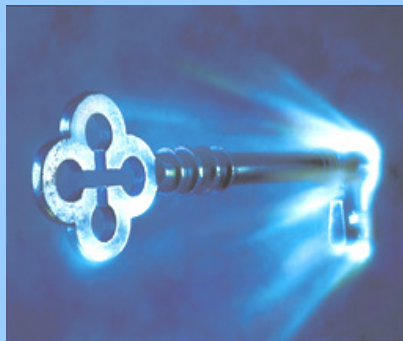
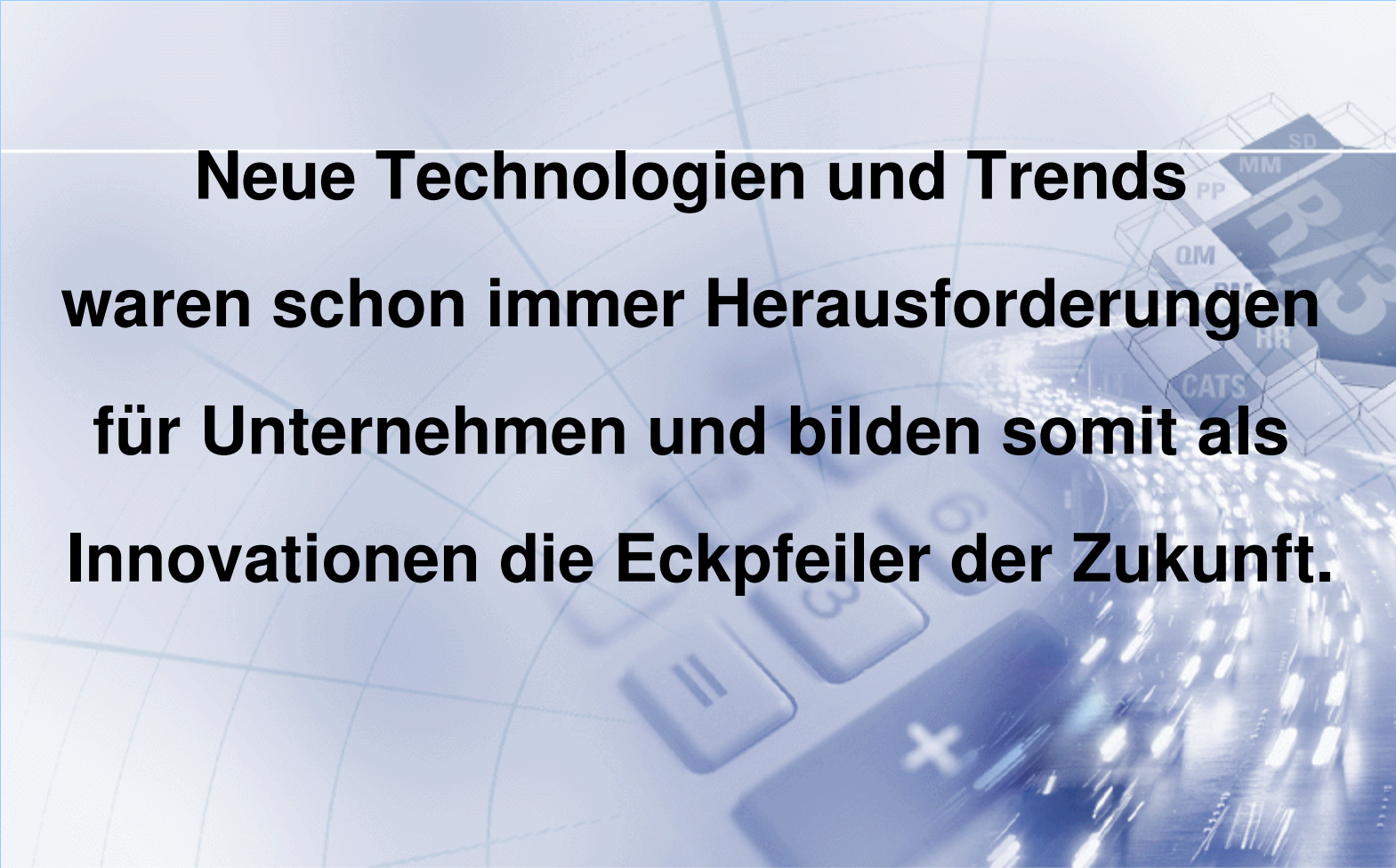




e-Business – Herausforderungen für Unternehmen



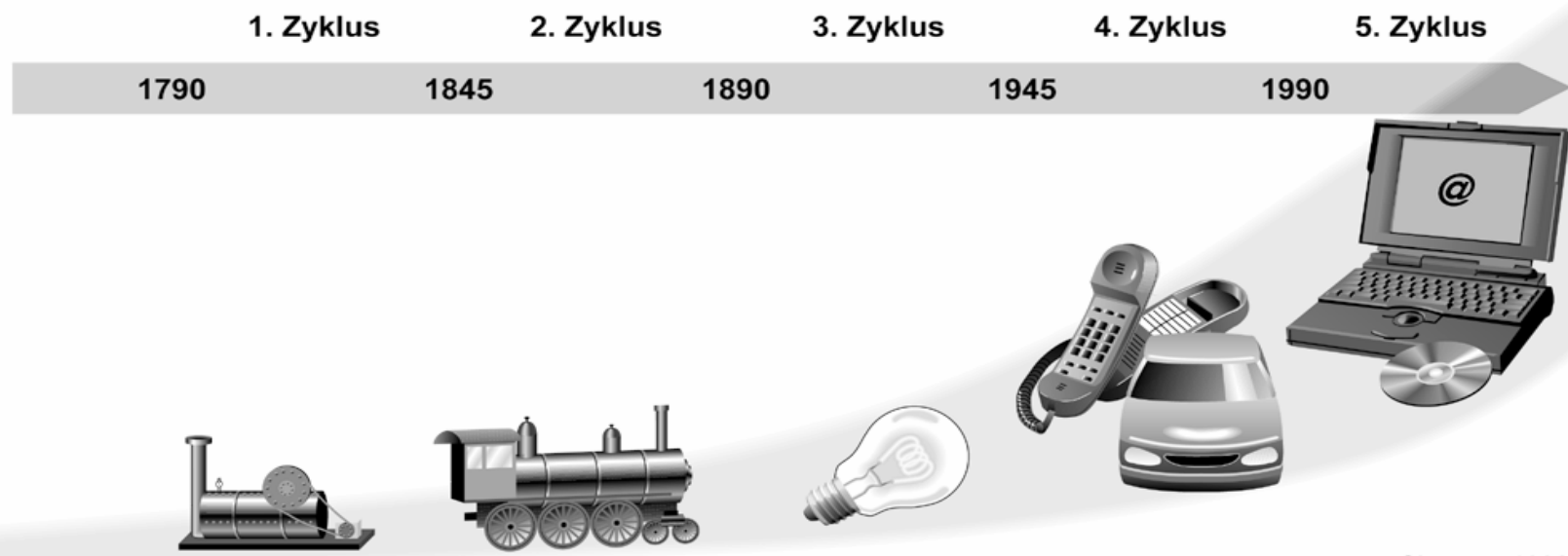
A. Goller
Center of E-Excellence
Siemens AG



**Neue Technologien und Trends
waren schon immer Herausforderungen
für Unternehmen und bilden somit als
Innovationen die Eckpfeiler der Zukunft.**

Auf dem Weg in die Zukunft ... Der Kondratieff-Zyklus

Im Zentrum eines jeden Zyklus (nach Kondratieff) standen umwälzende Neuerungen



Siemens 1998

Anwendungen	Dampfmaschine	Eisenbahn	Beleuchtung, Kino, Motoren	Auto, Telefon, TV, Computer	Multimedia, e-Business, Dienstleistung
Technologien & Rohstoffe	Dampf	Stahl, Kohle	Elektrizität, Chemie, Erdöl	Elektronik, Kerntechnologie	IT, Bio- & Gentechnik
Netzwerke	Handelsnetze	Verkehrsnetze	Energienetze	Kommunikationsnetze	Globale Wissensnetzwerke

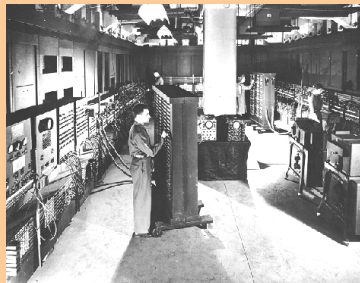
Von der Telegraphen-Technik zur Mobil-Anwendung



Von der Werkstatt zum Weltunternehmen

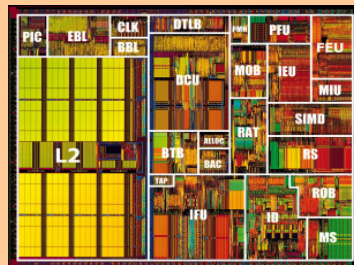
Siemens, Daimler, Hewlett Packard, Microsoft

Die Mikroelektronik ist der Auslöser für die Revolution in der Informations- und Kommunikationstechnik



ENIAC:

- Erster Computer (1946)
- Preis: 2 Mio. \$



Intel Pentium III (2000)

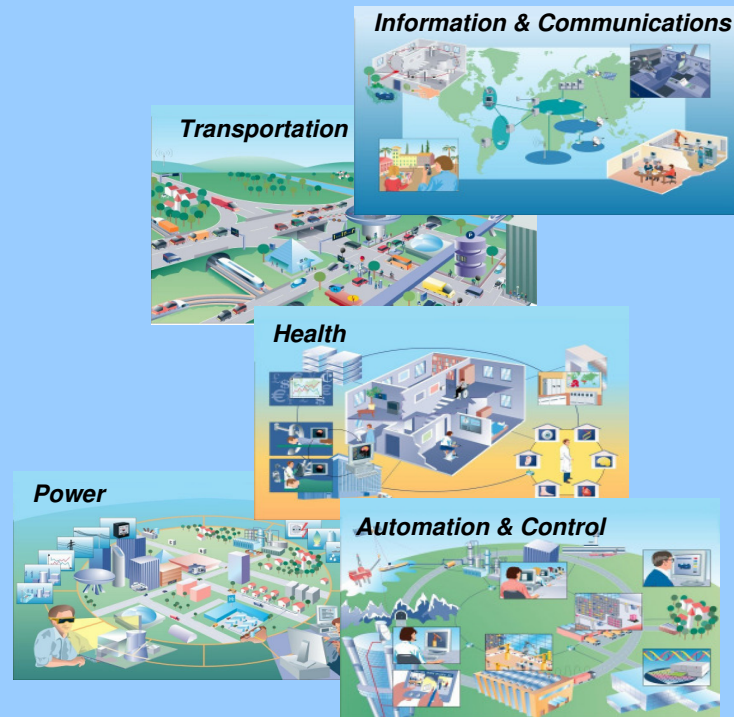
- Preis: ca. 400 \$

Größenvergleich



**Die Evolution der Mikroelektronik
ist noch lange nicht beendet**

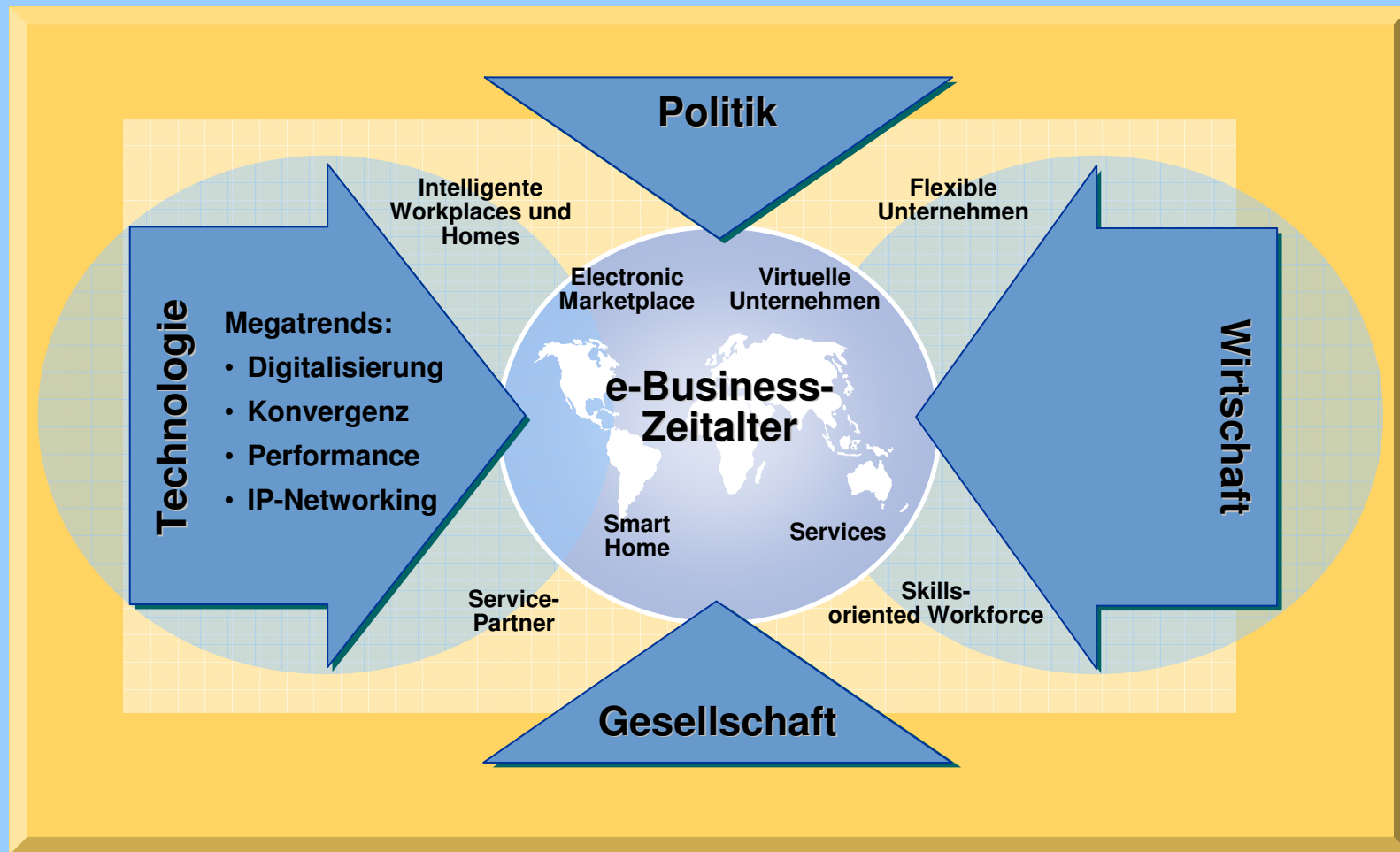
Ein Unternehmen braucht das klare und ganzheitliche
Picture of the Future ...



- Märkte
- Trends/Innovationen
- Technologien
- Menschen
- Neue Geschäfte

... um sich der Herausforderung der Zukunft zu stellen.

Wie schaut das e-Business Zeitalter aus?



Die Veränderungen in den letzten fünf Jahren waren gewaltig!

Vor fünf Jahren (1996)

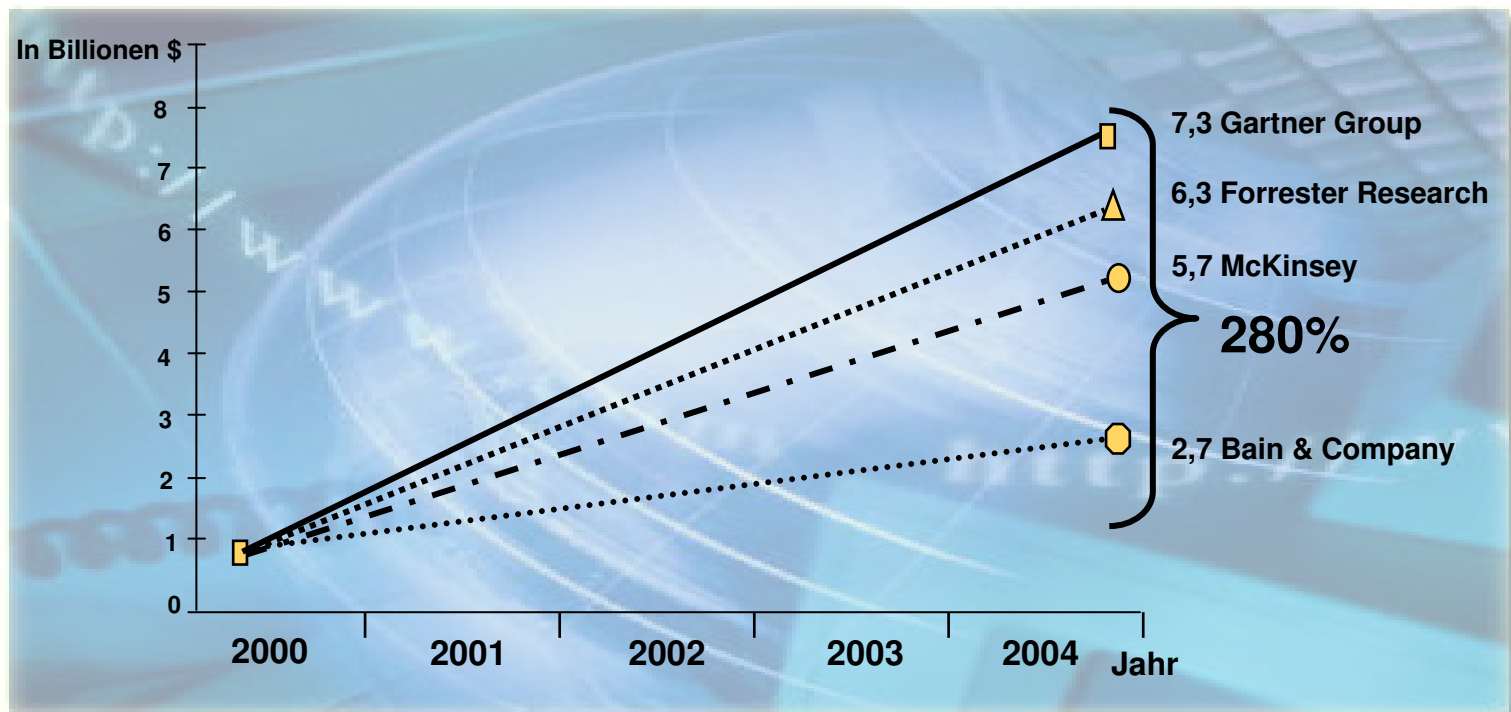
- 30-40 Millionen Internetnutzer weltweit
- Fehlende Internetstrategie von Microsoft
- Larry Ellison propagiert den „Netzwerk Computer“
- Begriffe wie „e-Business“ oder „dot.coms“ waren unbekannt
- Jim Manzi wurde CEO von Industry.Net; Agents Inc. ist das erfolgreichste Internetunternehmen
- Standardmodemgeschwindigkeit 14.4kbit/s
- Top desktop PC: Pentium 166 MHz; 32 Mbytes RAM; 4 Gigabyte Festplatte, \$2,700

Heute (2001)

- Mehr als 400 Millionen Internetnutzer weltweit
- 3+Milliarden Webseiten und rasant wachsend
- Übernahme von Time Warner durch AOL abgeschlossen
- Vermehrung von revolutionären über den PC hinausgehende Produkte
- Alle DAX 30 Unternehmen haben e-Business Initiativen gestartet
- DSL-Geschwindigkeit 768 kbit/s
- Top desktop PC: 1.6 GHz Pentium 4, 521 MB RAM, 80 Gigabyte Festplatte, \$1,250

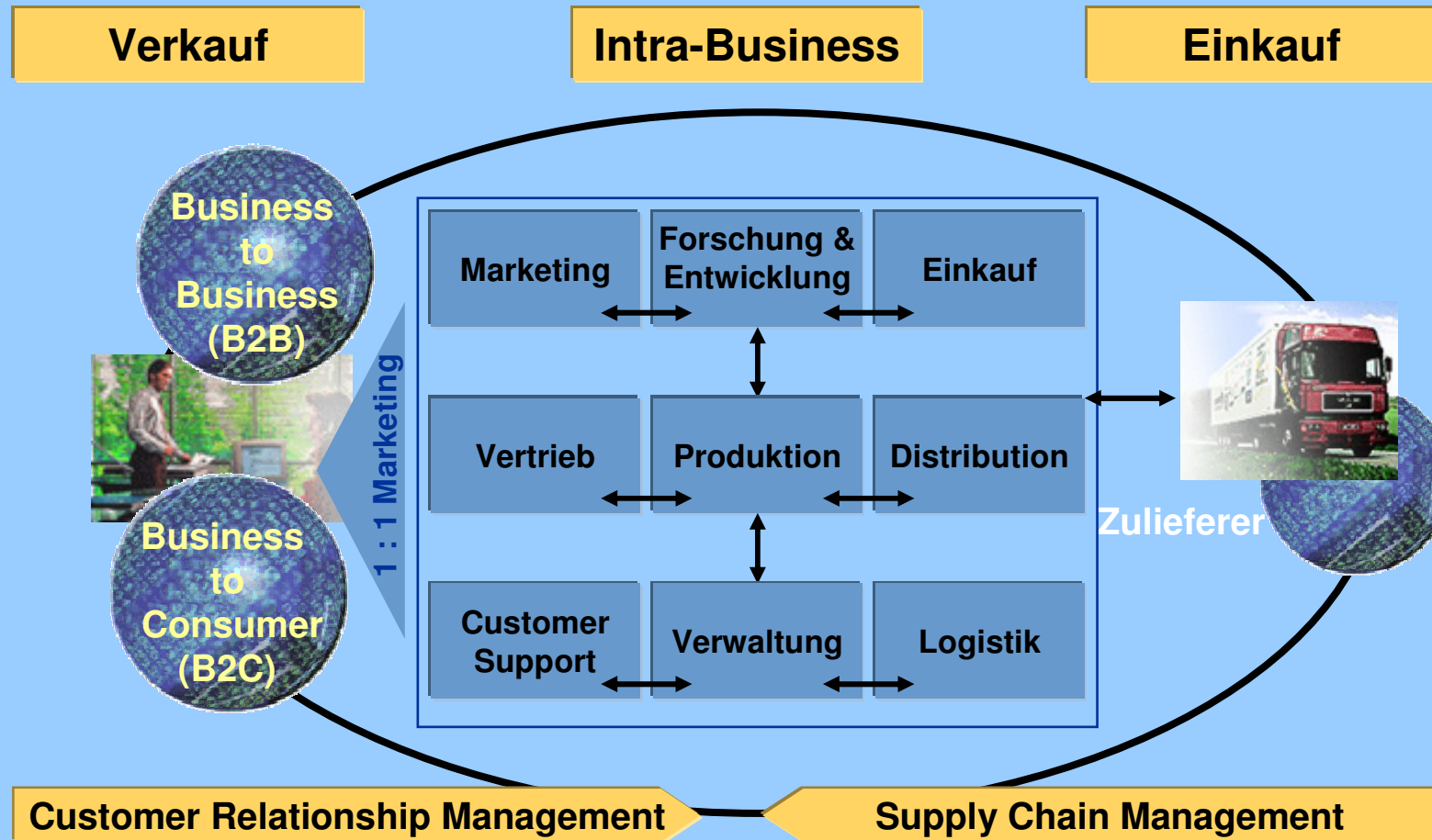
Die Erwartungen der globalen Onlineumsätze im B2B-Bereich

Das globale online Umsatzvolumen im B2B-Bereich wird im Jahr 2004 zwischen 3 und 7 Billionen Dollar geschätzt.

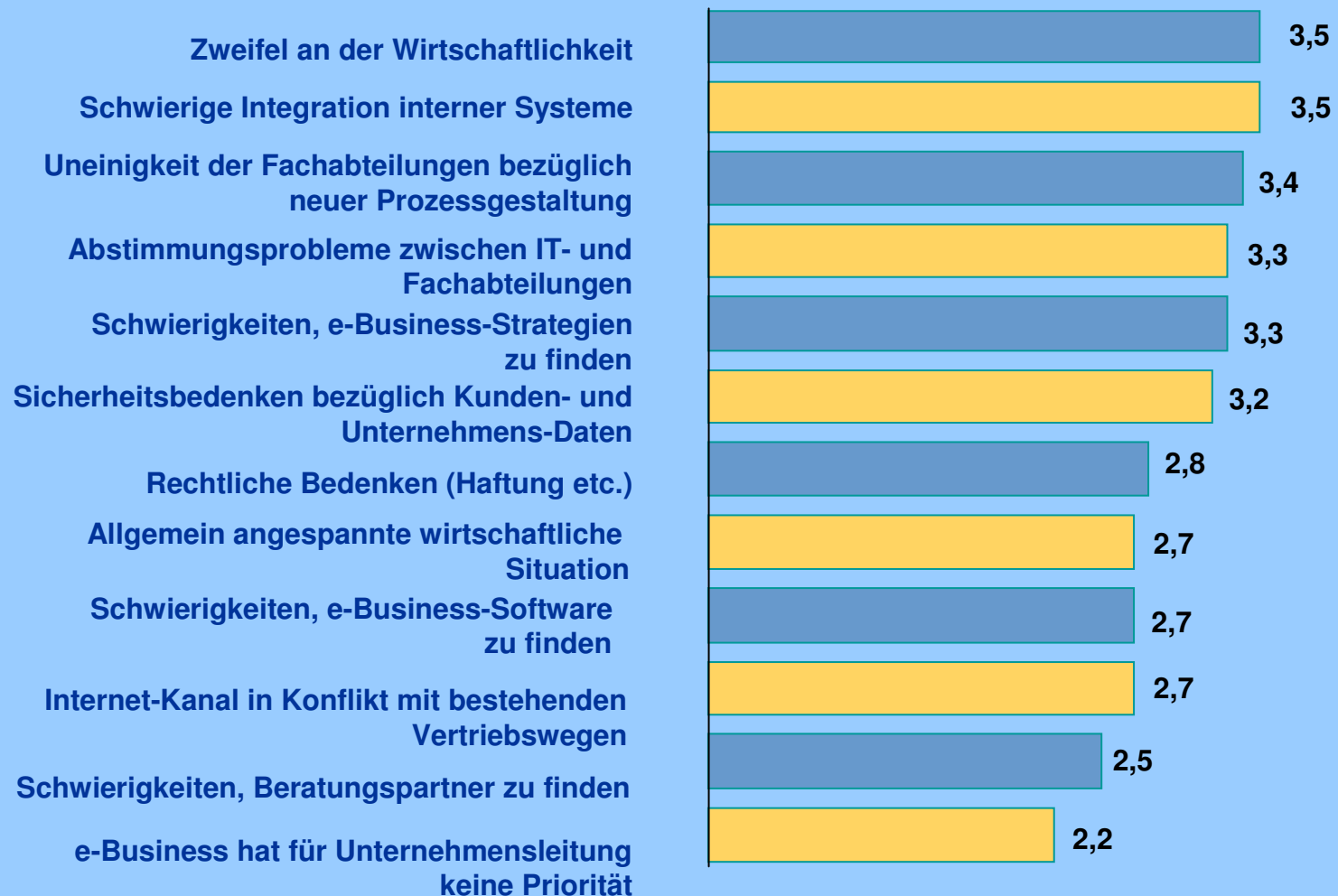


Quelle: Capital 2000

Wie sieht die Unternehmenswelt im e-Business Kontext aus?

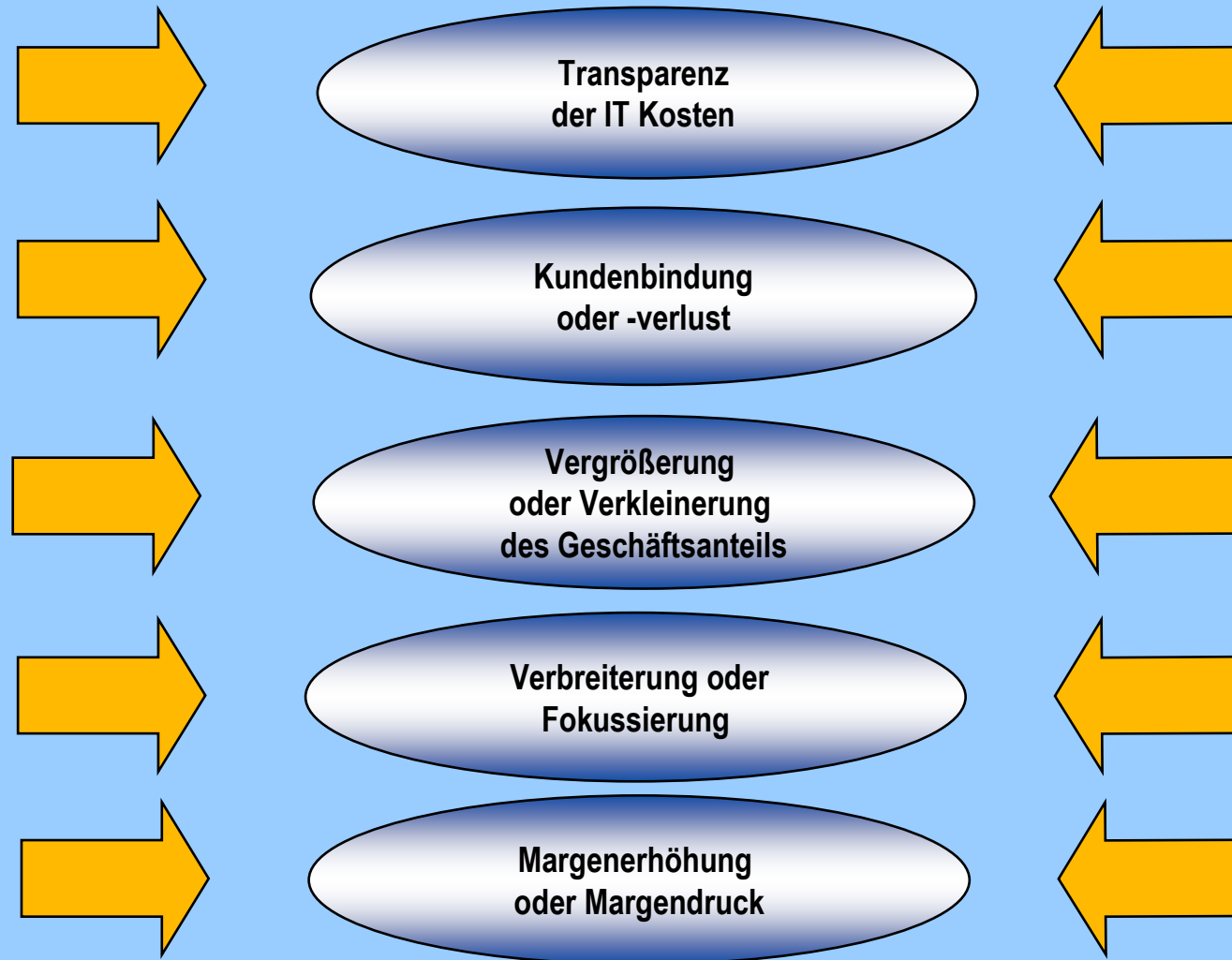


Hürden für e-Business



1 = Stimme überhaupt nicht zu
5 = Stimme voll und ganz zu

e-Business - Chancen und Bedrohungen für Unternehmen



e-Business als Motor für Performance Steigerung

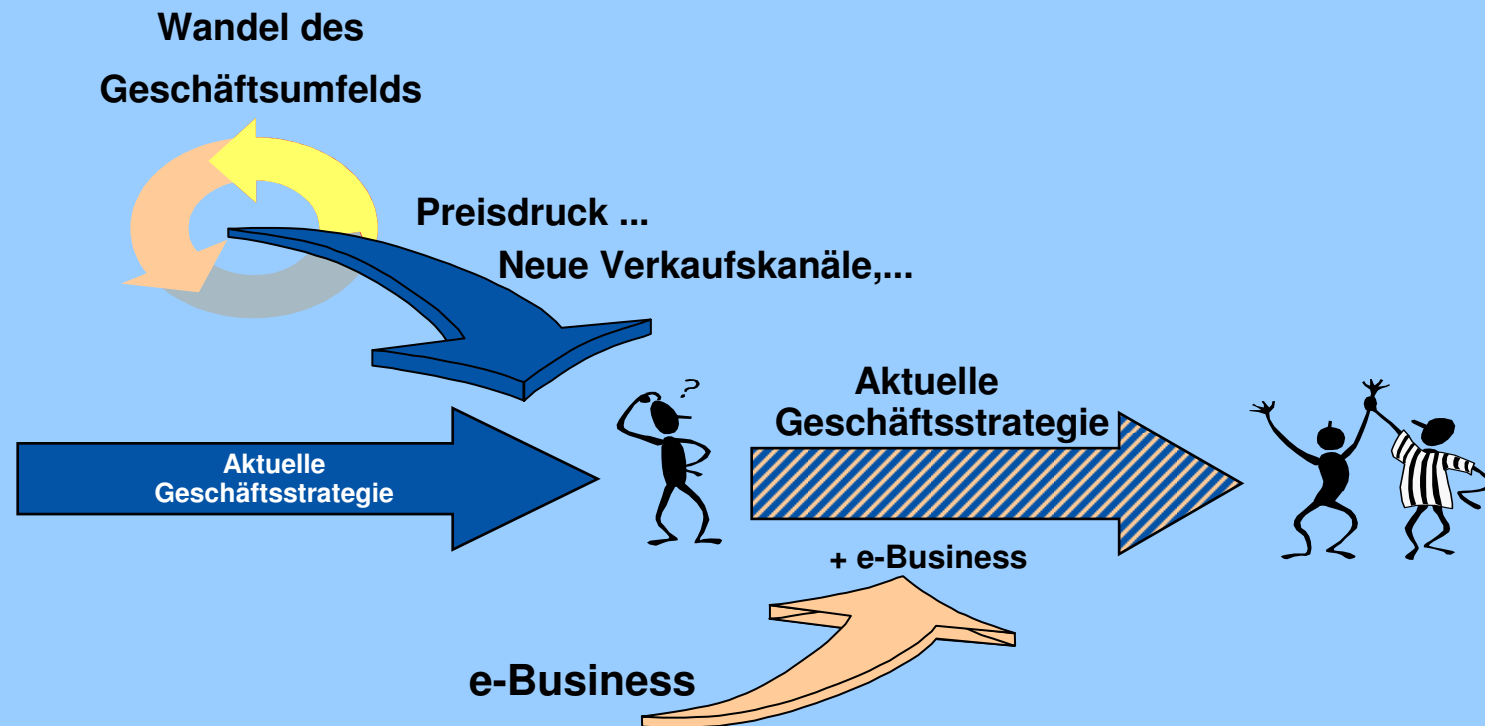
- ➔ Zwingt zu durchgängigen Geschäftsprozessen
- ➔ Kunden- und Lieferanteneinbindung
- ➔ Unternehmensübergreifend und global
- ➔ Erfolge durch Transparenz mit schnellem Feedback
- ➔ Hohe Akzeptanz bei allen Mitarbeitern
- ➔ Extern kommunizierbar und vermittelbar

Wie beeinflusst e-Business das Geschäftsmodell?

The key question is not whether to deploy internet technology - companies have no choice if they want to stay competitive - but **how** to deploy it.



Michael E. Porter (Harvard Business Review, March 2001)



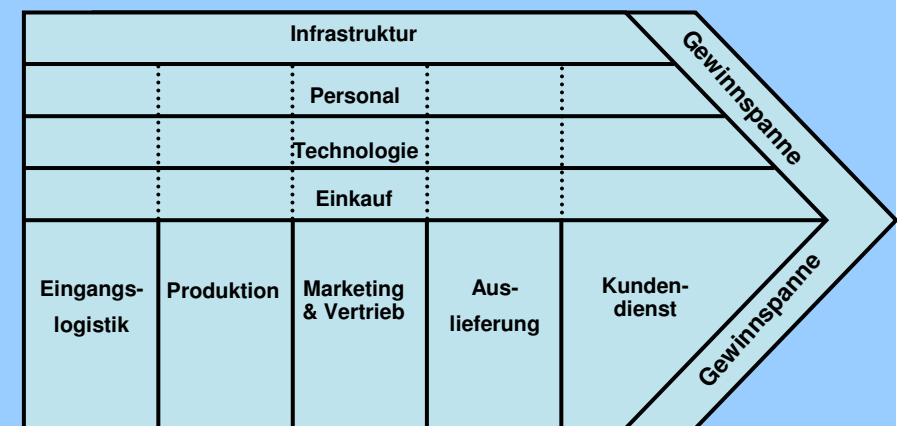
“e-Business Strategie” oder “e-Business und Strategie”?

Many have argued that the Internet renders strategy obsolete. **In reality, the opposite is true.** Because the Internet tends to weaken industry profitability without providing proprietary operational advantages, it is more important than ever for companies to distinguish themselves through strategy.

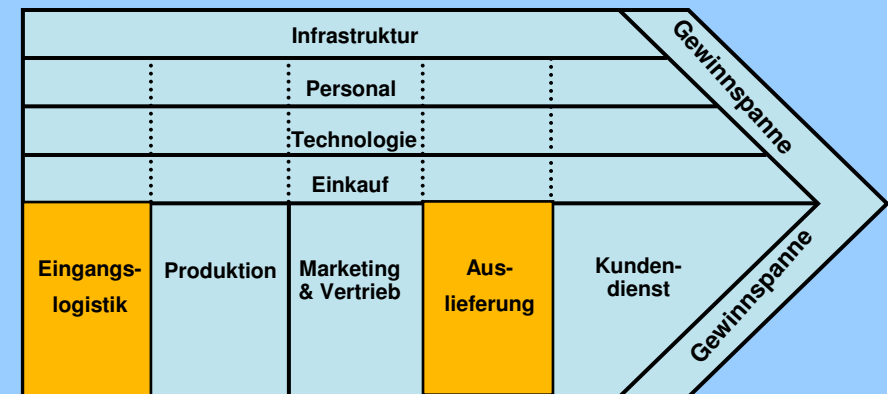
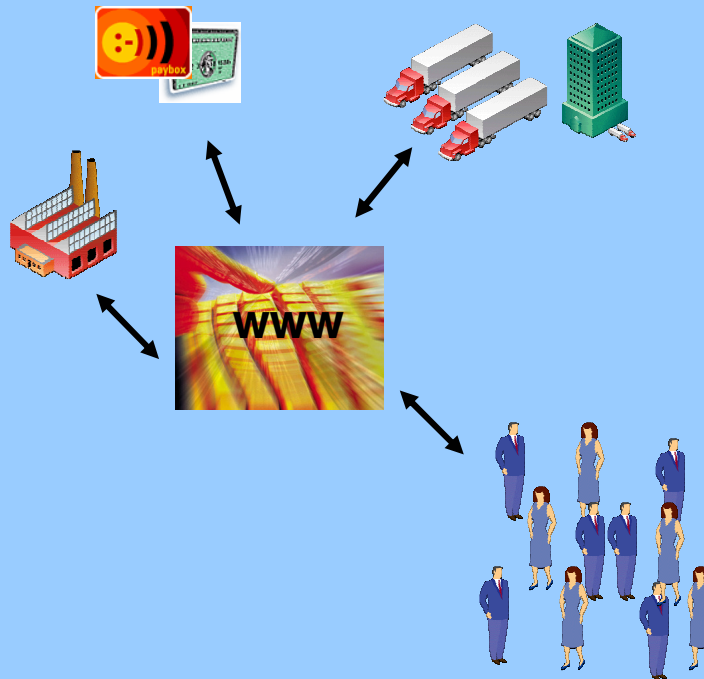


Michael E. Porter (Harvard Business Review, March 2001)

Die e-Business Strategie muß
integraler Bestandteil
 der
Geschäftsstrategie
 entlang der
gesamten Wertschöpfungskette
 sein.



Beispiel Eingangs- und Ausgangslogistik



Internet-Technologie-Anwendungen

- Suchhilfe für Produkte und Informationen
- Bestellvorgangs-Applikationen
- Distributions-Applikationen

Vorteile:

- Einfache Informationsbeschaffung
- Erleichterung von Bestellvorgängen
- Zeitliche Kontrolle des Liefervorgangs
- Schnellere Lieferung digitalisierbarer Produkte
- Zusatzinformationen, z.B. technische Spezifikationen zu Produkten und Dienstleistungen

Beispiele:

- Bestellung von Büromaterial
- Einkauf von Büchern
- Flugbuchungen

Quelle: IEB

Beispiel B2B-Umfeld-Bestellvorgang

Ausgangssituation

• Katalogauswahl (K)	10 min
• Rückfrage/Anfrage (K+H)	10 min
• Angebot (K+H)	10 min
• Bedarfsmeldung (K+H)	10 min
• Bestellung (K+H)	10 min
• Auftragsbestätigung (K+H)	5 min
• Warenhandling (K+H)	10 min
• Rechnung (K+H)	10 min

Summe 75 min



Mit
e-Business

• Auswahl & Bestellung	10 min
• elektronische Auftragsbestätigung	-
• Warenhandling (K-H)	10 min
• elektronische Rechnung	-

Summe 20 min

Beispiel B2B-Umfeld-Bestellvorgang

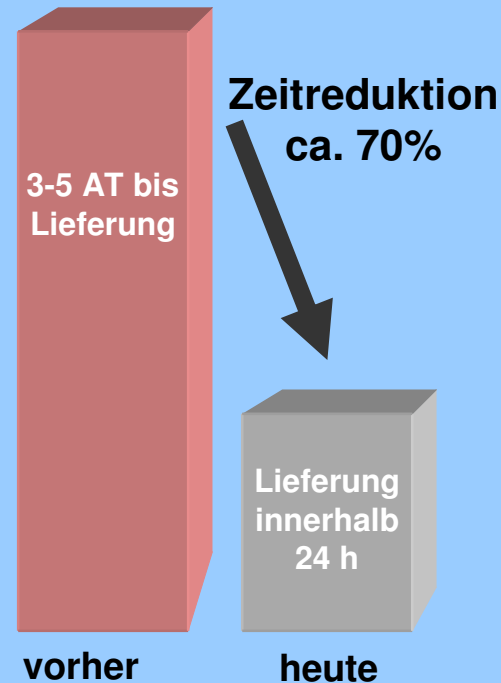
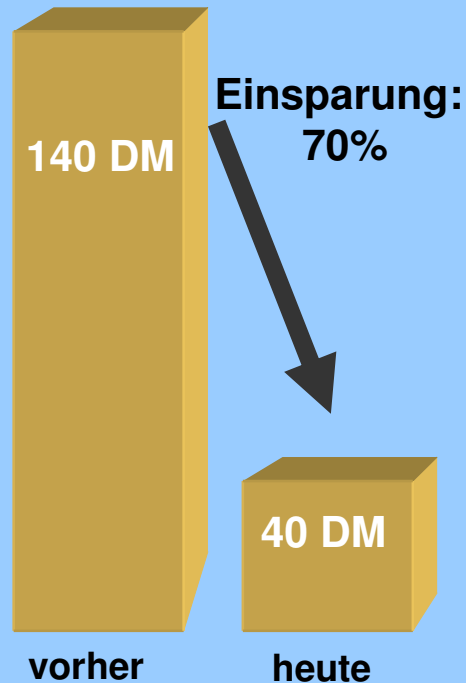
Massive Prozesskostenvorteile

Ähnlich
EDI

**Kosten
einer Bestellung**

**Dauer eines
Bestellvorgangs**

+ Kunde



- Kosteneinsparung
- Kürzere Lieferzeit
- Dezentralisierung des Bestellvorganges
- 24 h aktueller online Datenbestand

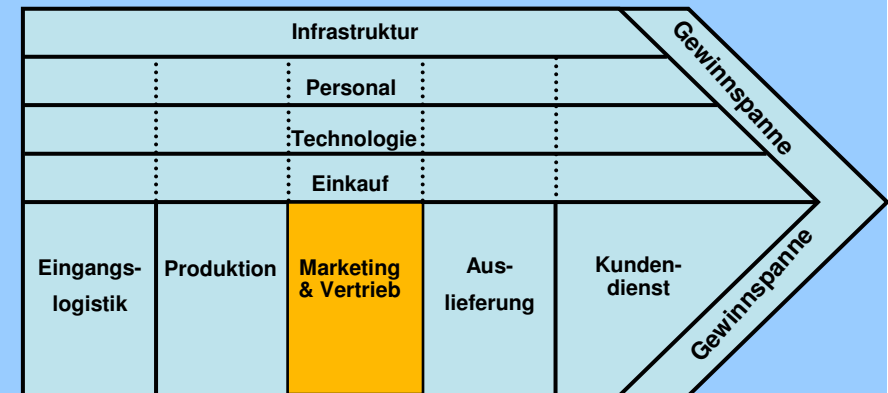
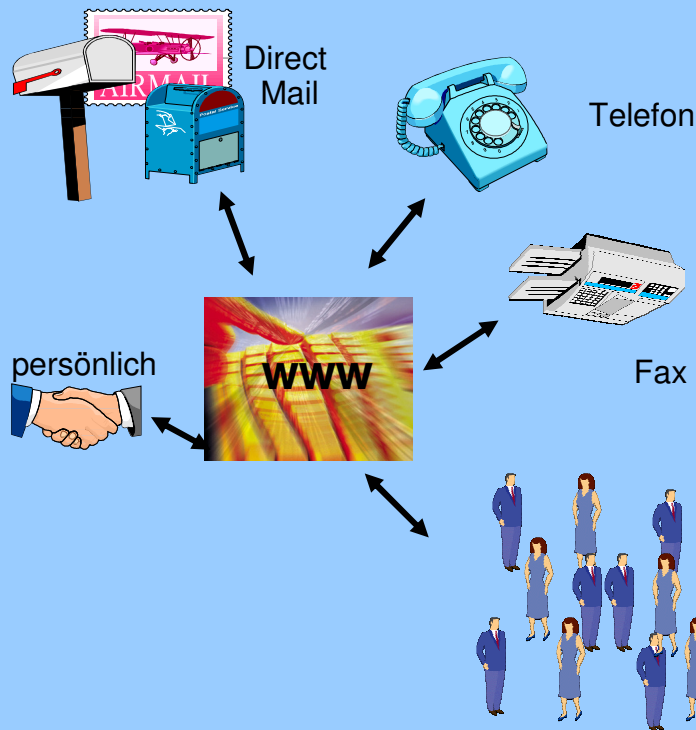
+ Hersteller

- Kosteneinsparung
- Angebotsdifferenzierung
- Kundenbindung



Quelle: Freudenberg Simrit

Beispiel Marketing und Vertrieb



Internet-Technologie-Anwendungen

- Elektronische Produktkataloge
- Portale, Communities, Chat-Funktionen
- Agenten, Suchmaschinen
- Download

Vorteile:

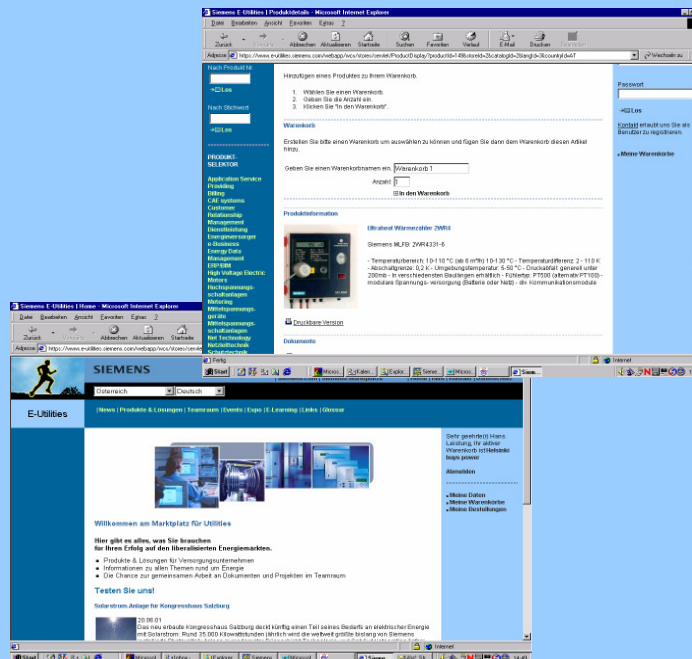
- Interaktivität/ Relationshipmarketing
- Rasche Erstellung und Anpassung der Publikationsinhalte
- Beschleunigung der Bestellabwicklung von Konsumgütern

Beispiele:

- Branchenmall (e-utilities, e-mobile)
- Amazon

Quelle: IEB

Der Hauptnutzen von e-Business zu den Stakeholdern sind Information, Collaboration und als Zusatznutzen Commerce



• Information

- Detaillierte Marktinformation
- Information über neue Produkte / Features
- e-Learning-Angebote
- Links zu Partner-Seite

• Collaboration

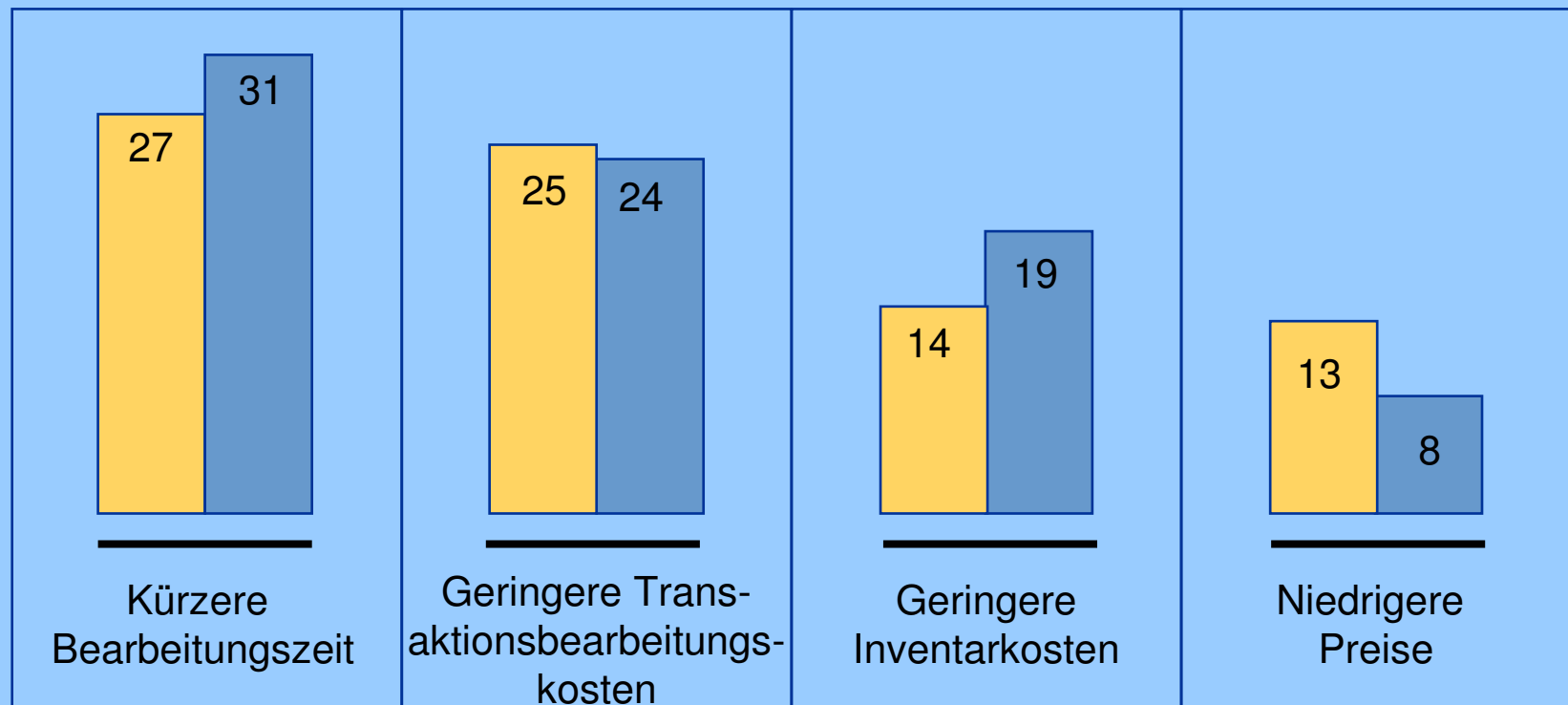
- Liste von Kontaktpersonen
- Wissensteilung
- Online Account Informationen
- Endkunden-Support
- Rolling Forecast

• Commerce

- Produktkataloge mit Preisinformationen
- Availability check
- Tracking and tracing
- Vieleinkäufer Karten

Durchschnittliche Kostenreduzierung durch B2B

Schon 2004 wird in Europa rund ein Fünftel aller B2B-Einkäufe online abgewickelt werden. Deutschland liegt mit einem Anteil von 22 Prozent nach Großbritannien leicht über dem Durchschnitt.



■ Indirekte Güter
■ Direkte Güter

Quelle: BCG, 2001
Befragung von
452 Einkaufsmanager

Management Herausforderung für Unternehmen

- **Kundenorientierung**
- **Fähigkeit zur Kooperation**
- **Fokus auf Kernkompetenzen**
- **Eigenverantwortlichkeit der Mitarbeiter**
- **Standardisierung**