

Vorwort zur zweiten Auflage

Die erste Auflage des Buches wurde von Studenten wie Praktikern sehr stark nachgefragt und ist innerhalb kurzer Zeit verkauft worden.

Die zweite Auflage wurde überarbeitet und durch zusätzliche aktuelle Themen, welche die neuesten Entwicklungen innerhalb der eSupply Chain behandeln, erweitert.

Praktikern sowohl kleiner, mittlerer wie auch großer Unternehmen werden die unterschiedlichen Themen anwendungsorientiert vermittelt. Zahlreiche aussagekräftige Fallbeispiele ergänzen die einzelnen Kapitel.

Das Buch richtet sich an Studierende, Dozenten, Professoren an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien. Daneben ist das Buch aber ein Muss für alle Fach- und Führungskräfte im Unternehmen, die mit dem Thema eSupply Chain, eLogistik und eBusiness im Moment oder in Zukunft erfolgreich zu tun haben.

Hilfreich wirkt sich folgende bewährte Konzeption des Buches aus:

- praxisnahe Darstellung und verständliche Formulierungen,
- viele Tabellen, Übersichten und Grafiken,
- Checklisten und Entscheidungshilfen,
- übersichtlich gegliederte Kapitel,
- Fallbeispiele und Praxisanwendungen für kleine, mittlere und große Unternehmen,
- umfassende und aktuelle Wissensvermittlung.

Bedanken möchten wir uns an dieser Stelle bei Frau Claudia Splittgerber, Leitung Programmbereich Wissenschaft, sowie bei Frau Annelie Meisenheimer, Frau Renate Schilling und Frau Susanne Kramer vom Lektorat Wissenschaft für die geschätzte Zusammenarbeit. Für die engagierte Mitarbeit von Frau Dipl.-Ing. Elke Illgner, welche auch bei der Erstellung der zweiten Auflage mit Rat und Tat zur Seite stand, möchten wir nicht vergessen, Dank zu sagen.

Mannheim, Oktober 2004

Sascha Nicolai und Helmut Wannenwetsch

Vorwort

Investitionen in eSupply Chain Management sind Investitionen in die zukünftige Geschäftsfähigkeit des Unternehmens – für kleine, mittlere und große Unternehmen gleichermaßen. Erfahrene eSupply-Manager in Unternehmen bestätigen dies. Für erfolgreiche eSupply-Anwender gilt hierbei der Grundsatz

„E“ or not to „Be“

In Deutschland wird der Umsatz im Online-Einzelhandel im Jahr 2002 ein Volumen von über 23 Mrd. Euro erreichen und in 2005 auf über 75 Mrd. Euro anwachsen. Der Umsatz ist damit doppelt so groß wie in Großbritannien und fünfmal so groß wie in Frankreich.

Im Winterhalbjahr 2002 wurden 120% mehr Waren über das Internet bestellt als noch in 2001. Jeder zweite Erwachsene in Deutschland kauft laut GfK-Konsumforschung inzwischen Produkte im Internet. Bertelsmann ist mit fast 50 Mio. Besuchern pro Monat auf den verschiedenen Shop- und Entertainmentseiten eines der weltweit führenden Medienunternehmen im Internet. DaimlerChrysler wickelte im Jahr 2001 rund 10 Mrd. Euro Einkaufsvolumen über Online-Auktionen ab und hatte mit den erzielten Einsparungen die bisherigen Investitionen ins eBusiness refinanziert. Die Firma IBM hatte in den letzten vier Jahren durch ihre Investitionen in umfassende eBusiness-Strategien 6,8 Mrd. Dollar eingespart. Die genannten Zahlen sind bereits in den Unternehmen Wirklichkeit geworden – harte Fakten.

Die Entwicklung ist aber nicht bei den großen Unternehmen stehen geblieben. Zunehmend werden die kleinen und mittleren Unternehmen von den großen Konzernen in das eBusiness beziehungsweise in das eSupply Chain Management einbezogen.

Als Beispiel sei hier der VW-Audi-Konzern genannt, in dessen Marktplatz bereits über 5.500 Serienlieferanten eingebunden sind und mit dem 500.000 Transaktionen allein im Jahr 2001 durchgeführt worden sind.

Lieferanten, vor allem kleine und mittlere Unternehmen, welche die eSupply Chain Management Fähigkeit im praktischen Einsatz nicht nachweisen können, werden immer häufiger aus der Lieferantenliste gestrichen.

Dieses Lehrbuch zeigt praxisnah und unternehmensübergreifend für Klein-, Mittel- und Großbetriebe die eSupply Chain Fähigkeit auf. Dabei wird die gesamte Vernetzung wie eMarketing, Kundenbindung, eDistribution, eProduktion oder Zahlungs- und Sicherheitssysteme übersichtlich dargestellt. Vorteilhaft und ansprechend wirken hier Checklisten, Grafiken, Tabellen, Fallstudien und umfangreiche Praxisanwendungen.

Dieses Buch wendet sich, als einziges bisher auf dem Logistiksektor, neben den Großunternehmen speziell an kleine und mittlere Unternehmen (KMU).

Das Buch richtet sich an Studierende, Dozenten, Professoren an Universitäten, Fachhochschulen und Berufsakademien. Daneben ist das Buch aber ein Muss für alle Fach- und Führungskräfte in Unternehmen, die mit dem Thema eSupply Chain, eLogistik und eBusiness im Moment oder in Zukunft erfolgreich zu tun haben.

Hilfreich wirkt sich folgende bewährte Konzeption des Buches aus:

- praxisnahe Darstellung und verständliche Formulierungen
- viele Tabellen, Übersichten und Grafiken
- Checklisten und Entscheidungshilfen
- übersichtlich gegliederte Kapitel
- Fallbeispiele und Praxisanwendungen für kleine, mittlere und große Unternehmen
- umfassende und aktuelle Wissensvermittlung

In Anlehnung an internationale Standards wird im Buch anstatt E-Supply-Chain-Management der Begriff eSupply Chain Management verwendet sowie verwandte Begriffe analog dazu.

Bedanken möchten wir uns an dieser Stelle bei Herrn Ralf Wettlaufer und Frau Irene Buttkus, Frau Anneliese Meisenheimer und Frau Renate Schilling vom Lektorat Wissenschaft für die engagierte und geschätzte Zusammenarbeit. Für Rat und Tat von Frau Dipl.-Ing. Elke Illgner bei der Erstellung des Buches möchten wir nicht vergessen Dank zu sagen.

Mannheim, August 2002

Sascha Nicolai und Helmut Wannenwetsch