

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
1a) Porsche Informatik GmbH - Unternehmensbeschreibung:	2
Basisdaten des Unternehmens (Personal, Größe, Umsatz).....	2
Geschäftsziele, Vision, Selbstverständnis.....	3
interne Gliederung und Struktur (Organigramm)	3
<i>Porsche Holding</i>	3
<i>Porsche Informatik GmbH</i>	5
Produkte und Geschäftsfelder des Unternehmens.....	5
kurze Diskussion der Konkurrenz am lokalen Markt.....	6
einfache Darstellung von IT-Landschaft und Infrastruktur	7
grobe Schätzung der Kosten für Informationstechnik.....	7
1b) (K)ein Datenstrom im Elektrohandel? - Fallbeispiel MediaMarkt	8
Geschäftszweck des Portals, Funktionalität	8
<i>Produktinformationen:</i>	8
<i>Tipps und Tricks:</i>	8
Beurteilung der Portal-Konzeption, Benutzergruppen	9
ungenutzte Kunden- und Geschäftspotentiale	9
kurzer Vergleich mit einem vergleichbaren Anbieter im englischsprachigen Ausland (http://www.bestbuy.com/).....	9
Überlegungen für eine B2B-Lösung im weltweiten Elektrohandel.....	10
1c) WWW-Portal Porsche Informatik GmbH	11
detaillierte Beschreibung des Portals ergänzt durch eine kritische Diskussion der Geschäftsfunktion:.....	11
qualifizierte Verbesserungs- und Innovationsvorschläge	13
<i>technische Aspekte:</i>	13
<i>Sonstiges:</i>	14

1a) Porsche Informatik GmbH - Unternehmensbeschreibung:



Basisdaten des Unternehmens (Personal, Größe, Umsatz)

Das Unternehmen Porsche Informatik GmbH (POI) ist eine 100 prozentiges Tochterunternehmen der Porsche Holding AG. Es gibt in Österreich 2 insgesamt 3 Firmenniederlassungen (Bergheim bei Salzburg, Salzburg und Wien/Liesing) wobei der Hauptsitz in Bergheim situiert ist. Da die Kunden der POI ebenfalls zu 100 % Tochterunternehmen der Porsche Holding sind ist es durchaus logisch das sich die Porsche Informatik als Servicebetrieb für die anderen Teile des ganzen Unternehmens versteht. Aus dieser Konstellation ergibt sich auch dass Porsche Informatik (POI) an sich nicht auf Gewinnmaximierung ausgerichtet ist sondern primär viel mehr darauf bedacht ist ein ausgeglichenes Ergebnis zu erwirtschaften und dabei maximales Service für die anderen Unternehmen im Porsche Konzern zu bieten.

Porsche Informatik umfasst ca. 200 Mitarbeiter verschiedensten Alters und Qualifikation, wobei der Grossteil im Bereich der Entwicklung und Betreuung der selbstentwickelten Softwarelösungen tätig ist. Ein weiterer nicht unerheblicher Teil der Mitarbeiter ist im Bereich des Supports tätig, sowohl im Internen Support für die Mitarbeiter der Porsche Holding am Standort Salzburg sowie im Rahmen von POCSSO (Porsche Client Server Operation) auch für die „externen“ Kunden (die Einzelhandelsbetriebe des Porsche Konzerns).

Umsatzdaten über die Porsche Informatik GmbH an sich können an dieser Stelle leider keine präsentiert werden da diese vom rechtlichen Standpunkt (das Unternehmen ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung ist) aus nicht veröffentlicht werden müssen, was dazu führt das auch Anfragen in Bezug auf Finanzdaten mit dem Hinweis auf Betriebsgeheimnis/Geheimhaltung abgewiesen werden. Einzig vom Mutterkonzern, der Porsche-Holding AG liegen konkrete Umsatzzahlen vor, da diese ja zur Veröffentlichung verpflichtet ist.

Der Umsatz der Porsche-Holding AG betrug 2001/2002 im Bereich Einzelhandel in Österreich 1,148 Mrd. EUR. Aus dieser Zahl kann aber ohne weitere Informationen leider nicht auf den Umsatz der Porsche Informatik GmbH geschlossen werden.

Geschäftsziele, Vision, Selbstverständnis

Als Geschäftsziel der Firma Porsche Informatik GmbH kann ich nur folgenden Absatz von der Homepage der Firma zitieren:

Informationsverarbeitung ist für uns kein Selbstzweck, sondern ein Mittel zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit unserer Kunden. Die Anwender, vom Autoverkäufer bis zur Lohnverrechnerin, von der Disponentin bis zum Versicherungsmann, definieren den Anspruch. Wir entwickeln integrierte IT-Lösungen in Porsche-Qualität.

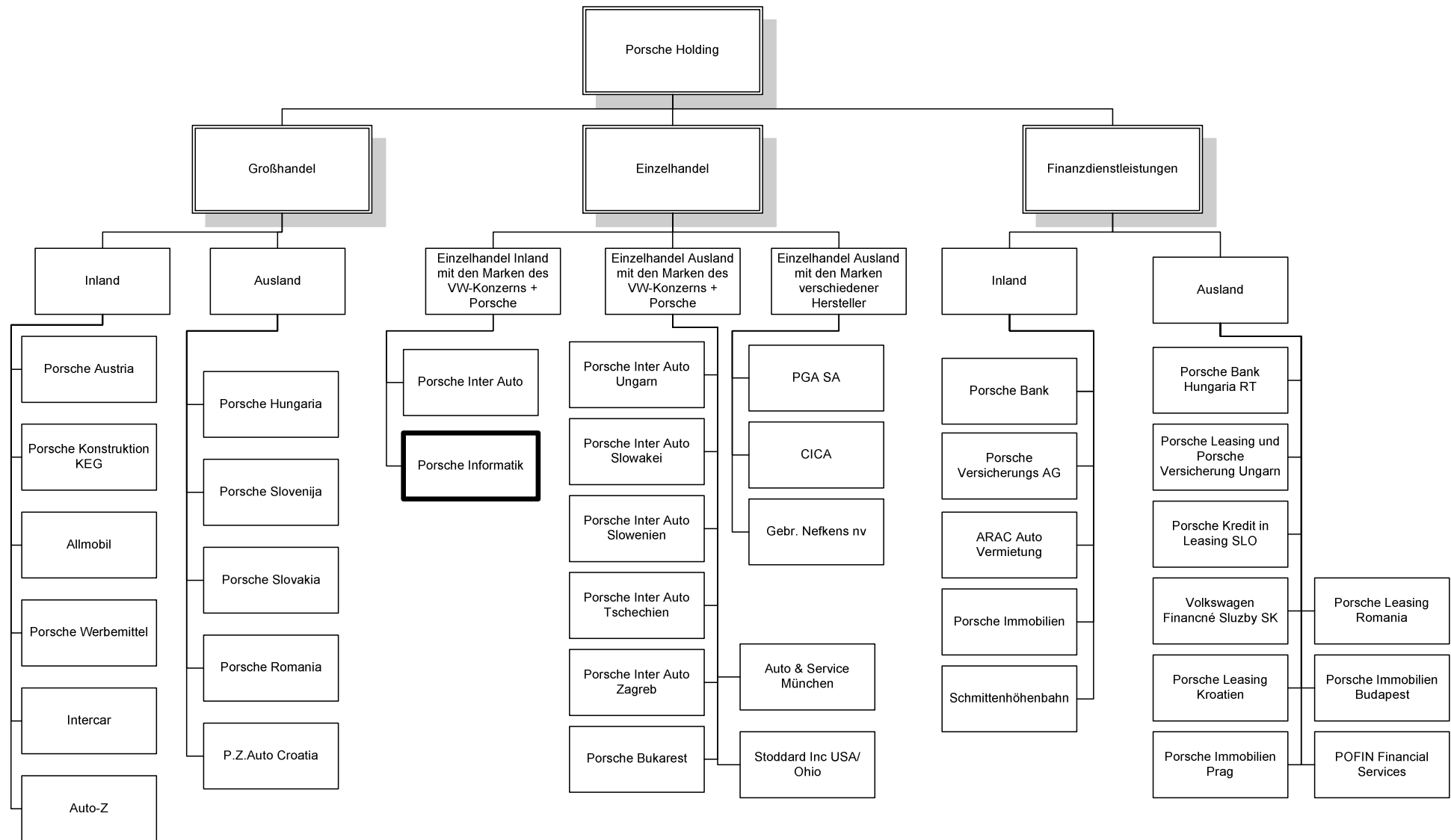
Unser Ziel: Hohe Wertschöpfung durch effizienten Einsatz von Information.
(<http://www.porsche-informatik.at> vom 3.11.2002)

Es ist also nicht primär Ziel der Porsche Informatik einen möglichst hohen Eigengewinn anzustreben, sondern vielmehr die maximale Leistung für die „Kunden“ bei minimalen Kosten für diese, anzubieten.

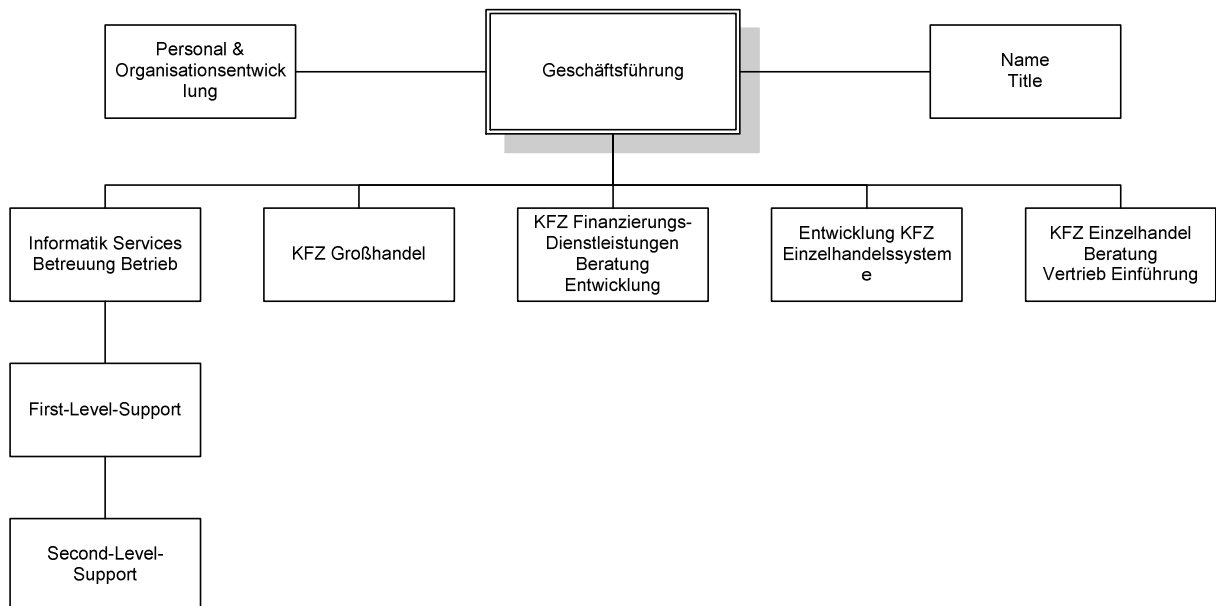
interne Gliederung und Struktur (Organigramm)

Porsche Holding

siehe Folgeblatt



Porsche Informatik GmbH



Produkte und Geschäftsfelder des Unternehmens

CROSS

..., "Car Retailer Organization Support System", ist ein Produkt speziell für den Kfz-Einzelhandel. Das System ist für alle Porsche - Konzernmarken und über mehrere Mandanten und Standorte einsatzfähig.

MEGA

... ist eine von der Firma Agresso Mega zugekaufte Buchhaltungs-Software, die speziell an die VW- und Audi-Organisation angepasst wurde und die zu CROSS angeboten wird.

PILS

..., "Porsche Informatik Lernsystem", ist ein für CROSS entwickeltes interaktives Lernprogramm. Diese Anwendung soll bereits vor Seminaren einen guten Einstieg in die CROSS - Applikation gewährleisten.



..., "Porsche Client Server Operation", bietet den Kfz-Betrieben der VW/Audi/Seat/Skoda-Organisation eine maßgeschneiderte Dienstleistung für die Betreuung Ihrer EDV-Systeme. Die standardisierte Umgebung wird ständig weiterentwickelt und optimiert. Mit Hilfe modernster Systeme werden Probleme bei den

zentralen Servern in Salzburg gemeldet und durch das POCSO-Team behoben. Für die übrigen Probleme steht ein Support – Team jederzeit für telefonische Hilfestellung bereit, durch welche ebenfalls eine Fernwartung der Systeme möglich ist.



... ist eine Weiterentwicklung der ursprünglichen S/1 (die gleiche Software auf einer IBM RS/6000 emuliert) - dieses System ist schon seit 20 Jahren im Einsatz. Ständige Weiterentwicklungen und Anpassungen haben die VS/1 zu einem umfassenden Kfz-Einzelhandelssystem gemacht.

TopCar ... ist das EDV-System für die VW- und Audi-Subhändler. Das System deckt vor allem die Bereiche Marketing und Kundendienst ab.



..., "Dealer System Skoda", ist das Kfz-Einzelhandelssystem, das speziell auf die Bedürfnisse der Skoda-Partner zugeschnitten ist - eine Weiterentwicklung von TopCar, die auch eine Neu- und Gebrauchtwagenabwicklung umfasst.

TopFibWin ... ist eine von der Firma Addison zugekaufte Buchhaltungssoftware, die gemeinsam mit TopCar und DeSK eingesetzt wird.



... ist eine Internetlösung für die Seat- und Skoda-Partner, mit der alle wesentlichen Neuwagen- und Ersatzteilprozesse abgewickelt und alle notwendigen Daten mit dem Importeur ausgetauscht werden können.

Partnerlohn ... ist die Lohnverrechnungsabwicklung über das Rechenzentrum der Porsche Informatik mit Schnittstellen zur Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung (BAB) für die Systeme CROSS, VS/1, TopCar und DeSK.

VU ... ist eine Verkäuferunterstützungs-Lösung auf Laptopbasis, die den österreichischen Verkäufern eine aktive Marktbearbeitung ermöglicht, kundengerechte Fahrzeuge konfiguriert sowie Finanzierungs- und Versicherungsangebote erstellt.



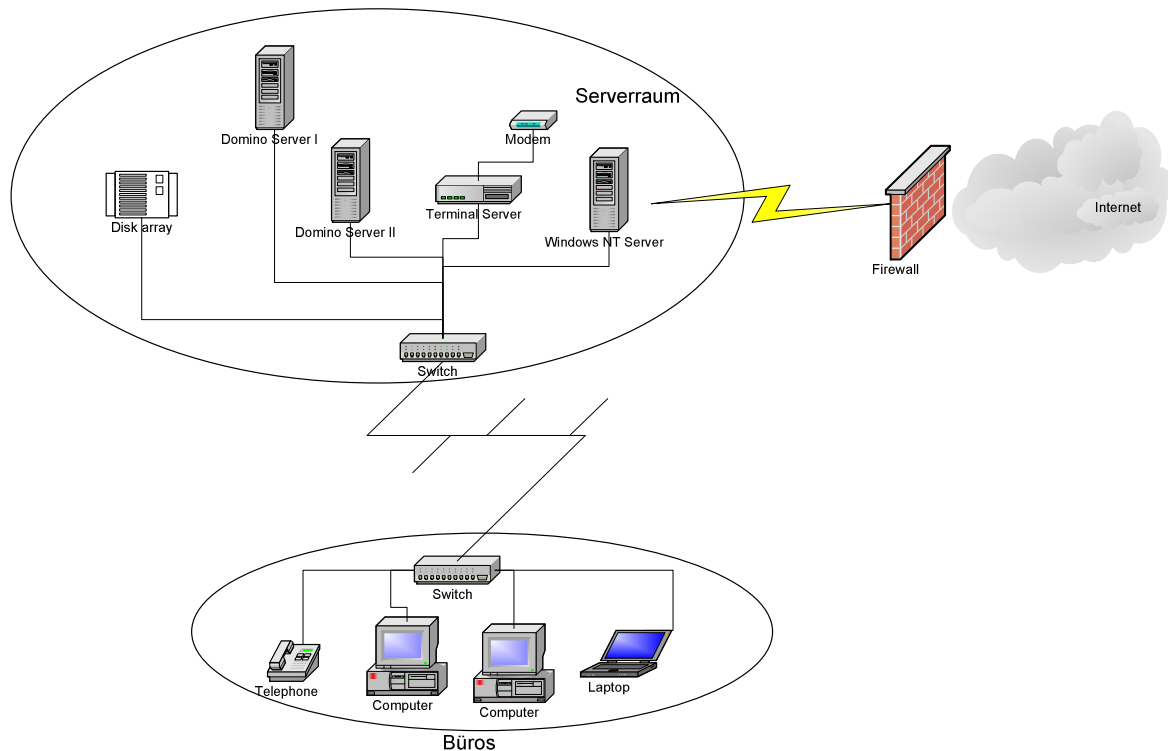
... ist eine Gebrauchtwagen-Börse im Internet. Alle mit den Einzelhandelssystemen der Porsche Informatik abgewickelten Gebrauchtwagen werden automatisch im Internet präsentiert.

kurze Diskussion der Konkurrenz am lokalen Markt

Zur Konkurrenz der Porsche Informatik (POI) am lokalen Markt ist etwas differenziert zu betrachten da, Porsche Informatik im Vergleich zu jedem eventuellen Mitbewerber den Bonus hat, das durch Vergabe von Aufträgen an die POI die Umsätze im Konzern bleiben. Ein weiterer Grund warum die POI praktisch ohne Konkurrenz am lokalen Markt ist, das nur eine Porsche interne Firma (aufgrund des einzigartigen Zu-

gangs zu den Unternehmensdaten) derart maßgeschneiderte Lösungen für die Kunden, welche ja alle mehr oder weniger auch zum Porsche Konzern gehören, anbieten kann.

einfache Darstellung von IT-Landschaft und Infrastruktur



grobe Schätzung der Kosten für Informationstechnik

Eine Schätzung der Kosten für die Informationstechnik der Firma Porsche Informatik GmbH (POI) gestaltet sich äußerst schwierig, da die im Betrieb vorhandene IT-Infrastruktur teilweise gemeinsam mit den „Kunden“ genutzt wird. So werden z.B. von der POI 2 Rechenzentren betrieben welche rund um die Uhr von einer mehrköpfigen Mannschaft betreut werden, was mit Sicherheit zu enormen Kosten führt, welche aber natürlich zum Grossteil auf die Kunden abgewälzt werden können.

1b) (K)ein Datenstrom im Elektrohandel? - Fallbeispiel MediaMarkt

Geschäftszweck des Portals, Funktionalität



Der Geschäftszweck der MediaMarkt Homepage ist momentan sicher die Befriedigung des Informationsbedürfnisses des potentiellen Kunden bzw. durch das gezielte Informieren des Kunden diesen zum Kauf zu animieren.

Die Website gliedert sich in folgende 4 Bereiche:

- Produktinformationen
- Tipps und Tricks
- Filialen – und Standortinformationen
- News, Neuigkeiten

Produktinformationen:

In diesem Bereich der Seite kann der Benutzer zuerst über ein Pull-down Menü die Kategorie (Computer, TV + Video, Spielfilme, Audio + HiFi, Musik, ...) auswählen, von wo aus er, je nach gewählter Sparte entweder wiederum auf ein Auswahlseite mit weiteren Unterkategorien verwiesen wird oder er erhält direkt ein Listing mit allen angebotenen Produkten in dieser Kategorie.

Die einzelnen Produkte werden dann jeweils in vierer Gruppen in einer übersichtlichen Tabelle gegenübergestellt, wobei es bei einigen Produktkategorien mit großer Produktauswahl durchaus mehrere Unterseiten geben kann. Die Produktinformationen an sich sind sehr übersichtlich präsentiert und enthalten auch alle wichtigen Produktdaten, nur Informationen über den Verkaufspreis werden bis auf wenige Ausnahmen (aktuelle Aktionen) generell nicht angeboten.

Tipps und Tricks:

In dieser Rubrik finden sich folgende Optionen an:

- Geschenk-Tipps: hier werden Geschenk-Tipps (aus dem aktuellen MediaMarkt Angebot) für die verschiedensten Anlässe (Geburtstag, Weihnachten, Wohnungseinweihung,...) vorgestellt.
- E-Mail an Experten: ein Service bei dem sich jeder Benutzer freiwillig als „Experte“ für bestimmte Dinge registrieren lassen kann, und dann anderen Benutzern für Anfragen zur Verfügung stehen soll.
- Experten Tipps: ein Sammlung von Tipps und Tricks über die verschiedensten Themenbereichen, angefangen von Tipps für den Umgang mit dem PC bis zur Fotografie
- Technik-Lexikon: ein Glossar über die gängigen Abkürzungen die im Elektronik Handel gebräuchlich sind.
- Reparatur + Service: Auflistung der Angebotenen Services in den verschiedenen Filialen

- Hilfe zu unseren Seiten: Dieser Bereich ist mehr oder weniger eine Auflistung häufige gestellter Fragen, wovon die meisten auf die Website selbst bezogen sind (wo man welche Information findet.)

Beurteilung der Portal-Konzeption, Benutzergruppen

Die Webpage von MediaMarkt ist eindeutig als „reine“ Informationsseite für den Kunden konzipiert, wobei jedoch auch versucht wird durch die verschiedenen Community Funktionen eine gewisse Kundenbindung zu erreichen. Das „Experten“ – Programm z.B. versucht gezielt den Kunden zu binden, indem es ihn als wichtigen Bestandteil in die Webseite einbindet, was wiederum zu einem regelmäßigen Besuch der Website führen soll.

ungenutzte Kunden- und Geschäftspotentiale

Zu allererst muss hier natürlich das komplette fehlen von E-Commerce angeführt werden, denn es wird weder die Möglichkeit des Kaufs von Produkten noch die Reservierung von Produkten angeboten, die Website ist somit wirklich nur zur Kundeninformation zu gebrauchen. Durch das fehlen jegliche Möglichkeit übers Web einzukaufen, bleibt das ganze Geschäftspotential des E-Commerce ungenutzt.

kurzer Vergleich mit einem vergleichbaren Anbieter im englischsprachigen Ausland (<http://www.bestbuy.com/>)



Zum Vergleich mit einem vergleichbaren Anbieter im englischsprachigen Ausland wurde die Amerikanische Firma „Best Buy“ ausgewählt, welche in etwa das gleich Produktsortiment in den gesamten U.S.A vertreibt.

Der markanteste Unterschied zum Web Auftritt der Firma MediaMarkt ist ohne Zweifel die wirklich ausgereifte Möglichkeit über das Internet bei „Best Buy“ einzukaufen. Dabei wird aber nicht nur simpler Versandhandel angeboten sondern vielmehr auch die Möglichkeit sich ein Produkt zu reservieren, und danach im nächstgelegenen „Best Buy“ Shop abzuholen.

Der Webshop bietet auch ein Tool namens „ThinkAbout™ It“ an, welches nach persönlicher Registrierung dazu dient, eine persönliche „Wunschliste“ zusammenzustellen. Außerdem wird auch eine Funktion zum Order-Tracking (Verfolgung wo sich die bestellte Ware momentan befindet) angeboten.

Überlegungen für eine B2B-Lösung im weltweiten Elektrohandel

Im Prinzip würden sich ziemlich große Teile der heutigen Geschäftsbeziehungen im Elektrohandel über B2B-Portale abwickeln lassen. So könnte zum Beispiel Reklamationen die der Kunde über die Webseite des Händlers geltend macht, direkt über eine Verbindung mit dem Hersteller an diesen weitergeleitet werden. Dieser kann dann auf die eingehenden Reklamationen umgehend reagieren und sein Produkt entsprechend verbessern bzw. korrigieren.

Ein weiteres Beispiel wäre die Bestellung bzw. die Nachbestellung von Artikeln beim Händler, dieser könnte dann die gewünschte Ware jederzeit direkt über die WWW-Seite der Herstellers ordern, bzw. wenn der Händler über ein Onlineshop verfügt kann die Nachbestellung neuer Artikel, soweit automatisiert werden, das bei Bestellungen durch den Kunden automatisch Nachschub geordert wird.

1c) WWW-Portal Porsche Informatik GmbH

detaillierte Beschreibung des Portals ergänzt durch eine kritische Diskussion der Geschäftsfunktion:



Das erste das man beim Besuch des WWW-Portals der Firma Porsche Informatik GmbH zu sehen bekommt ist eine durchaus graphisch ansprechend gemachte Flash-Animation. Nach Beendigung der Animation wird der Benutzer automatisch auf die wirkliche Startseite weitergeleitet. Hier präsentiert man sich mit einer graphisch gut gemachten, aber vom Layout eher konventionellen Seite. Da die Seite mit Hilfe von <Frames> erstellt wurde, hat man das dabei durchaus übliche Layout, mit einem fixen Header (das Firmenlogo) und einer ebenfalls fixen Navigationsleiste am linken Bildschirmrand.

In der Navigationsleiste werden die folgenden Punkte angeboten:

- **Produkte:** Hier wird eine teilweise ziemlich detaillierte Übersicht über die Softwareprodukte der Porsche Informatik angeboten, wobei anzumerken ist das hier wirklich nur die Softwareprodukte angeführt sind und keine der sonstigen Dienstleistungen der POI, wie z.B. Serverwartung, Client-Service, Netzwerkinfrastruktur, ...
- **Support:** Auflistung der Support Angebote der Porsche Informatik mit Telefonnummern und Erreichbarkeitszeiten. Hier wird aber auch die Möglichkeit angeboten online mittels eines vorgegebenen Formulars eine Anfrage an das

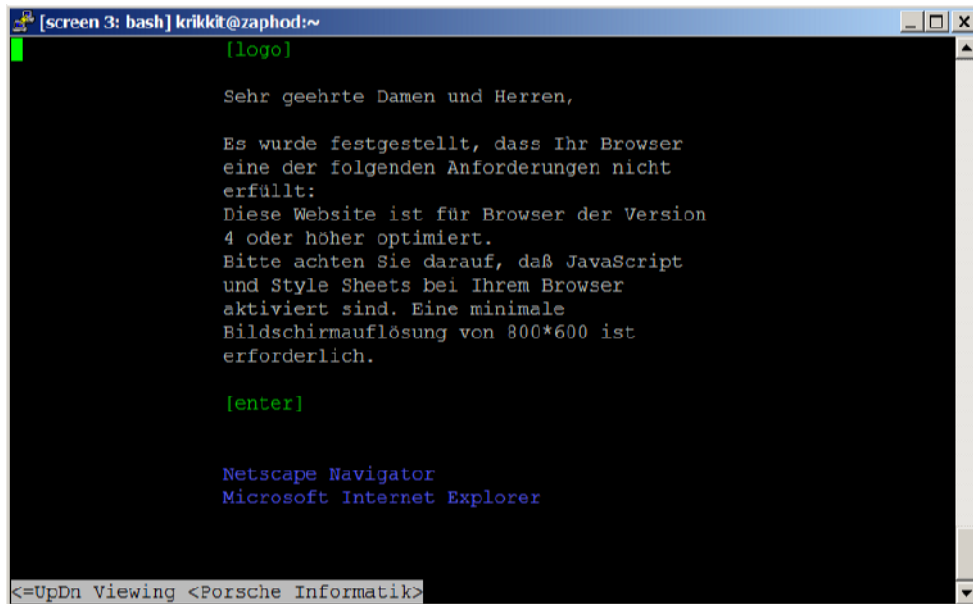
Support Team zu stellen. Das online Support Angebot ist verständlicherweise nur nach erfolgter Authentifizierung des Benutzers möglich.

- **Info-Line:** Hier werden Beschreibungen über Arbeitsabläufe und Neuigkeiten zu den Systemen der POI angeboten. Weiters kann man sich über neue Releases und der gleichen informieren. Dieses Service ist vom Internet aus nicht erreichbar sondern wird nur über das Porsche Informatik Intranet angeboten.
- **Bestellung:** Ein weiterer Punkt der leider nur für Kunden der Porsche Informatik zugänglich ist.
- **Training:** Informationen über das Ausbildungsprogramm der POI bzw. Anmeldung zu eben diesen. Dieser Punkt ist leider wiederum nur für Kunden der Porsche Informatik zugänglich.
- **Das Unternehmen:** Dieser Bereich ist in 3 Unterbereiche gegliedert, Informationen über das Unternehmen an sich, Jobangebote und ein Archiv. Die Informationen über des Unternehmen sind leider nicht all zu üppig ausgefallen, was aber bei einem Unternehmen das nicht auf den breiten Markt ausgerichtet ist durchaus üblich ist. Informationen über Finanzdaten oder dergleichen sucht man hier übrigens vergeblich. Im Unterbereich Jobs, werden alle aktuellen Jobangebote der POI mit detaillierter Anforderungsbeschreibung und Kontaktadresse zur möglichen Kontaktaufnahme angeboten. Im Bereich Archiv finden sich noch die Kunden-Newsletter der letzten Jahre im webtauglichen pdf-Format.
- **Kontakt:** Kontaktinformationen, aufgegliedert je nach Art der Anfragen die man stellen möchte. Weiters wird hier auch noch eine Anfahrtsskizze zum Unternehmen zur Verfügung gestellt.
- **Home:** führt zurück zur Startseite.

qualifizierte Verbesserungs- und Innovationsvorschläge

technische Aspekte:

Das erste technische Problem will ich mit den untenstehenden Abbildungen dokumentieren:



```
[screen 3: bash] krikkit@zaphod:~  
[logo]  
  
Sehr geehrte Damen und Herren,  
  
Es wurde festgestellt, dass Ihr Browser  
eine der folgenden Anforderungen nicht  
erfüllt:  
Diese Website ist für Browser der Version  
4 oder höher optimiert.  
Bitte achten Sie darauf, daß JavaScript  
und Style Sheets bei Ihrem Browser  
aktiviert sind. Eine minimale  
Bildschirmauflösung von 800*600 ist  
erforderlich.  
  
[enter]  
  
Netscape Navigator  
Microsoft Internet Explorer  
  
<=UpDn Viewing <Porsche Informatik>
```



```
[screen 3: bash] krikkit@zaphod:~  
--FRAME--  
--FRAME--  
  menu  
  --FRAME--  
    logo  
    content  
  spacer.htm  
Diese Seite verwendet Frames. Frames werden von Ihrem Browser aber nicht  
unterstützt.  
  
GOTO RELATIVE
```

Wie man aus obigen Screenshots unschwer erkennen kann ist das WWW-Portal nur für Browser mit graphischer Oberfläche zugänglich, des Weiteren werden Frames benutzt was wiederum einen (wenn auch kleinen) Teil der Benutzer ausschließt. Wo bei durch die Verwendung von Frames auch eine vernünftige Indexierung durch Suchmaschinen verhindert wird, da diese vielfach Frames schlecht bzw. überhaupt nicht auswerten.

Sonstiges:

Die Geschäftsfunktionen des WWW-Portals der Firma Porsche Informatik sind darauf beschränkt bereits vorhandenen Kunden gewisse Services übers Internet anzubieten. Für Personen die noch nicht Kunden der POI sind, wird keinerlei Funktionalität zur Verfügung gestellt. Dies ist aber darauf zurückzuführen, dass von Seiten der Geschäftsführung zum jetzigen Zeitpunkt nicht angestrebt wird die Produkte der POI der breiten Masse, also auch Unternehmen die nicht Teil des Porsche Konzerns sind, anzubieten. Doch auch für den jetzigen Kundenstamm könnten einige Verbesserungen durchgeführt werden, so wäre zum Beispiel ein Bereich mit einer Sammlung der am häufigsten gestellten Fragen zu den Produkten durchaus sinnvoll.