

Wirtschaftsinformatik-Fachverband

Präsident  
Redaktor

Prof. Dr. Beat Schmid  
Prof. Dr. Dieter Spahni  
redaktion@wif.ch

Geschäftsstelle  
Hans-Huber-Str. 4  
Postfach 687  
8027 Zürich

info@wif.ch  
Telefon 01 283 45 30  
Telefax 01 283 45 50  
http://www.wif.ch

## Das E-Business-Projekt im Unternehmen - der Beratungsansatz der Fachhochschule beider Basel

Ein Beitrag aus der Ecademy, dem Kompetenznetzwerk E-Business an Schweizer Fachhochschulen

„Wie positioniere ich mein bestehendes Unternehmen im Netzzeitalter, welche E-Business-Potenziale machen Sinn und wie können sie erschlossen werden?“ Mit diesen Fragen beschäftigen sich aktuell Tausende von Entscheidungsträgern in kleinen wie grossen Unternehmen. Die Fachhochschule beider Basel hat hierfür einen Beratungsansatz entwickelt.

Ausgangspunkt unserer Methode zur Integration von E-Business-Potenzialen in bestehende Geschäftsstrategien ist die von uns verwendete Definition von E-Business (siehe Kasten). Sie knüpft an die Beziehungen eines Unternehmens und die mit diesen Beziehungen verbundenen Prozesse an. Drei Dinge kommen damit zum Ausdruck:

- Jedes Unternehmen hat eine Vielzahl von unterschiedlich gelagerten Beziehungen. E-Commerce, das nach unserem Verständnis die Beziehung zu den Kunden widerspiegelt, ist nur ein Teil des gesamten Spektrums.
- Beziehungen werden überwiegend durch Menschen repräsentiert. Menschen sind dort im Einsatz, wo schwer automatisierbare Vorgänge zu bewältigen sind.
- E-Business findet sein Anwendungspotenzial, wo elektronische Medien eine Beziehung durch neue Nutzendimensionen unterstützt und/oder die zugrundeliegenden Prozesse auf eine effizientere Art abbildet.

### Definition:

**E-Business ist die Unterstützung von Beziehungen und Prozessen eines Unternehmens mit seinen Geschäftspartnern, Kunden und Mitarbeitern durch elektronische Medien.**

Indem die verschiedenen Beziehungen des Unternehmens nach den Kriterien erweiterter Nutzen und optimierter Prozess durchleuchtet werden schärft sich das Verständnis für die Wirkungsdimensionen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK). Hilfestellung leistet dabei die Checkliste "Ist E-Business relevant für Ihr Unternehmen?", die kostenlos via Website bei der FHBB angefordert werden kann [1]. Die erste Selektion von E-Business-Ansatzpunkten, die wir auch in unseren Kontaktgesprächen mit Interessenten für Dienstleistungen aufgreifen, nennen wir E-Business-Relevanzberatung.

Dieser Einstieg in das Thema macht den ökonomischen Schwerpunkt unserer Arbeit deutlich. Nicht die Website oder ein Internetshop für sich selbst, sondern eine markt- und unternehmenskonforme Repositionierung in einer zunehmend vernetzten Wirtschaft führen zu einem komplexen E-Business-Projektmodell. Fig. 1 zeigt die Aspekte eines solchen Projektes, dessen Ausgangspunkt das Geschäftsmodell ist.

### E-Business-Geschäftsmodell

Der Begriff Geschäftsmodell wird im Zusammenhang mit E-Business häufig, aber nicht einheitlich verwendet. Er überschneidet sich sowohl mit der Unternehmensstrategie als auch mit der operativen Planung. In unserer Anwendung bei bereits bestehenden Unternehmen gibt ein E-Business nutzendes Geschäftsmodell Antwort auf folgende Fragen:

- In welcher Beziehung wird welcher Nutzen erzeugt?
- Inwiefern stellt die Art, wie dieser Nutzen erzeugt wird, einen Wettbewerbsvorteil dar?
- Wie wird die E-Business-Lösung refinanziert?

Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass Entscheidungsträger aus kleinen und mittleren Unternehmen vor allem die Bedeutung der in unserem Projektmodell aufgeführten Aspekte Gewinnung von Geschäftspartnern und IT-Strategie unterschätzen.

### Vier Schritte zu E-Business

Die Einzelaspekte eines E-Business-Projektes werden in unseren Beratungen in vier Stationen abgehandelt.

Schritt 1 schafft eine breite Verständnisbasis für die Wirkungsmechanismen von E-Business. Dies wird durch eine Sammlung von Anwendungsbeispielen in den verschiedenen Beziehungen des Unternehmens untermauert. Ausserdem nehmen wir anhand einer SWOT-Analyse ein Blitzlicht der Marktsituation des Unternehmens auf.

In Schritt 2 gilt es, aus der Vielzahl von Ansatzpunkten für E-Business diejenigen herauszufiltern, die das grösste Potenzial für

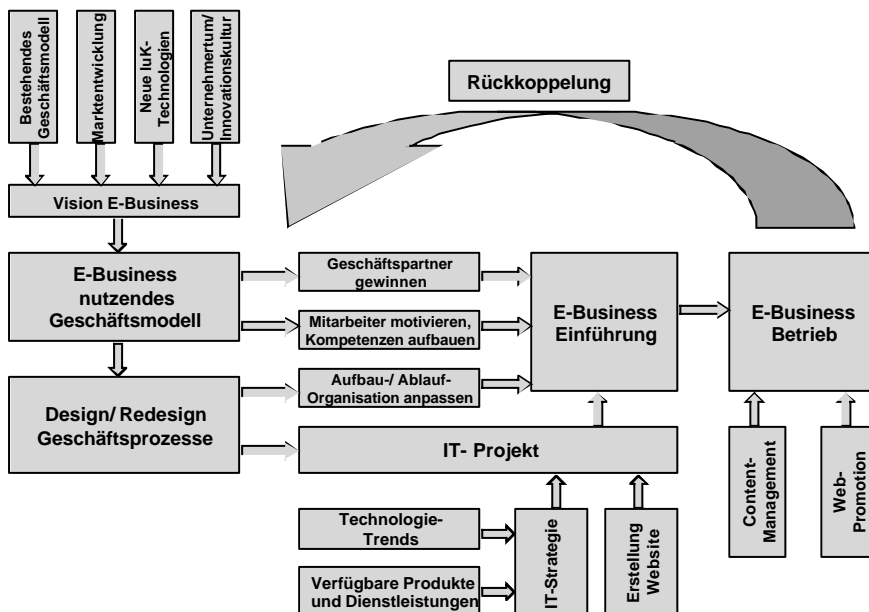


Fig 1: Das E-Business-Projekt im Unternehmen

das Unternehmen haben. Dazu stellen wir die denkbaren Anwendungen den Ergebnissen der SWOT-Analyse gegenüber und bewerten sie. In den Feldern mit dem höchsten Potenzial wird zudem ein zum Unternehmen passendes "Temperament" gewählt - also z.B. eine "first mover"- oder eine "follower"-Strategie.

Es ist sinnvoll, diese Ergebnisse in einer E-Business-Vision zu verdichten und anschliessend in einem Geschäftsmodell zu beschreiben. Es bedarf noch der Überprüfung in Bezug auf die bestehende Unternehmensstrategie, auf die Gewinnung der Partner, auf rechtliche und steuerliche Aspekte sowie die Mobilisierbarkeit der erforderlichen Ressourcen.

Im Schritt 3 geht es darum, die Voraussetzungen für den Betrieb der E-Business-Lösung aufzubauen. Die Geschäftsprozesse müssen definiert und in der Organisation zum Einen, in der IT-Infrastruktur zum Anderen abgebildet werden. Es entsteht ein eigenes IT-Projekt und E-Business ist häufig ein Auslöser, die IT-Strategie als Ganzes zu überprüfen.

Der vierte Schritt schliesslich klärt die dauerhaften Anforderungen an den E-Business-Betrieb. Dazu gehören neben dem Content-Management und der Web-Promotion auch die laufenden Weiterentwicklungen, die durch Lernprozesse, Marktveränderungen und immer wieder neue Innovationen ausgelöst werden.

### Praxis-Arena

#### E-Business

Die FHBB begleitet Unternehmen bei diesen Schritten durch das E-Business-Projekt. Neben individuellen Angeboten ist hier vor allem die vom Bund durch Soft[net] [2] geförderte Praxis-Arena E-Business zu nennen. In diesem mehrtä-

gigen Workshop erarbeiten sich Entscheidungsträger aus ca. fünf Unternehmen jeweils ihre individuelle E-Business-Strategie. Fig. 2 spiegelt die vier genannten Schritte und einen Extra-Tag für die Behandlung individueller Themen im einzelnen Unternehmen wieder. Erwünschte Nebenwirkung aus der Gruppenarbeit: Zusätzlich zum eigenen Konzept profitieren die Teilnehmer vom gegenseitigen Einblick in die Projekte und vom Erfahrungsaustausch untereinander.

#### Wirtschaftspartner

Als Fachhochschule ist auch die FHBB auf starke Wirtschaftspartner angewiesen, ohne deren Unterstützung die Entwicklung solcher Dienstleistungen nicht möglich wäre. Für den Bereich E-Business konnte

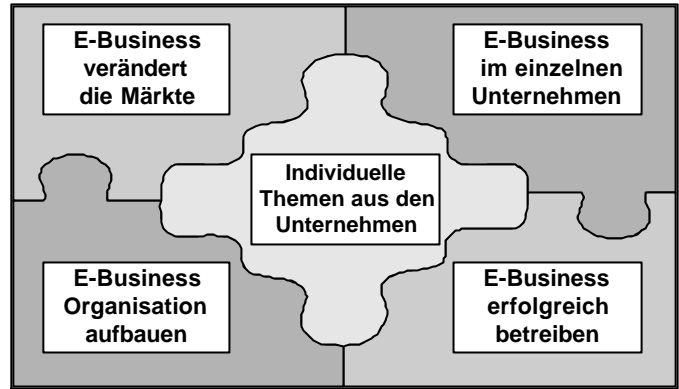


Fig. 2: Fünf Bausteine der Praxis-Arena E-Business

die FHBB Swisscom und Yellowworld/ Die Post als Know-how-Partner für eine mehrjährige Kooperation gewinnen. Darüber hinaus wirken Experten aus einer grösseren Zahl von Unternehmen aus dem E-Business-Umfeld an der Durchführung der Beratungen mit.

Weitere Informationen zum Thema sind auf der Website der FHBB [1] zu finden.

*Ralf Wölfle*  
Leiter Dienstleistungen E-Business  
Fachhochschule beider Basel

#### Links zum Thema

- [1] <http://e-business.fhbb.ch>
- [2] <http://www.softnet.ch>