

Press release**Institut Arbeit und Technik****Claudia Braczko**

09/21/2001

<http://idw-online.de/en/news39417>Research projects, Science policy
Economics / business administration
regional**EMISA-Workshop "eBusiness und die Folgen - Konsequenzen für das Unternehmen"**

Wie verändert das Internet die Geschäftswelt? Um den derzeitigen Stand des eBusiness in den Unternehmen ging es am 20. September auf einem Workshop in Bonn, an dem rd. 140 Teilnehmer aus Unternehmen und Wissenschaft teilnahmen. Die Veranstaltung fand im Rahmen der Reihe "Soziotechnische Systeme der New-Economy" statt, die das Institut Arbeit und Technik (IAT/Gelsenkirchen) gemeinsam mit der Fachgruppe EMISA (Entwicklungsmethoden für Informationssysteme und deren Anwendung) der Gesellschaft für Informatik e.V. organisiert. Gastgeber der Veranstaltung war die Deutsche Telekom AG, die sich auch mit einigen Beiträgen aus ihrer Konzernsäule T-Systems beteiligte. T-Systems entwickelt, vertreibt und betreibt die eBusiness-Lösungen der Deutschen Telekom AG.

Namhafte Vertreter von wissenschaftlichen Institutionen und bekannten Beratungsunternehmen trugen auf dem Workshop ihre Sichtweise zum Thema "eBusiness" bei. Der Vortrag von Dr. Georg Tacke (Simon und Kucher & Partner) setzte sich äußerst kritisch mit der Zukunft des eBusiness auseinander. In den von ihm formulierten Thesen geht er davon aus, dass Internet insbesondere für den Vertrieb von digitalen und digitalisierbaren Produkten geeignet ist. Dabei sei die Wirkung auf die Kundenbindung stärker als auf die Kundenakquisition. Er sieht bei etablierten Organisationen einen viel stärkeren Effekt des Internets auf interne Prozesse als auf externe.

Starke Auswirkungen auf die Unternehmen sieht Dr. Rainer Alt in seinem Vortrag zum "Ubiquitous Computing". Er beschäftigte sich weniger mit den aktuell beobachtbaren Phänomenen, sondern versuchte vielmehr eine Vision für die nahe Zukunft zu entwickeln. Für ihn ist Collaborative Computing der nächste Schritt im Business Networking und kennzeichnet die intensive Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern, um dadurch Kundenbindung, Flexibilität etc. zu erhöhen und Lagerbestände, Durchlaufzeiten etc. zu reduzieren.

Die Deutsche Telekom präsentierte ihre Marktplatzlösung T-Mart und die bisherigen, auf dieser Technologie basierenden Marktplätze cc chemplorer und baulogis. Der Leiter des Competence Center eBusiness, Klaus März, sieht hier noch kräftiges Wachstumspotenzial ("Verdoppelung des Umsatzes von 2000"). Es wurde aber auch die elektronische Bestellabwicklung (e-Best) für C-Artikel vorgestellt.

Im Anschluss an die Beiträge aus Wissenschaft und Praxis gab es in der Podiumsdiskussion Gelegenheit, wesentliche Fragen noch einmal intensiv zu erörtern.

Folgende Punkte wurden von den Referenten und Podiumsteilnehmern übereinstimmend bewertet:

eBusiness wird sich nicht revolutionär, sondern eher evolutionär entwickeln. Die Veränderungen lassen sich derzeit in ihrer Wirkung kaum vollständig vorhersagen. Die Geschäftsmodelle des eBusiness werden sich markt- bzw. kundengetrieben ausdifferenzieren. Dabei werden sicherlich einige der derzeitigen Protagonisten vom Markt verschwinden. Der Nutzen des Internet wird aktuell vor allem mit dem Vertrieb von digitalen Gütern und im Bereich der C-Artikel erwirtschaftet. Der wesentliche Nutzen besteht dabei in der Einsparung von Prozesskosten durch die durchgängige elektronische Unterstützung der Geschäftsprozesse (ca. 70%). Das Ausschöpfen dieser Potenziale setzt Reorganisation vorhandener Prozesse in den Organisationen voraus. Viele Unternehmen stehen dabei noch am Anfang. Die Grenzen des eBusiness sind bisher nur in den Köpfen der Menschen zu finden. Die technologischen Möglichkeiten und Visionen gehen weit darüber hinaus.

Folgende Punkte wurden eher kontrovers beurteilt: Welche Marktplatzstruktur (horizontal oder vertikal) ist wirtschaftlich? Wir sehen die Geschäftsmodelle für wirtschaftliche Marktplätze aus? Sind Marktplätze und Internet-Portale auch für den Mittelstand und das Handwerk relevant? Ab welcher Unternehmensgröße muss man sich mit dem Internet ernsthaft beschäftigen? Welche eBusiness-Strategien sind besonders erfolgversprechend? Wird das "Business to Consumer", also die Kunden- bzw. Produktsicht, oder das "Business to Business", also der kooperative Nutzen zwischen den Unternehmen, zum dominierenden Element des eBusiness? Ist eBusiness alter Wein in neuen Schläuchen - einfach nur ein neuer Distributionskanal - oder wird eBusiness die Geschäftsprozesse (Collaborative Computing) einschneidend verändern?

Termine und Programm der weiteren EMISA-Workshops 2001 "Soziotechnische Systeme der New Economy" unter:

<http://iat-info.iatge.de/abteil/ps/emisa/ws2001>

Für weitere Fragen stehen Ihnen zur Verfügung:

Dr.-Ing. Hansjürgen Paul
Dr. Irene Maucher

Dr. Detlev Frick
Deutsche Telekom AG
Postfach 20 00,
53105 Bonn
0228.181-23155
0201.807-2389