

## **A ANALYSE UND THEORETISCHE GRUNDLAGEN**

### **1 Management Summary**

Durch die Liberalisierung des Energiemarktes 1998 erhofften sich die Kunden der Versorger, dass neue Anbieter sich auf dem Markt etablieren können und durch den entstehenden Wettbewerb die Strompreise sinken. Die erwarteten Preissenkungen wurden in den Folgejahren auch Realität, jedoch sind die Strompreise ab dem Jahre 2000 wieder angestiegen und haben mittlerweile fast das Niveau vor der Liberalisierung erreicht. Der Grund hierfür ist, dass sich der erwartete Wettbewerb nicht eingestellt hat und die meisten Firmen wieder vom Markt verschwanden. Aus diesem Grunde hat die Bundesregierung ein neues Energiewirtschaftsgesetz erlassen, das am 12.07.2005 in Kraft getreten ist. Demnach tritt die „Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post“ in Zukunft als „Bundesnetzagentur“ auf und ist, neben den Bereichen Telekommunikation und Post, auch für die Regulierung der Energiewirtschaft zuständig. Man kann erwarten, dass durch die Regulierung der Versorger der Druck auf die Strompreise erheblich steigen wird und der Wettbewerb in der Branche wieder zunimmt. Die Versorger werden sich verstärkt darum bemühen müssen, ihre Kunden an das Unternehmen zu binden und die Prozesskosten zu minimieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Preissenkungen können ein Teil der Strategie sein, werden aber, gerade in der heutigen Zeit, nicht mehr ausreichen, um den Kunden von dem eigenen Angebot zu überzeugen. Vielmehr werden die Versorger den Service verbessern müssen, insbesondere den Service über das Internet.

Die folgende Arbeit befasst sich mit „internetbasierten Self-Service-Szenarien für Kunden der Versorgungsindustrie realisiert auf einer SAP NetWeaver Plattform“. Dem Kunden der Versorgungsbranche soll eine Plattform zur Verfügung gestellt werden, die alle für ihn relevanten Prozesse im Internet darstellt. Dabei soll eine direkte Interaktion zwischen der Webanwendung und dem Kundeninformations- und Abrechnungssystem realisiert werden.

Dazu werden zunächst die theoretischen Grundlagen in Teil A erarbeitet. Hierbei werden auf Besonderheiten und Charakter der Versorgungswirtschaft eingegangen und auf Prozesse, die dem Kunden über das Internet angeboten werden können. Es werden bisherige, weit verbreitete, Lösungsansätze aufgezeigt und auf deren Nachteile hingewiesen, welche die Notwendigkeit von integrierten Lösungen sichtbar machen. Die Grundlage der Integration

und Kommunikationsfähigkeit von verschiedenen Anwendungen und Systemen im Internet sind offene Internetstandards, die zum Abschluss des Teils A näher vorgestellt werden.

In Teil B wird das E-Service-Lösungsangebot der SAP AG für die Versorgungsbranche vorgestellt. Dabei werden einerseits die technologischen Grundlagen analysiert, andererseits auf das Kundeninformations- und Abrechnungssystem von SAP für die Versorgungsbranche und die Internetanwendung selbst eingegangen. Außerdem wird in Teil B auf die Planung des Testsystems in der SerCon GmbH mit den SAP-Komponenten aufgezeigt. Dazu werden zunächst die Voraussetzungen für den Betrieb des Lösungsangebotes von der SAP AG analysiert und danach auf die jeweiligen Entscheidungen eingegangen.

In Teil C wird auf die Installation der Anwendungen, sowie auf die Anpassung an das Backendsystem innerhalb der SerCon GmbH eingegangen. Daraufhin werden einerseits die Benutzeroberflächen und deren Funktionsweise erläutert, andererseits auf die Usability der Webanwendung eingegangen, wodurch eine Bewertung der Servicequalität möglich ist. Als Abschluss des Teils C wird auf Anforderungen bei der Einrichtung der Komponenten eingegangen, vor allem in Bezug auf das Netzwerk und Releasestände der Systeme.

In Teil D wird auf zukünftige Entwicklungen in der Versorgerbranche hingewiesen. Im Mittelpunkt dieser Betrachtung soll das Zählerwesen stehen, das mit Webtechnologien ausgestattet dem Kunden mehr Service und dem Versorger Einsparungspotentiale auf Prozessebene bringen könnte. Es wird deutlich gemacht, dass es, unabhängig von den Services in der Zukunft, es einer Applikation bedarf, die die Basis für die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden darstellt.