



e-f@cts

Informationen
zum E-Business

Innovationspolitik, Informationsgesellschaft, Telekommunikation

Schwerpunkt

Vorteile von Kooperationen:
Abläufe rationalisieren, Syner-
gien zwischen Partnern nutzen,
Ressourcen bündeln, Risiken ver-
teilen und mindern.

► ab Seite 1

Fakten & Zahlen

► ab Seite 3

E-Business-ABC

EDI, ERP Enterprise Resource
Planning (ERP), Data Warehouse,
Dokumenten-Management-System (DMS), Groupware, LAN,
Supply Chain Management
(SCM), TCP/IP-Protokoll

► ab Seite 4

Praxis & Technik

Check:
Für wen kommt
E-Kooperation in Frage?

► Seite 6

E-Kooperation

Unternehmenskooperationen können ganz unterschiedlicher Art sein: vom Informationsaustausch zwischen zwei Geschäftsführern bis hin zur Gründung eines eigenen Unternehmens für einen bestimmten Kooperationszweck. Für alle Fälle gilt: Kooperationen bieten insbesondere mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit, rationeller zu arbeiten. Im Allgemeinen geht es für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) um drei verschiedene Möglichkeiten der Zusammenarbeit:

- KMU untereinander
- KMU mit Großunternehmen sowie
- KMU mit Forschungseinrichtungen

Freiwillig und selbständig

Typisch für Kooperationen ist, dass sich die Partner freiwillig daran beteiligen und nur in einigen Unternehmensbereichen (z. B. Einkauf, Werbung, Vertrieb) zusammenarbeiten. Wichtig: Dabei bleiben sie meist rechtlich und wirtschaftlich selbständig.

Kooperation auf gleicher Stufe (horizontale Kooperation)

In einer horizontalen Kooperation stammen die Partnerunternehmen aus derselben Branche, produzieren womöglich sogar dasselbe Produkt und können z. B. im Rahmen der Kooperation gemeinsam einkaufen. Sie können auch aus unterschiedlichen Branchen stammen und ihr jeweiliges Leistungsangebot ergänzen (z. B. als Vertriebsgemeinschaft).

Kooperation auf einander folgenden Stufen (vertikale Kooperation)

In einer vertikalen Kooperation stammen die Partnerunternehmen von unterschiedlichen und aufeinander folgenden Produktions- oder Handelsstufen. Eine solche Kooperation z. B. zwischen dem Produzenten einer Ware, seinen Rohstofflieferanten und Vertriebsunternehmen dient dazu, Beschaffung, Herstellung und Absatz eines Produktes kostengünstig zu gestalten und sicher zu stellen.

E-Kooperation



Inhalt

Schwerpunkt

Vorteile von Kooperationen: Abläufe rationalisieren, Synergien zwischen Partnern nutzen, Ressourcen bündeln, Risiken verteilen und mindern.

► Seite 1

Fakten & Zahlen



► ab Seite 3

E-Business-ABC

EDI, ERP Enterprise Resource Planning (ERP), Data Warehouse, Dokumenten-Management-System (DMS), Groupware, LAN, Supply Chain Management (SCM), TCP/IP-Protokoll, Web-EDI, Wertschöpfungskette, Workflow-Management-System

► ab Seite 4

Praxis & Technik

Check:

Für wen kommt

E-Kooperation in Frage?

► Seite 6

Vorteile einer Kooperation

Kooperationen bieten vielerlei Vorteile. Zusammengefasst kann man feststellen: Kooperationen dienen dazu, Abläufe im Unternehmen zu rationalisieren, Synergien zwischen den beteiligten Partnern zu nutzen, Ressourcen zu bündeln, Risiken zu verteilen und zu mindern. Überlegen Sie: In welchem Bereich brächte eine Kooperation besondere Vorteile für Ihr Unternehmen?

Beschaffung

- Preisnachlass durch Einkaufsgemeinschaft
- Verringerung der Beschaffungszeiten
- Erschließung neuer Beschaffungsmärkte
- Verbesserung des Informationsstandes

Produktion/Verwaltung

- Senkung der Entwicklungs- und Fertigungskosten
- Senkung der Personalkosten
- Steigerung der Produktivität (größere Stückzahlen)
- Verringerung von Produktionszeiten
- Erhalt und Zugewinn von Know-how und Technologie
- Erhöhung der Innovationskompetenz
- Auslastung vorhandener Kapazitäten
- Ausgleich fehlender Kapazitäten
- Verbesserung der Qualität
- Erweiterung des Angebotsspektrums

Absatz

- Kalkulation günstigerer Preise
- Angebot zusätzlicher Produkte und Dienstleistungen
- Erschließung neuer Absatzmärkte
- Gewinn zusätzlicher Kunden
- Möglichkeit der Übernahme von Komplett-aufträgen
- Imagegewinn
- Kosteneinsparung bei Marketing, Vertrieb, Logistik
- Hilfe beim Markteintritt
- Ausbau der Marktposition

Mögliche Nachteile einer Kooperation

- Aufgabe (eines Teils) der Selbständigkeit – hier sollte man sorgfältig prüfen, ob man dazu bereit ist
- längere/kompliziertere Abstimmungsprozesse (zumindest in der Anfangsphase)
- zusätzliche Aufgaben: In kleineren Unternehmen werden Kooperationsleistungen parallel zum Tagesgeschäft erbracht (z. B. Gewährleistungen auch für Arbeiten des Partners). Wichtig ist, dass die verfügbare Arbeitszeit für anfallende Kooperationsaufgaben sowie die damit verbundenen Kosten und der Kooperationsnutzen in einem vernünftigen (rentablen) Verhältnis stehen.

Was ist E-Kooperation?

In klassischen Kooperationen arbeitet und kommuniziert man vorwiegend direkt mit seinen Partnern: von Angesicht zu Angesicht. In der E-Kooperation arbeiten und kommunizieren die Kooperationspartner mittels elektronischer Medien: z. B. durch Meetings per Videokonferenz.

Welche Technologie verbessert die Zusammenarbeit in virtuellen Unternehmen? in %



Quelle: FZI Forschungszentrum Informatik



renz, Diskussionsforen per E-Mail oder die gemeinsame Nutzung von Dokumenten und Anwendungen im Intranet oder Internet. Für Unternehmen bedeutet dies, gemeinsam elektronische Ressourcen zu nutzen, zum Zweck einer besonderen Wertschöpfung. Dabei geht es immer um Prozesse der Kommunikation, der Koordination und der „vollen“ Kooperation.

Rechtsformen von E-Kooperationen

E-Kooperationen können all die Rechtsformen annehmen, die auch „traditionellen“ Kooperationen offen stehen: Arbeitsgemeinschaft, Strategische Allianz, Joint-Venture etc. Virtuelle Unternehmen (also z. B. der Zusammenschluss verschiedener Gewerke im Handwerk zu einem Anbieter „aus einer Hand“ auf einer Homepage) können sich dabei jederzeit lose und ohne Vertrag untereinander zusammenschließen. Formal nehmen sie dabei in der Regel die Rechtsform der GbR an.

Besondere Vorteile von E-Kooperationen

E-Kooperationen bieten zunächst die gleichen Vorteile wie alle anderen Kooperationen auch. **E-Kooperationen sind schneller:** E-Kooperationen benötigen keine aufwändigen formalen Vorbereitungen (z. B. für die rechtlichen Voraussetzungen). Man kann sie schnell und mit minimaler Vorlaufzeit auf den Weg bringen, und sie lassen sich schnell beenden. Das macht sie besonders flexibel.

E-Kooperationen steigern Effektivität: Durch den automatischen Austausch von Daten sinkt die Quote der Fehler, die sich bei einem Austausch „von Menschenhand“ erfahrungsgemäß einschleichen.

E-Kooperationen reduzieren Kosten: Die Kosten in einer E-Kooperation lassen sich deutlich reduzieren. Viele automatisierte Prozesse erfordern nur wenige Mitarbeiter. Auch die Kommunikation wird kostengünstiger: Statt zu Meetings zu reisen, tauschen sich die Partner z. B. per Video-Konferenzen aus. Dazu kommt: Per Internet können Partner schneller, nämlich „rund um die Uhr“, an Problemlösungen arbeiten. Insgesamt können so die anfallenden Kooperationskosten um bis zu 25 Prozent niedriger liegen als in traditionellen Kooperationen.

Durch E-Kooperationen mehr Partner:

E-Kooperationen haben darüber hinaus den Vorteil, dass der Standort möglicher Kooperationspartner kaum mehr eine Rolle spielt (der in „normalen“ Kooperationen ein wichtiger Faktor des Partnerprofils ist). Wunschpartner aus der ganzen Welt können per E-Kooperation in ein Projekt eingebunden werden. Ein wichtiger Punkt, denn mit dem Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft wird das Know-how in Unternehmen zur wichtigsten Ressource.

E-Kooperationen steigern Aktionsradius:

Akquise und persönliche Betreuung von Kunden z. B. im Ausland werden durch den Einsatz elektronischer Medien möglich, durch vor Ort ansässige Kooperationspartner. Märkte, die bislang schwer zugänglich oder gänzlich unerreichtbar waren, stehen nun theoretisch jedem Unternehmen offen.

E-Kooperationen können Kooperationskosten um bis zu 25 Prozent senken.

Gründe für Kooperationen

Antworten befragter Unternehmen in % (Mehrfachantworten möglich)



E-Kooperation



E-Business-ABC

EDI

EDI (= Electronic Data Interchange): ein internationaler Standard, der bei Geschäftsvorgängen den Austausch und die elektronische Übermittlung von Daten wie z. B. Bestellungen, Auftragsbestätigungen, Rechnungen etc. regelt. Übertragungsnetz ist das öffentliche Telefonnetz.

ERP

ERP Enterprise Resource Planning: Software, die den betriebswirtschaftlichen Ablauf in einem Unternehmen steuern und auswerten kann und für das perfekte Zusammenspiel von Mitarbeitern, Material und Maschinen in Unternehmen sorgt.

Besondere Anforderungen an die technische Ausstattung

Partner, die E-Kooperationen eingehen und durchführen wollen, müssen „zueinander passen“. Dies wird um so wichtiger, je tiefer die Kooperation geht. Das bedeutet:

- ▶ Die Systeme, mit denen Unternehmen kommunizieren und Daten verarbeiten, müssen „kompatibel“ sein. Es muss also technisch möglich sein, Daten auszutauschen (z. B. über das gemeinsam genutzte TCP/IP-Protokoll).
- ▶ Zudem sollten standardisierte Datenformate benutzt werden, die von jedem Partner erzeugt und gelesen werden können. So können die Beteiligten z. B. festlegen, dass sie alle Dokumente, die elektronisch ausgetauscht werden, im RTF-Format abspeichern.
- ▶ Es können Anwendungen definiert werden, die für spezielle Einsatzbereiche benutzt werden, z. B. Microsoft Word für die Textverarbeitung. Dadurch bieten sich zusätzliche kooperative Anwendungsmöglichkeiten, z. B. das zeitgleiche gemeinsame Bearbeiten eines Dokuments.
- ▶ Schließlich sollten die Arbeitsschritte fest-

gelegt werden, die notwendig sind, um eine Aufgabe zu erledigen (Workflow). So können die Kooperationspartner festlegen, welcher Mitarbeiter ein Dokument inhaltlich prüfen und wer es schließlich für den Druck freigeben muss. Die elektronische Übermittlung dieses Dokuments zu den jeweiligen Verantwortlichen und die Einhaltung der Befugnisse kann von elektronischen Systemen sicher gestellt werden. Ein solcher Workflow kann – wenn die technische Infrastruktur „steht“ – problemlos und sekundenschnell unternehmensübergreifend abgewickelt werden.

Typische Kooperationsfelder

E-Kooperation und Einkauf

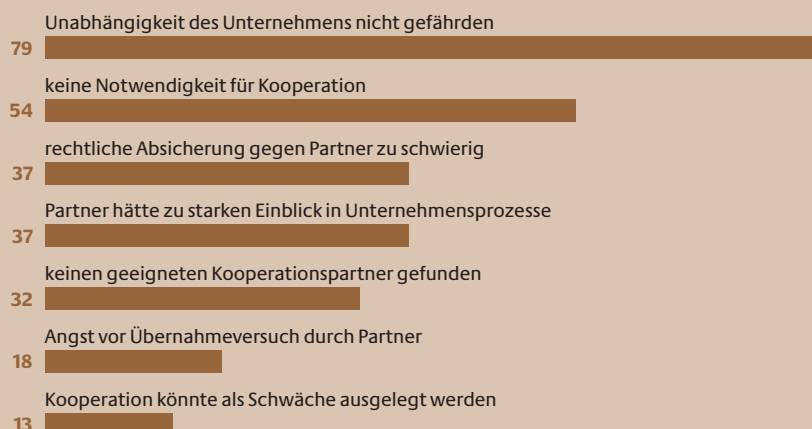
Elektronischer Einkauf bei Lieferanten: Einkaufskooperationen mit Lieferanten lassen sich per E-Kooperation automatisieren. Dies ist möglich, wenn alle Mitarbeiter miteinander verbunden sind und direkt von ihrem Arbeitsplatz aus Produkte oder Dienstleistungen aus elektronischen Produktkatalogen heraus suchen, Preise vergleichen und schließlich ordern: mit Hilfe eines elektronischen Desktop Purchasing Systems. Es sammelt die Einzelbestellungen der Mitarbeiter und leitet sie zentral an angebundene Lieferanten weiter.

Die Kosten für einen Beschaffungsvorgang lassen sich nach einer Untersuchung von KPMG für größere Unternehmen um bis zu 90 Prozent reduzieren: durch die Verringerung der vielen Bestell-Einzelschritte auf elektronischem Wege. Experten gehen allerdings eher von Einsparungen um die 30-40 Prozent aus. Das Desktop Purchasing System gibt jederzeit einen Überblick über die Lagerbestände aller Beschaffungsgüter. Einfache und schnelle Bestellungen führen zu kürzeren Lieferzeiten. Beide Faktoren können die Lagerbestände und die dafür anfallenden Kosten um 20 bis 40 Prozent reduzieren. Technische Umsetzung: Kommunikation aller Mitarbeiter per Intranet; Bestellungen an Lieferanten per Inter- oder Extranet.

Elektronische Marktplätze: Als Partner für den Einkauf kommen auch elektronische Markt-

Besonders wichtige Argumente gegen Kooperationen

Antworten befragter Unternehmer in %





plätze in Frage, auf denen sich Anbieter und Nachfrager treffen. Ähnlich einem Firmenverzeichnis sind Anbieter dort mit ihrem Angebot registriert. Nachfrager können Angebote über eine marktplatzinterne Suchmaschine leicht auffinden. Technische Umsetzung: Kontakt per Internet.

E-Kooperation und Verkauf

Virtuelles Kaufhaus: Unternehmen können ihre Angebote in Partnerschaft mit einem elektronischen bzw. virtuellen Kaufhaus (Shopping-Mall) verkaufen. Eine Shopping-Mall wird üblicherweise von einem eigenen Unternehmen (einem so genannten Intermediär) betrieben und hat gegenüber einem einzelnen Online-Shop den Vorteil, dass sie ein breites Angebot bereithält und daher viele Kunden anzieht. Technische Umsetzung: eigene Angebote und Kundenkontakte per Internet.

Elektronische Marktplätze: Als Kooperationspartner für den Verkauf kommen – wie auch für den Einkauf – elektronische Marktplätze in

Frage. Technische Umsetzung: eigene Angebote und Kundenkontakte per Internet.

Virtuelle Unternehmen: Bei einer Kooperation in einem virtuellen Unternehmen schließen sich die beteiligten Partner zu einem neuen Unternehmen zusammen (z. B. verschiedene Handwerksunternehmen zu einem Anbieter „aus einer Hand“). Dieses Unternehmen tritt aber nicht mehr mit einem realen Firmensitz, sondern „nur“ noch mit einer gemeinsamen Homepage im Internet auf. Technische Umsetzung: Ein virtuelles Unternehmen kann eine ganze Reihe moderner Technologien für Kooperations-Prozesse nutzen:

- ▶ Internet (für die Unternehmenspräsenz nach außen, die nur für Mitarbeiter zugängliche Verwaltung von Dokumenten und Informationen nach innen)
- ▶ Groupware-Systeme (Software für die Kommunikation und Koordination der Mitarbeiter)
- ▶ Videokonferenzen (für Meetings)
- ▶ ERP-Systeme (vernetzte betriebliche Informationssysteme)

Fortsetzung auf Seite 8

E-Business-ABC

Data Warehouse

Software, die große Datenmengen verwaltet und speichert. Sie organisiert ggf. außerdem den Zugriff auf diese Daten, falls nur bestimmte Personen dazu berechtigt sein sollten. Data Warehouse-Software verfügt zudem über Suchhilfen, um schnell auf bestimmte Dateien für schnelle Begriff- und Dateisuche sowie Datenfilter zugreifen zu können.

Dokumenten-Management-System (DMS)

Software zur Nutzung und Verwaltung elektronisch gespeicherter Dokumente.

Groupware

Software für PC-Benutzergruppen, deren Mitglieder gemeinsam an Projekten oder zusammenhängenden Aufgabenbereichen arbeiten. Diese Software ermöglicht, dass alle Gruppenmitglieder verfügbare Programme und Informationen nutzen können.

LAN

LAN (= Local Area Network): Bezeichnung für ein Netzwerk-System, das unternehmensintern in der Regel ohne öffentliche Leitungen zur Verfügung steht.

Kooperationstiefe und Technologie

Kooperationstiefe

1. Stufe: Kommunikation

Prozess

Elektronischer Datenaustausch ohne eigenes Kooperationsnetzwerk

Technologietiefe

- ▶ Interne Vernetzung des Unternehmens durch LAN
- ▶ Interne Vernetzung des Unternehmens durch Intranet
- ▶ Anbindung des Unternehmens an externe Netze durch Internet
- ▶ Einheitliche Formate von Daten

2. Stufe: Koordination

Elektronischer Datenaustausch mit eigenem Kooperationsnetzwerk

- ▶ Anbindung an externe Netze durch Extranet
- ▶ Aufbau besonderer Netzlösungen mit Hilfe von EDI oder Web-EDI

3. Stufe: Volle Kooperation

Zusammenführen der Abläufe in verschiedenen Unternehmen mit eigenem Kooperationsnetzwerk, um gemeinsam ein Produkt zu erstellen oder eine Leistung zu erbringen

- ▶ Unternehmensübergreifende Workflow-Management-Systeme
- ▶ Unternehmensübergreifende Supply-Chain-Management-Systeme

Quelle: BMWi

Test: Kommt für Ihr Unternehmen eine E-Kooperation in Frage?

E-Business-ABC

Supply Chain Management (SCM)

Sorgt für den Fluss von Information, Gütern und Finanzen innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette zwischen Lieferanten, Herstellern, Großhändlern, Einzelhändlern und Kunden. Das Ziel einer SCM-Software ist ein Informationsfluss ohne Medienbrüche zwischen allen Partnern einer gemeinsamen Prozesskette: von der Rohstoffbeschaffung bis hin zur Auslieferung an den Endkunden. Oberstes Ziel ist dabei, in der Wertschöpfungskette sowohl die Kosten zu reduzieren als auch die Effektivität zu steigern.

TCP/IP-Protokoll

Die beiden technischen Verfahrens-Regeln für den Transfer und Austausch von Daten, vor allem für E-Mails oder aus dem Internet.

1. Betriebswirtschaftliche Zielsetzungen

Streben Sie für Ihr Unternehmen an:

Beschaffung

- Preisnachlass durch Einkaufsgemeinschaft?..... Ja Nein
 Verringerung der Beschaffungszeiten?..... Ja Nein
 Erschließung neuer Beschaffungsmärkte?..... Ja Nein
 Verbesserung des Informationsstandes?..... Ja Nein

Produktion/Verwaltung

- Senkung der Entwicklungs- und Fertigungskosten?..... Ja Nein
 Senkung der Personalkosten?..... Ja Nein
 Steigerung der Produktivität (größere Stückzahlen)?..... Ja Nein
 Verringerung von Produktionszeiten?..... Ja Nein
 Erhalt und Zugewinn von Know-how und Technologie?..... Ja Nein
 Erhöhung der Innovationskompetenz?..... Ja Nein
 Auslastung vorhandener Kapazitäten?..... Ja Nein
 Ausgleich fehlender Kapazitäten?..... Ja Nein
 Verbesserung der Qualität?..... Ja Nein
 Erweiterung des Angebotspektrums?..... Ja Nein

Absatz

- Kalkulation günstigerer Preise? Ja Nein
 Angebot zusätzlicher Produkte und Dienstleistungen?..... Ja Nein
 Erschließung neuer Absatzmärkte?..... Ja Nein
 Gewinn zusätzlicher Kunden? Ja Nein
 Möglichkeit der Übernahme von Komplettaufträgen?..... Ja Nein
 Zusätzlichen Imagegewinn?..... Ja Nein
 Kosteneinsparung bei Marketing, Vertrieb, Logistik?..... Ja Nein
 Hilfe beim Markteintritt?..... Ja Nein
 Ausbau der Marktposition? Ja Nein

2. Kompetenzen

- Verfügt Ihr Unternehmen über spezifisches Wissen, spezielle Fertigkeiten oder technologische Kompetenzen, die es gegenüber Konkurrenzunternehmen hervorhebt?..... Ja Nein
 Falls in Ihrer Branche die Qualität von Produkten oder Dienstleistungen ein besonderer Erfolgsfaktor ist: Sollte die Qualität Ihrer Angebote besser werden?..... Ja Nein
 Falls in Ihrer Branche die Liefertreue ein besonderer Erfolgsfaktor ist: Sollte Ihre Liefertreue besser werden?..... Ja Nein
 Falls in Ihrer Branche Marketing und Vertrieb ein besonderer Erfolgsfaktor sind: Sollten Ihr Marketing und Ihr Vertrieb besser werden?..... Ja Nein
 Falls in Ihrer Branche die Qualifikation der Mitarbeiter ein besonderer Erfolgsfaktor ist: Sollte die Qualifikation Ihrer Mitarbeiter besser werden?..... Ja Nein
 Falls in Ihrer Branche ein niedriger Angebotspreis ein besonderer Erfolgsfaktor ist: Sollte Ihr Preis niedriger werden?..... Ja Nein



Falls in Ihrer Branche ein reibungsloser und automatisierter Informationsfluss ein besonderer Erfolgsfaktor ist: Sollte der Informationsfluss in Ihrem Unternehmen besser werden?..... Ja Nein

3. Art des Unternehmens

- Gehört Ihr Unternehmen zum produzierenden Gewerbe?..... Ja Nein
- Gehört Ihr Unternehmen zum Einzelhandel oder Großhandel?..... Ja Nein
- Ist Ihr Unternehmen ein Dienstleistungsunternehmen?..... Ja Nein
- Erfordern die Arbeitsabläufe in Ihrem Unternehmen das enge Zusammenarbeiten mehrerer Mitarbeiter?..... Ja Nein

4. Organisationsform

- Sind Macht und Verantwortung in Ihrem Unternehmen auf mehrere Personen verteilt?..... Ja Nein
- Wird in Ihren Unternehmen Teamarbeit gepflegt?..... Ja Nein
- Wird in Ihrem Unternehmen Wissen gepflegt und verteilt?..... Ja Nein
- Gibt es in Ihrem Unternehmen verschiedene selbständig arbeitende Organisationseinheiten?..... Ja Nein

5. Interne Abläufe

- Gibt es in Ihrem Unternehmen eine schriftliche Prozessdokumentation (Qualitäts-Management-Handbuch)?..... Ja Nein
- Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Visualisierung von Prozessabläufen (Diagramm für den Datenfluss im Unternehmen: Flowchart)?..... Ja Nein

6. Technische Infrastruktur

- Sind die PC-Arbeitsplätze in Ihrem Unternehmen miteinander vernetzt?..... Ja Nein
- Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen ein Intranet?..... Ja Nein
- Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen eine Groupware?..... Ja Nein

Auswertung: Je öfter Sie in den Fragenbereichen 1 und 2 mit „Ja“ geantwortet haben, desto eher ist eine Kooperation für Ihr Unternehmen betriebswirtschaftlich sinnvoll.

Je öfter Sie in den Fragenbereichen 3 bis 6 mit „Ja“ geantwortet haben, desto eher kommt Ihr Unternehmen für eine E-Kooperation in Frage.

E-Business-ABC

Web-EDI

Eine benutzerfreundliche Weiterentwicklung des EDI. Es funktioniert wie EDI, wenn auch nicht so schwerfällig. Übertragungsnetz ist das Internet.

Wertschöpfungskette

Ganzheitliche Prozesskette: von der Planung eines Produkts und seinen Vorstufen über den Einkauf und seine Herstellung bis zum Vertrieb.

Workflow-Management-System

Software, die Projekte im Unternehmen koordiniert und unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse automatisiert.

E-Kooperation



Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Redaktion:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und
Öffentlichkeit GbR
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
info@pid-net.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Patrick Rosar
Euro Info Centre, Trier

Rahmenlayout:

Atelier Hauer + Dörfler, Berlin

Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis:

MEV, Photodisc

Druck:

Harzdruckerei Wernigerode GmbH

Auflage: 10.000

Schwerpunkt der nächsten Ausgabe:

„Zahlungsverkehr“

Wenn Sie dazu Fragen oder
Anregungen haben oder Fragen zu
anderen Themen der e-f@cts, wenden
Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und
Öffentlichkeit GbR

Fortsetzung von Seite 5

- ▶ Dokumenten-Management-Systeme (zur gemeinsamen Bearbeitung von Unterlagen)
- ▶ Workflow-Management-Systeme (zur Automatisierung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse)

Produktion/Verwaltung

Vorrangiges Ziel einer Kooperation ist es, die Kosten der beteiligten Unternehmen zu senken. Dies kann in der E-Kooperation vor allem dadurch geschehen, dass die Partnerunternehmen die Kommunikation untereinander so effektiv wie möglich gestalten. Das betrifft vor allem die beteiligten Unternehmensbereiche, die in der Produktentstehung (Wertschöpfungskette) aufeinander folgen, z. B. Lieferanten und Materialverarbeitung. Technische Umsetzung: Dies ist u. a. möglich durch

- ▶ unternehmensübergreifenden Informationsaustausch mit Lieferanten, Kunden, technischen Instituten etc. per Internet, Extranet;
- ▶ automatisierten Informationsaustausch und Datenabgleich per EDI, Web-EDI;
- ▶ gemeinsame Produktionssteuerung und Ressourcenverwaltung per Supply Chain Management;
- ▶ gemeinschaftliche Schulung und Weiterbildung von Mitarbeitern (E-Learning) per Intranet.

Marketing

Marketingkooperationen helfen Kosten zu sparen, z. B. durch gemeinschaftliche Werbung im Internet. Es geht aber nicht allein „ums Geld“. Kooperationen können darüber hinaus ein größeres Marketingpotenzial schaffen, da die Stärken und Kompetenzen der einzelnen Unternehmen zusammengeführt und gebündelt werden können (z. B. durch einen gemeinsamen Auftritt verschiedener Baugewerke zu einem Anbieter „aus einer Hand“). Dazu kommt, dass viele Kunden sich für Unternehmen entscheiden, die einen besonderen Service oder Kundendienst anbieten, z. B. die Inbetriebnahme eines Geräts, Rat und Hilfe in Notfällen, Hintergrundinformationen usw. Aber: Service ist aufwändig und zeitintensiv. Kooperationen können diese Last auf mehrere Schultern verteilen. Technische Umsetzung: Kooperation in Sachen Marketing sind möglich durch

- ▶ gemeinsame Webpräsenz durch Homepage im Internet;
- ▶ gemeinsames Portal im Internet;
- ▶ Newsletter-Service per Internet (E-Mail);
- ▶ gemeinsame Serviceinformationen und Beratung per Homepage und E-Mail im Internet.

Die häufigsten Kooperationen

Antworten befragter Unternehmen in % (Mehrfachantworten)



Quelle: DZ BANK AG 2001