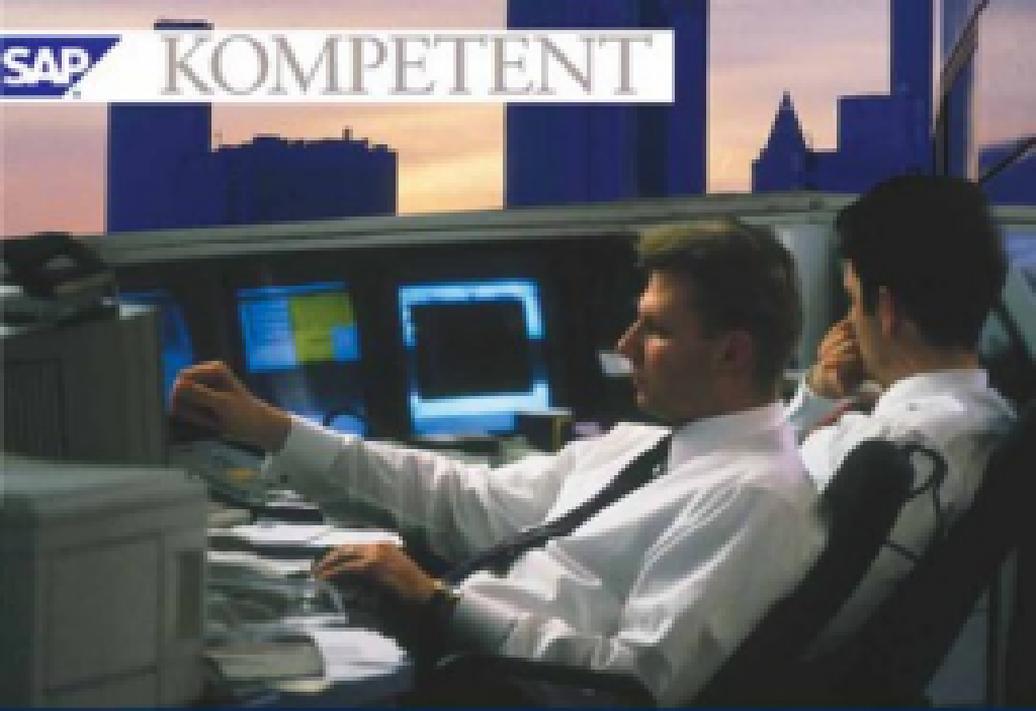


SAP

KOMPETENT



A. HUPGARD
H. HECHT
W. WALZ
P. HENNERMANN
G. BROSCHE
S. MEHLICH
C. BÄTZ

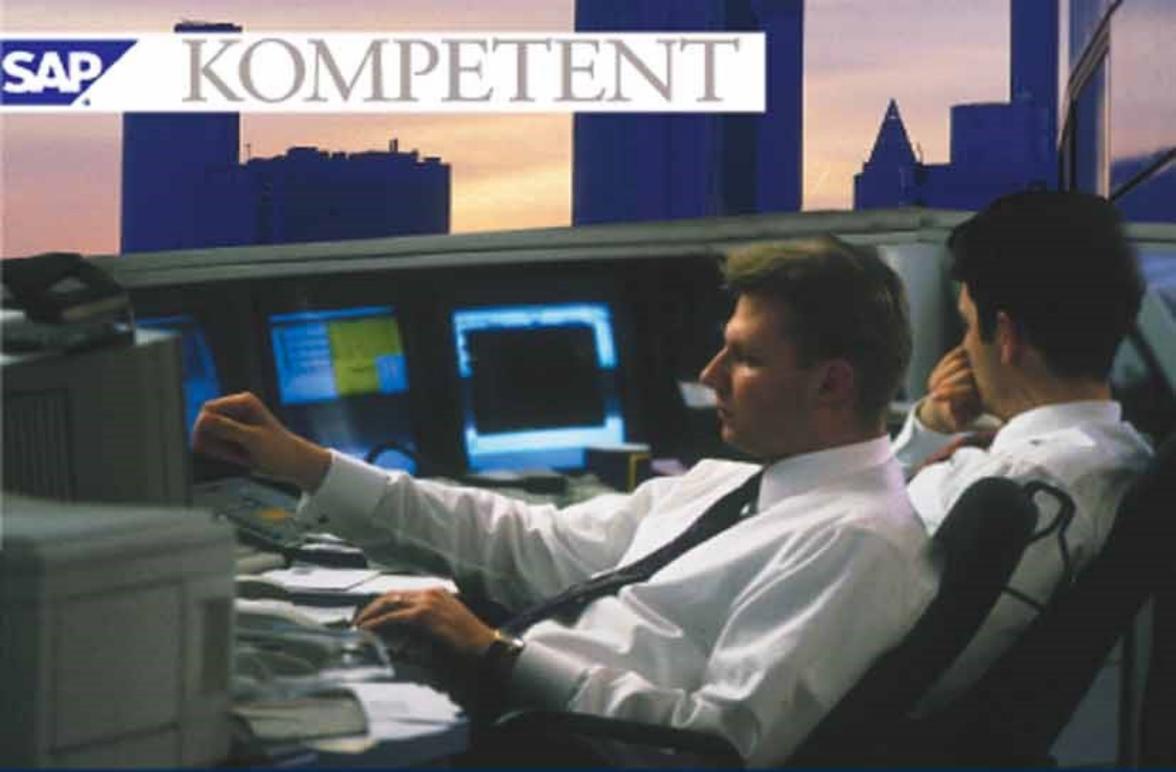
Business Integration mit SAP-Lösungen



Springer

SAP

KOMPETENT



A. HUGGARD
H. HECHT
W. WALZ
F. HENNERMANN
G. BROSCHE
S. MEHLICH
C. BÄTZ

Business Integration mit SAP-Lösungen



Springer

SAP Kompetent

Reihenherausgeber:

Professor Dr. Dr. h.c. mult. Peter Mertens
Universität Erlangen-Nürnberg

Dr. Peter Zencke
SAP AG, Walldorf

Andreas Hufgard · Heiko Hecht
Wolfgang Walz · Frank Hennermann
Gerald Brosch · Sabine Mehlich
Christian Bätz

Business Integration mit SAP-Lösungen

Potenziale, Geschäftsprozesse,
Organisation und Einführung

Mit 77 Abbildungen
und 48 Tabellen

 Springer

Dr. Andreas Hufgard · Dr. Heiko Hecht · Dr. Wolfgang Walz
Dr. Frank Hennermann · Dipl.-Kfm. Gerald Brosch · Dr. Sabine Mehlich
Dr. Christian Bätz

IBIS Prof. Thome AG,
Mergentheimer Straße 76a, 97082 Würzburg

Microsoft®, WINDOWS®, EXCEL®, Word® und SQL Server® sind eingetragene Marken der Microsoft Corporation.

ORACLE® ist eine eingetragene Marke der ORACLE Corporation.

HTML, XML sind Marken oder eingetragene Marken des W3C®, World Wide Web Consortium, Massachusetts Institute of Technology.

JAVA® ist eine eingetragene Marke der Sun Microsystems, Inc.

MarketSet und Enterprise Buyer sind gemeinsame Marken von SAP AG und Commerce One.

SAP, R/2, R/3, mySAP, mySAP.com und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern weltweit.

Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen.

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

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

ISBN 3-540-21350-3 Springer Berlin Heidelberg New York

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Springer ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media
springer.de

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2004

Printed in Germany

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Einbandgestaltung: Erich Kirchner, Heidelberg

Herstellung: Helmut Petri

Druck: betz-druck

Gedruckt auf säurefreiem Papier – 42/3130 – 5 4 3 2 1 0

Vorwort

Software: es ist nur ein Wort, ein Terminus Technicus, den wir zu verstehen glauben, und doch ist er Auslöser vieler unnötiger, kostenträchtiger Projekte, weil sie unter falschen Voraussetzungen gestartet werden. Gemeint ist hier nicht die Entwicklung von Programmen zur automatisierten Verarbeitung digital dargestellter Informationen als solche, sondern die unrealistische Assoziation, die dieser Begriff auf Grund der Bedeutung seiner Bestandteile in unserem Gehirn und insbesondere in den Köpfen von Menschen auslöst, die eigentlich gar nichts davon verstehen – aber entscheiden.

Software: anpassbar, gar anpassungsfähig, wandlungsfähig und sicher ohne störende, Schmerzen verursachende Ecken und Kanten, so stellt der Begriff die in strengen algorithmischen Regeln abgebildeten Anweisungen für schwierig zu verstehende Abläufe vor.

Software: dies ist aber in Wahrheit ein heute fast unüberschaubares Konglomerat einzelner Anweisungen, die in Gruppen zusammengefasst, durch gegenseitige Aufrufe dafür sorgen, dass die Aktion eines Mitarbeiters vielfache Auswirkungen für andere Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Geräte und Bilanzen hat. Daraus ergibt sich eine hohe Interdependenz zwischen Software und Organisation eines Betriebes, eine Abhängigkeit über die Zeit und letztendlich sogar einen gegenseitigen Ausschluss.

Wenn die Software nicht in der Lage ist, die betrieblichen Aufgaben oder deren Ablauf abzubilden, kann sie nicht zum Einsatz kommen, wenn der Betrieb nicht in der Lage ist, sich den Funktionen und Prozessen der Software anzupassen. Um die Entscheidung für oder gegen die Anwendung einer Standardsoftware zu treffen, ist es daher entscheidend, deren Funktionsumfang, Entwicklungsstand und Strategie zu kennen. Dies ist bei der Dynamik der Entwicklung nicht einfach nachzuvollziehen.

Complexware: das wäre die richtige Bezeichnung. Kaum jemand würde leichtfertig vorschlagen, da und dort durch eine kleine Umprogrammierung oder Ergänzungsentwicklung „schnell“ eine Anpassung zwischen Programm und Ablauf zu erreichen. Der mentale Respekt wäre zu groß, die Gefahren würden deutlicher. Erst nach sehr gründlicher Abwägung aller Alternativen würde man zu einer fundierten Entscheidung kommen, die auch die Folgekosten über Jahre berücksichtigt.

Die Begriffe lassen sich nicht mehr austauschen. Es ist aber zu hoffen, dass durch die hier dargestellten Funktionszusammenhänge der SAP-Lösungen dem Leser eine neue Transparenz und damit ein Verständnis

geboten wird für die sinnvollen Möglichkeiten und die zu vermeidenden Vorgehensweisen auf dem Weg zu einer integrierten Informationsverarbeitung.

Rainer Thome

Inhaltsverzeichnis

PROLOG IM UNTERNEHMEN..... 1

Andreas Hufgard

1 BUSINESS INTEGRATION MIT SAP-LÖSUNGEN..... 15

Andreas Hufgard

1.1 LÖSUNGSSTRATEGIE DER SAP 16

1.2 WEGE ZUR BUSINESS INTEGRATION MIT SAP-LÖSUNGEN 23

1.3 ENTWICKLUNG EINER BUSINESS-INTEGRATION-STRATEGIE 26

 1.3.1 Strategische Situationsanalyse..... 27

 1.3.2 Operative Situationsanalyse aus
 Organisationssicht 30

 1.3.3 Taktische Situationsanalyse der produktiven
 Systeme 31

 1.3.4 Strategische Projektplanung..... 32

1.4 BLICK AUF DIE GRUNDSTRUKTUR DER FOLGENDEN KAPITEL..... 34

2	SAP BW - VOM BERICHTSWESEN ZUM DATA WAREHOUSE	35
	<i>Heiko Hecht</i>	
2.1	INFORMATIONSSYSTEME VOR DEM DATA WAREHOUSE	35
2.1.1	Externe Entwicklungen	35
2.1.2	Die Aufholjagd der SAP AG	38
2.2	WAS IST WIRKLICH NEU AM SAP BW?	41
2.2.1	Konzept des SAP BW	42
2.2.2	Anwendergruppen des SAP BW	47
2.2.3	Rollenkonzept des SAP BW	48
2.2.4	Datenanalyse in ERP- versus DW-Systemen.....	49
2.3	ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE EINFÜHRUNG UND DEN EINSATZ VON SAP BW.....	50
2.4	PROBLEMFELDER BEI DER EINFÜHRUNG VON SAP BW	53
2.5	VERBESSERUNGSPOTENZIALE DES SAP BW	56
2.6	... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?	60
2.6.1	Gruppierung der Lösungen.....	60
2.6.2	Porträt der vorgefertigten Data-Warehouse- Lösungen	62
2.7	INFORMATIONEN UND VERWEISE	64

3

MYSAP SEM – VON DER ISOLIERTEN ZUR INTEGRIERTEN UNTERNEHMENSSTEUERUNG 68

Wolfgang Walz

3.1 ANKNÜPFUNGEN IM ERP-SYSTEM.....	70
3.2 WAS IST WIRKLICH NEU AN MYSAP SEM?	74
3.2.1 Management Cockpit	80
3.2.2 Business Planning and Simulation.....	81
3.2.3 Business Information Collection.....	83
3.3 PROBLEMFELDER UND MÄNGEL DES SEM.....	87
3.4 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?	89
3.5 INFORMATIONEN UND VERWEISE.....	90

**4 MYSAP CRM – VON DER VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG
ZUM INTEGRIERTEN KUNDENMANAGEMENT 93**

Frank Hennermann

4.1 KUNDENMANAGEMENT IM SAP-R/3-SYSTEM 93

4.2 WAS IST WIRKLICH NEU AN MYSAP CRM 97

 4.2.1 Technische Entwicklungen 98

 4.2.2 Funktionale Besonderheiten 100

 4.2.2.1 Marketing und Kundenakquisition 100

 4.2.2.2 Multichannel-Sales 102

 4.2.2.3 Kundenservice 105

 4.2.2.4 Analytisches CRM 107

 4.2.2.5 Provisionen und Leistungsanreize 107

 4.2.2.6 Channel Management 107

 4.2.3 Operatives CRM 109

4.3 ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE CRM-LÖSUNG .. 110

4.4 PROBLEMFELDER BEI DER EINFÜHRUNG VON SAP CRM 114

 4.4.1 Organisatorische Problemfelder 114

 4.4.2 Technische Problemfelder 115

4.5 WAS FEHLT NOCH? 115

4.6 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER? 117

4.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE 121

5

MYSAP SRM – DER EINKAUF WIRD ZUR

QUERSCHNITTSFUNKTION 123

Gerald Brosch

5.1 MEHR ALS NUR DIE BESCHAFFUNG VON BLEISTIFTEN?	123
5.1.1 Beschaffung im R/3-System	123
5.1.2 E-Procurement-Lösungen der SAP	124
5.1.3 Supplier Relationship Management	129
5.2 WAS IST WIRKLICH NEU AN MY SAP SRM?	131
5.2.1 Technische Innovation Internet.....	131
5.2.2 Systemarchitektur, Schnittstellen und Integrationszenarios.....	132
5.2.3 Elektronische Kataloge.....	134
5.3 ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR ERFOLGREICHE E-PROCUREMENT-PROJEKTE.....	135
5.3.1 Analyse des Beschaffungsportfolios	136
5.3.2 Katalogauswahl	137
5.3.3 Lieferantenanalyse.....	139
5.4 EINFÜHRUNG EINER E-PROCUREMENT-LÖSUNG	140
5.5 SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT – WAS FEHLT NOCH?	145
5.6 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?	146
5.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE.....	148

6	MYSAP SCM – VOM MRP II-KONZEPT ZUM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	150
	<i>Sabine Mehlich</i>	
6.1	ENTWICKLUNG VON PPS ZU SCM	151
6.1.1	Material Requirements Planning (MRP)	151
6.1.2	Manufacturing Resource Planning (MRP II)	152
6.1.3	Konzeptionelle Schwachstellen klassischer PPS-Systeme.....	152
6.1.4	Grundlagen moderner SCM-Ansätze.....	153
6.1.5	SCM-orientierte Planung.....	156
6.1.6	Vorteile von APS-Systemen.....	159
6.1.7	Supply-Chain-Planning-Matrix	160
6.1.8	Architektur einer SCM-Software-Lösung	163
6.2	WAS IST WIRKLICH NEU AN MYSAP SCM?.....	163
6.2.1	Entwicklung von mySAP SCM.....	164
6.2.2	Komponenten von SAP APO	166
6.2.3	Architektur	168
6.2.4	Integration.....	170
6.3	ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE EINFÜHRUNG VON SAP APO.....	172
6.4	PROBLEMFELDER DER EINFÜHRUNG	176
6.5	WAS FEHLT NOCH?	178
6.6	... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?	179
6.7	INFORMATIONEN UND VERWEISE	181

7

MYSAP PLM – VON PRODUKTDATEN UND PROJEKTEN

ZUR ABBILDUNG DES PRODUKTLEBENSZYKLUS.....184

Christian Bätz

7.1 VOM PROJEKTMANAGEMENT ZUM PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT IM MULTISYSTEMUMFELD	185
7.1.1 Projektmanagement mit SAP R/3.....	185
7.1.2 Product Lifecycle Management.....	187
7.2 WAS IST WIRKLICH NEU AN MYSAP PLM?	191
7.2.1 Strategische Programmplanung auf übergeordneter Ebene	192
7.2.2 Erstmalige Abbildung des Lebenszyklus	192
7.2.3 Kooperative Entwicklung und Datenaustausch ...	193
7.2.4 Beschaffung im Collaborative Engineering	198
7.3 ORGANISATION DER UNTERNEHMENSÜBERGREIFENDEN ZUSAMMENARBEIT	199
7.3.1 Gründe und Auslöser.....	199
7.3.2 Organisatorische Voraussetzungen.....	200
7.4 PROBLEMFELDER BEI DER EINFÜHRUNG	200
7.5 WAS FEHLT NOCH?.....	202
7.6 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?	204
7.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE.....	205

8 **MARKTPLATZ – VON EDI ZU HANDELS- UND
SERVICEPLATTFORMEN IM INTERNET** 207

Andreas Hufgard

8.1 VON DER ERP-WELT AUF DEN MARKTPLATZ 208

8.2 WAS IST WIRKLICH NEU AN INTERNET-MARKTPLÄTZEN?..... 211

 8.2.1 Schlüsselfunktion Dokumentenaustausch 213

 8.2.2 Architektur von Marktplatz-Lösungen..... 214

 8.2.3 Ein- und Verkaufen über Internet-
 Marktplätze – Stufe 1 216

 8.2.4 Geschäftsabwicklung über
 Marktplätze – Stufe 2..... 218

 8.2.5 Business Integration durch Marktplatz-
 Anwendungen – Stufe 3..... 219

 8.2.6 Marktplatzbasierte Kooperation – Stufe 4..... 221

8.3 ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE
 MARKTPLATZBETEILIGUNG 222

8.4 PROBLEMFELDER EINER MARKTPLATZBETEILIGUNG UND
 -INTEGRATION 225

8.5 WAS FEHLT NOCH? 225

8.6 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER? 226

8.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE 227