

Inhaltsverzeichnis

Teil 1 Bausteine.....	1
1 Auf dem Weg zum Echtzeit-Unternehmen.....	3
1.1 In Echtzeit handeln	4
1.2 Schlüsselkonzepte des Echtzeit-Managements	5
1.2.1 Integration	5
1.2.2 Automatisierung	6
1.2.3 Individualisierung.....	7
1.3 Sechs Regeln idealtypischer Echtzeit-Systeme	7
1.3.1 Regel 1: In Echtzeit-Systemen ist eine Information unmittelbar nach ihrer Entstehung überall nutzbar	8
1.3.2 Regel 2: Echtzeit-Systeme erfassen Daten automatisch am ‚Point-of-Creation‘	9
1.3.3 Regel 3: Echtzeit-Systeme vermeiden Pufferlager	11
1.3.4 Regel 4: Echtzeit-Systeme weisen keine medialen und semantischen Brüche auf	12
1.3.5 Regel 5: Echtzeit-Systeme selektieren die wichtigsten Informationen für eine Entscheidung	14
1.3.6 Regel 6: Echtzeit-Systeme treffen und implementieren Entscheidungen automatisch am ‚Point-of-Action‘	15
1.4 Zusammenfassung und Ausblick	16
2 Architektur des Echtzeit-Unternehmens	19
2.1 Einleitung.....	20
2.1.1 Ineffizienzen im Kunden- und Lieferantenkontakt.....	20
2.1.2 Aufgaben und Nutzen von Unternehmensarchitekturen.....	21
2.1.3 Enabler des Echtzeit-Unternehmens.....	22
2.1.4 Beispiel.....	24
2.2 Geschäftsarchitektur	24
2.2.1 Kundensegmentierung und Rollen	25
2.2.2 Kooperationsprozesse und Kundenprozessabdeckung	27
2.2.3 Wertschöpfungsmodell.....	28
2.2.4 Kritische Faktoren und Potenziale.....	31

2.3	Prozessarchitektur	33
2.3.1	Kundenprozess und Portalleistungen	33
2.3.2	Kooperation zwischen Geschäftspartnern	34
2.3.3	Integration von Web Services	37
2.3.4	Kritische Faktoren und Potenziale.....	39
2.4	Informationssystemarchitektur	40
2.4.1	Applikationsarchitektur.....	43
2.4.2	Integrationsarchitektur.....	46
2.4.3	Infrastrukturarchitektur	48
2.4.4	Kritische Faktoren und Potenziale.....	50
2.5	Zusammenfassung und Ausblick	51

Teil 2 Lösungen..... 53

3 Payment Web Services für die kooperative Zahlungsabwicklung..... 55

3.1	Entwicklung von Web Services im Zahlungsbereich	56
3.2	Zahlungsverfahren im Internet - Einführung	57
3.3	Zahlungsverfahren im Internet - Marktübersicht.....	59
3.3.1	Kreditkarte.....	59
3.3.2	Smartcard	61
3.3.3	Software-basierte Geldbörse	63
3.3.4	Verrechnung von Inhalten pro Zeiteinheit.....	64
3.3.5	Mobile Payment - Autorisierung von Zahlungen via Handy	67
3.3.6	Electronic Bill Presentment and Payment Services	67
3.4	Ergebnisse der Marktübersicht	76
3.5	Auswahl und Nutzen von E-Payment-Anbietern.....	79
3.6	Zusammenfassung	80

4 Logistik Web Services in der kooperativen Auftragsabwicklung..... 81

4.1	Einleitung.....	82
4.2	Kooperative Auftragsabwicklung	83
4.2.1	Prozess der kooperativen Auftragsabwicklung	83
4.2.2	Kooperative Auftragsabwicklung mit SAP CRM	86
4.2.3	Anforderungen an die Logistikabwicklung	87

4.3	Logistik Web Services	88
4.3.1	inet-Logistics	88
4.3.2	Viewlocity	89
4.3.3	Danzas/Descartes.....	89
4.3.4	Transplace.com.....	90
4.4	Nutzen von Logistik Web Services.....	91
4.5	Zusammenfassung.....	94
5	Marktplätze im Real-time Business - Das Beispiel Handel und CPG	97
5.1	Einleitung.....	98
5.1.1	Kooperation im Handel und Konsumgüterbereich	98
5.1.2	Relevanz kooperativer Prozesse im Handel	99
5.1.3	Marktplätze und ‚Collaboration Infrastructure‘	100
5.2	Bewertung von ‚Collaboration Infrastructures‘	101
5.2.1	Positionierung.....	101
5.2.2	Ertragsmodelle.....	102
5.2.3	Vermittlungsleistung	103
5.2.4	Unterstützung von Geschäftsprozessen	103
5.2.5	Standardisierungsbemühungen im Handel	104
5.3	Untersuchung von Marktplätzen im Handel	105
5.3.1	Vorgehen und untersuchte Marktplätze.....	105
5.3.2	Positionierung.....	105
5.3.3	Ertragsmodelle.....	106
5.3.4	Vermittlungsleistung	107
5.3.5	Unterstützung von Geschäftsprozessen	107
5.3.6	Einsatz von IT und Standards.....	109
5.4	Zusammenfassung und Ausblick	110
5.5	Verzeichnis der untersuchten Marktplätze	114
6	Systeme für Echtzeit-Portale - ein Überblick am Beispiel Banking.....	115
6.1	Einführung	116
6.2	Echtzeit-Portale im Endkundenkontakt.....	117
6.3	Ebenen und Kriterien für Echtzeit-Portale.....	118
6.4	Applikationsarchitektur.....	121
6.4.1	Customer Relationship Management.....	121
6.4.2	Personalisierung	122
6.4.3	Banking-Standardsysteme	124

6.4.4	Brokerage-Standardsysteme	125
6.4.5	Payment-Systeme	126
6.4.6	Sicherheits-Systeme	127
6.5	Integrationsarchitektur	128
6.5.1	Enterprise Application Integration	128
6.5.2	Application Server.....	129
6.6	Fazit und Ausblick	131
7	Web Service-Technologien als Enabler des Real-time Business	133
7.1	Standards und Web Services.....	134
7.2	Beschreibungskriterien für Standards	134
7.3	Analyse ausgewählter Standards.....	135
7.3.1	Electronic business XML	136
7.3.2	RosettaNet.....	137
7.3.3	Business Transaction Protocol	138
7.3.4	Customer Profile Exchange.....	140
7.3.5	Simple Object Access Protocol	142
7.3.6	Web Service Description Language	144
7.3.7	Universal Description, Discovery and Integration	145
7.3.8	Zusammenfassung.....	146
7.4	Elemente einer Web Service-Systemarchitektur.....	147
7.4.1	Überblick.....	147
7.4.2	Web Service-Standards	149
7.4.3	Web Service Frameworks	150
7.4.4	Web Service-Plattformen	151
7.4.5	Web Service-Entwicklungsumgebungen.....	151
7.4.6	Web Service-Laufzeitumgebungen	151
7.4.7	Web Service-Verzeichnisse.....	152
7.4.8	Web Service-Management	152
7.5	Anwendungsbeispiel: Aktienkurs-Service	152
7.6	Zusammenfassung und Ausblick	154

Teil 3 Potenziale..... 157

8 Real-time Business in der Chemieindustrie..... 159

8.1	Einleitung.....	160
8.2	Transformation der Chemieindustrie	160
8.2.1	Merger und Demerger	160
8.2.2	Überbetriebliche Integration: m:n-Koordination	161
8.2.3	Auswirkungen auf die Architektur	162
8.3	Transformation zum Echtzeit-Unternehmen	163
8.3.1	Real-time Business am Beispiel von Ticona	163
8.3.2	Positionierung in der Architektur	168
8.4	Erfolgsfaktoren und Ausblick	169

9 Echtzeit-Integration für Prozessportale in der Automobilindustrie..... 171

9.1	Einleitung.....	172
9.1.1	Transformation in der Automobilindustrie.....	172
9.1.2	Herausforderungen für Automobilhersteller.....	173
9.1.3	Fragestellungen für Automobilhersteller.....	175
9.2	Customer Relationship Management und Portale.....	176
9.2.1	CRM, E-CRM und Prozessportale	176
9.2.2	Potenziale von E-CRM.....	177
9.2.3	Defizite bestehender Portalansätze.....	178
9.3	Integrationskonzept für Prozessportale im Automobilbereich	180
9.3.1	Ziele und Ebenen des Integrationskonzepts	180
9.3.2	Kundensegmente, Kanäle und Partner.....	181
9.3.3	Kundenprozess, Portalleistungen und Web Services.....	182
9.3.4	Applikationen, Daten und Kundenprofile.....	185
9.4	Zusammenfassung und Ausblick	190

10 Architektur für Echtzeit-Portale bei Bosch..... 191

10.1	Herausforderungen für Automobilzulieferer.....	192
10.1.1	Real-time Business im Automobilbereich.....	192
10.1.2	Folgen für Automobilzulieferer.....	192
10.1.3	Schwerpunkte bestehender Architekturansätze	194
10.1.4	Applikationsarchitektur für Prozessportale	195
10.1.5	Integrationsarchitektur für Prozessportale	197

10.2	Portalarchitektur der Robert Bosch GmbH.....	200
10.2.1	Geschäftsarchitektur.....	200
10.2.2	Prozessarchitektur.....	203
10.2.3	Informationssystemarchitektur.....	204
10.2.4	Nutzen der Architektur.....	207
10.3	Zusammenfassung und Ausblick.....	208

11 Architektur für Echtzeit-Kundenkontakt in der Pharmaindustrie 211

11.1	Einleitung.....	212
11.2	Kundenorientierung in der Pharmaindustrie.....	213
11.2.1	Herausforderungen für Pharmaunternehmen.....	213
11.2.2	CRM bei der Pharma AG.....	213
11.2.3	Potenziale von CRM.....	214
11.3	Entwicklung einer Geschäftsarchitektur.....	217
11.3.1	Kundensegmente in der Geschäftsarchitektur.....	217
11.3.2	Veränderungen in der Geschäftsarchitektur.....	220
11.4	Entwicklung einer Prozessarchitektur.....	222
11.4.1	Herleitung der Kundenprozesse.....	222
11.4.2	Kundenprozesse bei der Pharma AG.....	224
11.4.3	Interne CRM-Prozesse.....	226
11.5	Entwicklung einer Systemarchitektur.....	227
11.5.1	Applikationsarchitektur.....	227
11.5.2	Web Services in Portalen.....	228
11.6	Nutzen und Ausblick.....	230
11.6.1	Nutzen von CRM.....	230
11.6.2	Nächste Schritte.....	231

12 Ansatz zur Bestimmung des Architekturnutzens bei der Deutschen Telekom 233

12.1	Einleitung.....	234
12.2	Bestimmung des Nutzens einer Konzernarchitektur.....	236
12.2.1	Ziele und Aufgaben einer Architektur.....	236
12.2.2	Schwierige Abstimmung von Massnahmen.....	237
12.2.3	Methode zur Nutzenbestimmung einer Konzernarchitektur.....	238
12.3	Anwendung bei der Deutschen Telekom AG.....	239
12.3.1	Adressaten der Nutzenargumentation.....	239
12.3.2	Beispiel 1: Allgemeine Diskussion der Konzernarchitektur.....	240

12.3.3	Beispiel 2: Vereinheitlichung der Architekturmodelle	249
12.3.4	Beispiel 3: Transparenz auf Referenzpunkt.....	250
12.3.5	Erkenntnisse und weitere Anwendungsfelder	252
12.4	Zusammenfassung.....	253
Teil 4 Methode		255
13 Methode zur Entwicklung von Prozessportalen		257
13.1	Einleitung.....	258
13.2	Eigenschaften der Methode.....	260
13.2.1	Methoden Engineering	260
13.2.2	Analyse bestehender Methoden.....	261
13.3	Elemente der Portalmethode	262
13.3.1	Metaobjektmodell.....	262
13.3.2	Vorgehensmodell.....	263
13.3.3	Rollenmodell	265
13.3.4	Techniken.....	265
13.4	Anwendungsbeispiele der Portalmethode	267
13.4.1	Potenzialanalyse bei Timecorp.....	267
13.4.2	Kundenprozessanalyse und Portaldesign bei ETA SA.....	270
13.4.3	Kooperationsprozessanalyse bei ETA SA	276
13.5	Zusammenfassung und Ausblick	280
Anhang		283
Abkürzungsverzeichnis.....		311
Literatur		317
Index		349
Autoren.....		357