Fallstudie Luminous GmbH zu Kapitel 7 „E-Business- und E-Commerce-Systeme

*Ergänzung zur Beschreibung der GmbH im Kapitel:*

Das Unternehmen möchte seine zwei Standorte in Deutschland besser miteinander verknüpfen. Firmenzentrale, Design, Vertrieb und Einkauf sitzt in München mit 100 Mitarbeitern, die Produktion und Logistik in Landsberg mit 500 Mitarbeitern. Die Gehäuseproduktion sowie die Endproduktion der Lampen wird von der GmbH selbst übernommen, für die Elektrotechnik, die Leuchtelemente und die Gehäusematerialien gibt es drei Zulieferer, welche schon langfristig mit der Luminous GmbH zusammenarbeiten.

Erhältlich sind die Lampen über einen markeneigenen Onlineshop mit Konfigurator

und in einigen Lampengeschäften in ganz Deutschland. Hierbei hat die GmbH selbst ausschließlich Großkundenkundenbeziehungen und beliefert diese. Von dort

aus kommen die Lampen in die einzelnen Geschäfte. Als einzige Ausnahme existiert

ein sogenannter „Flagship Store“ im Gebäude der Firmenzentrale in München, der

ausschließlich Lampen der Firma Luminous GmbH verkauft. Um die Übersichtlichkeit innerhalb der Kommunikationswege zu erhöhen denkt die Luminous GmbH darüber nach, vermehrt E-Business einzusetzen. Noch ist sich das Unternehmen allerdings nicht sicher, ob und in welchem Umfang neben dem bereits bestehenden Onlineshop weitere Kommunikationswege in Bezug auf die Verknüpfung der beiden Standorte sowie in Bezug auf Firmenpartner genutzt werden sollten.

*Aufgaben:*

Versetzen Sie sich in die Rolle eines Mitarbeiters dessen Ziel es ist, die GmbH davon zu überzeugen eine sinnvolle Lösung zu finden.

1. Erläutern Sie kurz ob ein Intranet und/ ein Extranet eingesetzt werden sollten. Begründen Sie Ihre Antwort.
2. Inwiefern wird im genannten Onlineshop der GmbH Open Innovation betrieben?

*Lösung:*

1. Zusätzlich zu einem Onlineshop könnte die Luminous GmbH ein Intranet einführen, um zwischen den beiden Standorten München und Landsberg zu kommunizieren. Alle Mitarbeiter könnten über Berechtigungen nur das einsehen, was für Sie relevant ist. Ein anderes Beispiel für die Einführung eines Intranets könnte sein, die Erreichbarkeit hinsichtlich neuer Firmenstandards zu erhöhen und zu erleichtern.

Ein Extranet einzuführen könnte sinnvoll sein, da man so bestimmten externen Gruppen (z.B. Zulieferern) Qualitätsänderungen, allgemeine Mitteilungen der Firma und ähnliches, die über die Firmengrenzen hinaus von Bedeutung sind, mitteilen kann. Allerdings ist dies nicht für Kunden relevant.

1. Open Innovation wird über den Onlineshop der Luminous GmbH insofern betrieben, als das Produkte selbstständig von den Kunden über einen Konfigurator (Toolkit) gestaltet werden können. Durch die Bestellungen der selbst konfigurierten Lampen wird somit auch das dritte Merkmal von Open Innovation (Kundenkommunikation) abgedeckt.