrn einen Batzen Gold bekommen und machte sich damit auf den Weg nach Hause. Da ihn der Goldklumpen nach einiger Zeit schwer auf dem Rücken drückte, tauschte er ihn bei einem des Wegs gekommenen Reiter gegen dessen Pferd ein. Nach einem scharfen Galopp landete er jedoch im Graben und war froh, das Pferd bei einem Bauern gegen dessen Kuh eintauschen zu können. Doch die Freude über den glücklichen Handel währte nicht lange, er stellte sich beim Melken derart ungeschickt an, dass ihm die Kuh mit den Hinterbeinen einen Schlag versetzte. Zum Glück kam in diesem Moment ein Metzger vorbei, der ihm die Kuh gegen ein Schwein eintauschte. Damit traf er auf einen Wandergesellen, der ihm gekonnt eine erfundene Geschichte auftrichtete und dadurch am Ende das Schwein bekam, während Hans dessen Gans blieb. Mit dieser unter dem Arm begegnete er einem Scherenschleifer, der ihm vorrechnete, wie reich er mit diesem Handwerk werden könnte. Somit wechselte die Gans den Besitzer und Hans freute sich über den dafür eingetauschten Wetzstein. Als ihm dieser später in einen Brunnen fiel und versank, rief er aus: „So glücklich wie ich, gibt es keinen Menschen unter der Sonne.“ Er war frei von aller Last.

Im wirklichen Leben sind Kunden jedoch anspruchsvoller und aufgeklärter als unser Hans im Glück. Um Kunden an Angebote eines Unternehmens dauerhaft zu binden, bedarf es laufender und passgenauer Analysen. Optimal ist es, wenn durch die Inhalte der Kommunikation gegebenenfalls Bedarfe erst geweckt werden. Dazu sind ausgefeilte Prognose-Modelle erforderlich, die die Wahrscheinlichkeit von Cross- und Upselling vorhersagen und entsprechend optimierte Angebote vorschlagen. Das klingt einfacher als es in der Tat ist. Technologie und Fachexpertise müssen dafür ineinander greifen. So entsteht Kundenbindung als dauerhafter Kreislauf integriert in die Wertschöpfungskette.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine gelungene Kundenbindungslösung für Ihr Unternehmen.

Ihr 

SELECT Specialist FROM Market WHERE Experience = 'Excellent';

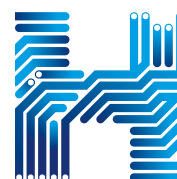
HAYS Recruiting experts
in Information Technology

WIR FINDEN SPEZIALISTEN, DIE DIESE SPRACHE SPRECHEN.

Select Specialist from Market ... Sie können die richtige Auswahl definieren?

Dann sprechen Sie die Sprache unserer Kunden. Denn wer in der IT richtig selektiert, erlangt die entscheidenden Erkenntnisse. Deshalb rekrutieren wir die passenden IT-Experten aus dem Oracle-Umfeld, die Unternehmen voranbringen.

hays.de/it



3 Editorial

5 Von Siebel zu Fusion:
Ein evolutionärer Ansatz
Alexander Doubek,
Riverland Reply GmbH

10 Effektives Vertriebsmanagement
mit Oracle Fusion Applications
Dr. Michael Schmidt-Voigt, ORACLE
Deutschland B.V. & Co. KG

15 Oracle iStore als Vertriebs-
und Informations-Plattform
Martin Gerber, PRIMUS DELPHI GROUP

17 Monitoring, Management und Trouble-
shooting von Siebel-Anwendungen
Jens Zwer, ORACLE Deutschland
B.V. & Co. KG

20 Chancen und Herausforderungen
von CRM SaaS für Banken und
Versicherungen
Erwin Sharp, ORACLE Deutschland
B.V. & Co. KG

24 Integrierte Airline-Planung
mit Oracle Hyperion Planning
Nicole Barth, Air Berlin, und Jan Ahlers,
Deloitte Consulting

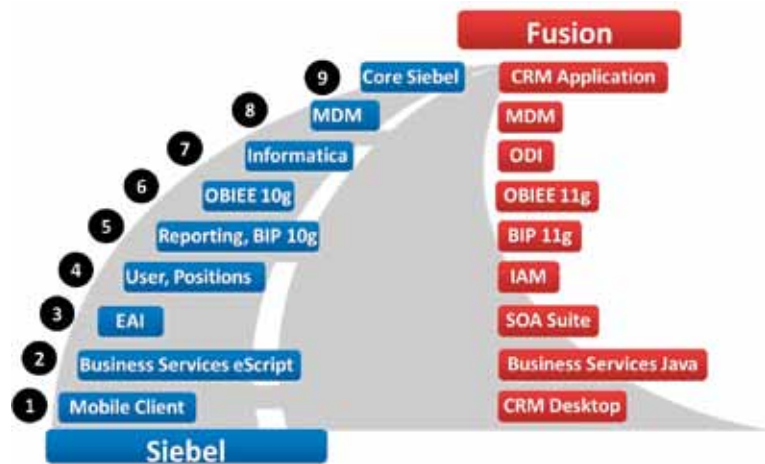
27 Geschäftsprozess-Erstellung durch den
Fachbereich
Markus Grünwald, People at Work
Systems AG

30 Integrierte Entsorgungsprozesse
mit der Oracle E-Business Suite
und Portalen
*Christoph Guhl, Interseroh Dienstleistungs-
GmbH/ALBA Group, und Dr. Thomas Karle,*
PROMATIS software GmbH

34 Aus der Business Solutions Community

9 Inserentenverzeichnis

26 Impressum



Die Roadmap von Siebel nach Fusion Applications, Seite 5



Die Optimierung eines Vertriebsgebiets, Seite 10



Oracle BAM Dashboards bei der Geschäftsprozess-Erstellung, Seite 27

Die Community Days der Business Solutions Community

■ E-Business Suite Community Day
26. Februar 2013

■ Primavera Community Day
15. Mai 2013

Weitere Informationen und
Anmeldung unter
<http://bs.doag.org>

Von Siebel zu Fusion: Ein evolutionärer Ansatz

Alexander Doubek, Riverland Reply GmbH

„Oracle Fusion Applications – The New Standard for Customer Relationship Management“: So bewirbt Oracle sein neues Flaggschiff, die integrierte Applikationsplattform für CRM, und damit den designierten Nachfolger der Oracle-Siebel-Applikation. Wie bei jedem Technologiewechsel stellt sich auch hier die Frage, wie eine existierende Oracle-Siebel-Landschaft mit all ihren Bestandteilen auf Fusion umgestellt werden kann.

In der hier vorgestellten, beispielhaften Roadmap wird ein Weg für diesen Übergang aufgezeigt. Gleichzeitig werden alle wesentlichen Komponenten der neuen Fusion Applikationen wie BI Publisher, OBIEE 11g, SOA und MDM mit ihren Vor- und Nachteilen sowie Abhängigkeiten und Synergien kurz beschrieben.

Ein kurzer Blick zurück:

Siebel 6 mit Zwei-Tier-Architektur

Siebel 2000 wies mit seiner Zwei-Tier-Architektur bereits den Weg in die Zukunft (siehe Abbildung 1):

- **Tier 1**
Der Siebel Fat Client als klassische Datenbank-Anwendung, die Funktionalität und logisches Datenmodell in der Desktop-Anwendung hielt
- **Tier 2**
Die Datenbank, die nur zur Persistierung der Daten benutzt wurde

Der Anwendungsserver zeigt Ansätze der mit Siebel 7 kommenden Drei-Tier-Architektur mit Thin Client und Webserver. Die verschiedenen Ebenen finden sich aber nicht nur in der Topologie, sondern auch im Aufbau der Anwendungen selbst: Oberflächengestaltung, physische und logische Modellierung und Verhalten sind voneinander separiert – die Nähe zum mittlerweile modischen Model-View-Controller-Ansatz ist gegeben. Eine typische Siebel-Enterprise-Anwendung bestand aus folgenden Komponenten:

- **Siebel Fat Client**
Siebel Dedicated Client als Desktop-Pro-

gramm mit logischer Ebene; eine mobile Anwendung ist möglich

- **Siebel Application Server (ergänzend zum Fat Client)**
Enthält zentrale Komponenten wie Assignment und Communication Management, Workflows sowie EIM und stellt Schnittstellen bereit
- **Siebel Gateway Server**
Zentrales Repository aller in einem Siebel-System verfügbaren Komponenten inklusive Nameserver-Service für die verfügbaren Siebel-Server
- **Siebel File System**
Von den Fat Clients und dem Siebel-Server genutztes Netzlaufwerk zur Dateiablage und -verwaltung
- **Actuate**
OEM-Reporting-Lösung für Siebel; als mobile Lösung verfügbar, durch den Actuate-Report-Server auch für zeitverzerrtes Reporting
- **Oracle-Datenbank**
Zentraler Persistenz-Layer, jedoch ohne Business-Logik

Siebel 7 mit Drei-Tier-Architektur

Mit der Einführung von Siebel 7 wurde die Zwei-Tier-Architektur durch die – bis heute bestehende – Drei-Tier-Architektur abgelöst (siehe Abbildung 2). Der Siebel Application Server rückt in den Mittelpunkt, der Fat Client wird durch eine Server-Komponente mit Browser-Interface abgelöst:

- **Siebel Application Server**
Anstelle des Fat Client stellt nun ein Objekt-Manager zusammen mit dem Webserver die Business-Logik, das Datenmodell sowie das User-Interface (UI) bereit.

Je nach Aufgabe kommen UI, EAI oder Workflow-Objekt-Manager zum Einsatz. „Objects“ (Geschäftsobjekte) sind beispielsweise Firma, Kunde oder Produkt. Ergänzend kommen weitere Server-Komponenten wie der Communication Manager zum Einsatz.

- **Webserver**
Bildet die Brücke zwischen User-Interface (Browser) und Application Server und reichert die vom Objekt-Manager erzeugten HTML mit statischen Komponenten wie Images und Browser-Skripten an
- **Siebel Clients – IE – ActiveX**
Active-X-Internet-Explorer-Plug-ins, die im Browser (lange vor HTML5) Funktionalitäten wie „Drag & Drop“-Datei-Upload oder Kalenderansichten ermöglichen
- **Oracle-Datenbank**
Zentraler Persistenz-Layer, weiterhin ohne Business-Logik
- **Actuate**
Dient der Anzeige beziehungsweise dem Download der Reports
- **Oracle Business Intelligence (BI)**
Mit dem jetzt neu eingeführten BI werden die im Data Warehouse (DWH) ge-



Abbildung 1: Siebel 6 Zwei-Tier-Architektur

speicherten Daten für den Nutzer sichtbar gemacht. Oracle BI besteht aus folgenden Kernkomponenten:

- **OBIEE/Oracle BI-Server**
Enthält die Business-Logik für die Auswertungen und verwaltet damit die Metadaten. Diese werden in physikalische Metadaten (Datenbank), logische Metadaten (Geschäftslogik) und Präsentationsdaten (Anwendung) unterschieden und sind alle im Repository abgelegt. Ferner werden berechnete beziehungsweise abgeleitete Felder erzeugt und zur Verfügung gestellt sowie Datenbank-Spalten zur Benutzeroberfläche des OBIEE durchgeleitet.
- **Informatica**
Über OEM in Oracle BI integriertes Fremdprodukt zur logischen Verknüpfung von Quell- und Zieltabellen („Mapping“)
- **Oracle Data Warehouse Administration Console (DAC)**
Dient der Steuerung von Informatica und damit der Automatisierung und dem Management des gesamten ETL-Prozesses

Der finale Stand: Siebel 8

Mit der Version 8, dem ersten Major-Release unter Oracle-Flagge, kommt die Entwicklung des Siebel-Systems an einen Wendepunkt. Zwar kommen neue interne Komponenten hinzu wie der Siebel-

Communication-Server (dient explizit der Überwachung und Bereitstellung der Ressourcen für CTI, E-Mail, Fax etc.) sowie der Oracle BI Publisher (pixelgenaue Gestaltung von Reports), alte „Bekannte“ wie „Actuate“ werden „ausgephast“, und Siebel wird mehr und mehr mit Produkten aus dem Oracle-Portfolio wie Oracle Policy Automation (OPA) ergänzt. Grundlegende technische Neuerungen sind in Siebel 8 jedoch nicht enthalten.

The next big thing: Fusion Applications

Seit der Oracle OpenWorld 2011 verfügbar und heute bei über 200 Kunden – wenn auch meist in einer Cloud-Installation in Verwendung – stellen die Fusion Applications den nächsten großen Entwicklungsschritt dar. Die Lösung vereint die besten Ideen aller im Oracle-Portfolio vorhandenen Applikationen in einer Applikationsfamilie auf einem einheitlichen Technologie-Stack. Somit wird ein homogeneres, redundanzfreieres und damit weniger komplexes System geschaffen.

Am deutlichsten wird das im Bereich „Master Data Management“ (MDM). Stand heute hat Oracle für alle Varianten des MDM eine sehr gute Lösung im Portfolio: für Kunden den Siebel-basierten Universal Customer Master (UCM) und für Produkte den auf Peoplesoft basierenden Produkt-Hub. Alle diese MDM-Funktionalitäten werden jetzt auf der einheitlichen Fusion-Plattform als „Fusion MDM“ angeboten.

Die Roadmap to Fusion Applications

Viele Anwender haben sicherlich noch die Migration von Siebel 6 nach Siebel 7 mit dem großen Architektur-Wechsel schmerzhaft in Erinnerung. Somit stellt sich jetzt die Frage: „Wie kann ein ähnlich starker Technologiewechsel weniger aufwändig vollzogen werden?“

Nachfolgend ist eine Roadmap aufgezeigt, die den Wechsel in vielen kleinen Schritten, quasi evolutionär vollzieht. Dabei werden die einzelnen Siebel-Komponenten und die ihnen entsprechenden Fusion-Module einander gegenübergestellt. Abbildung 3 zeigt eine Übersicht, die diesen Übergang verdeutlicht.

Mobile Client: Der CRM-Desktop

Der CRM-Desktop ist ein Add-on für Microsoft Outlook, das die Bearbeitung von Daten direkt in Outlook ermöglicht. Hierzu werden spezielle Masken („Forms“) bereitgestellt. Für eine Offline-Nutzung ist ein Teil der Siebel-Daten innerhalb der Outlook-Datenbank gespeichert (siehe Tabelle 1).

Business Services

Business Services dienen der Kapselung bestimmter Funktionalitäten in der Siebel-Anwendung. Sie erlauben die Vereinheitlichung und Wiederverwendung wiederkehrender Funktionsaufrufe. Sie können in eScript und Java umgesetzt werden (siehe Tabelle 1).

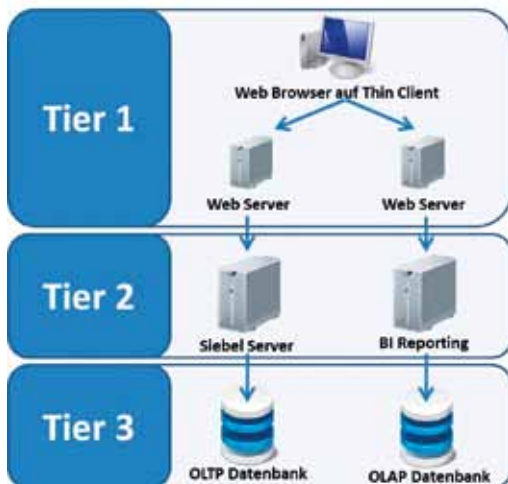


Abbildung 2: Siebel 7 Drei-Tier-Architektur

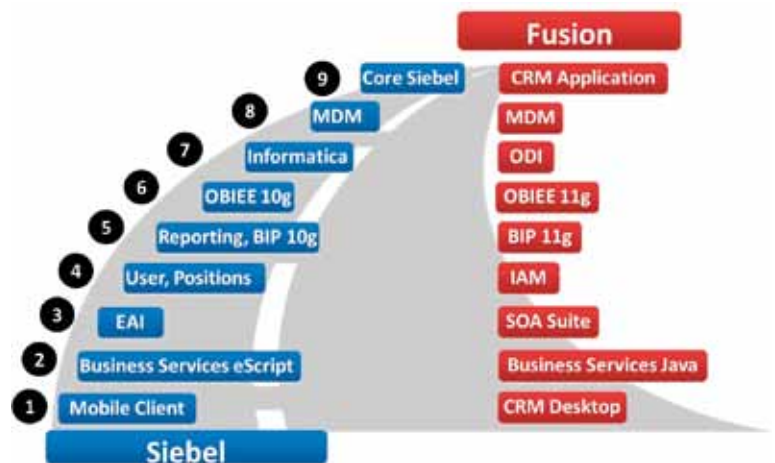


Abbildung 3: Fusion Roadmap

Vor- (+) und Nachteile (-)			
	CRM-Desktop	Business Services	Siebel EAI
Architektur	(++) Add-on für das meist schon vorhandene Outlook. Baut auf der Exchange-Infrastruktur auf, kann die vollständige Remote-Infrastruktur von Siebel ablösen (+) Nutzerfreundliche, vollständige Einbindung in Outlook. Keine Änderung der Oberfläche bei Einsatz von Fusion CRM als Backend, somit keine neuen Trainingsaufwände (+-) Bei der Verwendung von FUSION CRM müssen Anpassungen an das veränderte Datenmodell vorgenommen werden (-) Sinnvoll nur für Sales-Anwender nutzbar, trotz Erweiterungsmöglichkeiten auf Main Objects beschränkt	(+) Business-Logik kann schon in Java erstellt und später in Teilen in FUSION CRM wieder verwendet werden	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Bleibt auch innerhalb von Fusion erhalten (+) Offene Standards (BPEL) (+) Zeitgemäße Entwicklungsumgebung
Lizenzen	(+) Gegebenenfalls „Like to Like“-Migration möglich	(+) Teil der Siebel-Standard-Lizenz	(-) SOA-Lizenzen notwendig
Betrieb	(-) Aufbau von neuem Betriebs-Know-how für Fusion CRM notwendig	(+) Nur neue Skills im Bereich „Troubleshooting“ notwendig	(+) Neue Skills in den Bereichen „Troubleshooting“ und „WebLogic-Betrieb“ notwendig
Entwicklung	(-) Aufbau von neuem Entwicklungs-Know-how notwendig	(+) Aufbau von Java-Entwicklungs-Know-how möglich, das später auch für Fusion erforderlich ist	(+) Aufbau von Java-, BPEL-, JDeveloper- und Entwicklungs- Know-how möglich, das später auch für Fusion erforderlich ist
Hardware	(+) keine Auswirkungen	(+) keine Auswirkungen	(-) Neue Hardware notwendig. Der WebLogic Server lässt sich aufgrund seines Ressourcen-Bedarfs nur schwer zusätzlich auf vorhandener Siebel-Hardware verwenden

Tabelle 1: CRM-Desktop, Business Services, Siebel EAI

Siebel EAI: die Oracle SOA Suite

Siebel EAI ermöglicht die Integration von Siebel in eine heterogene Umgebung und damit die Unterstützung systemübergreifender Prozesse. Integriert werden können Daten, Anwendungen und Funktionalitäten. Physische und logische Schnittstellen in Standardformaten (wie http, SOAP, XML etc.) können für abgehende und ankommende Kommunikation genutzt werden. Siebelseitig werden diese über proprietäre Web Services, Data Mappings und Workflowfunktionen abgewickelt.

Im Gegensatz zu diesen nicht mehr 100-prozentig aktuellen Technologien baut die Oracle SOA Suite die Grundlagen des WebLogic Servers mit Funktionen zur Erstellung Service-orientierter Architekturen

aus. Hierzu gehört neben einer Rules Engine, dem Business Activity Monitoring und einem Messaging Bus (OSB) auch ein mächtiger BPEL Process Manager mit fertigen Adaptern zu Standard-Protokollen/-Technologien. All dies kann mit dem umfangreichen JDeveloper oder Eclipse entwickelt werden (siehe Tabelle 1).

Siebel-User-Verwaltung: das Oracle Identity und Access Management (IAM)

Die Verwaltung von Benutzern zielt in verschiedene Richtungen. Zum einen wird mittels eines Rollen- und Rechtemodells der Zugriff des Benutzers auf Daten und Funktionalitäten gesteuert. Zum anderen regelt sie den Zugriff auf die Anwendung generell (Authentifizierung). Siebel stellt hierzu ei-

gene Mechanismen zur Verfügung, unterstützt aber auch externe Verzeichnisdienste wie ADSI (Active Directory) und LDAP sowie Single-Sign-on-Lösungen.

Das neue Oracle Identity und Access Management bietet hier innerhalb der Anwendung Automatisierungsmöglichkeiten bei der Vergabe von Rollen und Rechten sowie beim Access-/Passwortmanagement und unterstützt gleichzeitig die Bereitstellung und Administration standardisierter Benutzerkonten (siehe Tabelle 2).

BIP Version 10g und 11g

Der Oracle BI Publisher ist auch schon in der Version 10g eine Java-basierte Lösung, die aber noch mit einem eigenen Applikations-Server (OC4J) ausgeliefert wird. Der

Vor- (+) und Nachteile (-)			
	Identity und Access Management	BI Publisher	OBIEE
Architektur	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Bleibt auch innerhalb von Fusion erhalten (+) Offene Standards (BPEL) (+) Zeitgemäße Entwicklungsumgebung	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Bleibt auch innerhalb von Fusion erhalten (+) Sehr mächtige, dynamische Reporting-Lösung (+) Online-Entwicklungsumgebung	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Bleibt auch innerhalb von Fusion Apps erhalten
Lizenzen	(-) OAM-Lizenzen notwendig	(+), „Like to Like“-Migration	(-), „Like to Like“-Migration
Betrieb	(-) Neue Skills in den Bereichen „Troubleshooting“, „OAM“ und „WebLogic-Betrieb“ notwendig (+) Einarbeitung in die Fusion-Administrations-Prozesse	(-) Neue Skills in den Bereichen „Troubleshooting“, „BIP“ und „WebLogic-Betrieb“ notwendig (+) Einarbeitung in die Fusion-Administrations-Prozesse	(-) Neue Skills im Bereich „Troubleshooting“, „OBI“ und „WebLogic-Betrieb“ notwendig (+) Einarbeitung in die Fusion-Administrations-Prozesse
Entwicklung	(+/-) Nach der Installation und dem Setup keine weitere Entwicklung erforderlich	(-) Neue Skills bei der Report-Erstellung notwendig (+) Einarbeitung in Fusion Reporting	(+) Keine grundlegenden Veränderungen im Vergleich zu 10g
Hardware	(-) Neue Hardware notwendig. Der WebLogic Server lässt sich aufgrund seines Ressourcen-Bedarfs nur schwer zusätzlich auf vorhandener Siebel-Hardware verwenden	(-) Neue Hardware notwendig. Der WebLogic Server lässt sich aufgrund seines Ressourcen-Bedarfs nur schwer zusätzlich auf vorhandener Siebel-Hardware verwenden	(+) Keine grundlegenden Veränderungen im Vergleich zu 10g

Tabelle 2: Identity und Access Management, BI Publisher, OBIEE

Vor- (+) und Nachteile (-)		
	Oracle Data Integrator	Fusion MDM
Architektur	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Bleibt auch innerhalb von Fusion Apps erhalten (+) Teil der SOA Suite und Kern-Bulkload-Tool von Fusion	(+) Baut mit dem WebLogic Server auf dem Fusion-Application-Stack auf (+) Ist eine Fusion App (+) Baut auf den Integrationsfähigkeiten der SOA Suite auf
Lizenzen	(-) Gegebenenfalls „Like to Like“-Migration	(-), „Like to Like“-Migration
Betrieb	(-) Neue Skills in den Bereichen „Troubleshooting“, „OBI“ und „WebLogic-Betrieb“ notwendig (+) Einarbeitung in die Fusion-Administrations-Prozesse	(-) Neue Skills in den Bereichen „Troubleshooting“ und „Betrieb von Fusion“ notwendig (+) Einarbeitung in den Fusion-Administrations-Prozesse erforderlich
Entwicklung	(-) Neue Skills in den Bereichen „Bulkload“ und „ETL“ erforderlich (+) Einarbeitung in das Fusion „Toolset“	(-) Neue Skills in den Bereichen „Integration“ und „Konfiguration“ notwendig. (+) Einarbeitung in das Fusion „Toolset“
Hardware	(+) Keine grundlegenden Veränderungen notwendig	(-) Neue Hardware notwendig. Der WebLogic Server lässt sich aufgrund seines Ressourcen-Bedarfs nur schwer zusätzlich auf vorhandener Siebel-Hardware verwenden

Tabelle 3: Oracle Data Integrator, Fusion MDM

Data Handler stellt die Verbindung zur Daten-Ebene (Oracle, SQL Server, MySQL, DB2, Sybase), aber auch zu Realtime-XML-Interfaces her. Das Übersetzungsmodul (XLIFF) ermöglicht die Zugabe von Text aus Übersetzungskatalogen, die sogenannte „Lokalisierung“. Der Template Manager wiederum enthält eine Benutzeroberfläche und mehrere APIs. Er bereitet die angereicherten Daten für die Ausgabe vor, indem er auf vorgefertigte RTF-, PDF- oder XSL-Templates zurückgreift.

In der BIP-Version 11g kommen einige grundlegende Neuerungen dazu. So werden alle Komponenten als Teil der OBIEE-11g-Installation behandelt. Die auf Java basierende Kern-Komponente wird jetzt auf dem WebLogic Server installiert und greift zur Verwaltung der Metadaten auf das OBIEE-Repository in der Datenbank zurück.

Als Alternative zum RTF-Template gibt es neu einen webbasierten Template Builder. Ferner wurden wichtige Funktionalitäten erweitert. So können über eine grafische Benutzeroberfläche Daten aus verschiedenen Quellen angebunden werden und die Konfigurierung von XML-Strukturen ist flexibler geworden. Als Datenquellen neu hinzugekommen sind Excel, OLAP und ADF View Objects, das in den Fusion Apps zum Einsatz kommt (siehe Tabelle 2).

OBIEE Version 10g und 11g

Oracle Business Intelligence wurde in Form einer Drei-Tier-Architektur realisiert, die seit der Version 11 auch auf den WebLogic Server aufsetzt (siehe Tabelle 2):

- **Datenschicht**
DWH, befüllt durch Informatica, Oracle Data Integrator oder individuelle Lösungen
- **BI-Server**
Enthält die Geschäftslogik (Metadaten), generiert das für die Abfragen relevante SQL und schickt es gegen das DWH
- **BI Answers/Dashboards**
Erstellung von Ad-hoc-Abfragen, Berichten und Dashboards. Generiert Abfragen und leitet sie an den BI-Server weiter

Der Siebel Universal Customer Master baut auf den initialen Datenload und die Integrationsfunktionalitäten von Siebel auf. Diese werden mit mächtigen Funktionen

und Oberflächen im Bereich der Merge Rules ergänzt.

Informatica:

Oracle Data Integrator (ODI)

Der Data Integrator ist ein vergleichsweise neues Produkt, mit dem sich Oracle zukünftig unabhängig von Informatica-Lizenzen machen will. Im Grunde genommen wurde die grafische Benutzeroberfläche von Informatica Powercenter nachempfunden. Ähnlich wie dort wird die Data Lineage grafisch aufgebaut, das heißt alle Objekte sind in Form von stilisierten Tabellen dargestellt. Neben Quell- und Ziel-Tabellen gibt es auch Transformationen verschiedener Typen. Ähnlich wie in Informatica werden durch die Verknüpfung Metadaten erstellt, aus denen zur Laufzeit SQL generiert wird (siehe Tabelle 3).

Fusion MDM

Wie bereits beschrieben, bildet MDM einen der Kernbereiche der neuen Fusion-Applikationen. Insbesondere, wenn unterschiedliche Datenbereiche (wie Kunde, Produkt) verwaltet werden sollen, gibt es innerhalb wie außerhalb von Oracle keine Alternative (siehe Tabelle 3).

Siebel Core: CRM Application

Der letzte Schritt in der Umstellung von Oracle Siebel auf die Fusion-Lösung liegt nun in der Überführung des Core-Siebel-Systems – also der Daten sowie der Applikationslogik – in das nun schon vorhandene Fusion-System. Die Migration der Daten vom Siebel- auf das Fusion-Datenmodell wird von Oracle durch ODI-basierte Skripte unterstützt.

Bei der Applikationslogik steht nun Entwicklungsarbeit an, um die gewünschten kundenspezifischen Anpassungen mit den umfangreichen Möglichkeiten der Fusion-Applikation umzusetzen. Eine direkte Übertragung der bisherigen Anpassungen wäre technisch zwar wahrscheinlich möglich – die wirklichen Vorteile der neuen Fusion-Applikation blieben dann jedoch ungenutzt, da die Paradigmen und technischen Möglichkeiten von Fusion dann außen vor blieben.

Fazit

Die dargestellte Roadmap zeigt einen möglichen Weg auf, um Entwickler, Betriebs-

mannschaft und nicht zuletzt die Anwender aus der alten Siebel-Welt kommend Schritt für Schritt über einen längeren Zeitraum mit den neuen Fusion-Paradigmen und -Technologien vertraut zu machen.

Für die Anwender werden die größten Veränderungen in der neuen Oberfläche und der anderen Herangehensweise an Prozesse bestehen. Für Entwicklung und Betrieb ist sicherlich der Umstieg in die Java-Welt – Stichwort „WebLogic Application Server“ – der größte Schritt. Die Verwendung der Fusion-Applikation in der Cloud wird die Umstellung jedoch deutlich erleichtern, da sich die Komplexität der Technologie vollständig im Service-Vertrag mit Oracle als Betreiber kapseln lässt. Nach den Verlautbarungen auf der OpenWorld 2012 ist dies sogar in Form einer Private Cloud, also mit dem eigenen Rechenzentrum möglich.

Alexander Doubek
a.doubek@reply.de

Unsere Inserenten

DOAG Deutsche ORACLE- U2
Anwendergruppe e.V.
www.doag.org

Hays AG S. 3
www.hays.de

PROMATIS software GmbH S. 13
www.promatis.de

DOAG Deutsche ORACLE- U3
Anwendergruppe e.V.
www.doag.org

ORACLE Deutschland U 4
B.V. & Co. KG
www.oracle.com

Effektives Vertriebsmanagement mit Oracle Fusion Applications

Dr. Michael Schmidt-Voigt, ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG

Traditionelle Vertriebs-Informationssysteme werden in der Regel zum Sammeln und Auswerten von Kundendaten sowie zum Forecasting verwendet: Sie sind also eher Kontroll-Instrument als Hilfestellung und Coaching für den Mitarbeiter.

Der Vertriebler ist entweder gut, mittelmäßig oder schlecht, je nach Forecast und Performance. Oracle Fusion Applications hebt die Vertriebs-Automatisierung diesbezüglich auf eine neue Ebene: Durch eine auf Erfahrung und Vorhersage basierende Optimierung der Vertriebsgebiete und gezielte Produkt-Empfehlungen für die Zielkunden können aus weniger erfolgreichen Vertriebsmitarbeitern gute Verkäufer werden.

Vertriebs-Informationssysteme hatten bisher die Aufgabe, die Informationen aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen zu einer 360-Grad-Sicht zu kombinieren und den Vertrieb mit Informationen über den Kunden zu versorgen. Ziel war es, den Kunden möglichst informiert über alle Vertriebskanäle hinweg zu beraten. Übergreifende Analysen zu den Kunden, Produkten und Umsätzen sowie ein effizientes Forecasting rundeten ein typisches System zur Vertriebs-Automatisierung ab. Damit wurde viel erreicht, selten aber eine wirkliche Akzeptanz beim Mitarbeiter, da durch den Informationsaustausch auch die Austauschbarkeit des Mitarbeiters ermöglicht wird und er damit einen Teil seiner Einzigartigkeit aufgibt. Es besteht unzweifelhaft die Möglichkeit einer stärkeren Kontrolle und Transparenz: Wir können vermeintlich gute von schlechten Mitarbeitern unterscheiden und das auch quantifizieren. Aber liegen wir dabei auch immer richtig? Ist ein Vertriebler, der seine Quote nicht erfüllt, automatisch ein schlechter Vertriebsmitarbeiter? Nicht unbedingt. Hier setzt Oracle Fusion CRM an: Intelligente Methoden, die sowohl die Vergangenheit als auch die erwartete Zukunft berücksichtigen, optimieren zum einen die Vertriebsgebiete und bieten zum anderen dem Vertriebsmitarbeiter gezieltes Coaching beim Erreichen seiner Ziele an.

Der Schlüssel zum erfolgreichen Vertrieb

Die optimale Organisation der Vertriebsgebiete ist maßgeblich verantwortlich für den Erfolg einer Vertriebs-Organisation. Diese versucht, den Erfolg von Jahr zu Jahr zu steigern. Typischerweise handelt es sich dabei um eine „Simulation in der Praxis“ oder „Trial and Error“: Hat man die Ergebnisse in einem Jahr nicht erreicht oder will man sie weiter steigern, ändert man die Struktur der Vertriebsgebiete, etwa von „Regional“ nach „Industrie“ und dann gegebenenfalls wieder nach „Produkt“. Am Ende des Jahres analysiert man das Ergebnis und beginnt einen neuen Versuch – ein kostspieliges und risikoreiches Unterfangen. Dabei geht man davon aus, dass die Qualität der einzelnen Vertriebsmitarbeiter eine feste Größe ist und nur die Restrukturierung der Gebiete über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Es wird aber oft übersehen, dass der Erfolg des Vertriebsmitarbeiters maßgeblich durch die Zahl und Qualität der Vertriebs-

chancen in dem ihm zugeordneten Gebiet bestimmt wird: Gibt es nicht genug „Futter“, so wird der Mitarbeiter nicht erfolgreich sein. Umgekehrt wird ein vielleicht weniger begabter Vertriebsmitarbeiter auch dann erfolgreich sein, wenn er eine große Zahl von aussichtsreichen Vertriebs-Chancen erhält.

Abbildung 1 zeigt, wie typischerweise die Zielerreichung in den Unternehmen aussieht: In vielen Fällen haben wir Mitarbeiter, die ihre Vertriebsziele beziehungsweise ihre Umsatzvorgaben erreichen oder sogar übererfüllen (in der Kurve rechts dargestellt), und wir sehen auf der anderen Seite (links), dass Mitarbeiter deutlich hinter ihren Vorgaben zurückbleiben. Der große Teil ist dann irgendwo im Mittelfeld dazwischen.

Was wäre, wenn wir als Unternehmen eine sehr genaue Sicht auf unser gesamtes Vertriebspotenzial hätten? Wir verstünden dann die Vertriebspotenziale und wie wir diese optimal auf unsere Vertriebsmannschaft verteilen könnten. Die Folge wäre



Abbildung 1: Die Optimierung der Vertriebsgebiete führt zu einer gleichmäßigeren Ziel-Erfüllung der einzelnen Mitarbeiter und zu einem besseren Ergebnis für das Unternehmen. Im Falle des nicht-optimierten Vertriebsgebiets übertrifft nur ein kleiner Teil der Mitarbeiter (auf der rechten Seite der Abbildung) ihr Ziel.

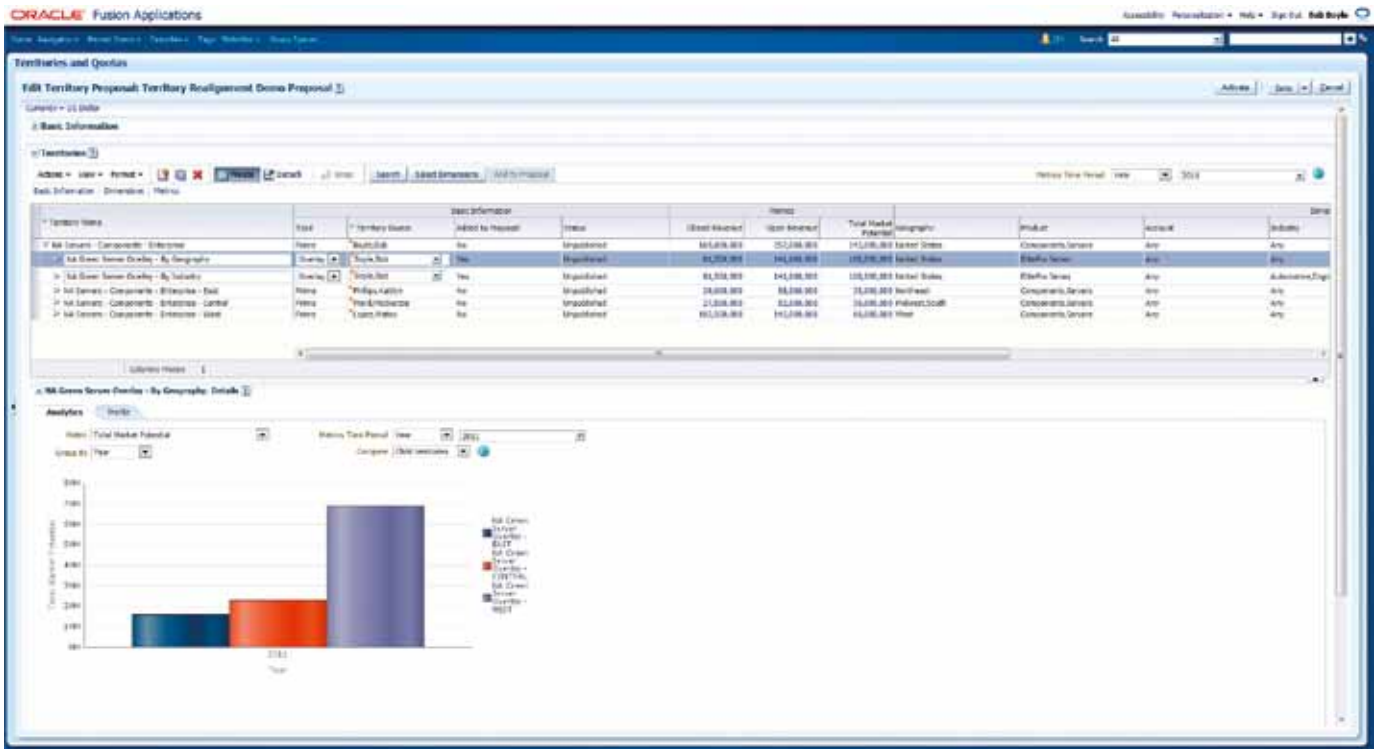


Abbildung 2: Management der Vertriebsgebiete mit Fusion CRM durch Simulation der zu erwartenden Ergebnisse. In diesem Beispiel ist die Verteilung nicht optimal und die zu erwartenden Umsätze in den Vertriebsgebieten ungleich verteilt.

insgesamt mehr Umsatz bei gleichbleibenden Kosten, also letztlich mehr Gewinn. Hier setzt Fusion CRM an: Durch eine transparente Kombination verschiedener Technologien (Fusion CRM, Essbase, Real-Time-Decisioning (RTD), Business Intelligence) wird die Performance der Vergangenheit analysiert und eine Projektion auf zukünftige Ergebnisse mithilfe von RTD gemacht. Das System ist selbstlernend, die Vorhersagen werden also von Jahr zu Jahr besser. Um aus dem „Trial and Error“ herauszukommen und nicht erst am Ende des Jahres einen mehr oder weniger ernüchternden Lerneffekt zu erleben, ermöglicht Fusion CRM die Simulation der Vertriebsgebiete. Dadurch kann das Vertriebs-Management am Ende des Geschäftsjahrs die Vertriebsgebiete optimieren und die Performance des nächsten Jahres simulieren. Die neue Gebietsverteilung wird dadurch mehr durch Fakten bestimmt als durch Gefühl oder den Willen, einfach etwas anders zu machen.

Dazu ein Beispiel: Eine Vertriebsorganisation ist nach Bundesländern und Branchen aufgestellt. Vertriebsmitarbeiter „A“ kann sich vor Vertriebs-Chancen kaum retten und erfüllt seine Quote nur mit einem Bruchteil seiner Kunden. Umsatz bleibt hier

sprichwörtlich auf der Straße liegen. Andererseits bearbeitet der Vertriebsmitarbeiter „B“ ein Bundesland, in dem seine Branche weniger erfolgreich ist und er dadurch keine Chance hat, seine Quote zu erfüllen, egal wie qualifiziert und sorgfältig er arbeitet. Die Qualität der Vertriebsmitarbeiter ist hier weniger entscheidend. Oracle Fusion CRM wird hier die Empfehlung aussprechen, einen Teil des Gebietes von „A“ nach „B“ zu verlagern, wodurch dieser zum einen die Chance zur Erfüllung seiner Erwartungen erhält, zum anderen der Gesamtumsatz des Unternehmens gesteigert wird.

Der Effekt der Verlagerung des Vertriebsgebietes wird mit Oracle Fusion CRM simuliert, basierend auf der Erfahrung der Vergangenheit und einer Projektion in die Zukunft, bei der auch Faktoren wie die wirtschaftliche Entwicklung (etwa das projizierte Wachstum) berücksichtigt werden können. Das ermöglicht der Vertriebs-Organisation wiederum, die Quoten in den einzelnen Gebieten und für die einzelnen Mitarbeiter realistisch den wirtschaftlichen Gegebenheiten anzupassen. Einerseits kennen wir das Potenzial aus der Vergangenheit, andererseits können wir die Aussichten für die Zukunft von Wirtschafts-

Analysten einfließen lassen, um erfüllbare Quoten für den Vertrieb zu definieren. Oftmals ist es nicht der vermeintlich schlechte Vertriebsarbeiter, der die Quote nicht erfüllt, sondern eine unrealistisch hohe Quote, die einen scheinbar schlechten Vertriebsmitarbeiter generiert. Mit der Kombination aus Fusion CRM Quota Management und Fusion CRM Territory Management lassen sich somit der Erfolg und die Zufriedenheit im Vertrieb nachhaltig steigern (siehe Abbildungen 3 und 4).

Erfolgreicher im optimierten Vertriebsgebiet

Hat ein Unternehmen die Vertriebsgebiete optimiert, kommt selbstverständlich der Qualität der Vertriebsmitarbeiter als Differenzierungs-Merkmal für den Vertriebs-erfolg eine wesentliche Bedeutung zu. Ein guter Vertriebler zeichnet sich dadurch aus, dass er das Potenzial bei seinen Kunden richtig einschätzt und ihnen die richtigen Produkte zur richtigen Zeit anbietet. Neben der Fähigkeit zum erfolgreichen Closing ist das wohl das wesentliche Merkmal eines guten Vertriebsmitarbeiters. Zur Steigerung des Vertriebs-erfolgs setzt Fusion CRM genau an dieser Stelle an: Das Vertriebs-

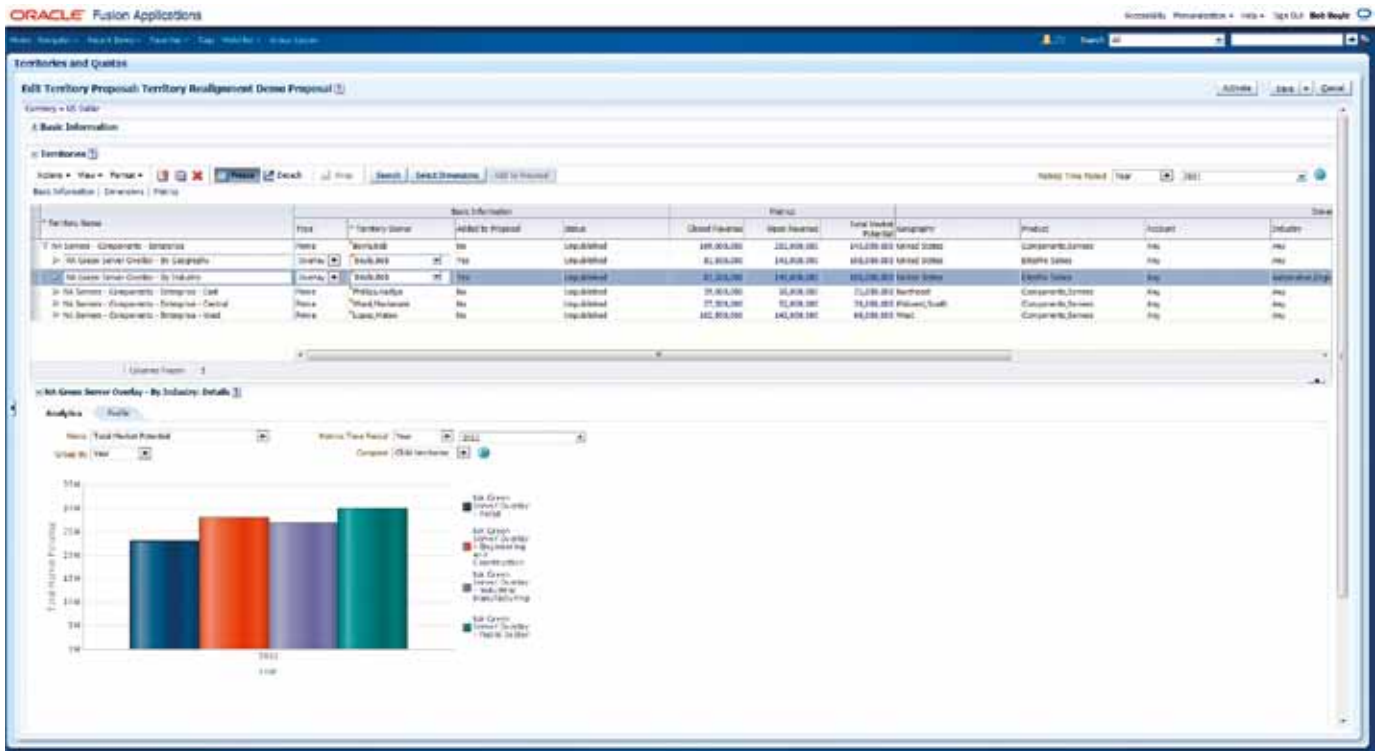


Abbildung 3: Simulation der zu erwartenden Ergebnisse des modifizierten Vertriebsgebiets aus Abbildung 2: Durch eine Veränderung in der Zuordnung der Teile des Vertriebsgebiets wird eine ausgewogene Verteilung der Umsätze erreicht.

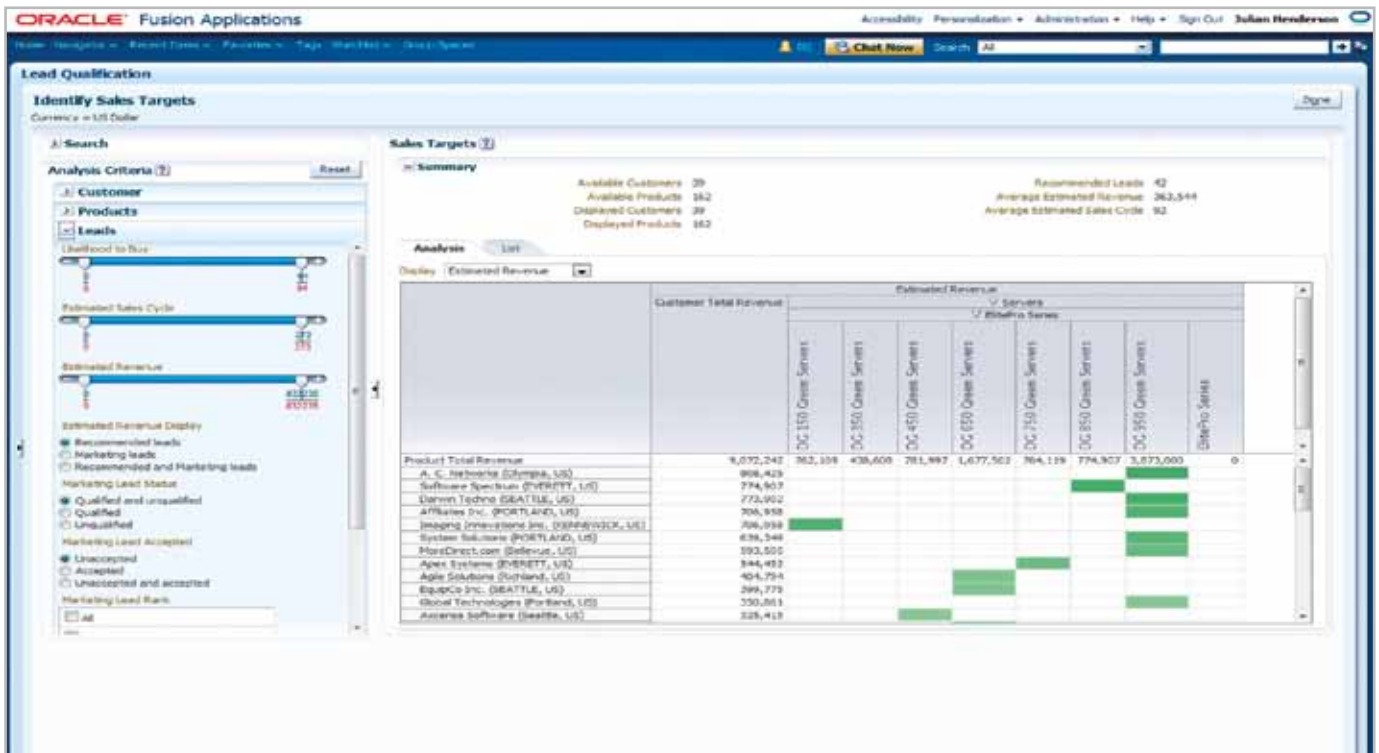


Abbildung 4: Empfehlungen wahrscheinlich erfolgreicher Vertriebs-Chancen für einen Vertriebsmitarbeiter auf Basis der Erfahrung mit ähnlichen Kunden. Mit den Reglern auf der linken Seite lassen sich die wahrscheinliche Dauer und Umsatzhöhe einschränken und die für das laufende Geschäftsjahr aussichtsreichsten Vertriebs-Chancen ermitteln.

Informationssystem weiß genau, welchen Kunden in welcher Situation welches Produkt erfolgreich angeboten wurde und dann auch zu Umsatz geführt hat. Darüber hinaus kennt es den Verlauf des Vertriebsprozesses und insbesondere, wie viel Zeit der Prozess in Anspruch genommen hat. Diese Informationen nutzbar zu machen und so aufzubereiten, dass es der gesamten Vertriebsorganisation zugute kommt, erfordert wiederum eine Vielzahl von Technologien, die Oracle in Fusion CRM integriert und damit die Vertriebs-Automatisierung auf eine neue Stufe gehoben hat. Denn nur durch Nutzung von Fusion CRM, Business Intelligence (OBIEE), Essbase und Real-Time Decisioning lassen sich diese Informationen dazu nutzen, die Kunden in einem Teil des Vertriebsgebiets zu analysieren, mit ähnlichen Kunden im gesamten Vertriebsgebiet zu vergleichen und Empfehlungen für wahrscheinlich erfolgreiche Vertriebschancen zu geben. Ebenso kann eine Vorhersage der vermutlichen Dauer des Vertriebsprozesses gegeben werden. Das ist von entscheidender Bedeutung für den Fall, dass der Mitarbeiter gegen Ende des Geschäftsjahres noch einen Teil seiner Quote zu erfüllen hat und entscheiden muss, auf welche Vertriebschancen er sich am besten konzentriert. Mithilfe von Fusion CRM kann er vermeintliche „Langläufer“ auf später verschieben und sich auf die Vertriebschancen konzentrieren, die er realistisch bis zum Ende des Geschäftsjahres abschließen kann. Das Vertriebs-Informationssystem wird hier zum Coach des Vertriebsmitarbeiters.

Zugegebenermaßen wird ein guter Vertriebsmitarbeiter hier selbst eine realistische Einschätzung vornehmen können und seinen Fokus auf die richtigen Vertriebschancen richten. Das ist auch nur bedingt unsere Zielgruppe. Es geht vielmehr darum, die durchschnittlichen Vertriebsmitarbeiter, die den Großteil typischer Vertriebsorganisationen ausmachen, etwas besser zu machen und dadurch den Erfolg der Gesamtorganisation zu steigern. Erfolg steigert bekanntlich die Motivation und diese wieder den Erfolg.

Garant für erfolgreiches CRM und erfolgreichen Vertrieb

Akzeptanz im Vertrieb ist seit jeher die kritische Komponente für Erfolg oder Misserfolg einer jeden CRM-Einführung: Wird

das System nicht genutzt, ist der Nutzen überschaubar. Die beschriebene Optimierung der Vertriebsgebiete und Quoten sowie das Coaching steigern die Zufriedenheit des Einzelnen und er sieht mehr Nutzen in CRM für seinen eigenen Erfolg: Die Grundvoraussetzung dafür, dass das CRM-System akzeptiert wird. Oracle Fusion CRM ist daher für hohe Akzeptanz prädestiniert.

Wichtig für die Akzeptanz ist ganz wesentlich die Integration von Marketing und Vertrieb. Allzu oft hört man Beschwerden im Vertrieb über nicht vorhandene oder schlecht qualifizierte Leads aus dem Marketing. Im Gegenzug verweist die Marketing-Abteilung darauf, dass die Leads vom Vertrieb nicht aufgenommen und umgesetzt würden: Zwischen Vertrieb und Marketing klafft oft eine gewaltige Lücke. Oracle Fusion CRM schließt diese durch eine vollständige Integration von Vertrieb und Marketing auf einer einzigen Daten- und Applikations-Basis, die auf der Oracle Fusion Middleware basiert. Dadurch können keine Leads verlorengehen. Sie werden vom Vertrieb akzeptiert oder zurückgewiesen und können in letzterem Falle im Marketing durch weitere Maßnahmen beziehungsweise Kampagnen noch weiter reifen (sogenanntes „Lead Nurturing“), um dann zu einem späteren Zeitpunkt im Vertrieb weiterbearbeitet zu werden. Ein solches durchgängiges Lead Management in Vertrieb und Marketing hilft bei folgenden Aktivitäten:

- Neukunden gewinnen
- Marketing-Aktionen durch Cross-Channel-Kampagnen-Management genau auf die Kunden ausrichten
- Vertriebs-Potenziale einfach identifizieren, qualifizieren und dem Vertrieb zur Weiterverfolgung zuweisen

Oracle Fusion CRM stellt sicher, dass Leads nicht verlorengehen, und das Unternehmen ist letztlich auch in der Lage, den Erfolg seiner Kampagnen in Echtzeit zu messen und gegebenenfalls sogar noch während der Ausführung zu justieren.

Häufig ist die Vertriebsmannschaft auch mobil unterwegs. Fusion CRM ist als native iPad-Applikation verfügbar und nutzt dabei die Fähigkeiten dieses Geräts voll aus. Wichtig ist, dass der Betrieb sowohl online als auch offline möglich ist. Dar-

PROMATIS Appliances

Prozessoptimierung & Simulation

Oracle Applications

Oracle BI Suite

Usability

Enterprise 2.0

Enterprise Content Management

Accelerate-Mittelstandslösungen

Fusion Applications

Business Intelligence Applications

Managed Services

Oracle Infrastruktur

Oracle E-Business Suite

Oracle BPM Suite

Application Integration Architecture

Social BPM

Oracle CRM On Demand

Hier sind wir zuhause

Unser Alleinstellungsmerkmal: Intelligente Geschäftsprozesse und beste Oracle Applikations- und Technologiekompetenz aus einer Hand. Als Oracle Pionier und Platinum Partner bieten wir seit fast 20 Jahren erfolgreiche Projektarbeit im gehobenen Mittelstand und in global tätigen Großunternehmen.

Unsere Vorgehensweise orientiert sich an den Geschäftsprozessen unserer Kunden. Nicht Technologieinnovationen sind unser Ziel, sondern Prozess- und Serviceinnovationen, die unseren Kunden den Vorsprung im Markt sichern. Über Jahre gereifte Vorgehensmodelle, leistungsfähige Softwarewerkzeuge und ausgefeilte Best Practice-Lösungen garantieren Wirtschaftlichkeit und effektives Risikomanagement.

PROMATIS



PROMATIS software GmbH

Tel.: +49 7243 2179-0

Fax: +49 7243 2179-99

www.promatis.de · hq@promatis.de
Ettlingen/Baden · Hamburg · Berlin

über hinaus bietet Oracle Fusion Mobile den Echtzeit-Zugang zu CRM-Daten vom Blackberry oder iPhone, in Kürze auch von Android-Geräten. In Microsoft-Outlook-affinen Organisationen kann mithilfe von Fusion CRM Desktop auf die CRM-Daten direkt aus Outlook heraus zugegriffen und dadurch die Akzeptanz positiv beeinflusst werden.

Wichtig für die Akzeptanz ist auch die Einbeziehung der modernen Arbeitsweisen wie etwa die Integration der sozialen Medien. Gerade die Gruppe der „Digital Natives“, also der Mitarbeiter, die mit digitalen Medien und sozialen Netzwerken aufgewachsen ist, erwartet heute im Arbeitsumfeld moderne Werkzeuge, die sich in Bedienung und Funktionalität an sozialen Netzwerken orientieren. Man arbeitet vermehrt in virtuellen Projekt-Teams oder Teilbereiche des Unternehmens sind in „Shared Services Center“ ausgelagert. Hinzu kommt die Kommunikation mit externen Geschäftspartnern. Überall kann hier die Zusammenarbeit und Kommunikation über Formen

und Techniken, wie man sie aus den Social Communities wie Facebook, XING, Linked-in etc. kennt, von Nutzen sein. Die Integration von Oracle Social Network (OSN), einer Art „Facebook für den Business User“, in Fusion CRM wird dieser Anforderung an die modernen Arbeitsweisen gerecht und trägt zur Steigerung der Produktivität im Vertrieb bei.

In ihrer neuesten Studie zum Thema „The social economy: unlocking value and productivity through social technologies“ stellt die Unternehmensberatung McKinsey fest, dass der Einsatz von sozialen Technologien das Potenzial hat, die Produktivität von Knowledge-Workern in Unternehmen um bis zu 25 Prozent zu steigern. In der Studie wird sehr gut aufgezeigt, dass soziale Vernetzung kein Modetrend ist, sondern eine neue Realität für Unternehmen, die zukünftig erfolgreich sein und bleiben wollen. Fusion CRM mit OSN fördert also die Zusammenarbeit und Kommunikation im Unternehmen deutlich und trägt zur Steigerung von Effizienz und Effektivität maßgeblich bei.

Fazit

Vertriebsautomatisierung ist das Kerngeschäft, aus dem heraus sich CRM durch Integration von Marketing und Service entwickelt hat. Oracle Fusion CRM hebt dieses Kerngeschäft auf eine neue, zeitgemäße Ebene mit folgenden Maßnahmen:

- Potenzialorientierte Vertriebs-Planung und -Steuerung
- Durchgängiges Lead-Management in Marketing und Vertrieb
- Real-time Business Intelligence
- „Social Collaboration“

Mit Fusion CRM ist der Vertrieb von heute auf die Anforderungen von morgen bestens vorbereitet. Nicht zu vergessen: Oracle Fusion CRM gibt es sowohl kostengünstig in der Cloud als auch ganz individuell On-Premise. Die Wahl hat der Kunde.

*Dr. Michael Schmidt-Voigt
michael.schmidt-voigt@oracle.com*

Neu auf der Oracle OpenWorld: Social Relationship Management Suite

Die neue integrierte Oracle Social Relationship Management Suite (SRM) ermöglicht Unternehmen die Kommunikation auf verschiedenen sozialen Plattformen, indem ein ganzheitlicher Blick auf den Konsumenten gewährleistet wird – sie können ihre Aktivitäten verfolgen, in Kontakt mit anderen treten, eigene Inhalte erstellen und Maßnahmen analysieren. Die SRM Suite ist mit den Oracle Enterprise-Applikationen integriert, darunter Oracle Fusion Marketing, Oracle Fusion Sales Catalog, Oracle ATG Web Commerce und Oracle Enterprise Resource Planning (ERP). Darüber hinaus arbeitet die SRM Suite mit den Platform Services – Oracle Java Cloud Service und Oracle Database Cloud Service – zusammen. Marketing-Teams können auf diese Weise ihre Webseiten, Landing Pages und Marketing-Tools integrieren. Ein ganzheitlicher Blick auf die Interaktionen der Konsumenten wird über folgende Services gewährleistet:

- Oracle Social Network (OSN): Bietet eine sichere Collaboration-Plattform, die die Zusammenarbeit in Echtzeit sowie den Austausch der Nutzer innerhalb und außerhalb des Unternehmens unterstützt.
- Oracle Social Marketing: Damit erhalten Marketing-Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Maßnahmen über verschiedene soziale Kampagnen hinweg und auf unterschiedlichen sozialen Plattformen zentral zu erstellen, zu veröffentlichen, zu moderieren, zu verwalten, zu messen und Berichte darüber zu erstellen. Sie können Social Content veröffentlichen, Fans einbinden und das Look & Feel ihres Marken-Auftritts individuell anpassen.
- Oracle Social Engagement & Monitoring Cloud Service: Unternehmen können die Social-Media-Kommunikation analysieren. Kundenservice und Vertriebs-Teams werden darüber hinaus in die Lage versetzt, mit Kunden und Interes-

senten effektiv in Kontakt zu treten. Unternehmen erhalten die Tools, die sie benötigen, um Kunden zu verstehen und die richtigen Schritte zu unternehmen. Dazu gehört, auf Signale und Trends, die von den Kunden im Social Web ausgehen, zu reagieren.

- Oracle Social Sites: Unternehmen und Agenturen erhalten leistungsfähige und umfangreiche Bearbeitungsmöglichkeiten, die sie in die Lage versetzen, soziale Sites dynamisch zu entwickeln und zu veröffentlichen.
- Oracle Data and Insights: Dieser Service unterstützt die externe Kommunikation, indem er Informationen, Verzeichnisse und Einblicke über alle Geschäftseinheiten bereitstellt.

Weitere Informationen unter
<https://cloud.oracle.com>

Oracle iStore als Vertriebs- und Informations-Plattform

Martin Gerber, PRIMUS DELPHI GROUP

Dem Kunden ohne Zeitverzug mehr Informationen und Service bieten und gleichzeitig Vertriebskosten senken. Die Lösung dieses scheinbaren Zielkonflikts unterstützt Oracle iStore.

Der optimale Einsatz knapper Ressourcen zur Verbesserung des Ergebnisses ist auch im Vertrieb unternehmerisches Ziel. Zu dessen Erreichung können verschiedene Ansätze dienen. Im Bereich „E-Commerce“ senken die Bereitstellung kundenspezifischer Informationen und die Beteiligung des Kunden am Prozess die Vertriebskosten. Dem Kunden werden über einen gesicherten Zugang auf sein Benutzerkonto Informationen zu Aufträgen, Lieferungen, Rechnungen, Zahlungen, Verfügbarkeit und Preisen zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus kann der Kunde Warenkörbe selbstständig zusammenstellen und Aufträge erteilen. Auch zielgerichtete Marketing-Informationen für die Kunden sind möglich. Hierdurch werden die Vertriebsmitarbeiter entlastet und Ressourcen können verstärkt zur Gewinnung neuer Kunden beziehungsweise neuer Vertriebsbereiche bei Bestandskunden eingesetzt werden.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Unterstützung der Kundenbindung durch eine E-Commerce-Plattform sind einfache Handhabung, zeitnahe Verfügbarkeit von individuellen Informationen und eine zuverlässige Einbindung in die Geschäftsprozesse. Nur so lässt sich die Wertschöpfungskette durch E-Commerce optimieren.

Um den Kunden erfolgreich einzubinden, ist die Erfüllung bestimmter technischer Voraussetzungen nötig. Die bereitzustellenden Informationen sind in einem ERP-System verfügbar. Auch die Beteiligung des Kunden am Geschäftsprozess (Angebots- und Auftragserfassung) ist nur denkbar, wenn das E-Commerce-System eng mit dem ERP-System verzahnt ist. Darüber hinaus ist bei der Auswahl eines Webstores zu beachten, dass er auch mit mobilen Endgeräten bedienbar ist.

Oracle iStore als E-Commerce-Lösung

Die Firma Prodinge Verpackung ist das größte Vertriebsunternehmen für Transportverpackungen im deutschsprachigen Raum. An sechs Standorten verfolgen über 400 Mitarbeiter eine partnerschaftlich orientierte Geschäftsbeziehung zu den Kunden. Da die Firma bereits Oracle E-Business Suite als ERP-System im Einsatz hatte, war die Voraussetzung der vollen Integration des Oracle iStore gegeben. Wegen der Nutzung derselben Datenbank durch ERP und E-Commerce gab es keine Schnittstellen- oder Integrationsprobleme. Die Firma Prodinge nutzt den iStore im Bereich B2B.

Ein breites Spektrum der oben genannten Funktionalitäten zur Kundenbindung

im Bereich E-Commerce wird durch den Standard des Oracle iStore abgedeckt. Den Kunden werden ohne jeglichen Zeitverzug folgende Informationen zur Verfügung gestellt (siehe Abbildung 1):

- Individuell vereinbarte Preise
- Verfügbarkeitsprüfung der Artikel
- Auftragsdaten
- Lieferdetails
- Rechnungsdaten
- Zahlungs-Informationen

Der Kunde platziert einzelne Artikel aus der Katalog-Auswahl in dem Warenkorb oder lädt vorbereitete Excel-Listen mit den gewünschten Artikeln online in den

Auftragsdetails	
Die folgende Tabelle zeigt die Auftragsdetails an.	
Auftragsnummer:	10458284
Referenznummer:	378993
Bestellnummer:	
Kunde:	
Summe:	
Gesamtgebühren (Summe Versand- + sonstige Gebühren):	
Steuersumme:	
Auftragssumme:	
Versandart:	Versand frei Haus
Lieferpriorität:	Bis-Termin
Zahlungsbedingungen:	14T2%/30TN
Vereinbarung:	
Frachtbedingungen:	
Auftragsdatum:	17.01.2012
Buchungsdatum:	17.01.2012
Auftragsstatus:	Geschlossen
Zahlungsart:	
Lieferungen:	Details

Abbildung 1: Auftragsdetails

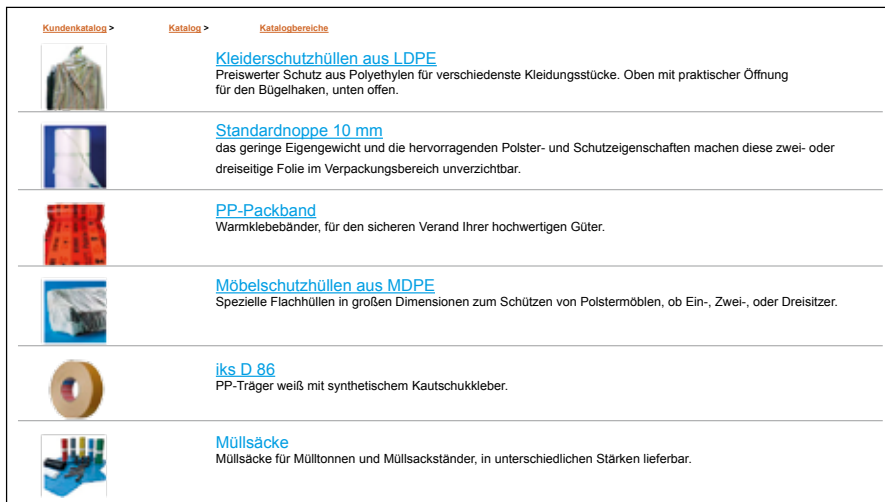


Abbildung 2: Kundenspezifische Katalog-Bereiche



Abbildung 3: Artikel-Details

Einkaufskorb. Es können natürlich auch Einkaufslisten gespeichert und verwaltet werden, die es dem Benutzer erleichtern, wiederkehrende Bestellvorgänge stark vereinfacht einzugeben. Auch die Pflege von Account-Informationen wie Rechnungs- und Liefer-Adressen durch den Benutzer ist möglich.

Damit zusätzliche Potenziale genutzt werden können, hat die PRIMUS DELPHI GROUP für Prodinge Verpackung Erweiterungen des Funktionsumfangs entwickelt. Neben der Anpassung der Oberfläche an die Corporate Identity sind folgende Anpassungen maßgeblich:

- Kundenspezifische Kataloge
- Anfragen von Walk-in-Kunden
- Reporting mit Primus Data Viewer

Über den allgemeinen Katalog hinaus werden den Benutzern individuelle Kunden-Kataloge präsentiert. Hier stehen Artikel zur Auswahl, die der Kunde bisher gekauft hat. Diese Artikel werden in einer einfachen „Artikelliste“ ohne Gliederung und in einem Katalog-Bereich mit thematischer Unterteilung präsentiert. Bei letzterem stehen Detail-Informationen und Bilder der Artikel zur Verfügung. Die Preise im Kunden-Katalog entsprechen den kundenspezifischen Preisvereinbarungen. Der Zugriff auf den kundenbezogenen Katalog ist nur den Benutzern dieses Kunden möglich (siehe Abbildungen 2 und 3).

Für Walk-in-Kunden, die noch keinen eigenen Katalog im Prodinge iStore haben, wurde die neue Funktionalität der Kundenanfrage entwickelt. Diese Kunden können

unter Angabe von Namen und Adresse statt eines Auftrages Anfragen (Angebote) an das Prodinge-Vertriebsteam senden. Die Mitarbeiter dort erstellen dann ein Angebot und treten mit dem Kunden in Kontakt.

Betrieb und Verwaltung

Damit der Oracle iStore keine Sicherheitslücke für die E-Business Suite darstellt, wird die iStore-Applikation auf einem Extra-Server innerhalb der „Demilitarized Zone“ (DMZ) betrieben. Die Verbindung zum ERP-System besteht lediglich in der SQL-Anbindung auf die gemeinsame Datenbank.

Das Modul „iStore Administrator“ dient der Verwaltung/Pflege des iStore und läuft auf dem Server für die ERP. Hier werden die Katalog-Bereiche gepflegt und unter anderem auch die Zugriffs-Logiken verwaltet. Für die Firma Prodinge hat PRIMUS DELPHI GROUP eine Erweiterung zur automatischen Anlage kundenspezifischer Kataloge entwickelt. Von Administratorseite ist es dadurch nicht mehr nötig, mit hohem Zeitaufwand für jeden Kunden eigene Katalogbereiche manuell anzulegen und zu pflegen. Das System selektiert die vom Kunden bisher bestellten Artikel und legt die notwendigen Katalog-Bereiche an. Die Artikel sind dann automatisch in den entsprechenden Katalog-Bereichen und der Gesamt-Artikelliste mit kundenspezifischen Preisen hinterlegt.

Fazit

An dem Beispiel kann die erfolgreiche Unterstützung der Kundenbindung durch einen effektiven Einsatz des Oracle iStore leicht nachvollzogen werden. Die Standard-Funktionalitäten sorgen für eine nahtlose Einbindung in den Geschäftsprozess (Informationsbereitstellung und Auftragsabwicklung). Die bereitgestellten Erweiterungen in den Bereichen „benutzerfreundliche Handhabung“ und „kundenspezifische Kataloge“ runden das Produkt zu einem ausgereiften Werkzeug ab. Insgesamt erleichtert der Oracle iStore in dieser Form den Kunden eine Entscheidung zugunsten von Produkten der Firma Prodinge Verpackung.

Martin Gerber
mgerber@primus-delphi-group.com

Monitoring, Management und Troubleshooting von Siebel-Anwendungen

Jens Zwer, ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG

Siebel-Anwendungen bilden heute in vielen Unternehmen wichtige und kritische Business-Prozesse ab und tragen wesentlich zum Unternehmenserfolg bei. Daher sollten solche Anwendungen immer verfügbar, performant und fehlerfrei arbeiten. Der Artikel zeigt, wie man die Performance und Qualität dieser Anwendungen professionell sicherstellen und überwachen kann.

Ein reales Siebel-Kundenbeispiel gibt Einblick in die Möglichkeiten des Oracle Enterprise Manager, um die oben genannten Probleme zu lösen. Die Fallstudie zeigt die Implementierung und Funktionsweise der Oracle Application Management Suite for Siebel bei einem großen deutschen Handelsunternehmen, um Siebel-Performance-Probleme frühzeitig zu erkennen, gezielt zu fixieren und zu eliminieren.

Diese Application Management Suite besteht aus einem Bundle aus Werkzeugen, die optimal auf die Bedürfnisse von Oracle-Applications-Kunden ausgelegt sind. Die Werkzeuge sind Real User Experience Insight (RUEI), applikationsspezifische Enterprise-Manager-Plug-ins und das Konfigurations-Management. Die Suite ist für alle wichtigen Oracle-Anwendungen wie Siebel, Fusion Applications, E-Business Suite, JD Edwards und Peoplesoft verfügbar.

Das Kunden-Problem

Das Handelsunternehmen wollte ein großes Siebel-CRM-System in verschiedenen Ländern und für kritische Geschäftsprozesse implementieren. Alle wichtigen IT-Abteilungen wie Entwicklung, Qualitätssicherung und Betrieb waren bei diesem weltweiten Roll-out involviert. Folgende Herausforderungen standen an:

1. Monitoring der End-Benutzer-Performance der Siebel-Anwendungen, um schnell mögliche Probleme zu beheben und die Auswirkungen in der Produktionsumgebung zu identifizieren. Dabei existieren zwei Anforderungen:
 - Reale Anwender-Erfahrung und Performance in der Produktion
 - Messung und Einhaltung der vorgegebenen SLAs, um die mit den End-

nutzern vereinbarten Antwortzeiten zu garantieren

2. Ermittlung von relevanten Informationen für das Entwicklungsteam, um auftretende Probleme zu diagnostizieren sowie effektiv und zeitnah zu beheben.

Die Lösung

Die Application Management Suite for Siebel wurde ausgewählt und implementiert, um ein „End-to-End“-Monitoring und -Management der Siebel-CRM-Infrastruktur sicherzustellen und die genannten Herausforderungen zu meistern. Das in der Suite enthaltene Produkt „Real User Experience Insight“ (RUEI) übernimmt dabei das Performance Monitoring aus Sicht des Endbenutzers und das Siebel-Plug-in bietet die Möglichkeiten der Überwachung und Verwaltung sämtlicher Siebel-Komponenten sowie der gesamten Infrastruktur.

Konfiguration und Hardware

RUEI ist ein passiver Netzwerk-Sniffer, der speziellen Support für das Monitoring

von Siebel-Anwendungen beinhaltet. Somit können alle Siebel-User und sämtliche Transaktionen detailliert überwacht werden. Die RUEI-Software wird auf einem separaten 64-Bit-Linux-Server installiert und dann an einer Stelle im Netzwerk platziert, an der der ein- und ausgehende Datenstrom abgegriffen werden kann. Dies erfolgt typischerweise an einem Mirror oder SPAN-Port. Diese Mess-Methodik ist komplett passiv, sodass kein zusätzlicher Overhead auf dem System erzeugt wird. Die Hardware besteht aus folgenden Komponenten:

- 48 GB Speicher mit 2Quad-Core Intel-Xeon-Prozessoren
- 400 GB Festplattenspeicher (300 GB für Datenbank und 100GB für RUEI_DATA)
- 2 NICs (Fibre Channel) für die Sammlung von Netzwerk-Traffic (Sniffing)
- 1 NIC für den Web-Zugriff und Reporting

Beim Einsatz von RUEI ist es wichtig, auf die korrekte Position des Netzwerk-Kollektors zu achten, um den entsprechenden

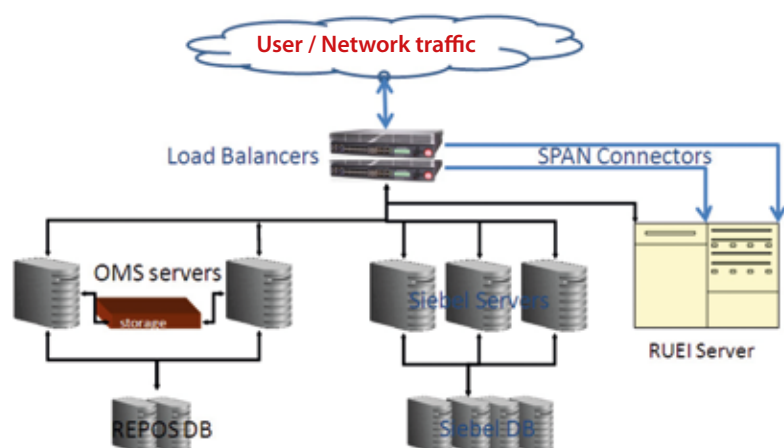


Abbildung 1: Aufbau RUEI-Architektur

Netzwerk-Verkehr monitoren zu können. In diesem Fall erfolgte der Anschluss an den SPAN-Port des Core-Switch, um den gefilterten Verkehr des Load Balancer aufzuzeichnen (siehe Abbildung 1).

Das Siebel-Produktivsystem ist für mehrere Länder ausgelegt. Abbildung 2 zeigt, wie in RUEI die Suite-Definitionen für jedes Land durchgeführt werden. Jedes Land ist dabei als eine separate Suite definiert, basierend auf der „Find-URL“-Suite-Definition (siehe Abbildung 2).

Die gezeigte Suite-Definition gilt für die P01DE-Suite, die gleiche Konfiguration wird

für alle anderen Länder durchgeführt. KPIs werden gemäß der Übersicht definiert. Laut Kunden-Anforderungen konnte das Haupt-Dashboard mit den benötigten KPIs konfiguriert werden. Die wichtigsten genutzten Metriken waren die Page Loading Time, Concurrent Sessions, Failed Page Views und URLs (siehe Abbildung 3).

Das Siebel-Plug-in ist ein optionaler Bestandteil des Enterprise Manager. Kunden müssen lediglich die geforderten Patches am OMS und die Monitoring-Agenten einspielen, um alle Siebel-Targets im Enterprise Manager zu überwachen.

Auffinden von Siebel-Targets

Für das reguläre Monitoring und Management der Siebel-Infrastruktur werden Produktions-, Test- und Entwicklungs-Umgebung von allen Siebel Enterprises automatisch erkannt und ins Monitoring eingebunden. Während die Siebel Entwicklungs- und Test-Server auf einem Single Host mit einem Gateway-Server und einem Siebel Server laufen, schließen die Systemtest- und Produktions-Server mehrere Object Manager Server ein (siehe Abbildung 4).

Sowohl das permanente Monitoring der benötigten Siebel-Metriken als auch das Speichern der Informationen im Repository, die Möglichkeit, Jobs zuzustellen, und andere Automatisierungen helfen dabei, die Siebel-Targets optimal zu managen und eine Überwachung sicherzustellen. Der Button „Update Now“ auf der Siebel-Homepage ist hilfreich, um die aktuelle Topologie-Information zu erhalten, wenn der Kunde der Topologie zusätzliche Siebel Object Manager hinzufügt.

Performance-Management – Schritt für Schritt

Dieser Abschnitt zeigt in Einzelschritten, wie die Werkzeuge RUEI und Siebel-Plug-in genutzt werden, um schnell Performance-Probleme aufzudecken. Als Erstes wird die Performance mithilfe der Page-Load-Zeit einer Applikation geprüft (siehe Abbildung 5).

Die rote Anzeige zeigt die Page Views an, die nicht performant sind, weil sie zu lange Ladezeiten aufweisen. Die KPIs für diese Analyse können individuell definiert und überwacht werden. Mit der rechten Maustaste gelangt man nun in das Menü „Session Diagnostics“, um die Transaktionen genauer zu untersuchen, und wählt den Benutzer mit dem entsprechenden Problem.

Über den Usernamen, die Session oder die Session-Startzeit des Benutzers lässt sich genau ermitteln, welche User und welche Transaktionen betroffen waren. Nun wechselt man zum Siebel Plug-in, um die genaue „task id“ und das entsprechende „log file“ für eine eingehendere Analyse zu finden.

Der Benutzername ist in diesem Fall der gleiche wie zuvor im RUEI-Menü. Mit einem Klick auf die Log-Datei können die Angaben in der Konsole des Enterprise Manager angezeigt und mit den Entwicklungsteams für die schnelle Behebung des Problems aus-



Abbildung 2: Die Konfiguration für jedes Land



Abbildung 3: Dashboard-Ansicht

getauscht werden. Das Entwicklungsteam nutzt die Informationen, die durch den Betrieb zur Verfügung gestellt wurden, um den Fehler zu beheben, der das Performance-Problem verursacht hat.

Durch Erhöhung des Siebel-Protokoll-Level (EventContext = 4, ObjMgrSqlLog = 4) können die SQLs gefunden werden, die zu unbefriedigenden Ladezeiten führten. „EventContext“ zeigt den Screen und die View, die der Nutzer aufgerufen hat, sowie „ObjMgrSqlLog“ die „SQL(s)“ inklusive Bind-Variablen. Die Suche im „log file“ nach den „view names“ und die anschließende Überprüfung der SQLs helfen dabei, Langläufer zu identifizieren. Durch Tuning der entsprechenden SQLs, entweder durch Erstellung neuer Indizes oder durch eine Änderung in der Anwendungs-Konfiguration, werden die unbefriedigenden Ladezeiten eliminiert.

In anderen Fällen wurden SARM-Daten verwendet, um die Verweildauer auf den Seiten zu analysieren. Es wurde festgestellt, dass einige Workflows, die synchron im Objekt-Manager abliefen, zu lange prozessiert wurden. Durch die Änderung der Konfiguration dieser Workflows oder durch Umstellung auf einen asynchronen Modus konnte der Benutzer mit seiner Arbeit fortfahren.

Sobald die notwendigen Korrekturen gefunden und auf dem Entwicklungssystem getestet sind, wird das Update in die Produktion eingespielt. Auf dem RUEI-Dashboard sind die Veränderungen sofort sichtbar (siehe Abbildung 6). Durch diese Analysen und Maßnahmen wurde die Performance des gesamten Siebel-Systems optimiert und wird weiterhin in Echtzeit überwacht, um kommende Probleme frühzeitig eingrenzen zu können.

Fazit

Kunden können ihre komplexen Siebel-CRM-Systeme eingehender überwachen und durch das Zusammenspiel von Real User Experience Insight und dem Siebel Application Management Pack wesentlich erfolgreicher betreiben.

Weitere Informationen

- <http://www.oracle.com/technetwork/oem/app-mgmt/index.html>

Jens Zwer
jens.zwer@oracle.com

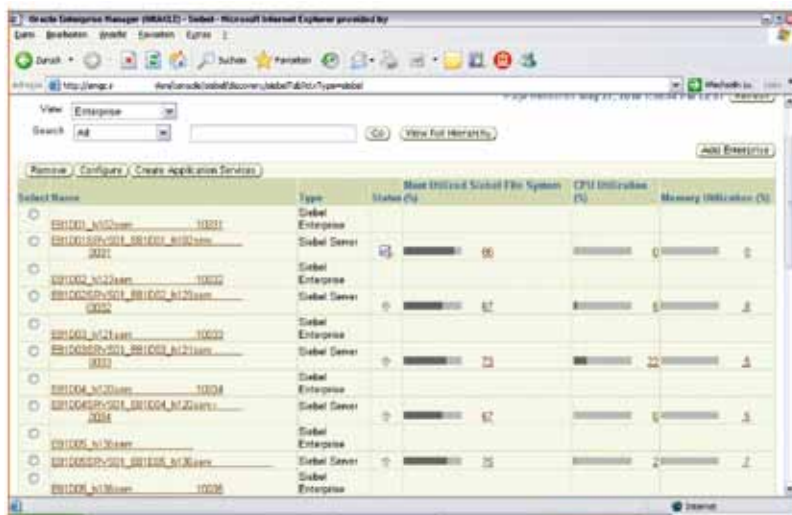


Abbildung 4: Die Siebel-Plug-in-Homepage mit den benötigten Targets

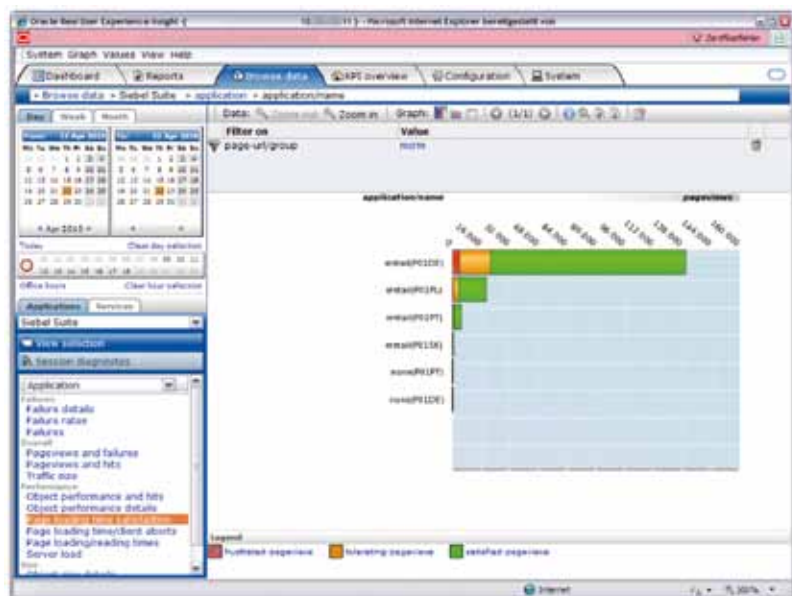


Abbildung 5: Start des Use-Case



Abbildung 6: Das Ergebnis

Chancen und Herausforderungen von CRM SaaS für Banken und Versicherungen

Erwin Sharp, ORACLE Deutschland B.V. & Co.KG

„Software as a Service (SaaS)“ oder auch Cloud Computing ist ohne Zweifel einer der aktuellen Megatrends in der IT. Eine der meistgenutzten Anwendungen in diesem Rahmen sind CRM-Lösungen.

Banken und Versicherungen in Deutschland unterliegen hohen rechtlichen Anforderungen zum Schutz personenbezogener Daten. Der Artikel zeigt, welche Chancen, aber auch welche speziellen Herausforderungen für diese Branche mit der Nutzung von CRM-SaaS-Angeboten verbunden sind.

Der Umsatz von SaaS-Anbietern wächst derzeit um gute 20 Prozent pro Jahr, ein Ende des Trends ist momentan nicht abzusehen. Oracle als weltmarktführender Anbieter von CRM-Software ist mit Oracle CRM On Demand und Oracle Fusion CRM auch im CRM-SaaS-Markt prominent vertreten und kann sich einer regen Nachfrage erfreuen. Während weltweit – auch im europäischen Ausland – bereits viele Finanzdienstleistungs-Unternehmen auf die Nutzung von SaaS-basierten CRM-Lösungen setzen, ist die Branche in Deutschland noch zurückhaltend, diesen Schritt zu unternehmen.

Gibt es überhaupt Bedarf für neue CRM-Lösungen?

In welchen Kunden-Segmenten erzielen deutsche Banken eigentlich ihre Erträge? Steht diese Situation auch im Einklang mit den Ertrags-Potenzialen der Marktsegmente? Die „zeb“-Privatkundenstudie von 2010 zeigt ein auf den ersten Blick erstaunliches Ergebnis: Obwohl die mittleren Einkommensgruppen mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von 1.250 bis 5.000 Euro pro Monat fast 70 Prozent aller Haushalte in Deutschland ausmachen, speisen sich die Erträge der Banken im Privatkundengeschäft nur zu einem knappen Viertel aus diesem Segment. Der obere Teil dieser Be-

völkerungsgruppe mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von 2.500 bis 5.000 Euro stellt immerhin 37 Prozent aller Haushalte, trägt aber gerade einmal zu 5 Prozent der Erträge bei. Obwohl gerade in diesem Teilssegment ausreichende Kaufkraft und auch Bedürfnisse nach Altersvorsorge, Immobilienfinanzierung, hochwertigen Anschaffungen, Vermögensaufbau etc. vorhanden sind, gelingt es offensichtlich nicht, die Potenziale auch ertragreich zu nutzen.

Bessere und vollständige Information über die Kunden, ihre Interessen und die historische Entwicklung der Kundenbeziehung sowie ein engere Verzahnung von Marketing-Kampagnen und Vertrieb könnten zweifellos dazu beitragen, die Cross- und Up-Selling-Potenziale intensiver zu erschließen, eine erhöhte Kundenbindung zu erzeugen und damit dem Trend zum Smart Shopping auch bei Finanzprodukten eine deutlich intensivere und loyalere Kundenbeziehung entgegenzusetzen.

Szenenwechsel zur Versicherungswirtschaft: Sind die gewachsenen Strukturen noch ausreichend geeignet, die zunehmend multioptional und multimedial agierenden Kunden kanalübergreifend zufriedenzustellen, ihre Informationswünsche zu erfüllen und ihnen ein Kundenerlebnis zu bereiten, das Loyalität und Weiterempfehlungsbereitschaft stärkt? Die Instrumente, die dem Vertrieb, dem Kundenservice oder Schadenbereich zur Verfügung stehen, bieten meist keine durchgängigen, kanalübergreifenden Kunden-Informationen und können hier nur eingeschränkt weiterhelfen. Moderne

CRM-Tools sind also auch hier geeignet, einen geschlossenen Marketing- und Vertriebskreislauf von der Zielgruppen-Segmentierung über Lead-Generierung und Abschluss bis zum Folgegeschäft herzustellen und permanent in Bewegung zu halten. Viele Banken und Versicherungen verbinden jedoch mit dem Begriff „CRM“ zugleich die Vorstellung von hoher Komplexität, langwierigen und kostenträchtigen Projekten und im Ergebnis oft starren Lösungen, die nur schwierig den wandelnden Erfordernissen des Marktes angepasst werden können. Eigenschaften, die in der Vergangenheit bei der gängigen Nutzung von Individualentwicklungen oder hochgradig individualisierten Standard-Lösungen durchaus zutreffend waren.

Von der Individual-Lösung zum SaaS-Konzept

Seit einigen Jahren ist in der IT von Banken und Versicherungen der generelle Trend zu beobachten, sich von der früher sehr stark ausgeprägten Neigung zu Individual-Entwicklungen zu entfernen. Komplexität, Kosten und Zeitbedarf sind in vielen Fällen einfach zu hoch im Verhältnis zum möglichen Wettbewerbsvorteil einer maßgeschneiderten Lösung, zumal aufgrund des langen Zeitraums von der fachlichen Konzeption bis zur vollständigen Inbetriebnahme das Risiko besteht, dass sich die Anforderungen zwischenzeitlich bereits geändert haben.

Standard-Lösungen, die vielleicht nicht zu 100 Prozent dem Idealbild entsprechen, aber dafür kurzfristig verfügbar und meist wirtschaftlich vorteilhaft sind, gewinnen

in den letzten Jahren immer größere Akzeptanz in der Branche. Das „Software as a Service“-Konzept stellt im Grunde genommen nur einen weiteren folgerichtigen Schritt dar: Ist einmal akzeptiert, dass eine Standard-Software für ein bestimmtes Business-Problem geeignet ist, muss fast zwangsläufig die Frage gestellt werden, ob durch den eigenen Betrieb dieser Software ein Wettbewerbsvorteil erzielt werden kann. Genau wie für die Software selbst kann also auch für den Betrieb eine nüchterne „Make or Buy“-Abwägung getroffen werden.

Das Outsourcing des Betriebs an einen IT-Dienstleister ist bereits üblich geworden. Moderne SaaS-Angebote zeichnen sich dadurch aus, dass sie auch diesen Aspekt standardisiert haben und die Gesamtkosten einer Lösung inklusive aller Betriebs- und Support-Aufwände durch einen Gesamtpreis pro User/Monat sehr einfach dargestellt werden können. Ein Wirtschaftlichkeitsvergleich muss selbstverständlich immer individuell angestellt werden, er sollte aber generell folgende Gesichtspunkte umfassen, wenn zunächst die Gesamtkosten des „klassischen“ Betriebsmodells erfasst werden:

- Kaufpreis der Software-Lizenzen (Abschreibungsdauer berücksichtigen)
- Kauf- oder Leasingpreis der Hardware (Erneuerungs-Rhythmus beachten)

- Kosten für weitere benötigte Soft- und Hardware-Komponenten (Betriebssystem, Datenbank, Virtualisierung, Virenschutz, Storage, Netzwerk etc.)
- Kosten für Installation, Implementierung, Customizing, Integration
- Maintenance-Kosten für die gesamte Soft- und Hardware
- Laufende Betriebsaufwände, gegebenenfalls Kosten des Dienstleisters bei Outsourcing des Betriebs
- Applikationsspezifischer Schulungs- und Betreuungsaufwand
- Aufwände für Release-Wechsel

Noch nicht berücksichtigt sind die zusätzlichen Aufwände, die für Testumgebungen, Backup oder Disaster-Recovery anzusetzen sind. Demgegenüber ist die Liste der Aufwände für eine „Software as a Service“-Lösung vergleichsweise kurz:

- Nutzungsentgelt für SaaS
- Initiale Implementierungs- und Integrationsaufwände

Jede selbst betriebene Business-Applikation ruft erhebliche Aufwände hervor, die weit über die Anschaffungskosten der zugehörigen Software-Lizenzen und den Support-Preis hinausgehen. Auch beim Betrieb virtueller Server-Infrastrukturen entstehen anteilige Kosten für Hardware,

Betriebssysteme, Virtualisierungssoftware, Virenschutz, Netzwerk etc. Dadurch, dass immer eine mehrschichtige Architektur unterschiedlicher Hard- und Software-Komponenten erforderlich ist, sind auch stets multiple, nicht-synchrone Release-Zyklen gegeben, die wiederkehrend Aufwände für die Durchführung von Upgrades nebst Kompatibilitätstests und Schnittstellen-Anpassungen mit sich bringen. Mithin ein umfangreiches Bündel an Kosten, internen Aufwänden und Zeitbedarf, das sich bei Nutzung von SaaS-Lösungen auf ein Minimum reduzieren lässt.

Neben diesen wirtschaftlichen Vorteilen bietet das SaaS-Modell weitere Mehrwerte durch seine schnelle Verfügbarkeit, Flexibilität und – insbesondere bei den Oracle „CRM On Demand“- und „Fusion CRM SaaS“-Angeboten – die Befähigung der Fachbereiche, viele Individualisierungen oder Änderungen im Form von einfachen Konfigurationen ohne Programmieraufwand selbst durchführen zu können. Des Weiteren ist es sehr vorteilhaft, dass es sich um eine Gesamtlösung aus einer Hand handelt, sodass bei eventuellen Problemen kein Herumreichen des „Schwarzen Peters“ zwischen den Herstellern der Hardware, der Applikation, der weiteren Software-Komponenten oder eines gegebenenfalls mit dem Betrieb beauftragten Outsourcing-Partners stattfinden kann (siehe Abbildung 2).



Abbildung 1: CRM-Systeme als Individual-Lösung sind meist hochkomplexe und langwierige Projekte



Abbildung 2: SaaS-Lösungen von Oracle sind Gesamt-Lösungen aus einer Hand – eine wichtige Voraussetzung für klare Verantwortlichkeiten, hohe Performance und garantierte Sicherheit

Reizthema „Datensicherheit“

Trotz der offenkundigen Vorteile hinsichtlich Wirtschaftlichkeit, Flexibilität und Schnelligkeit wird dem SaaS-Modell häufig auch mit Skepsis begegnet – und das nicht ohne Grund. Hinter dem Begriff „Cloud“ wird oft eine geradezu nebulöse Umsetzung vermutet, bei der niemand weiß, auf welchem Server, in welchem Land, zusammen mit den Daten welcher sonstigen Auftraggeber sich die eigenen Daten gerade befinden. Angesichts der rechtlichen Rahmenbedingungen für deutsche Finanzdienstleistungs-Unternehmen verständlicherweise eine inakzeptable Vorstellung. Doch neben solch intransparenten Angeboten, die meist für Consumer-Märkte konzipiert sind und das Bild vom „Cloud Computing“ prägen, gibt es auch hochprofessionelle Angebote im Markt, die allen Anforderungen einer branchenspezifischen Lösung gerecht werden.

Oracle bietet seinen „CRM On Demand“- oder „Fusion CRM SaaS“-Kunden die Option eines Hosting im Oracle-eigenen Data Center in Linlithgow, Schottland – auf dedizierter Umgebung, die nur für einen Kunden verwendet wird. Mit diesem sogenannten „Single Tenant“-Konzept und einer Datenhaltung innerhalb der EU unterscheidet sich das Oracle-Angebot sehr deutlich von Mitbewerbern, die üblicherweise nur „Multi Tenant“-Umgebungen anbieten und sich mit einer Datenhaltung in der EU an einem dedizierten Ort ebenfalls schwertun.

Die Sicherheitsmaßnahmen in einem Oracle Data Center bewegen sich auf allerhöchstem Stand und dürften oftmals über das Niveau hinausgehen, das ein einzelnes Unternehmen im eigenen Hause umsetzen kann. Neben der rein faktischen Sicherheitslage besteht darüber hinaus vertraglich die Möglichkeit, eine Auftragsdatenverarbeitung entsprechend §11 des Bundesdatenschutzgesetzes abzuschließen, sodass auch formal alle relevanten Vorgaben erfüllt sind.

Als Risikofaktor für die Nutzung von SaaS-Angeboten – insbesondere von US-amerikanischen Unternehmen – wird hin und wieder auch der US Patriot Act genannt. Auch bei Einhaltung allerhöchster Sicherheitsstandards wird oft eine Lücke in der vollständigen Sicherheit und Vertraulichkeit der Kundendaten befürchtet. Hierzu empfiehlt sich zunächst die Analyse dessen, was der Patriot Act tatsächlich bedeutet. Entgegen manchen Vermutungen müssen US-amerikanische SaaS-Anbieter keineswegs den unkontrollierten Zugang amerikanischer Untersuchungsbehörden auf ihre Server zulassen. Der Patriot Act erlaubt vielmehr die Vorlage von ganz bestimmten Informationsanfragen zu einzelnen Personen oder Organisationen. Dies erfolgt auf schriftlichem Wege, und in der Tat sind amerikanische Unternehmen verpflichtet, diese Anfragen zu beantworten. Der Sinn des US Patriot Act ist die Verfolgung und Aufdeckung von Aktivitäten des Terrorismus, der Geldwäsche und der Terrorismus-Finanzierung. Dementsprechend richten sich die Informationsanfragen primär auf die Untersuchung verdächtiger Geldtransfers oder konspirativer Telekommunikations-Transaktionen.

Bevor der Patriot Act als Risikofaktor für CRM-SaaS-Lösungen eingestuft wird, sollte also ganz nüchtern gefragt werden: Welche Bank oder Versicherung hat überhaupt derartige Informationen in ihrem CRM-System gespeichert, sodass dieses als potenzielle Informationsquelle für US-Fahnder von Interesse sein kann? Doch der Blick allein auf US-amerikanische SaaS-Anbieter gibt nicht die volle Tragweite des Patriot Act wieder. Auch Nicht-US-Unternehmen können den Verpflichtungen zur Informationsbereitstellung gleichermaßen unterliegen, wenn sie Niederlassungen oder Tochtergesellschaften in den USA unterhalten oder dort

Korrespondenz-Bankbeziehungen pflegen – völlig unabhängig davon, ob sie ihre Kundendaten bei einem US-Unternehmen hosten lassen oder sie in eigenen Rechenzentren in Deutschland selbst betreuen. Schließlich sollten wir auch nicht vergessen, dass es neben der direkten Informationsanfrage seitens US-Behörden jederzeit die Möglichkeit der Amtshilfe durch deutsche Behörden gibt, mit denen deutsche Unternehmen ohne Zweifel kooperieren müssen.

Datenschutz durch Verschlüsselung oder „Tokenisierung“

Wer dennoch personenbezogene Daten in einem CRM-SaaS-System einem speziellen zusätzlichen Schutz unterziehen möchte, kann hierfür natürlich auf Verschlüsselungsverfahren zurückgreifen. Sobald ein Kundenname für den Oracle-Administrator nicht erkennbar ist, kann einem Informationssuchen zu personenspezifischen Fragen seitens Oracle auch nicht nachgekommen werden. Bedenken in der Versicherungsbranche hinsichtlich der durch §203 des Strafgesetzbuchs vorgegebenen besonderen Schutzverpflichtungen für personenbezogene Informationen kann auf diesem Wege ebenfalls Rechnung getragen werden.

Neben klassischer Verschlüsselung mit entsprechend bewährten Verfahren bietet der Oracle-Partner PerspecSys Inc. aus Kanada auch die Möglichkeit einer sogenannten „Tokenisierung“ ausgewählter Daten. Hierbei werden diese Daten (wie Kundenname und Adresse) durch Zufallsverfahren gegen aussagelose Platzhalter („Tokens“) ausgetauscht. Nur die Tokens sowie sonstige unverfängliche Daten werden zum Server im Oracle-Rechenzentrum übermittelt. Die Originaldaten mit den Kundenamen verbleiben lokal und werden nur beim Abruf aus dem CRM-System wieder gegen die „Tokens“ zurückgetauscht. Auf diesem Wege kann sogar erreicht werden, dass sensible Kundendaten das Gebäude der Bank oder Versicherung nicht verlassen und dennoch die Funktionalität des CRM-SaaS-Systems nutzbar gemacht wird.

Marktdynamik und Flexibilität

Die Märkte wandeln sich zunehmend schnell, das Kundenverhalten wird immer schwerer vorhersehbar. Kann ein CRM-System

tem damit Schritt halten? Wenn Fachbereiche für notwendige Erweiterungen und Änderungen stets den Weg zum IT-Bereich gehen müssen und dort mit der bereits gut gefüllten Liste priorisierter Projekte konfrontiert werden, sind die Nutzenpotenziale nicht ausschöpfbar. Oracle hat daher CRM On Demand und Fusion CRM so gestaltet, dass der Großteil individueller Einstellung und Anpassung durch Konfiguration erfolgt – und nicht durch Programmierung. Dem Fachbereich steht somit die Möglichkeit offen, jederzeit schnell und flexibel agieren zu können und den Nutzern der Lösung die aktuell benötigten Funktionen bereitzustellen.

Vendor-Lock-In

In die Cloud hineinzukommen ist nicht schwer – doch wie kommt man wieder heraus? Während eine gekaufte und selbstbetriebene Software schlimmstenfalls auch ohne Support des Herstellers mehr oder minder gut genutzt werden kann, ist ein SaaS-Kunde dauerhaft darauf angewiesen, dass sein Provider die Nutzbarkeit der Lösung sicherstellt. Was geschieht, wenn sich die gesetzlichen Rahmenbedingungen dahingehend ändern sollten, dass eine SaaS-

Nutzung nicht mehr zulässig ist? Verständlich, dass sich Unternehmen daher fragen, ob sie als SaaS-Nutzer einem besonders starken „Vendor-Lock-in“ ausgesetzt sind. Da das Geschäftsmodell der meisten SaaS-Provider ausschließlich diese Betriebsform vorsieht, eine berechtigte Fragestellung. Die dauerhafte Stabilität und finanzielle Stärke des SaaS Providers sollte daher ein wichtiges Auswahlkriterium darstellen. Dass Oracle diese Kriterien erfüllt, dürfte außer Zweifel stehen.

Doch Oracle hebt sich noch auf andere Weise vom üblichen SaaS-Umfeld ab: Mit den Fusion Applications bringt Oracle erstmals eine vollständige Applikationssuite heraus, die mit identischer Funktionalität sowohl On-Premise, im SaaS-Modell oder in hybriden Mischformen betrieben werden kann. Daher ist auch ein Wechsel des Deployment-Modells für den Fusion-Applications-Kunden jederzeit möglich, ohne dass er hierfür seinen Datenbestand oder seine Konfigurationen und Schnittstellen neu aufsetzen müsste.

Fazit

Moderne CRM-Systeme können dazu beitragen, ungenutzte Spielräume für die

Erhöhung von Cross- und Up-Selling, Kundenbindung und letztlich den Ertrag bei Banken und Versicherungen besser auszuschöpfen. SaaS-basierte Lösungen bieten hierbei vielfältige Vorteile hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und Flexibilität und haben sich daher in vielen Ländern auch in dieser Branche bereits durchgesetzt. Die bislang spürbare Zurückhaltung in Deutschland ist angesichts der strengen Datenschutzvorgaben verständlich. Dank der Lösungen von Oracle mit Datenhaltung in der EU, dedizierten Umgebungen für einzelne Kunden, umfangreichen Sicherheitsmaßnahmen auf höchstem Niveau sowie gezielter Verschlüsselung ist mittlerweile ein Angebot vorhanden, das es auch der deutschen Finanzindustrie erlaubt, die unbestreitbaren Vorteile von SaaS zu nutzen, ohne unkalkulierbare Risiken einzugehen, gegen Gesetze zu verstößen oder sich in übergroße Abhängigkeiten zu begeben.

Erwin Sharp

erwin.sharp@oracle.com

■ Stellungnahme des Oracle Produkt-Management zur Freigabe des Release 12.2 der E-Business Suite

Here's the latest on the EBS R12.2 release date:

- EBS R12.2 is planned to be released in the next 12 months. Due to Oracle's revenue recognition policies, we cannot provide more specific timeframes.
- Given the substantive nature of the changes in 12.2, Oracle is taking a quality-driven approach rather than arbitrary date-driven approach for this release. Customers can stay in touch with their Oracle account managers and check My Oracle Support for updates on the availability of EBS 12.2.

For customers looking to upgrade and wondering if they upgrade to 12.1 or 12.2, our general recommendation is:

- Customers should be planning and executing their upgrade with R12.1.3 today and not waiting for R12.2.
 - Most of the time and effort in the upgrade is in R12.1, due to the global financial architectural enhancements. This work includes data validation and preparation, customization analysis, and more.
- Customers can then make a decision of the final production release that they

upgrade to (12.1 or 12.2) during their upgrade project, after considering:

- Timeline of the upgrade project and 12.2 availability
- R12.2 value to your business, particularly online patching
- Company profile to uptake new products/releases

Dr. Frank Schönthaler, Leiter der E-Business Suite Community, meint dazu: „Auf diese Information wartet die Community händelnd! Schon entsprechende Nachrichten am EBS Community Day hatten Auswirkungen auf die Migrationspläne der Kunden.“

Integrierte Airline-Planung mit Oracle Hyperion Planning

Nicole Barth, Air Berlin, und Jan Ahlers, Deloitte Consulting

Mehr als Unternehmen in den meisten anderen Branchen sind Airlines gezwungen, extrem schnell auf externe Faktoren zu reagieren, während sie in Echtzeit mit einer erheblichen Komplexität umgehen müssen.

Minimaler Margen-Spielraum schafft besondere Herausforderungen in der Finanzplanung. Dies erfordert eine feine Balance zwischen Flexibilität und Standardisierung sowie eine lückenlose Integration zur operativen Planung. In diesem Artikel zeigen die Autoren, wie dies für Air Berlin durch die Einführung und den Ausbau einer Enterprise-Performance-Management-Umgebung (EPM) auf Basis von Oracle Hyperion System 11 unter Nutzung der Komponenten Oracle Hyperion Planning (HP), Hyperion Financial Management (HFM) und Hyperion Financial Data Quality Management (FDM) erreicht werden konnte. Es wird Einblick darin gewährt, wie durch umfassende Analyse, intelligentes Design und eine strukturierte Implementierung eine Lösung aufgebaut werden konnte, die alle oben genannten Herausforderungen erfüllt und gleichzeitig wertvolle Ressourcen für verbesserte Analyse und Handlungsfähigkeit frei gemacht hat.

Ausgangssituation und Projektzielsetzung

Zielsetzung des Projekts war die Ablösung einer stark fragmentierten, Excel-basierten Planungs-Landschaft für die Finanzplanung im Controlling. Dabei standen die Verbesserung der Effizienz des Planungs-Prozesses sowie eine gesteigerte Datenqualität im Vordergrund. Besonders im Fokus war dabei auch eine enge Verknüpfung mit den der Finanzplanung vorgelagerten, operativen Planungen. Diese setzten bereits teilweise auf einer datenbankbasierten Lösung (relationale Datenbank) auf, deren möglichst automatisierte Anbindung ebenfalls Ziel des Projekts war. Ebenso soll-

te die parallel im Aufbau befindliche Konsolidierungslösung genutzt werden, um eine zur Ist-Konsolidierung harmonisierte Plan-Konsolidierung bereitzustellen.

Projektvorgehen

Mithilfe des Deloitte-Fasttrack-Ansatzes wurde zunächst eine Aufnahme der relevanten Teilmodelle, Datenflüsse und logischen Abhängigkeiten des Planungsprozesses vorgenommen. Hierzu wurden die einzelnen Planungsschritte strukturiert durch Templates erfasst. Gegenstand der Erfassung waren hierbei insbesondere die jeweils vor- und nachgelagerten Prozess-Schritte, die Logiken innerhalb eines Planungsbereichs sowie die relevanten Datenstrukturen und notwendigen Dimensionalitäten. Auch Verantwortlichkeiten sowie die im Status quo eingesetzten Tools und Plattformen wurden dokumentiert.

Anhand der durch diese Aufnahme entstandenen, strukturierten Dokumentation der Planungsschritte konnten im nächsten Schritt mit den jeweiligen fachlichen Planern und den Verantwortlichen für den Gesamtplanungs-Prozess sinnvolle Planungsmodule für die Umsetzung auf der neuen EPM-Plattform identifiziert werden. Diese wurden anschließend hinsichtlich ihrer Umsetzungsrelevanz priorisiert.

Die dabei ebenfalls erreichte, detaillierte, toolunabhängige Dokumentation der Planungslogiken wurde durch die Fachcontroller einem inhaltlichen Review und Anpassungen unterzogen. Anschließend wurden die auf der neuen EPM-Plattform zu modellierenden Strukturen und Logiken durch ein Struktur-Template festgehalten. Aufgrund der einfachen Handhabung

dieses Excel-basierten Templates konnten auch hierbei die Fachmitarbeiter ohne Kenntnisse der Zielplattform stark partizipieren. So war es möglich, bereits nach kurzer Zeit die Verantwortung für die strukturelle Pflege zentral relevanter Strukturen (wie Kostenstellen, Kostenträger) an die fachlich Verantwortlichen zu übergeben.

Im weiteren Verlauf folgte die Umsetzung in einer Hyperion-Planning-Applikation. Durch die Fähigkeit des Struktur-Templates, Upload-fähige Struktur-Files für die Metadaten-Komponente Enterprise Performance Management Architect (EPMA) zu erzeugen, konnte binnen kürzester Zeit eine erste Planungs-Applikation aufgebaut werden. Diese enthielt das komplette Dimensionsmodell, inklusive der vollständigen Strukturen für die Gewinn- und Verlustrechnung, die Bilanz, die KPIs sowie alle zur Herleitung dieser Elemente notwendigen Treiberbäume. Weiterhin verfügte sie bereits über alle wesentlichen Formel-Logiken auf Element-Ebene.

Im nächsten Schritt konnten nun die notwendigen Berechnungsregeln mithilfe der Business-Rule-Templates erstellt werden. Diese gewährleisteten, dass jeder Berechnungsschritt alle notwendigen Dimensionen berücksichtigt, und schafften dadurch ein größtmögliches Maß an Transparenz und Datensicherheit. Nicht zuletzt führt ihr Aufbau gegenüber handgeschriebenen Berechnungsregeln auch automatisch zu gesteigerter Performance des zukünftigen Systems: Es wird zu jedem Zeitpunkt sichergestellt, dass der Berechnungsraum, auf den die Regel innerhalb des Würfels fokussiert, auf den inhaltlich relevanten Raum begrenzt bleibt.

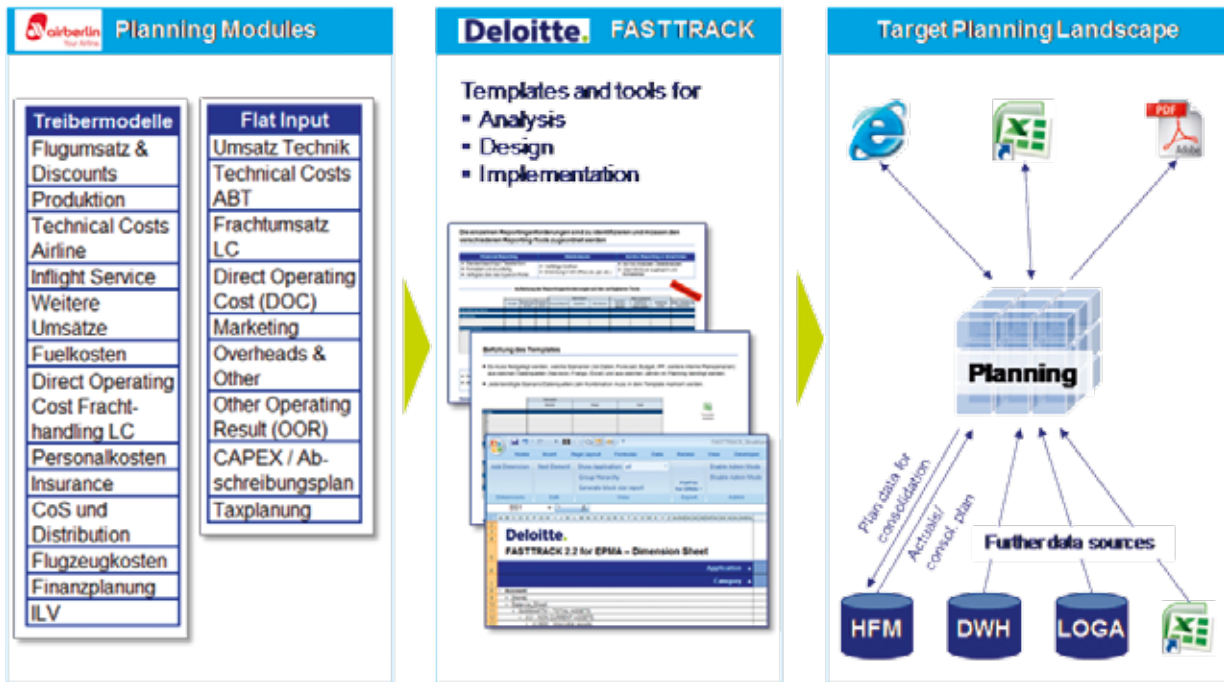


Abbildung 1: Umsetzung des Informationsmodells mithilfe von Fasttrack

Parallel zum Aufbau der Berechnungsregeln wurden gemäß den Festlegungen der Prozessdokumentation, falls notwendig, Eingabeformulare für die Planer aufgesetzt (sogenannte „Webforms“). Diese dienen als Eingabemöglichkeit für Planannahmen und Treibergrößen.

Wo immer es sinnvoll ist, hat man die Daten aus Vorsystemen und Vormodellen automatisiert übernommen. Durch die frühzeitige Transparenz hinsichtlich der im System vorhandenen Strukturen war es möglich, mit den Verantwortlichen der liefernden Systeme früh präzise Abstimmungen über die zu liefernden Inhalte und Datenformate zu treffen. Als Medium des Datenaustauschs wurde dabei ein relationales Datenbank-Schema gewählt, auf das seitens der EPM-Plattform durch Hyperion Financial Data Quality Management (FDM) zugegriffen wird. Schließlich wurde mithilfe des Security-Templates das Berechtigungskonzept in standardisierter Form vorbereitet und in die Komponente Shared-Services geladen.

Charakteristika der aufgebauten Lösung

Die entstandene Lösung ist durch die bereits erwähnten, Hyperion-FDM-basierten Schnittstellen eng mit vor- und nachgela-

gerten Systemen wie dem Data Warehouse und dem Konsolidierungssystem verknüpft. FDM ermöglicht dabei im Wirkbetrieb eine enge Kontrolle der Schnittstellenprozesse durch die Fachabteilung.

Kern des Systems ist ein vernetztes Treibermodell, das unter anderem auf Basis hochdetaillierter Produktionsdaten aus dem Data Warehouse und manueller Plan-Eingaben als Input detaillierte Plan-GuVs für alle relevanten Konzerngesellschaften und die Gruppe berechnet. Veränderte Basiszenarien, etwa aufgrund angepasster Flugpläne, lassen sich binnen kürzester Zeit in die Finanzplanung übernehmen. Durch die Modellierung einer Vielzahl materieller Treiber-Zusammenhänge werden so die Ergebnis-Auswirkungen der veränderten operativen Planungen schnell deutlich.

Neben der Erstellung der Planung der Einzelgesellschaften wird eine Planung der Intercompany-Beziehungen innerhalb des Konzerns unterstützt. Die anschließende Plan-Konsolidierung kann alternativ durch Übergabe an Hyperion Financial Management (HFM) oder innerhalb von Hyperion Planning erfolgen. Dazu können die Daten durch FDM an HFM übergeben werden, wo die Plan-Konsolidierung über die gleiche

Logik erfolgt, wie sie in der Legal-Konsolidierung Anwendung findet.

Projekt-Ergebnisse

Im Rahmen des Projekts konnten durch Anwendung einer bewährten Methodologie für Konzeption, Design und Implementierung von EPM-Systemen zusammen mit bewährten Oracle-Hyperion-Tools die Anforderungen an eine umfassende Finanzplanung erfüllt werden. Die beschriebene Lösung hat es Air Berlin ermöglicht, den Planzyklus zwischen neuen Iterationen der operativen Planung und einer konsistenten und aktualisierten Gesamtplanung erheblich zu verkürzen. Weiterhin hat sie geholfen, eine Harmonisierung zwischen verschiedenen inhaltlichen Planungsmodulen zu erreichen und eine lückenlose Integration sowohl mit komplexen Vorsystemen als auch der Konsolidierungsplattform sicherzustellen. Dabei konnten kreative Designansätze helfen, auch komplexe Geschäftsanforderungen zu lösen, ohne dabei auf teures Customizing oder spezialisierte Nischen-Tools zurückgreifen zu müssen.

Der Einsatz der Deloitte-Fasttrack-Tools ermöglichte den Aufbau und die Produktivsetzung der ersten Ausbaustufe innerhalb eines ausgesprochen kurzen Zeitraums.

Aufgrund der ausschließlichen Verwendung von Standard-Komponenten und der leichten Erlernbarkeit der Tools konnte der Betrieb der Lösung im Anschluss komplett an den Fachbereich übergeben werden. Externe Unterstützung erfolgte nur noch im Rahmen von Ausbausritten. Der notwendige Support seitens der hauseigenen IT beschränkt sich auf Bereitstellung und Betrieb der notwendigen Hard- und Software-Infrastruktur und die Sicherstellung von Backup und Archivierung.

Ausbaustufen

Nach dem Aufbau der Kern-Applikation konnte zwischenzeitlich eine Reihe von Erweiterungen umgesetzt werden, die gut die Flexibilität der gewählten Lösung illustrieren. Zur Sicherstellung der Ausschöpfung aller erkennbaren Umsatzsteigerungs- und Kostenreduzierungspotenziale hat Air Berlin eine entsprechende Initiative mit dem Namen „Shape & Size“ aufgesetzt. Um die große Zahl der in diesem Rahmen entwickelten qualitativen Maßnahmen hinsichtlich ihres quantitativen Wertbeitrags besser planen zu können, wurde die EPM-Lösung um ein entsprechendes Modul erweitert. Dieses ermöglicht das Anlegen neuer Maßnahmen zur Laufzeit ohne Metadaten-Änderungen. Je Maßnahme können sodann quantitative Effekte in Bezug auf eine oder mehrere GuV-Positionen hinterlegt sowie ihr Reifegrad qualifiziert werden.

Die Lösung für das Maßnahmen-Reporting ermöglichte es Air Berlin, einen ma-

nuellen, Excel-basierten Sammlungs- und Aggregationsprozess durch eine komfortable Lösung zu ersetzen. Diese bietet maximale Transparenz hinsichtlich des akkumulierten Wertbeitrags der einzelnen Initiativen und stellt die Integration in den Budget- und Forecast-Prozess sicher (siehe Abbildung 1).

Zur Unterstützung der zweiwöchentlichen Liquiditäts-Planung wurde die Möglichkeit geschaffen, diese auf einfache Weise auf dem jeweils letzten Forecast zu basieren. Dazu wird dieser mithilfe einer separaten Applikation mit verringerter Granularität in aggregierter Form abgegriffen, zentrale Stellschrauben werden angepasst und eine aktualisierte GuV als Input in die gesamtheitliche Liquiditäts-Rechnung des Accounting bereitgestellt. Durch die enge Verknüpfung mit dem zentralen Planungstool konnte der stark manuelle, Excel-basierte Prozess abgelöst und eine erhöhte Konsistenz und Integrität der Liquiditätsplanung erreicht werden.

Die monatliche Bereitstellung von Kostenstellenberichten (Ist- und Plan-Daten inklusive Abweichungsspalten) für alle Organisationsbereiche wurde standardisiert und die Erstellung automatisiert. Das Berichts-Layout wird zentral in Excel erstellt und Hyperion Planning wird als einheitliche Datenquelle für Plan- und Ist-Daten verwendet. Die Lösung ist mithilfe von Smartview in Verbindung mit einer Batch-Verarbeitung entstanden, sodass Änderungen am Report-Layout bequem in Excel vorgenommen werden können und kein spezifischer toolbezogener Schu-

lungsbedarf zur Report-Erstellung bestand. Berichts-Varianten sind ebenfalls in Excel möglich.

Um Plan-/Ist-Analysen zu vereinfachen und die Komplexität zu reduzieren, werden in Accounting und Controlling gemeinsame Metadaten-Strukturen genutzt. Zur pragmatischen Kooperation der Bereiche „Controlling“ und „Accounting“ bei der Pflege der gemeinsam verwendeten Daten-Strukturen kommt das Deloitte-Fast-track-Struktur-Template in Verbindung mit Oracle-EPMA zum Einsatz. Die Verantwortlichen können parallel die Strukturen pflegen, Bearbeitungskonflikte werden verhindert und der Prozess zur Metadaten-Pflege ist bereichsübergreifend standardisiert. Zentrale Datenstrukturen werden auf diese Weise stets zwischen dem ERP-System, dem Konsolidierungssystem sowie dem Planungs- und Reporting-System synchron gehalten.

Fazit

Die modulare Architektur der Lösung und die Flexibilität hinsichtlich der ein- und ausgehenden Schnittstellen ermöglicht einen stetigen weiteren Ausbau der EPM-Lösung, ganz nach den Bedürfnissen des Fachbereichs.

Nicole Barth
nbarth@airberlin.com
Jan Ahlers
jahlers@deloitte.de

Impressum

Herausgeber:

DOAG Deutsche ORACLE-Anwendergruppe e.V.
Tempelhofer Weg 64, 12347 Berlin,
www.doag.org

Verlag:

DOAG Dienstleistungen GmbH
Fried Saacke, Geschäftsführer
info@doag-dienstleistungen.de

Chefredakteur (VisdP):

Wolfgang Taschner
redaktion@doag.org

Redaktion:

Fried Saacke, Carmen Al-Youssef, Mylène Diacquenod,
Dr. Frank Schönthaler, Detlef Kubusch

Anzeigen:

CrossMarketeam, Doris Budwill
www.crossmarketeam.de
Mediadaten und Preise unter
www.doag.org/go/mediadaten

Titel, Gestaltung und Satz:

Claudia Wagner, Fana-Lamielle
Samatin (Titelfoto: Petra Dirscherl,
pixelio.de)

Druck:

adame Advertising and
Media GmbH Berlin
www.adame.de

Geschäftsprozess-Erstellung durch den Fachbereich

Markus Grünewald, People at Work Systems AG

Unternehmen stehen heute mehr denn je vor der Aufgabe, ihre Geschäftsprozesse ständig zu überprüfen und zu optimieren. Auslöser können strategische Entscheidungen sein, oft sind aber auch äußere Zwänge hierfür verantwortlich, wie neue Anforderungen von Partnern oder der Druck durch den Wettbewerb. Ein adäquates Mittel, dieser Herausforderung zu begegnen, ist Business Process Management (BPM).

Auch wenn BPM bereits seit Jahren angepriesen und vermarktet wird, gab es bisher noch immer Medienbrüche. Prozesse konnten zwar mit diversen Tools modelliert werden, jedoch wurden die eher für den Fachbereich bestimmten Modellierungstools ausschließlich vom Fachbereich verwendet und die Prozessdiagramme dienten der IT weiterhin lediglich als Dokumentation. Die IT versuchte dann auf Basis dieser Modelle, die Anforderungen in einem IT-exklusiven Tool umzusetzen. Erst mit dem Aufkommen des BPMN-2.0-Standards und der Integration dieses Standards in eine leistungsfähige Umgebung wie die Oracle 11g BPM Suite ist nun eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Enterprise-Architekten, Business Usern und IT möglich. Basierend auf einem

einzigem BPMN-2.0-Modell werden die Informationen interdisziplinär gepflegt und können direkt ausgeführt werden.

Beim traditionellen Ansatz zur Umsetzung von Business-Anforderungen beschreibt der Fachbereich beispielsweise mit Visio-Diagrammen notwendige Abläufe und erläutert zusätzlich textuell, was von der IT umgesetzt werden soll. Dieses Fachkonzept wird dann an die IT übergeben. Sehr häufig wird dann in sehr langen Implementierungsphasen versucht, diese Business-Anforderungen entsprechend umzusetzen. Aufgrund der langen Implementierungszeiten und Missverständnissen in der Interpretation des Fachkonzepts entspricht das fertige IT-Produkt dann leider sehr häufig nicht den aktuellen Anforderungen. Eine Model-

lierung mit BPMN 2.0 unter Verwendung einer Umgebung wie der Oracle BPM Suite ermöglicht hier eine vollkommen neue Art der Umsetzung.

Der Fachbereich kann die umzusetzenden Prozesse direkt in dem webbasierten Business Process Composer modellieren und dokumentieren (siehe Abbildung 1). Für die modellierten Prozesse lässt sich sehr einfach ein Prozess-Report generieren, der unmittelbar in ein Fachkonzept einfließen kann. Die hier beschriebene Vorgehensweise unterstützt damit auch agile Methodenansätze wie Scrum. Die gewünschten Business-Anforderungen können iterativ in kurzen Zyklen modelliert, implementiert und getestet werden. Die Time-to-Market-Zeiten sind dabei drastisch reduziert.

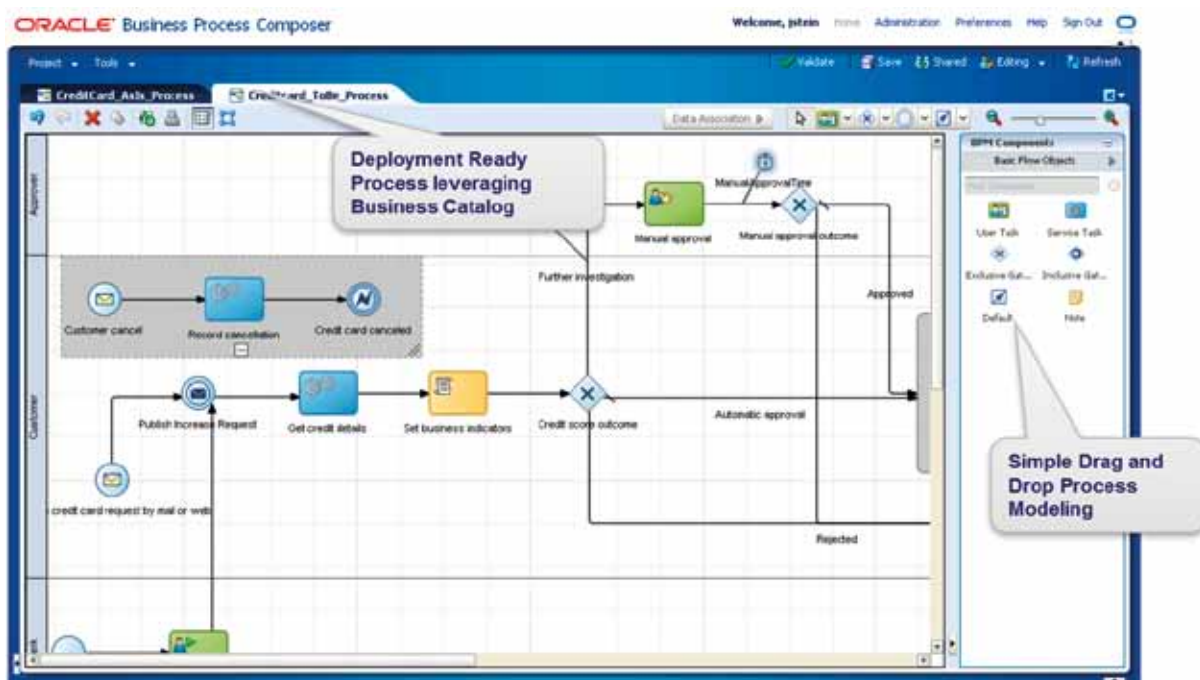


Abbildung 1: Oracle Business Process Composer [Quelle: Oracle]

Die kollaborative Arbeitsweise wird durch Verwendung eines gemeinsam genutzten Repository ermöglicht. Die vom Fachprozess modellierten Prozesse können dadurch unmittelbar von der IT weiterbearbeitet werden. Die Mitarbeiter der IT wenden hierzu das in den JDeveloper integrierte BPM Studio (siehe Abbildung 2).

Die Modelle sind ähnlich aufgebaut wie die bekannten Visio-Swimlane-Diagramme. Am linken Rand sind die in den Prozess involvierten Rollen (Lanes) zu erkennen. Welche Rollen in den Prozess einbezogen sein sollen, ist frei definierbar. Die Benutzer-Zuordnung zu den Rollen ist sehr dynamisch und auf vielfältige Weise möglich (etwa durch Administration über den Business Process Workspace mit Anbindung an ein LDAP). In den definierten Rollen-Bereichen können nun BPMN-Aktivitäten platziert werden. Der Sequenz-Flow bestimmt deren Reihenfolge. Wird beispielsweise eine Aktivität vom Typ „Human Task“ (Benutzer-Interaktion) in einem Rollenbereich (wie Approvers) platziert, können auch nur Benutzer mit der entsprechenden Rolle diese Interaktion zur Prozess-Laufzeit ausführen. Als weitere Aktivität ist in diesem Prozess ein „Service Task“ zu erkennen. Hinter dessen Aktivität können sich vielfältige Aktionen verbergen, etwa der Aufruf eines Web-Service oder eines weiteren BPM-Prozesses – es können aber auch Datenbank-Opera-

tionen oder Filesystem-Zugriffe hierüber in den Prozess integriert werden. Welche technische Implementierung sich hinter den einzelnen Prozess-Aktivitäten verbirgt, wird in der Oracle BPM Suite über die Composite View definiert. Diese ist die klassische SOA-Ansicht, die auch schon in früheren Oracle-Versionen zum Einsatz kam und sich in der Praxis schon seit einigen Jahren in sehr komplexen Architekturen bewährt hat. Durch die Verwendung der Oracle BPM Suite erfolgt die Modellierung nach dem aktuellen Standard BPMN 2.0 und die Prozesse werden auf der Basis einer etablierten, hoch skalierbaren Plattform ausgeführt. In der SOA Composite View sind alle notwendigen technischen Details für den Prozess implementiert, werden jedoch über diesen zusätzlichen Layer von der Prozess- beziehungsweise Fachbereichs-Sicht abstrahiert. So lässt sich zum Beispiel der Aufruf eines Web-Service durch entsprechende Referenzen beschreiben. Diese können dann anschließend in dem Prozess-Diagramm bei der Erstellung einer Aktivität vom Typ „Service Task“ verwendet werden.

Um die Vorteile von Business Process Management wirklich zu nutzen, reicht es nicht aus, einen Prozess lediglich einmal zu definieren und dann für unbestimmte Zeit auszuführen. Vielmehr ist es notwendig, den Prozess ständig zu überwachen und durch Key-Performance-Indikatoren

(KPIs) die tatsächlichen Ergebnisse mit den Erwartungen abzugleichen. Die so gewonnenen Erkenntnisse, in Verbindung mit sich ständig verändernden Randbedingungen und Anforderungen, führen zwangsläufig dazu, dass existierende Prozesse kontinuierlich angepasst werden müssen. Dieser BPM Lifecycle versetzt Unternehmen in die Lage, ihre Prozesse auf einem sehr aktuellen Stand zu halten.

Durch Verwendung des BPMN-2.0-Standards können die meisten notwendigen Prozess-Änderungen sehr schnell und einfach erfolgen. Mit wie viel Aufwand diese durchgeführt werden können, ist natürlich auch bis zu einem gewissen Grad von der Art abhängig, wie ein Prozess modelliert wurde. Gerade Anfängern unterlaufen hier zu Beginn Fehler, die den Aufwand, der anschließend für eine Anpassung notwendig ist, nach oben treiben. Es ist daher zu empfehlen, gerade bei der Modellierung der ersten BPM-Prozesse bereits bei der Aufnahme der Business-Anforderungen erfahrene BPM-Experten mit ins Boot zu nehmen. Mit den gesammelten Erfahrungen ist der Fachbereich dann in der Lage, die BPM-Prozesse zukünftig sehr eigenständig zu modellieren. Ein Beispiel dafür, wie die Anpassungsfähigkeit von Prozessen und damit die Time-to-Market-Zeiten positiv beeinflusst werden können, ist die Verwendung von Business Rules. Zum Beispiel könnte es einen Prozess geben, der mithilfe komplexer Kriterien die Kundengruppe (Standard, Gold oder Platin) ermittelt. Abhängig von der ermittelten Kundengruppe werden dann unterschiedliche Prozess-Schritte durchlaufen: Anfragen der Kundengruppe „Standard“ werden per E-Mail beantwortet, Kunden, die der Gruppe „Platin“ angehören, werden von einem Kundenbetreuer kontaktiert etc. Soll die Kundengruppe nun geänderte Kriterien erhalten, kann diese Änderung zur Laufzeit von einem ausgesuchten Personenkreis (etwa Prozess-Verantwortlicher gemeinsam mit einem IT-Mitarbeiter) erfolgen. Ein vorheriger Test auf einer Referenz-Umgebung und die Einhaltung von definierten Governance-Regeln sind dabei natürlich sehr zu empfehlen. Der produktive Prozess reagiert unmittelbar auf diese Änderung.

Eine Änderung der Business Rules kann beispielsweise dann notwendig sein, wenn

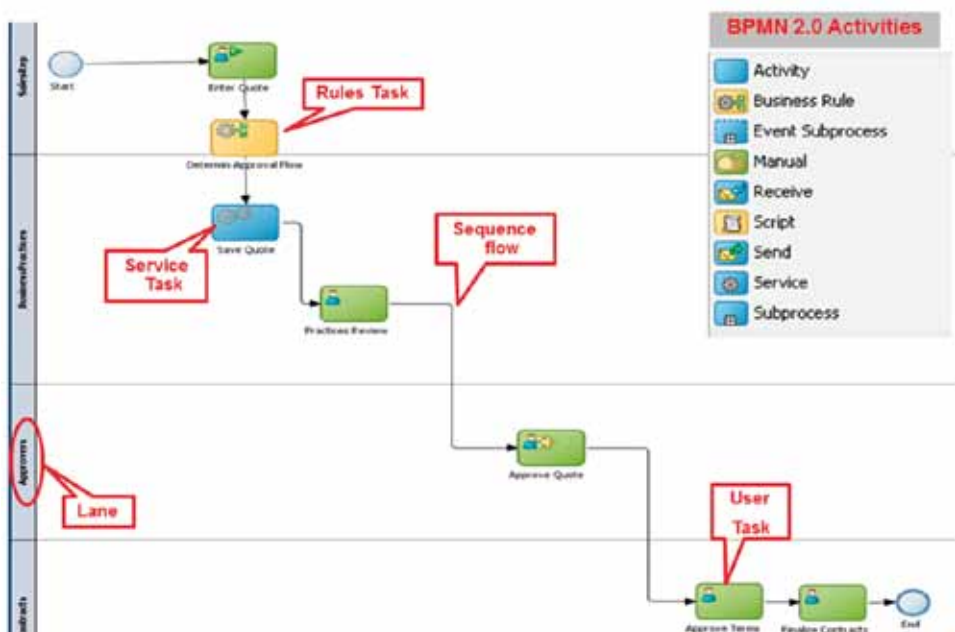


Abbildung 2: BPMN-Modell [Quelle: Oracle]

eine geänderte Anforderung von Partnern vorliegt und zeitnah auf diese reagiert werden muss. Es können jedoch auch Veränderungen von Key-Performance-Indikatoren (KPIs) auf notwendige Anpassungen hinweisen. KPIs und entsprechende Messpunkte lassen sich in Oracle-BPM-Prozessen frei definieren. Alle Informationen zu diesen KPIs werden dann gesammelt und über Oracle Business Activity Monitoring (BAM) in übersichtlicher Form dargestellt. Für die Prozess-Überwachung stehen BAM-Standard-Dashboards zur Verfügung (siehe Abbildung 3). Es ist aber auch sehr einfach möglich, eigene Dashboards zu erstellen, die signifikante Informationen sehr übersichtlich darstellen. Die Aktualisierung der Dashboards erfolgt in Echtzeit, das heißt Informationen, die durch aktive Prozesse dokumentiert werden, führen unmittelbar zu einer Aktualisierung der grafischen Elemente. Zusätzlich sind Schwellwerte möglich. Bei deren Überschreitung können über entsprechende Alert-Definitionen festgelegte Benutzer benachrichtigt werden.

Sollen Prozesse erstellt oder geändert werden, kann es für die Fachbereiche sehr nützlich sein, Prozessabläufe zu simulieren, ohne dass bereits eine fertige IT-Implementierung dahinter liegt. Auch hier bietet die Oracle BPM Suite eine gute Möglichkeit. Für die Simulation lassen sich Durchlaufzeiten und geschätzte Kosten pro Prozess-Aktivität definieren. Für Human Tasks können Ressourcen mit fixen und variablen Kosten festgelegt sein. Sind im Prozess alternative Abläufe möglich, da entsprechende Verzweigungsmöglichkeiten (Gateways) modelliert wurden, lässt sich für jeden Gateway die Wahrscheinlichkeit festlegen, mit der gewisse Prozessabläufe durchlaufen werden. Auf Basis dieser Informationen kann der Prozess nun simuliert werden. Es lassen sich so sehr einfach Engpässe im Prozess erkennen und die Prozesskosten hochrechnen.

Kundenbeispiel

Um zu unterstreichen, dass die Verwendung des BPMN-2.0-Standards mit der Oracle BPM Suite sich nicht nur in der Theorie gut anhört, sondern eine exzellente und valide Kombination für die Durchführung von BPM-Projekten ist, wird an dieser Stelle kurz ein BPM-Projekt vorgestellt, das das Unternehmen „People at Work Systems“

(PaW Systems) 2011 für ein mittelständisches Telekommunikations-Unternehmen erfolgreich umgesetzt hat.

In einem ersten Schritt wurden gemeinsam mit den Fachabteilungen eine Prozess-Analyse durchgeführt und die Prozesse gemeinsam modelliert. Anschließend erfolgte die technische Implementierung durch PaW Systems mit Anbindung der hauseigenen IT-Systeme, unter anderem ein ERP-System und ein Microsoft Exchange Server. Ein Schwerpunkt des Projekts war die Umsetzung der Benutzeroberfläche. Zu Beginn wurde bereits kurz darauf eingegangen, dass in den BPMN-Modellen Human Tasks für notwendige Benutzer-Interaktionen verwendet werden können. Zu deren Bearbeitung stellt Oracle den Business Process Workspace bereit. Nach der Anmeldung werden dem Benutzer alle Aufgaben angezeigt, die für die Rollen anstehen, denen er zugeordnet ist. Alle Tasks erscheinen im oberen Bereich des Business Process Workspace als Liste. Durch Auswahl eines Listen-Eintrags kommen dann im unteren Bereich notwendige Detail-Informationen zu dem Task zur Anzeige. Häufig beschränkt sich dies auf eine simple Anzeige von Zusatz-Informationen; die möglichen Auswahlmöglichkeiten über Schaltflächen beschränken sich auf „Approve“ beziehungsweise „Reject“.

In dem konkreten Kundenprojekt sollte in diesem Teilbereich jedoch ein kleines Order-Managementsystem integriert werden,

das mit dem Oracle Application Framework (ADF) umzusetzen war. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Wartbarkeit so einfach wie möglich ist. Die Daten, die in dem Order-Managementsystem bearbeitet werden, sind fast alle nicht relevant für die Ablaufsteuerung des Prozesses. Deshalb erfolgte die Bearbeitung der Daten direkt auf der Datenbank über ADF Business Components. Die Schaltflächen, die abhängig vom aktuellen Prozessschritt stark variieren, wurden mithilfe von Metadaten dynamisch ein- und ausgeblendet und beschriftet. Dies hat den Vorteil, dass bei Änderung der Datenstruktur der nicht prozesssteuerungsrelevanten Informationen keine neue Version der Businessprozesse erstellt werden muss.

Fazit

Dieser Artikel kann nur einen ganz kleinen Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten von BPMN 2.0 und der Oracle BPM Suite geben. Das Unternehmen des Autors ist jedoch bereit, in unverbindlichen Kundenworkshops in einen Dialog zu treten, um kundenspezifische Anforderungen zu analysieren und Entscheidungshilfen zu geben. Oracle hat PaW Systems mit dem Award „Middleware Partner (BPM) of the year 2012“ ausgezeichnet.

Markus Grünewald

markus.gruenewald@paw-systems.com



Abbildung 3: Oracle BAM Dashboards [Quelle: Oracle]

Integrierte Entsorgungsprozesse mit der Oracle E-Business Suite und Portalen

Christoph Guhl, Interseroh Dienstleistungen GmbH/ALBA Group, und Dr. Thomas Karle, PROMATIS software GmbH

Die Implementierung betriebswirtschaftlicher Standardprozesse mithilfe von ERP-Systemen stellt in der Entsorgungswirtschaft eine besondere Herausforderung dar.

Interseroh setzt hierzu seit einigen Jahren die Oracle E-Business-Suite (EBS) ein. Mit den Standard-Modulen lassen sich weite Teile der Interseroh-Prozesse abbilden. Spezielle Anforderungen, die über die zur Verfügung gestellte Standard-Funktionalität nicht abgedeckt werden konnten, lagen im Rahmen der hier vorgestellten beiden Projekte im Bereich der Integration der Kunden- und der Lieferantenseite, die im Wesentlichen über Internet-Portale eingebunden werden sollten. Diese wurden einerseits durch Erweiterung von Standard-Komponenten der Oracle E-Business Suite auf der Lieferantenseite und andererseits durch Aufbau einer Interseroh-spezifischen Portal- und Integrations-Lösung auf der Kundenseite realisiert. Eine zentrale Stärke der umgesetzten Lösung stellt deren Universalität dar: Durch die gewählte Architektur lassen sich klassische Entsorgungs-, Vermarktungs- und Vergütungs-Prozesse genauso wie Dienstleistungs-Prozesse aus der Logistik oder dem Facility Management abbilden. Der Artikel beschreibt, wie komplexe Anforderungen in der Entsorgungsbranche durch einen kombinierten Einsatz von Standard-Software, Portal-Technologie und SOA-basierten Integrations-Technologien sehr flexibel umgesetzt werden können und bei welchen Anforderungen die Erweiterung von Standard-Funktionen sinnvoll ist.

Das Unternehmen und die Ausgangssituation

Die Interseroh Dienstleistungen GmbH aus Köln, eine Tochtergesellschaft des weltweit führenden Recycling- und Umweltdienstleister sowie Rohstoffversorgers ALBA

Group, ist ein Komplett-Anbieter von Recycling-Dienstleistungen. Das Unternehmen bietet Industrie und Handel Service-Leistungen zur Rücknahme von Verkaufs- und Transport-Verpackungen, zum Produkt-Recycling und zur Pfand-Rücknahme, innovative Mehrweg-Transport-Verpackungen sowie Consulting- und Entsorgungs-Dienstleistungen von Standorten, Lagern und Filialen. Die ALBA Group ist mit ihren beiden Marken ALBA und Interseroh mit rund 200 Tochter- und Beteiligungsunternehmen in Deutschland und Europa sowie in Asien und den USA aktiv. Mit insgesamt knapp 9.000 Mitarbeitern erwirtschaftet sie ein jährliches Umsatzvolumen von 3,2 Milliarden Euro.

Bei den Interseroh-Kernprozessen werden in weiten Teilen sowohl die Basis-Technologien als auch die Business Software von Oracle verwendet. Hierbei sind die Oracle E-Business Suite, Oracle CRM On Demand, die Oracle SOA Suite und die Komponenten der Oracle-Basis-Technologien Oracle WebLogic Server und Oracle-Datenbank erfolgreich im Einsatz. Die System-Landschaft umfasst darüber hinaus SAP- und Microsoft-Dynamics-NAV-Systeme sowie einige weitere individuell erstellte Lösungen auf Basis der Oracle-Datenbank.

Anforderungen bei der aktiven Einbindung von Kunden und Lieferanten

Für die aktive Einbindung von Kunden und Lieferanten in die Kernprozesse bei Interseroh sollte eine möglichst flexible Realisierung über Portale geschaffen werden. Hierbei war zu beachten, dass die Funktionalität der Standard-Software sinnvoll an den Stellen genutzt werden sollte, an denen die zur

Verfügung stehenden betriebswirtschaftlichen Komponenten die Anforderungen generell abdecken und nur kleine Anpassungen erforderlich sind. Die zentrale Voraussetzung hierzu ist, dass die benötigten Anpassungen durch die standardmäßig zur Verfügung stehenden Erweiterungsfunktionen mit vertretbarem Aufwand umgesetzt werden können. Sind aufgrund von fachlichen Anforderungen massive Anpassungen der Standard-Software erforderlich, die durch den Einsatz der zur Verfügung gestellten Bordmittel und APIs nur zu einem für den Fachbereich unzureichenden Ergebnis führen würden, müssen alternative Lösungen erarbeitet werden. Diese können generell nach folgendem Grundmuster aufgebaut sein:

- Die spezifischen Funktionen werden in Form einer separaten Software-Komponente auf Basis der zur Verfügung stehenden Oracle- beziehungsweise Open-Source-Basis-Technologien implementiert
- Die realisierte Software-Komponente wird über eine SOA-basierte Integration (Web-Services, BPEL) an die entsprechenden Module der Standard-Software (Oracle E-Business Suite) angebunden

Dadurch wird ermöglicht, dass die verwendete Oracle E-Business Suite im Rahmen dieser Prozesse soweit wie möglich im Standard betrieben werden kann und spezifische Funktionen in separaten Software-Komponenten sauber gekapselt sind. Durch eine SOA-basierte Integration wird eine weitere Kapselung und Zerlegung der Komplexität vorgenommen, die darüber hinaus auf

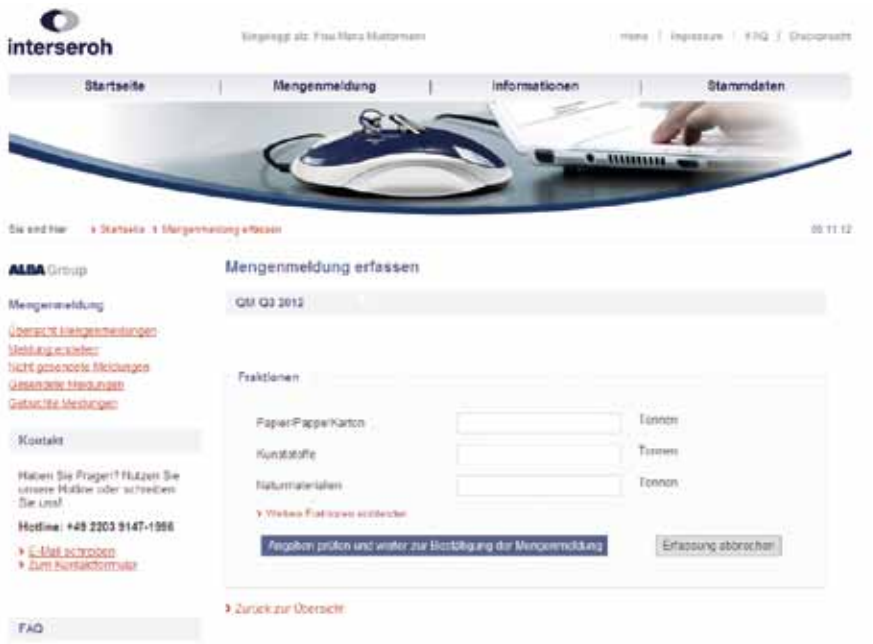


Abbildung 1: Anforderungen an das Kunden-Portal



Abbildung 2: Anforderungen an das Lieferanten-Portal

Basis von Standards (Web-Services) implementiert wird. Gerade auf der zum Kunden hin gewandten Seite der Kernprozesse stellt dieses Vorgehen aufgrund von speziellen Anforderungen aus der Entsorgungsbranche, der hierzu notwendigen Funktionen und vor allem der diesbezüglich gewünschten Usability eine in vielen Fällen zu bevorzugende Alternative dar. Im Gegensatz dazu sind auf der zum Lieferanten hin gewandten Seite die Anforderungen hinsichtlich des optischen Erscheinungsbildes und des spezifischen Aufbaus eines entsprechenden Portals generell meist deutlich geringer. Dies war auch bei den beiden hier beschriebenen Intereroh-Projekten der Fall.

Abbildung 1 zeigt die Anforderungen an das Erscheinungsbild, den Aufbau und die Funktionen eines Portals zur Einbindung von Kunden in die Kernprozesse. Hierbei

spielen branchenspezifische Anforderungen eine zentrale Rolle. Beispielsweise müssen die Kunden die durch ihre jeweiligen Produkte in Verkehr gebrachten Stoffmengen anhand von Mengen-Meldungen über das Portal in einfacher Form erfassen können. Aus den Mengenmeldungen sollen dann in nachgelagerten Prozessen im ERP-System (Oracle E-Business Suite) entsprechende Abrechnungen auf Basis der mit dem jeweiligen Kunden abgeschlossenen Verträgen erstellt werden. Für das geforderte Look-and-Feel, die gewünschte einfache Benutzerführung, das benötigte „Wording“ und die zu bereitstellende Funktionalität für die Portal-Anwendung stand kein passendes Modul der E-Business Suite zur Verfügung. Auch durch Anpassung und Erweiterung von Portal-Modulen der E-Business Suite war das Ergebnis in der gewünschten

Form nicht zu erzielen. Aus diesen Gründen wurde in diesem Fall die Entscheidung für die zuvor beschriebene Lösung einer spezifisch realisierten Portal-Komponente mit SOA-basierter Integration mit der E-Business Suite umgesetzt.

Abbildung 2 hingegen zeigt einen Ausschnitt aus dem Lieferanten-Portal, um einen Eindruck von den auf dieser Seite erforderlichen Funktionalitäten und dem gewünschten Aufbau eines zu realisierenden neuen Funktions-Bausteins zu vermitteln. Hierbei orientieren sich die Anforderungen an der vom Oracle iSupplier Portal der E-Business Suite zur Verfügung gestellten Standard-Funktionalität, die dem Lieferanten über ein Portal generell die Annahme und die Bearbeitung von Bestellungen ermöglicht. Aufgrund der erforderlichen Verarbeitung einer Vielzahl von Bestellungen bei den Lieferanten war auf dieser Seite eine Erweiterung hinsichtlich Massenverarbeitung durch die Ergänzung von speziellen Auswahl- und Bearbeitungsmechanismen zur gleichzeitigen Bearbeitung vieler Bestellungen in einem einzigen Arbeitsschritt, beispielsweise zu deren Annahme, notwendig. Weitere gewünschte Funktionen für eine Massenverarbeitung stellten Export- bzw. Import-Funktionen und Massenänderungen für Bestellungen dar. Da die auf der Lieferantenseite vorhandenen Anforderungen durch Erweiterungen der Standardfunktionalität oder der Bündelung vorhandener Operationen in Massenverarbeitungs-Funktionen umsetzbar waren, sollten diese Anforderungen durch Erweiterung und Anpassung des Oracle iSupplier Portals realisiert werden.

Geschäftsprozessorientierte, SOA-basierte Umsetzung

Aufgrund der im vorherigen Abschnitt aufgeführten Anforderungen wurde eine Lösungs-Architektur definiert, die aus einem spezifisch implementierten Kunden-Portal, den zentralen Warenwirtschafts-Modulen der E-Business Suite inklusive des für die Anbindung von Lieferanten standardmäßig vorgesehenen iSupplier Portals und einer SOA-basierten Integrationskomponente aufgebaut ist. Bezüglich der Umsetzung des Kunden-Portals wurde als skalierbare Basis für das Daten-Management eine Oracle-Datenbank und für die Entwicklung der Portal-Funktionen das Open-Source-Framework

GRAILS ausgewählt. Für die SOA-basierte Integration zwischen Kunden-Portal und E-Business Suite fiel die Entscheidung aufgrund der Oracle-basierten Infrastruktur auf die Oracle SOA Suite. Die Realisierung der Anforderungen an ein Portal auf der Lieferantenseite sollte durch Erweiterungen der Standardfunktionalität des Oracle iSupplier Portals erfolgen. Abbildung 3 zeigt die gewählte Lösungs-Architektur.

Für die Umsetzung wurden die fachlichen Abläufe definiert und auf die im Rahmen der Lösungsarchitektur zur Verfügung stehenden Komponenten verteilt. Abbildung 4 zeigt im Groben beispielhaft einen übergreifenden Gesamtprozess, der das Zusammenspiel zwischen Aktivitäten im Kunden-Portal und Aktivitäten auf der Auftragsseite der E-Business Suite im Rahmen des Entwurfs verdeutlicht. Bei den einzelnen Prozess-Schritten wurden neben einer Beschreibung der umzusetzenden Funktionalität auch die jeweils ausführenden Rollen zugeordnet.

Die Prozesse wurden in hierarchischer Form mit dem Geschäftsprozessmanagement-Werkzeug Horus Business Modeler definiert [1]. Hierzu wurden die Geschäftsprozesse durch Detaillierungen – sogenannten „Verfeinerungen“ – soweit heruntergebrochen, dass die IT-technisch umzusetzenden Prozesse abgebildet werden. Diese dann auf der untersten Ebene definierten technischen Prozesse waren unter anderem die Vorgabe für die mit BPEL umzusetzenden Integrations-Prozesse zwischen Kundenportal und E-Business Suite.

Integration des Kunden-Portals

Die erforderlichen Funktionen in der Benutzeroberfläche des Kunden-Portals wurden durch Implementierung mit dem Java-basierten Open-Source-Framework GRAILS realisiert. Die Bereitstellung der Stammdaten, die für die Funktionalitäten und technischen Detail-Prozesse im Rahmen des Kundenportals benötigt werden, wurde über die Implementierung von Materialized Views der zugrunde liegenden Oracle-Datenbank umgesetzt. Dies ermöglicht den Betrieb des Kunden-Portals, auch für den Fall, dass die E-Business Suite etwa aufgrund von Wartungsfenstern nicht zur Verfügung steht. Die technischen Integrations-Prozesse für das Übermitteln der Daten an die E-Business Suite wurden durch BPEL-Prozesse mithilfe

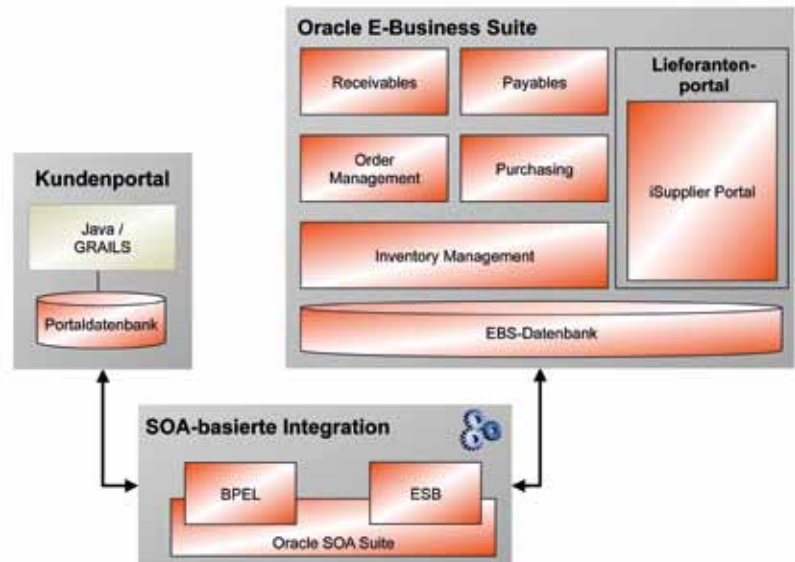


Abbildung 3: Lösungs-Architektur

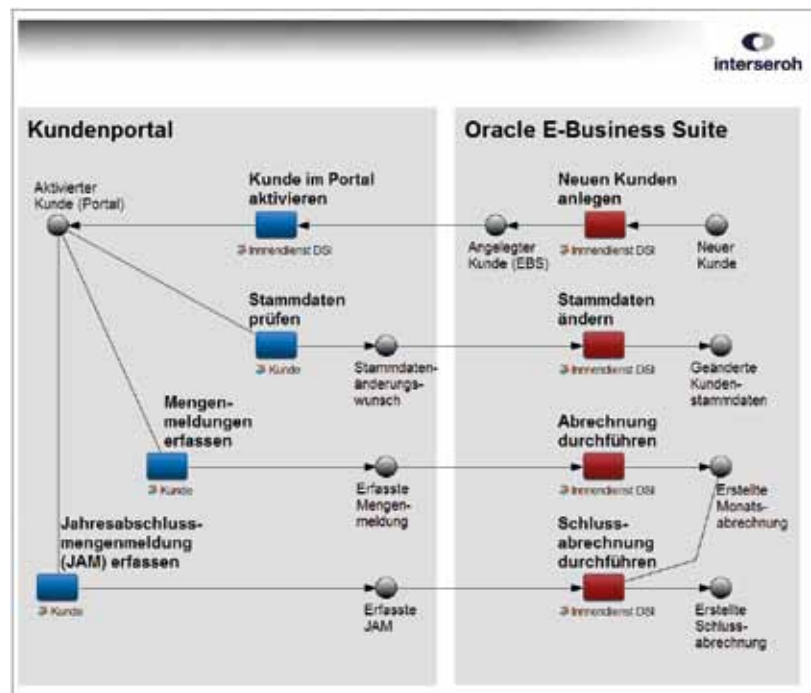


Abbildung 4: Geschäftsprozessorientierter Entwurf

des Oracle JDeveloper und der Oracle SOA Suite auf Basis der zuvor beschriebenen technischen Prozess-Definition realisiert.

Abbildung 5 zeigt einen Ausschnitt aus dem implementierten BPEL-Prozess, der die über das Kunden-Portal erfassten Mengenmeldungen an die E-Business Suite überträgt. Hierbei wird in einem ersten Schritt zunächst geprüft, ob eine erfasste Meldung bereits übertragen wurde. Anschließend wird die Meldung dann unter Verwendung des mit der SOA Suite verfügbaren Daten-

bank-Adapters in die Datenbank der E-Business Suite für die Erstellung einer entsprechenden Abrechnung übertragen. Durch die Umsetzung auf BPEL-Basis konnte der Mengenmeldungsprozess auch direkt als Web-Service zur Verfügung gestellt werden, um eine automatisierte Übertragung aus Systemen heraus zu ermöglichen.

Realisierung des Lieferanten-Portals

Die Umsetzung des Lieferanten-Portals durch entsprechende Anpassungen und

Erweiterungen des Oracle iSupplier Portals wurde je nach Anforderung auf drei unterschiedlichen Ebenen mithilfe von Personalisierungen und Entwicklungen mit dem Oracle Application Framework (OAF) durchgeführt. Nachfolgend werden die unterschiedlichen Möglichkeiten und die erforderlichen Kenntnisse entsprechender Mitarbeiter für Anpassungen und Erweiterungen auf diesen drei verschiedenen Ebenen erläutert:

- Ebene 1 – Reine Personalisierung**
 Über Personalisierungen kann das Einbeziehungsweise Ausblenden von Feldern, die bereits in darunter liegenden sogenannten „View Objects“ des zugrunde liegenden OA-Frameworks standardmäßig vorhanden sind, vorgenommen werden. Diese Personalisierungen der HTML-basierten Oberflächen der E-Business Suite können sowohl für einzelne Benutzer als auch für Zuständigkeiten, also die in der E-Business Suite definierten fachlichen Rollen, eingerichtet werden. Diese Anpassungen können ohne Programmierung, also rein durch Konfiguration, realisiert werden.
- Ebene 2 – Personalisierung auf Basis angepasster View Objects**
 Die über das OA Framework bereitgestellten View Objects können angepasst und erweitert werden. Hierzu sind keine tiefgreifenden Java-Kenntnisse notwendig, da im Wesentlichen nur die zugrunde liegenden Querys auf die Datenbank angepasst werden müssen. Hierbei können nicht nur einzelne zusätzliche Felder aufgenommen werden, sondern die Abfragen auch auf weitere Tabellen, wie beispielsweise auch auf zusätzliche lösungsspezifische Tabellen, erweitert werden.
- Ebene 3 – Entwicklung neuer Funktionen und Masken**
 Mithilfe des OA-Frameworks können auch neue Funktionen implementiert und eingebunden werden. Dabei sind sowohl eigene Seiten als auch Controller zur Steuerung des Page Flow möglich. Zur Realisierung solcher Erweiterungen sind neben Kenntnissen der Datenstrukturen und Standard-Funktionen der E-Business Suite zusätzlich gute Java-Kenntnisse erforderlich.

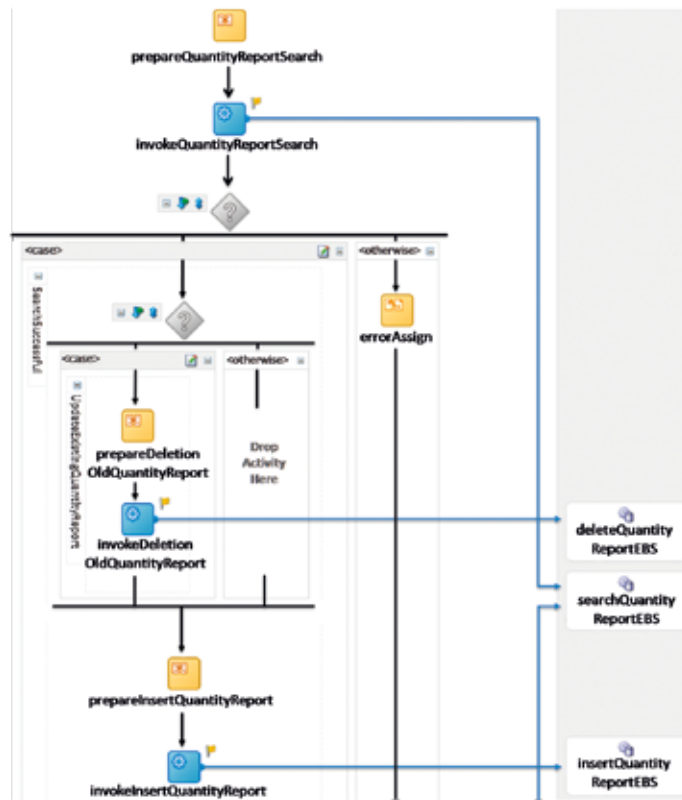


Abbildung 5: SOA-basierte Integration durch BPEL-Prozesse

Fazit

Die Umsetzung einer Kombination aus betriebswirtschaftlicher Standard-Software mit spezifisch umgesetzten Komponenten bietet eine Chance für einen smarten Einstieg in den Aufbau einer serviceorientierten Architektur im Unternehmen. Im vorliegenden Beispiel aus der Praxis wurde auf Basis besonderer Anforderungen in der Entsorgungsbranche sowohl die Kunden als auch die Lieferanten-Seite bezüglich einer Anbindung entsprechender Unternehmen über Portale untersucht und mit unterschiedlichen Mitteln jeweils umgesetzt. Können die Anforderungen für Lieferanten-Portale häufig noch durch Erweiterungen der Standard-Funktionalität von ERP-Systemen realisiert werden, ist bei den Kunden-Portalen meist eine Individual-Entwicklung erforderlich, die den Eigenheiten des Geschäfts gerecht werden muss.

Eine komfortable Handhabung der Kunden-Portale ist heutzutage – nicht nur in der Entsorgungsbranche – eine zentrale Anforderung, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Wenn hierbei für die Integration auf eine SOA-basierte Umsetzung gesetzt wird, können zusätzlich zur funktionalen

Umsetzung noch die folgenden weiterführenden Ergebnisse erzielt werden:

- Einrichten einer ausbaufähigen SOA-Infrastruktur
- Etablieren eines ganzheitlichen Geschäftsprozess-Managements
- Hohe Verfügbarkeit der Portal-Komponenten durch lose Kopplung mit dem ERP-System
- Bereitstellen von Web-Services für eine automatisierte Integration zwischen Unternehmen
- Monitoring der übergreifenden Prozesse mit einem einheitlichen Werkzeug
- Standardisierung der Prozess-Ausführung

Literatur

[1] Schönthaler F., Vossen G., Oberweis A., Karle T.: Geschäftsprozesse für Business Communities – Modellierungssprachen, Methoden, Werkzeuge. Oldenbourg Verlag, 2011.

Christoph Guhl
 christoph.guhl@interseroh.com
 Dr. Thomas Karle
 thomas.karle@promatis.de



Dr. Frank Schönthaler
Leiter der Business Solutions Community

Passgenaue Ansprache der Zielgruppen

Die Leitungsmitglieder der Business Solutions Community (BSC) trafen sich am 26. September 2012 zu ihrer turnusmäßigen Besprechung in Köln in den Räumen der ifb group. Die Leitungssitzung stand thematisch ganz im Zeichen einer passgenauen Ansprache der verschiedenen Zielgruppen in der Business Solutions Community. Dass dies unbedingt erforderlich ist, zeigen die Ergebnisse erster Telefon-Umfragen.

Das Top-Event der DOAG BSC, die DOAG Applications, wird 2013 – voraussichtlich unter neuem Namen – vom 9. bis zum 11. Oktober im bekannten Berliner Estrel Hotel stattfinden. Die Konferenz wird in enger Zusammenarbeit mit der internationalen Oracle Applications Users Group (OAUG) und weiteren internationalen Anwendergruppen durchgeführt. Damit soll eine qualitative Verbesserung des Programms durch zusätzliche Anwenderberichte und Oracle-Expertenbeiträge erzielt werden. Folgende Termine stehen bereits fest: Beginn der Ausstellernmeldung (12. Februar 2013) und Call for Presentations (1. März – 30. April 2013). Weitere Informationen unter applications.doag.org.

Die Analyse der Mitglieder-Interessen zeigt, dass sich der individuelle Informationsbedarf häufig über Community-Grenzen hinweg erstreckt. Dies ist sicher einer der Erfolgsfaktoren der DOAG-Applications-Konferenz. Um diesen Bedarf auch mit anderen Veranstaltungsformaten zu decken, wurde die Zusammenlegung von Community Days diskutiert. Ergebnis ist, dass im

Frühjahr 2013 die Communities „E-Business Suite“ und „Hyperion“ ihre Community-Veranstaltungen erstmals gleichzeitig an einem gemeinsamen Veranstaltungsort im Raum Frankfurt oder Köln durchführen werden. Thematischer Schwerpunkt wird „Finanzen/Controlling“ sein. Neben einem Vorabend-Event und produktübergreifenden Themen werden die Teilnehmer die Möglichkeit haben, zwischen parallelen, produktbezogenen Programm-Bausteinen zu wechseln.

Die Leitungssitzung hat erste Ansätze für ein Webinar-Konzept entwickelt. Ebenfalls im Fokus ist die Intensivierung der Online-Aktivitäten auf der BSC-Website. Schließlich wurden erste Maßnahmen zur Umsetzung des neuen DOAG-Marketingkonzepts definiert. Auch hier stehen die individuellen Informationsbedarfe der jeweiligen Zielgruppen im Vordergrund der Aktivitäten.

Handlungsoptionen für E-Business-Suite-Anwender

Am 16. Oktober 2012 traf sich die E-Business Suite Community der DOAG BSC in Düsseldorf zu ihrem Community Day. Aus folgenden Vorträgen und Erfahrungsberichten konnten die E-Business-Suite-Anwender nützliche Informationen bekommen:

- Matthias Andiel hatte seine Keynote mit dem Titel „Zukunftsperspektiven für E-Business-Suite-Anwender“ überschrieben. Seine Ausführungen machten deutlich, dass sich für EBS-Anwender verschiedene Handlungsmöglichkeiten bieten, die individuell aus fachlicher, technischer und wirtschaftlicher Sicht bewertet werden müssen. Aus der Keynote entspann sich eine hochinteressante Diskussion, aus der die Teilnehmer wertvolle Informationen mit nach Hause nehmen konnten.
- Caroline Reuss von CARGLASS zeigte – unterstützt von Tamara Liberto von PROMATIS – in ihrem Vortrag „Optimierung der Verbrauchsgüterbeschaffung mit iProcurement“ die Vorteile und die Limitierungen des Moduls „iProcure-

ment“ auf, das entwickelt wurde, um mittels Self-Service-Funktionen Beschaffungsprozesse zu standardisieren, zu beschleunigen und entsprechend Kosten einzusparen.

- Über „Durchgängige EBS-Geschäftsprozesse in volatilen Unternehmensstrukturen“ berichtete Sven Naegels von MAGNA BDW technologies. Er formulierte Anforderungen, die Geschäftsprozesse in einem volatilen Geschäftsumfeld, wie es die Automotive-Branche darstellt, erfüllen müssen.
- Das E-Bilanz-Thema wurde von Kay Kaufmann, PROMATIS, aufgegriffen. In seinem Vortrag „E-Bilanz und EBS: Konzepte, Anwendungserfahrungen“ zeigte er ein Beispiel für eine E-Bilanz-Erweiterung als mögliche Lösung auf.
- Daphne Schmitz von Toshiba Europe berichtete in ihrem Vortrag „Oracle Treasury: Einführung eines seltenen Moduls“ über die Erfahrungen mit dem Treasury-Modul. Obgleich sich dieses durchaus zur Dokumentation von Finanzmarkt-Transaktionen eignet und auch das Wording der Business-Nutzer trifft, empfiehlt sie doch, stets den konkreten Nutzen im Unternehmen zu hinterfragen – auch deshalb, weil die Implementierung des Moduls relativ aufwändig und komplex ist.
- Zum Abschluss entführte Herr Böckelen von Oracle das Publikum in die Welt der neuen Oracle Fusion Applications und ermöglichte mit seinem Vortrag „Koexistenz mit dem Oracle Fusion Accounting Hub“ einen ersten Einblick in Fusion Accounting. In seinen Ausführungen ging er noch einmal auf die von Oracle propagierte Koexistenz-Strategie ein.

In ihren zukünftigen Veranstaltungen bietet die E-Business Community den Oracle-Anwendern und Interessenten nach wie vor die Möglichkeit, mehr Informationen und Erfahrungen über Oracle-Produkte zu sammeln: Am Dienstag, 26. Februar 2013, ist der nächste EBS Community Day geplant, der zum ersten Mal gemeinsam mit der Hyperion Community organisiert wird. Neben produktfokussierten Referaten werden Business-Themen aufgegriffen, die für Fach- und Führungskräfte aus dem Finanz- und Controlling-Umfeld von aktuellem Interesse sind.