

---

# Inhaltsverzeichnis

|                                   |          |
|-----------------------------------|----------|
| <b>PROLOG IM UNTERNEHMEN.....</b> | <b>1</b> |
|-----------------------------------|----------|

*Andreas Hufgard*



|   |           |
|---|-----------|
| <b>BUSINESS INTEGRATION MIT SAP-LÖSUNGEN.....</b> | <b>15</b> |
|---|-----------|

*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<br>Organisationssicht.....  | 30 |
| 1.3.3 Taktische Situationsanalyse der produktiven<br>Systeme..... | 31 |
| 1.3.4 Strategische Projektplanung .....                           | 32 |
| 1.4 BLICK AUF DIE GRUNDSTRUKTUR DER FOLGENDEN KAPITEL .....       | 34 |



## **SAP BW - VOM BERICHTSWESEN ZUM DATA**

### **WAREHOUSE.....35**

*Heiko Hecht*

|  |    |
|--|----|
| 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<br>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-<br>Lösungen.....                          | 62 |
| 2.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE.....  | 64 |



**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 |



## **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 |

## **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 MYSAP SRM?.....  | 131 |
| 5.2.1 Technische Innovation Internet .....   | 131 |
| 5.2.2 Systemarchitektur, Schnittstellen und<br>Integrationsszenarios .....           | 132 |
| 5.2.3 Elektronische Kataloge.....  | 134 |
| 5.3 ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR ERFOLGREICHE<br>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 |



## **MYSAP SCM - VOM MRP II-KONZEPT ZUM SUPPLY**

### **CHAIN MANAGEMENT.....150**

*Sabine Mehlich*

|   |     |
|---|-----|
| 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<br>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<br>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 |

**MYSAP PLM - VON PRODUKTDATEN UND PROJEKTEN  
ZUR ABBILDUNG DES PRODUKTLEBENSZYKLUS.....184**

*Christian Bätz*

|   |     |
|---|-----|
| 7.1 VOM PROJEKTMANAGEMENT ZUM PRODUCT LIFECYCLE<br>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<br>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<br>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 |



## **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-<br>Marktplätze - Stufe 1.....       | 216 |
| 8.2.4 Geschäftsabwicklung über<br>Marktplätze - Stufe 2.....                | 218 |
| 8.2.5 Business Integration durch Marktplatz-<br>Anwendungen - Stufe 3.....  | 219 |
| 8.2.6 Marktplatzbasierte Kooperation - Stufe 4.....                         | 221 |
| 8.3 ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE<br>MARKTPLATZBETEILIGUNG..... | 222 |
| 8.4 PROBLEMFELDER EINER MARKTPLATZBETEILIGUNG UND<br>-INTEGRATION.....      | 225 |
| 8.5 WAS FEHLT NOCH?.....  | 225 |
| 8.6 ... UND WAS KÖNNEN DIE MITBEWERBER?.....                                | 226 |
| 8.7 INFORMATIONEN UND VERWEISE.....   | 227 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>ANHANG - PROZESSE DER BUSINESS INTEGRATION MIT<br/>SAP-LÖSUNGEN.....</b> | <b>229</b> |
| AI EINFÜHRUNG IN DIE PROZESSDARSTELLUNG.....                                | 229        |
| AI.1 Entwicklung des Geschäftsprozessgedankens . . .                        | 229        |
| AI.2 Darstellung der Business Integration mit<br>LIVE KIT Power.....        | 231        |
| AI.3 Glossar der Prozessbelege.....   | 232        |
| A2 GESCHÄFTSPROZESSE IM MYSAP BW.....                                       | 235        |
| A2.1 Data-Warehouse-Architektur.....  | 235        |
| A2.1.1 Administrator Workbench.....   | 235        |
| A2.1.2 Betriebswirtschaftliche Auswertungsobjekte...                        | 237        |
| A2.1.3 Reporting.....   | 239        |
| A2.2 Data-Warehouse-Administration.....                                     | 241        |
| A2.2.1 Data-Warehouse-Managementsystem.....                                 | 241        |
| A2.2.2 Berichts- und Benutzeradministration.....                            | 242        |
| A3 GESCHÄFTSPROZESSE IM MYSAP SEM.....                                      | 245        |
| A3-1 Business Planning and Simulation.....                                  | 245        |
| A3-2 Corporate Performance Monitor.....                                     | 247        |
| A4 GESCHÄFTSPROZESSE IM MYSAP CRM.....                                      | 250        |
| A4.1 Account Management.....  | 250        |
| A4.2 Marketing- und Kampagnenplanung.....                                   | 252        |
| A4.3 Lead Management.....   | 253        |
| A4.4 Aktivitäten-Management.....  | 254        |
| A4.5 Opportunity Management.....  | 255        |
| A4.6 Sales.....   | 257        |
| A4.7 Service.....   | 258        |
| A4.8 Anrufabwicklung.....   | 259        |
| A4.9 Lösungsdatenbank.....  | 260        |
| A5 GESCHÄFTSPROZESSE IM MYSAP SRM.....                                      | 262        |
| A5.1 Stammdaten E-Procurement.....  | 262        |

|                                   |   |            |
|-----------------------------------|---|------------|
| A5.2                              | Prozesse E-Procurement - Standalone-Szenario ..   | 264        |
| A5.3                              | Prozesse E-Procurement - Klassisches Szenario ..  | 266        |
| A5.4                              | Prozesse E-Ausschreibungen.....   | 267        |
| A5-5                              | Prozesse Lieferantenportal.....   | 269        |
| A6                                | GESCHÄFTSPROZESSE MIT SAP APO.....  | 272        |
| A6.1                              | Absatzplanung.....  | 272        |
| A6.2                              | Globale ATP.....  | 275        |
| A6.3                              | Production Planning & Detailed Scheduling .....   | 277        |
| A6.4                              | Supply Chain Cockpit.....   | 281        |
| A6.5                              | Supply Network Planning.....  | 283        |
| A6.6                              | Transportation Planning & Vehicle Scheduling....  | 288        |
| A7                                | GESCHÄFTSPROZESSE IM MYSAP PLM.....   | 292        |
| A7.1                              | ERP-basierte Zusammenarbeit mit einem<br>externen Projektpartner.....                                     | 292        |
| A7.2                              | Internet-basierte kooperative Entwicklung<br>durch ein unternehmensübergreifendes<br>virtuelles Team..... | 294        |
| A7.3                              | Engineering Change Management unter<br>Einbeziehung eines externen Projektpartners. ....                  | 297        |
| A8                                | GESCHÄFTSPROZESSE EINES INTERNET-MARKTPLATZES .....   | 300        |
| A8.1                              | Marktplatzkataloge.....   | 300        |
| A8.2                              | Dokumentenaustausch.....  | 302        |
| A8.3                              | Auktionen und Ausschreibungen.....  | 304        |
| A8.4                              | Supply-Chain-Zusammenarbeit .....   | 306        |
| A8.5                              | Projekt- und Produktentwicklung.....  | 307        |
| <b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b> |   | <b>308</b> |
| <b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>   |   | <b>310</b> |
| <b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....</b> |   | <b>312</b> |
| <b>AUTORENVERZEICHNIS.....</b>    |   | <b>316</b> |