

Vorwort

Ralf Wölfle, Petra Schubert

Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software

Praxislösungen im Detail - Fallstudien - Konzepte - Modellierung

ISBN: 978-3-446-41614-7

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-41614-7>

sowie im Buchhandel.

Vorwort

Das Thema des Buchs „Wettbewerbsvorteile in der Kundenbeziehung durch Business Software“ behandelt den Beitrag der Informatik – insbesondere von Business Software – zur Erzielung von Unterscheidungsmerkmalen im Wettbewerb.

Entscheidet sich ein Kunde für den Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung, so ist das in der Regel nicht auf ein singuläres Angebotsmerkmal zurückzuführen. Vielmehr hat es der Anbieter offensichtlich verstanden, in der Summe aller Angebotsmerkmale zu einer besseren Bewertung zu kommen als seine Wettbewerber. Zu den Angebotsmerkmalen gehören die Präsenz im richtigen Moment am richtigen Ort, die Überzeugungskraft der Produktmerkmale, die Angemessenheit des Preises, die Verfügbarkeit des Produkts, die effiziente und zuverlässige Auftragsabwicklung sowie die Begleitung des Kunden in der Zeit nach dem Kauf. Jedes dieser Merkmale hat seine eigenen Anforderungen. Die Erzielung einer hervorragenden, mindestens aber guten Leistung in allen Phasen des Kaufprozesses ist eine anspruchsvolle Gestaltungs- und Organisationsaufgabe. Business Software ist dabei ein wichtiges Instrument. Durch die Ermöglichung neuer Produkt- und Leistungsmerkmale, Schaffung von Transparenz, Koordination der Beteiligten, Beherrschung von Prozessen und Bereitstellung von Zugängen bietet Business Software vielfältige Möglichkeiten, Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Die in diesem Buch dokumentierten Fallbeispiele zeigen, welche konzeptionellen und informationstechnischen Ansätze die beschriebenen Unternehmen für die Unterstützung der Kundenbeziehung gewählt haben und welchen Stellenwert dabei Business Software einnimmt. Darüber hinaus wird in allen Fallstudien beschrieben, wie die Unternehmen zu den Lösungskonzepten gekommen sind und wie diese realisiert wurden. Die exemplarischen Fälle können dabei allerdings nicht das gesamte Spektrum an Potenzialfeldern abdecken. Mit den vier Hauptkapiteln „Internationaler Vertrieb von Markenprodukten“, „Mehr Performance durch B2B-Integration“, „Mehr Nutzen durch Kundendaten“ und „Business Process Outsourcing“ wurden Bereiche ausgewählt, in denen Business Software einen wichtigen Stellenwert für das Erzielen von Wettbewerbsvorteilen hat.

In ihren einleitenden Artikeln stellen die Herausgeber die übergeordnete Thematik und die Methodik des Buchs vor. Die Hauptideen aus den Beiträgen werden in einem speziellen Kapitel zusammengefasst. Fachartikel von ausgewiesenen Experten behandeln die vier Fokusthemen. 13 Fallstudien zeigen auf, wie Unternehmen in verschiedenen Branchen mit unterschiedlichen Ansätzen Business-Software-Projekte realisiert haben. Die in den Fallstudien dokumentierten Erfahrungen sollen Entscheidungsträgern Anregungen geben, wie die Gestaltung der Kundenbeziehung in allen Prozessphasen mit Anwendungssystemen unterstützt werden kann.

Die porträtierten Organisationen stammen aus der Schweiz und aus Deutschland. Zu Beginn des Selektionsprozesses erfolgte ein Aufruf zur Teilnahme über eine offene Online-Ausschreibung (Call for Cases), gefolgt von einer sorgfältigen Evaluation durch das Competence Center E-Business der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW unter der Leitung der beiden Herausgeber Prof. Ralf Wölfle und Prof. Petra Schubert.

Die Autoren der Fallstudien sind Experten für Business Software aus schweizerischen und deutschen Hochschulen. Einige Autoren sind Dozierende in Mitgliedschulen der Ecademy, dem Schweizer Kompetenznetzwerk für E-Business und E-Government. Neun der 13 dokumentierten Fallstudien wurden im September 2008 am eXperience Event in Basel einem interessierten Publikum vorgestellt. Vier Fallstudien wurden zwei Wochen später am Koblenzer Forum für Business Software an der Universität in Koblenz präsentiert.

An dieser Stelle möchten die Herausgeber allen Personen danken, die in irgendeiner Weise einen Beitrag zum Entstehen des Buchs geleistet haben: Den Autoren danken wir für ihr Engagement bei der Recherche und dem Verfassen der einzelnen Beiträge. Den Unternehmen und ihren Vertretern gilt ein besonderer Dank für ihre Bereitschaft, der Öffentlichkeit Wissen und Erfahrungen zur Verfügung zu stellen. Der Hasler Stiftung sei für ihre Förderung des Wissenstransfers zwischen Lehre, Forschung und Wirtschaft gedankt. Im Weiteren danken wir den verschiedenen Sponsoren für die Unterstützung der Events und der Ecademy, die die Initiative eXperience, in deren Rahmen auch diese neunte Buchpublikation erscheint, seit ihrer Gründung auf vielfältige Weise unterstützt.

Zu guter Letzt danken wir der Fachhochschule Nordwestschweiz für die Schaffung von Rahmenbedingungen, die dieses Projekt möglich machen. Ein besonderer Dank geht an Michael Quade, der diese Arbeit mit vielfältigen Kommunikationsmassnahmen vernetzt und hinter den Kulissen die Organisation vorangetrieben hat.

Basel, im September 2008

Ralf Wölfle und Petra Schubert