
Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Zielsetzung – Kombination von Theorie und Praxis	3
1.2	Inhalte und Aufbau	3
1.3	Hinweise für den Leser	5
2	Unternehmensmodellierung für die Praxis	9
2.1	Herausforderungen aus der Praxis	10
2.1.1	Verstehen von organisatorischen Abhängigkeiten	10
2.1.2	Ursache von Problemen und Veränderungsbedarf finden	11
2.1.3	Verbesserung von Geschäftsprozessen	13
2.1.4	Ausrichtung der IT an der Unternehmensstrategie	15
2.1.5	Entwicklung einer IT-Strategie	16
2.2	Wie hilft die Unternehmensmodellierung bei den Herausforderungen?	20
2.3	Methode zur Unternehmensmodellierung	22
3	Begriffe im Umfeld der Unternehmensmodellierung	25
3.1	Was sind Modelle und wofür verwenden wir sie?	25
3.2	Was ist eine Methode?	29
3.3	Was ist Unternehmensmodellierung?	31
3.3.1	Definitionen des Begriffs Unternehmensmodellierung	31
3.3.2	Repräsentation von Unternehmensmodellen	32
3.3.3	Bestandteile von Unternehmensmodellen	36
4	Grundlegende Analysetechniken	41
4.1	Analysetechniken im Überblick	41
4.2	Vorbereitung von Analysetätigkeiten	43
4.3	Ausgewählte Analysetechniken im Detail	45
4.3.1	Befragung	45
4.3.2	Verhaltensbeobachtung	47
4.3.3	Moderierter Workshop	49
4.3.4	Dokumentenanalyse	51

4.3.5	Selbstaufschreibung	52
4.3.6	Partizipative Modellierung	53
5	Werkzeuge der Unternehmensmodellierung	59
5.1	Modellieren ohne IT-Werkzeuge	59
5.1.1	Konventionelle Werkzeuge und die Plastikfolie	60
5.1.2	Videoprojektoren zur Unterstützung von Modellierungssitzungen ...	62
5.2	IT-basierte Modellierungswerkzeuge	62
5.2.1	Zeichenwerkzeuge	63
5.2.2	Modellierungsumgebungen	65
5.3	Werkzeugauswahl	69
6	Die 4EM-Methode im Überblick	75
6.1	Grundbausteine von 4EM	75
6.2	Sichten und Teilmodelle	77
6.3	Einsatzgebiete und Ergebnisse	80
6.4	Auswirkungen der partizipativen Arbeitsweise	82
6.5	Herkunft der 4EM-Methode	84
7	E-Commerce Fallstudie	89
7.1	Hintergrund	89
7.2	Grundlagen des E-Commerce	91
7.2.1	Einordnung des E-Commerce in die Internetökonomie	92
7.2.2	Akteure des Electronic Commerce	94
7.2.3	Electronic Shop	94
7.2.4	Electronic Procurement	95
7.2.5	Electronic Marketing	96
7.3	Ausgangssituation – Primärprozesse	98
7.3.1	Eingangslogistik	99
7.3.2	Operationen	99
7.3.3	Marketing und Vertrieb	100
7.3.4	Ausgangslogistik	102
7.3.5	Kundendienst	102
7.4	Ausgangssituation – Unterstützende Prozesse	102
7.4.1	Beschaffung	102
7.4.2	Technologieentwicklung	103
7.4.3	Personalwirtschaft	104
7.4.4	Unternehmensinfrastruktur	105
8	Vorgehensweise und Notation der 4EM-Methode	107
8.1	Das Ziel- und Problemmodell	108
8.1.1	Komponenten des Ziel- und Problemmodells	109
8.1.2	Relationen der Komponenten des Zielmodells	114

8.1.3	Notationsübersicht	116
8.1.4	Hilfestellungen für die Modellierung	117
8.1.5	Modellierungsbeispiel Ziel- und Problemmodell	121
8.2	Das Konzeptmodell	125
8.2.1	Komponenten des Konzeptmodells	126
8.2.2	Relationen des Konzeptmodells	128
8.2.3	Notationsübersicht	131
8.2.4	Hilfestellungen für die Modellierung	132
8.2.5	Modellierungsbeispiel Konzeptmodell	133
8.3	Das Geschäftsprozessmodell	138
8.3.1	Komponenten des Geschäftsprozessmodells	139
8.3.2	Relationen des Geschäftsprozessmodells	142
8.3.3	Notationsübersicht	146
8.3.4	Hilfestellungen für die Modellierung	147
8.3.5	Modellierungsbeispiel Geschäftsprozessmodell	148
8.4	Das Geschäftsregelmodell	153
8.4.1	Komponenten des Geschäftsregelmodells	154
8.4.2	Relationen der Komponenten des Geschäftsregelmodells	156
8.4.3	Notationsübersicht	159
8.4.4	Hilfestellungen für die Modellierung	160
8.4.5	Modellierungsbeispiel Geschäftsregelmodell	161
8.5	Das Akteure- & Ressourcenmodell	166
8.5.1	Komponenten des Akteure- und Ressourcenmodells	167
8.5.2	Relationen des Akteure- und Ressourcenmodells	170
8.5.3	Notationsübersicht	174
8.5.4	Hilfestellungen für die Modellierung	175
8.5.5	Modellierungsbeispiel Akteure- & Ressourcenmodell	176
8.6	Technische Komponenten und Anforderungsmodell	180
8.6.1	Komponenten des technische Komponenten und Anforderungsmodells	180
8.6.2	Relationen des technische Komponenten und Anforderungsmodells	182
8.6.3	Notationsübersicht	185
8.6.4	Hilfestellungen für die Modellierung	185
8.6.5	Modellierungsbeispiel zum technische Komponenten und Anforderungsmodell	186
8.7	Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen den 4EM Teilmodellen	190
8.7.1	Darstellung der Beziehungen zwischen den Teilmodellen	190
8.7.2	Abhängigkeiten zwischen den Teilmodellen	191
8.8	Einbindung zusätzlicher Modellkomponenten	198
8.9	Gruppierung von Modellkomponenten	200

9	Projektorganisation und Rollen	203
9.1	Übersicht zu den Projektphasen	203
9.2	Verankerung des Projekts im Unternehmen	204
9.3	Projektziel	206
9.4	Projektorganisation	209
9.5	Ablauf eines Modellierungsprojekts	213
9.6	Modellierung in moderierten Workshops	216
9.6.1	Rollen in Modellierungsworkshops	217
9.6.2	Vorbereitung und Durchführung von moderierten Workshops	224
9.6.3	Projektpräsentationen	235
10	Qualität von Unternehmensmodellen	239
10.1	Grundsätze ordnungsgemäßer Modellierung	239
10.1.1	Grundsatz der Richtigkeit	240
10.1.2	Grundsatz der Relevanz	240
10.1.3	Grundsatz der Wirtschaftlichkeit	241
10.1.4	Grundsatz der Klarheit	242
10.1.5	Grundsatz der Vergleichbarkeit	243
10.1.6	Grundsatz des systematischen Aufbaus	244
10.2	Beschreibung und Visualisierung der 4EM-Modelle	244
10.2.1	Textuelle Beschreibung der Modellkomponenten	244
10.2.2	Visualisierung von Modellkomponenten	246
10.3	Qualitätsmerkmale von Unternehmensmodellen	247
10.3.1	Merkmale früher Modellversionen	248
10.3.2	Merkmale konsolidierter Modelle	249
10.3.3	Modellstabilität und Flexibilität	250
10.3.4	Bedarf an weiteren Richtlinien	252
11	Ausblick	255
	Literatur	259
	Stichwortverzeichnis	263

Unternehmensmodellierung

Grundlagen, Methode und Praktiken

Sandkuhl, K.; Wißotzki, M.; Stirna, J.

2013, XIX, 266 S. 130 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-642-31092-8