



## Im Fokus

# Customer Relationship Management: Unterstützung mit System



Foto: Wejciech Gajda / Fotolia

Um beim Kundenbeziehungsmanagement immer die Fäden in der Hand zu halten, kommt es auf die richtige CRM-Integration an.

**Immer öfter ist in Sachen Kundenbeziehung die Rede vom Customer Relationship Management (CRM): Die Kundenbindung soll mithilfe von Zahlen, Daten und Fakten verbessert werden. Anwender berichten, wie sie spezielle CRM-Software-Lösungen einführen, integrieren, betreiben und anwenden.**

„CRM ist ein sehr wichtiges Instrument des Vertriebs, weil es uns ein großes Wissen über die einzelnen Personen und ihr Umfeld bietet“, erklärt Johannes Rehberg, Leiter Sales Support bei der Jenoptik Industrielle Messtechnik – Hommel-Etamic GmbH aus Villingen-Schwenningen. Das Unternehmen für Messtechnik zählt zu den Pionieren des Kundenbeziehungsmanagements im Maschinenbau. Das CRM-Programm bezeichnet der Vertriebsmanager als wichtige Arbeitsgrundlage.

### Flexibilität und Anpassbarkeit

Vor über zehn Jahren starteten die Süddeutschen mit einer ersten EDV-Lösung, die allerdings nur eingeschränkte Funktionen bot. Das erste echte CRM-System nahm 1999 in Villingen-Schwenningen seinen Dienst auf. Das Unternehmen legte damals Wert auf ein flexibles System, das sich leicht an die Firmenbedürfnisse anpassen lässt. Das Problem: Die damaligen Komplettsysteme zum Lenken eines Unternehmens (Enterprise Resource

Planning – ERP) boten keine oder nur sehr wenige CRM-Funktionen. Daher entschied sich Hommel-Etamic für eine Individualsoftware, die sich an mehreren Standorten nutzen lässt.

Um die Akzeptanz zu erhöhen, beteiligte das Unternehmen alle direkt betroffenen Mitarbeiter von Anfang an. „Wir konnten so feststellen, was die Anwender benötigen und worauf es ankommt“, sagt der Leiter Sales Support. Es entstand ein Lastenheft, mit dessen Hilfe das Unternehmen die Angebote bewertete, um sich nach einem Jahr für die Software der update software Germany GmbH aus Frankfurt am Main zu entscheiden. Nach der Aktivierung der Grundfunktionen folgten dann das Eingeben der Grunddaten und das Anpassen der Bedienungsmasken.

„Wir wollten auch selbst erstellte Softwaremodule integrieren“, erklärt Reh-



berg. Diese „Bausteine“ übernahmen es beispielsweise, Auftragsdaten aus dem ERP-System direkt in die CRM-Software zu übertragen, um den Außendienstmitarbeitern den Zugriff auf diese Informationen zu ermöglichen. Ein anderer Programmbaustein sorgte dafür, dass die technischen Hintergrundinformationen zu allen ausgelieferten Produkten in das System wanderten. „Rund ein Dreivierteljahr dauerte es, die Daten einzupflegen und die Software anzupassen“, berichtet Rehberg. „Seit dieser Zeit arbeiten wir intensiv mit dem Programm, das seitdem ständig erweitert und ausgebaut wurde.“

Die Integration der Software in die bestehende Lösung von Hommel-Etamic sei relativ einfach gewesen, so der Vertriebsleiter. Eine Schnittstelle zum ERP-System erlaube den Austausch von Auftragsdaten, sodass das CRM-System dank des Datenabgleichs immer über die aktuellen Informationen verfügt.

### Über 100 Mitarbeiter nutzen CRM

Der Vertriebsmanager gibt CRM-Einsteigern nach einem Jahrzehnt Erfahrung auf diesem Gebiet folgenden Tipp mit auf den Weg: „Beteiligen Sie die Mitarbeiter aktiv an der Einführung, denn nur

dann nutzen diese das Programm auch Tag für Tag.“ Weit über 100 Mitarbeiter haben heute die Software täglich in Gebrauch. In den zehn Jahren hat sich das Einsatzfeld erheblich erweitert. Mittlerweile arbeitet nicht nur der Vertrieb, sondern auch der Service und die Montage mit dem Programm. Die Software kommt somit inzwischen in fast allen Bereichen der Firma zum Einsatz.

Die Binder GmbH, ein Hersteller für Simulations- und Klimaschränke aus Tuttlingen, setzt auf CRM, weil sich damit Prozesse vollständig auf den Kunden ausrichten lassen. „Ein positiver Effekt besteht darin, dass wir den Kunden besser kennenlernen, um ihm dann einen hervorragenden Service anbieten zu können“, so Michael Kaufmann, Chief Information Officer (CIO). „Wir können darüber hinaus weitere Vertriebspotenziale nutzen, indem wir dem Kunden zusätzliche Dienstleistungen verkaufen.“ Vor allem Unternehmen, die von der aktuellen Wirtschaftssituation betroffen sind, bietet ein funktionierendes Kundenbeziehungsmanagement die Chance, Umsatz durch bezahlte Serviceleistungen (wie zum Beispiel Wartungsverträge) zu erzielen.

### Vitamin C(RM) für die „Digitale Fabrik“

Der Fachverband Software des VDMA organisiert bereits zum zehnten Mal auf der Hannover Messe (20.–24. April 2009) einen Gemeinschaftsstand im Rahmen der Digital Factory. Auch CRM-Anbieter präsentieren dem Besucher in der Halle 17, Stand D50 ihre Software-Lösungen für das Management von Kundenbeziehungen im Maschinen- und Anlagenbau.

### Firmenwechsel ohne Wissensverlust

Das Management von Kundenbeziehungen steht und fällt allerdings mit den Informationen über die Kunden. „Wenn ein Vertriebsmitarbeiter unser Unternehmen verlässt, würden wir ohne ein entsprechendes System das Wissen über die jeweiligen Kunden verlieren“, erklärt der CIO. Hier kommt die CRM-Software ins Spiel. Vor ihrem Einsatz stand allerdings die Qual der Auswahl: Ein unabhängiges Beratungsunternehmen nahm zunächst



Foto: Binder

Den Kunden im Visier: CRM ist ein wichtiges Instrument des Vertriebs, weil es dem Anwender ein großes Wissensumfeld über die einzelnen Personen bietet.



den Ist-Zustand bei Binder auf und half, ein Lastenheft zu erstellen, welches die Beurteilung der Angebote von Softwarehäusern erleichterte. Tipps des Experten: „Wir haben präzise festgelegt, was wir sehen wollten, um so vergleichbare Präsentationen zu erhalten. Außerdem besuchten wir auch die Referenzen.“ Den Zuschlag erhielt schließlich die Infoman AG aus Stuttgart mit ihrer speziellen Branchenlösung Infoman CRM Maschinenbau.

Bei den Auswahlkriterien legte das Familienunternehmen besonderen Wert auf die intuitive Bedienbarkeit. Kaufmann: „Wenn eine neue Software eine andere Bedienbarkeit als bisher erfordert, dann muss das Unternehmen die Funktionalität und das Handling schulen.“ Für Infoman CRM spreche die Integration in Outlook, sodass jeder Bediener dieser Standardsoftware mit dem neuen CRM-Programm problemlos klarkäme. Außerdem passe das Programm sehr gut in die bereits bestehende Microsoft-Infrastruktur bei Binder.

### Mehrsprachfähigkeit interessant

Beispiele zur Funktionalität: Die Software bildet ab, wer und in welcher Rolle (Zulieferer oder Händler) an einem Kundenauftrag beteiligt war. Das Programm informiert auch, welche Maschinen sowie Komponenten Binder wann geliefert hat und ob Rückfragen aufgetreten sind. Weil das Unternehmen international aktiv ist, schätzt es außerdem die Mehrsprachfähigkeit der auf Microsoft basierenden Branchenlösung.

Zur Vorbereitung und Einführung erarbeiteten alle Vertriebsmitarbeiter in Workshops ihre speziellen Arbeitsweisen und Anforderungen an das System, die im Lastenheft erfasst wurden. Dabei erörterten sie auch Fragen zur Kundenzufriedenheit. „Wir haben immer den Anwender der jeweiligen Region oder des jeweiligen Bereichs in das Projekt integriert“, sagt der Experte. Beim Vorstellen der Software sahen die Workshop-Beteiligten dann auch, dass ihre Wünsche an die Funktionen verwirklicht worden sind. „CRM ist keine Aufgabe der Informations-

Fördertechnik nach Wunsch: Schnittstellen sorgen für den Datenaustausch der CRM-Systeme mit den Konstruktionsprogrammen – für Produkte, die den Kundenwünschen gerecht werden.

technologie, sondern ein Organisationsprojekt“, erklärt der CIO. „Das enge Einbeziehen der Anwender ist Gold wert.“

### Der Endanwender steht im Mittelpunkt

Als Projektleiter sorgte Kaufmann für eine ständige Beteiligung der Anwender. Er holte dazu nicht die Abteilungsleiter, sondern nur die echten Anwender ins Boot. Kaufmann: „Dieses Prinzip hat sich bewährt, denn die Endnutzer sagen uns, was sie wirklich operativ brauchen. Dann erhalte ich auch die Daten, die ich später in Reports ausgeben kann.“

Die Demag Cranes & Components GmbH aus Wetter an der Ruhr nutzte die Umorganisation des Vertriebs vor rund sieben Jahren zur Einführung eines übergreifenden CRM-Systems von der update

software Germany GmbH. Das Unternehmen integrierte eine Vielzahl von CRM-Prozessen in seine Kundendatenbank, die allein in Deutschland rund 450 Mitarbeiter nutzen. Carsten Heise, Leiter Customer Relationship Management in der Landesgesellschaft Deutschland: „Wir erhielten eine sehr gute Transparenz nicht nur über Kunden, sondern auch über die Markt- und Wettbewerbssituation.“ Aus den Informationen leitet der Kranhersteller Aktionen aller Art ab – von Werbemaßnahmen, Einladungen zu Messen bis hin zum Newsletter.

### Neutrale Hilfe von außen

Demag Cranes & Components integrierte den Vertrieb bereits in die Vorbereitungsphase: Regionale Vertriebsleiter formulierten in einem Arbeitskreis grob

Foto: Demag Cranes & Components





die Aufgaben und Ziele eines CRM-Systems. Die Realisierung übernahm ein Projektteam mit erfahrenen Mitarbeitern. Der damalige Besuch einer Fachmesse führte nicht nur zu einem Überblick über mögliche Programme. Heise lernte dort auch einen externen, unabhängigen Dienstleister kennen, der ihm half, einen Anforderungskatalog zu erstellen und eine Vorauswahl möglicher Systeme zu treffen. Heise: „In der Endauswahl kamen Besuche und Telefonate bei den Referenzen der Lösungsanbieter hinzu, die ich nur jedem empfehlen kann.“

Bei der Integration in die bestehende Informationstechnik legte das Unternehmen großen Wert auf eine saubere Gestaltung der Schnittstellen. Diese werden nicht nur für den Datenaustausch mit dem ERP-System oder der Microsoft-Office-Welt genutzt, sondern auch für die Übertragung von Informationen in die Produktdesigner- und Angebotssysteme. Denn auch hier finden sich CRM-Informationen, wie Ansprechpartner und Kundenwünsche, wieder.

Eine große Arbeitserleichterung ist es ebenfalls für Mitarbeiter im Außendienst, die per Mausklick die wichtigsten Kundenkontaktdaten und Termine über Outlook in ihren elektronischen Organizer übertragen. Der Leiter Customer Relationship Management bestätigt: „Plötzlich verschwanden die typischen Ringbuchkalender und die Zettelwirtschaft!“

Foto: Hommel-ETamic



Produkt nach Maß: CRM-Systeme ermöglichen es, die Wünsche und Anforderungen der Kunden in die Produkte einfließen zu lassen.

### Werbetrommel frühzeitig rühren

Als einen wesentlichen Erfolgsfaktor sieht der Experte das frühzeitige Einbinden der betroffenen Mitarbeiter. „Wir rührten sehr frühzeitig die Werbetrommel und informierten über den damals noch nicht sehr bekannten Begriff CRM“, erklärt Heise. „Unser Leitspruch lautet: Information führt zu Identifikation und Identifikation zu Motivation.“ Eine weitere Zutat zu dem Erfolgsrezept sei das zügige Reagieren auf die Wünsche der Anwender an die neue Software. Um die Akzeptanz außerdem zu erhöhen, erhielt das System den Namen „Cora“ (Customer Relationship

Management Application) und ein Gesicht in Form eines Logos.

Im nächsten Schritt erfolgte die Kopplung des neuen Telefonsystems mit der CRM-Lösung, sodass der Mitarbeiter bei einem Anruf automatisch die zugehörigen Kundeninformationen erhält. Das heißt: Das CRM-System muss sich ständig weiterentwickeln. Heise: „CRM ist ein lebendes Projekt, um das sich jemand gezielt kümmern muss. Daher gibt es auch mich als Stabsstelle, die sich ebenso Customer Relationship Management nennt. Ich muss nämlich ständig um die Gunst der Vertriebsleute kämpfen.“

VDMA Verlag, Medien für die Investitionsgüter-Industrie

[www.vdma-verlag.com](http://www.vdma-verlag.com)



Mit länderspezifischen CRM-Lösungen startete die Hottinger Baldwin Messtechnik GmbH (HBM) aus Darmstadt bereits Mitte der 90er Jahre. Das erste zentrale, weltweit genutzte CRM-System wurde im Jahr 2001 eingeführt. „Ohne ein globales CRM kommen wir heute nicht mehr aus, denn alle Kunden agieren global“, sagt Frank Hölscher, Manager Sales Applications. „Die nicht unerheblichen Kosten für Einrichtung, Wartung, Pflege und Schulung rund um das weltweite System haben sich aber gerechnet.“ Zu dem neuen SAP-CRM-System wechselte das Unternehmen mithilfe der Sybit GmbH aus Radolfzell im Jahr 2008, weil es sich laut Hölscher besser in das kaufmännische ERP-System des gleichen Herstellers integrieren lässt.

### Rettung der Datenhistorie

HBM führt die neue Software bis zum Ende des Jahres weltweit bei ihren rund 350 Anwendern ein. Das Plus der zweiten CRM-Runde: Einstige Bedenken des Vertriebs müssen die Darmstädter nun nicht mehr zerstreuen. „Die sogenannte Migration von einem System zum nächsten sollte aber niemand unterschätzen“, erklärt der Fachmann. „Wir stoßen daher nun eher auf technische als auf organisatorische Herausforderungen.“ Da geht es beispielsweise auch um die Fragestellung: Wie überführe ich die Datenhistorie, etwa die elektronischen Notizen der Außendienstmitarbeiter, verlustfrei in das neue System?

Auf die Frage, was sich in der Arbeitsweise durch die CRM-Software geändert hat, antwortet Hölscher: „Sie entlastet die Außendienstler etwa von einfachen Routinearbeiten, wie dem Erstellen von Angeboten, die nun der Innendienst übernimmt. Außerdem hilft CRM erheblich dabei, die vielen Kontakte zu betreuen.“ Der Außendienst kann also anhand der Daten entscheiden, ob er einen Kontakt persönlich betreut oder ihn mithilfe von Marketingaktionen betreuen lässt.

Hinzu komme, dass der Vertrieb schneller auf Anfragen reagieren könne. „Der Kunde erwartet heute, dass er auf

eine E-Mail-Anfrage innerhalb von Stunden ein Angebot erhält“, meint der Manager Sales Applications. „Dazu benötigt ein Unternehmen ein System, das die Anfrage an die richtige Person weiterleitet, die mithilfe eines Konfigurators und von Textbausteinen schnell und zuverlässig antworten kann.“ Das Unternehmen freut sich darüber, dass nun wesentlich mehr Angebote als noch vor wenigen Jahren erstellt werden können.

Hinzu kommen auch die besseren Marketing-Möglichkeiten. Es lassen sich Hölschers Ansicht nach so wesentlich mehr auf die Ziele ausgerichtete Aktionen durchführen. „Ich kann nun auch

ein kleines Marketingbudget wesentlich genauer einsetzen“, freut sich der Fachmann. Statt eines Gießkannen-Marketings werden dadurch viele gezielte Mini-Mailings möglich.“ > Ful-13

#### Autor:

**Nikolaus Fecht**

freier Technikjournalist, Gelsenkirchen

#### Kontakt:

**Claus Oetter**

VDMA Software

Telefon +49 69 6603-1667

claus.oetter@vdma.org

www

Weitere Infos:

[www.vdma.org/software](http://www.vdma.org/software)

## Im Profil

### Binder GmbH, Tuttlingen

Das süddeutsche Unternehmen (340 Mitarbeiter weltweit, 43 Millionen Euro Umsatz 2007) verfügt nach eigenen Angaben über ein lückenloses Produktprogramm zur „perfekten Simulation von natürlichen Umgebungsbedingungen“. Die Klimaschränke decken Routineanwendungen im industriellen und wissenschaftlichen Labor genauso ab wie spezielle Arbeiten. Das Know-how reicht von der Klima- und Verfahrenstechnik, der Mess- und Regeltechnik, Lichttechnik, Vakuumtechnik bis hin zu Softwarelösungen.

www

[www.binder-world.com](http://www.binder-world.com)

### Demag Cranes & Components GmbH, Wetter/Ruhr

Das Unternehmen (rund 5000 Mitarbeiter, rund 900 Millionen Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2007/2008), zählt zu den weltweit führenden Anbietern von Industriekranen und Krankomponenten für Materialfluss-, Logistik- und Antriebsaufgaben. Die Tochter der Demag Cranes AG verfügt mit mehr als 650 000 Kranen und Hebezeugen der Marke Demag über die nach eigenen Angaben weltweit größte installierte Basis.

www

[www.demagcranes.de](http://www.demagcranes.de)

### Jenoptik Industrielle Messtechnik – Hommel-Etamic GmbH, Villingen-Schwenningen

Das weltweit operierende, mittelständische Unternehmen (580 Mitarbeiter, rund 80 Millionen Euro Umsatz) entwickelt und fertigt hochtechnische Messgeräte und Messmaschinen, mobile Werkstattgeräte, stationäre Messraum- und Laborkonfigurationen sowie In- und Post-Prozess-Messeinrichtungen. Die Tochter der Jenoptik AG besitzt außerdem eine Akkreditierung als Kalibrierstelle für die Messgrößen Rauheit und Geometrie.

www

[www.hommel-etamic.de](http://www.hommel-etamic.de)

### Hottinger Baldwin Messtechnik GmbH, Darmstadt

Das Unternehmen (1500 Mitarbeiter), eine Tochtergesellschaft der englischen Spectris plc., ist weltweit führend auf dem Gebiet der Prüf- und Messtechnik und in der Wägetechnik. Die Produktpalette reicht von Dehnungsmessstreifen, Aufnehmern, Präzisionsverstärkern und Elektronik für die Signalverarbeitung bis hin zur Datenerfassungs- und Messtechniksoftware. Eine Spezialität: Entwicklung und Fertigung von kundenspezifischen Sensoren.

www

[www.hbm.de](http://www.hbm.de)