

Abstract zur Diplomarbeit von Verena Rudolph

„Prozessorientierte Anforderungsanalyse für ein CRM-System auf mehrstufigen B2B-Märkten – am Beispiel des Werkes für Kombinationstechnik Chemnitz der Siemens AG“

1. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit

Im Zuge der sich sättigenden Märkte und dem damit einhergehenden Wandel von Verkäufer- zu Käufermärkten lässt sich seit Mitte der 80er-Jahre ein stetig wachsender Wettbewerbsdruck zwischen Unternehmen beobachten. Viele Firmen intensivierten in der Konsequenz ihre Bemühungen, die Kosten der Leistungserstellung für die Kunden zu senken und gleichzeitig die Beziehung zu bestehenden Abnehmern langfristig zu stabilisieren oder auszubauen, um sich von der Konkurrenz abheben und den Unternehmenserfolg nachhaltig sichern zu können. Dieser kundenorientierte Marketingansatz wird in Deutschland seit etwa 10 Jahren unter dem Begriff des Customer Relationship Management (CRM) diskutiert und weist in Theorie und Praxis noch immer eine hohe Relevanz auf.

Betrachtet man die praktische Umsetzung des CRM-Konzeptes, so fällt auf, dass bislang insbesondere Unternehmen auf Business-to-Consumer-Märkten (B2C) eine erfolgreiche CRM-Implementierung gelungen ist. Aus diesem Grund ist zu erwarten, dass sich Unternehmen des Business-to-Business-Bereiches (B2B) künftig stärker mit dem CRM-Gedanken auseinandersetzen müssen, da derzeit noch vielfältige Einsatzpotenziale für die Unterstützung der Kundenorientierung durch geeignete Instrumente und Technologien bestehen.

Eine wesentliche Besonderheit der B2B-Märkte gegenüber dem B2C-Bereich liegt dabei in der mehrstufigen Marktstruktur, die sich sowohl über direkte als auch indirekte Abnehmer erstreckt. Folglich ist es nicht unüblich, dass sich die Kundenansprache im B2B-Bereich an verschiedene nachgelagerte Marktstufen richtet. Die sich aus der Mehrstufigkeit ergebenden speziellen Anforderungen an die zu unterstützenden kundenbezogenen Geschäftsprozesse werden jedoch weder von der derzeit verfügbaren CRM-Software explizit berücksichtigt noch in den bisherigen wissenschaftlichen Publikationen hinreichend behandelt.

Vor dem Hintergrund dieser praktischen und theoretischen Lücke beschäftigt sich Frau Rudolph in ihrer Diplomarbeit mit den speziellen Anforderungen an CRM-Systeme im mehrstufigen B2B-Umfeld unter Berücksichtigung der durch dieses Umfeld geprägten Prozesscharakteristika. Dazu untersucht sie anhand einer Fallstudie im Maschinen- und Anlagenbau – die im Zeitraum von Mai bis Dezember 2008 im Werk für Kombinationstechnik Chemnitz (WKC A) der Siemens AG durchgeführt wurde – den Status Quo und die grundlegenden Prozessstrukturen eines Unternehmens des mehrstufigen B2B-Bereiches. Die zentrale Zielstellung der Arbeit besteht darin, unter Rückgriff auf die Ergebnisse der Fallstudienanalyse Ansatzpunkte und Empfehlungen zur Gestaltung eines CRM-Systems unter den gegebenen Umweltparametern abzuleiten.

Neben dem theoretischen Erkenntnisgewinn verfolgt die Diplomarbeit von Frau Rudolph vorrangig den Anspruch, Gestaltungs- und Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis zu entwickeln, die im WKC A am Standort Chemnitz zukünftig zur Anwendung kommen sollen. Der praktischen Verwertbarkeit der Ergebnisse wurde daher eine besondere Relevanz zugemessen.

2. Aufbau und Inhalt der Arbeit

Die Arbeit unterteilt sich in fünf Kapitel, die sich einem theoriebezogenen (Kapitel 2) und einem praxisorientierten Teil (Kapitel 3 und 4) zuordnen lassen. Den Rahmen der Arbeit bilden die Einleitung (Kapitel 1) und das Abschlusskapitel (Kapitel 5).

Kapitel 1 dient der Formulierung der Problemstellung der Arbeit und gibt einen Überblick über die verwendete Forschungskonzeption und den strukturellen Aufbau der Arbeit.

Die relevanten theoretischen Grundlagen werden in **Kapitel 2** behandelt. Zunächst werden die wesentlichen Merkmale von B2B-Märkten (Untersuchungskontext) identifiziert und in diesem Rahmen die Charakteristika des Maschinen- und Anlagenbaues herausgearbeitet. Im Anschluss erfolgt eine Definition des CRM-Begriffes (Rahmenkonzept) über die Abgrenzung zu verwandten Marketingbegriffen und die Darstellung der grundlegenden Ziele und Prinzipien des CRM-Ansatzes. Darauf aufbauend wird die Bedeutung der Prozessorientierung bei CRM-Implementierungen erläutert und eine Übersicht zu den in der Theorie vorhandenen CRM-Prozessmodellen (Gestaltungsgrundlage) gegeben. Der theoretische Teil schließt mit der Betrachtung der strukturellen und funktionalen Anforderungen an CRM-Systeme (Gestaltungskomplex) allgemein und im B2B-Kontext.

Kapitel 3 setzt sich mit der Vorstellung der Einzelfallstudie und des durchgeführten CRM-Projektes im WKC A (Untersuchungskontext und Rahmenkonzept der Fallstudie) auseinander. Den Mittelpunkt bildet die Abbildung des Ist-Zustandes der kundenbezogenen Prozesse im WKC A (Gestaltungsgrundlage der Fallstudie). Auf Basis der durchgeführten Prozessanalyse wird der Versuch einer Charakterisierung der Geschäftsprozesse im mehrstufigen B2B-Umfeld unternommen und vorhandene Prozessschwachstellen identifiziert. Das Kapitel schließt mit einer Beschreibung der vorhandenen Systemlandschaft (Gestaltungskomplex der Fallstudie).

Die in der Schwachstellenanalyse identifizierten Verbesserungspotenziale dienen in **Kapitel 4** als Erkenntnisgrundlage für die Ableitung von Gestaltungsempfehlungen für ein CRM-System im WKC A. Hierzu wird zunächst dargestellt, welchen allgemeinen Kriterien die einzuführende CRM-Software genügen muss. In den weiteren Abschnitten des vierten Kapitels werden die durch die mehrstufige B2B-Marktstruktur bedingten speziellen Anforderungen an das operative und das kollaborative CRM behandelt. Dabei erfolgt für jedes Anforderungskriterium eine Betrachtung auf strategischer, prozessbezogener, funktionaler und technischer Ebene, um eine ganzheitliche Sichtweise auf die Besonderheiten von CRM-Systemen im B2B-Bereich am Beispiel des WKC A zu gewährleisten.

Die Arbeit schließt mit **Kapitel 5**, das der Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse zum Einsatz des CRM auf mehrstufigen B2B-Märkten und einem Ausblick auf weiterführende Forschungsthemen gewidmet ist.