

Ralf Wölfle/Petra Schubert (Hrsg.)

Dauerhafter Erfolg mit Business Software

10 Jahre Fallstudien nach der eXperience Methodik

***E*cademy^{CH}**

Das F&E-Konsortium der Schweizer Hochschulen,
Unternehmen und öffentlichen Institutionen
für E-Business und E-Government

HANSER

Die in diesem Buch enthaltenen Fallstudien wurden im Rahmen der Initiative eXperience im Jahr 2009 erstellt und an zwei Veranstaltungen, dem eXperience Event in Basel (www.eXperience-event.ch) und dem Koblenzer Forum für Business Software (www.kofobis.de) präsentiert. Sie wurden wissenschaftlich aufbereitet durch Business-Software-Experten der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, der Universität Bern, der Fachhochschule St. Gallen, der Fachhochschule Chur, der Universität Koblenz-Landau, der Universität der Bundeswehr München sowie von Experten aus der Praxis.

www.hanser.de

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches, oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) – auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2009 Carl Hanser Verlag München
Redaktionsleitung: Lisa Hoffmann-Bäumli
Herstellung: Ursula Barche
Umschlaggestaltung: Büro plan.it, München
Datenbelichtung, Druck und Bindung: Kösel, Krugzell
Printed in Germany

ISBN: 978-3446420182

21 BSCC: Kommunikationsdrehzscheibe Internet

Daniel Ebnetter

Um die Qualität ihrer Mitgliederdaten zu steigern und gezielter kommunizieren zu können, hat die British-Swiss Chamber of Commerce ihre IT im Jahr 2008 auf eine völlig neue Grundlage gestellt. Zusammen mit ihrer Partnerin Nexell kombinierte sie eine Open-Source-basierte Portallösung mit zwei Software-as-a-Service-Anwendungen im Bereich CRM. Bei wesentlich verbesserter Dienstleistung für die Mitglieder betragen die IT-Kosten heute gegenüber früher nicht einmal mehr die Hälfte.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Fallstudie beteiligt:

Tab. 21.1: Mitarbeitende der Fallstudie

Ansprechpartner	Funktion	Unternehmen	Rolle
Carolyn Helbling	Managing Director	BSCC	Lösungsbetreiber
John Sas	Managing Partner	Nexell GmbH	IT-Partner
Daniel Ebnetter	Dozent	FHNW	Autor

Die öffentlichen Portalfunktionen der beschriebenen Lösung sind unter der Domain www.bscc.co.uk zugänglich.

21.1 Das Unternehmen

21.1.1 Hintergrund, Branche, Produkt und Zielgruppe

Die im Jahr 1920 gegründete British-Swiss Chamber of Commerce (BSCC) ist eine unabhängige Handelskammer mit über 700 Firmenmitgliedern in England, der Schweiz und in Liechtenstein. Für deren rund 3'000 registrierte Ansprechpersonen versteht sich BSCC als Netzwerk, in dem diese länderübergreifende Geschäftsbeziehungen pflegen können. Im Interesse einer möglichst ungehinderten Wirtschaftstätigkeit ihrer Mitglieder beteiligt sie sich aktiv an der politischen Diskussion und betreibt Lobbying.

Die BSCC pflegt intensive Beziehungen mit den Regierungen und Botschaften der beteiligten Länder. Sie ist als Gesprächspartnerin in Themen, welche die Länder betreffen, akzeptiert und genießt breite Unterstützung. So sind die jeweiligen Botschafter „Honorary Presidents“ der als Verein organisierten BSCC.

Strategie und Aktivitäten der BSCC richten sich nach dem Motto „Members' Interests First“. Die Mitgliederfirmen und ihre Vertreter gestalten die BSCC mit, indem sie in verschiedenen Ausschüssen und Fachgruppen Einsitz nehmen.

Die BSCC hat ihren Hauptsitz in Zürich, wo vier Mitarbeitende beschäftigt sind. Eine weitere Mitarbeiterin arbeitet von einer kleinen Niederlassung in London aus. Regional ist die BSCC in acht Chapters (Vertretungen) organisiert, sechs über die Schweiz verteilt und je einer in Liechtenstein und London.

Kern des Angebots sind rund 70 Anlässe pro Jahr, die von öffentlichen Business Lunches über Foren bis zu geschlossenen Abendveranstaltungen mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik reichen.

Das Portal der BSCC ist eine wichtige Drehscheibe für die Beziehungen der Mitglieder untereinander und zur BSCC. Es bietet neben allgemeinen Informationen ein öffentliches Mitgliederverzeichnis. Mitglieder haben Zugang zu einem passwortgeschützten Bereich mit detaillierten Kontaktinformationen und zusätzlichen Community-Funktionen.

21.1.2 Vision und strategischer Fokus

Die „Vision 2020“ der BSCC sieht die Handelskammer als unverzichtbare Networkingorganisation. Um ihre Rolle als geschäftliche und wirtschaftspolitische Brücke zwischen den beteiligten Ländern noch besser wahrnehmen zu können, fokussiert sich die BSCC auf Professionalisierung, verstärkte Markt- und Medienpräsenz sowie bessere operative und finanzielle Robustheit

21.1.3 Stellenwert von Informatik und E-Business

Obwohl keine explizite E-Business-Strategie formuliert ist, sieht die BSCC Informatik und E-Business als Instrumente, die eine attraktive und effiziente Kommunikation ermöglichen. Die E-Business-Lösung trägt heute dazu bei, dass die Mitglieder untereinander leichter Kontakte knüpfen und pflegen können. So kann die Handelskammer ihrer Rolle als Drehscheibe besser gerecht werden.

21.2 Der Auslöser des Projekts

21.2.1 Ausgangslage und Anstoss für das Projekt

Vor dem Start des Projekts wurden die Mitgliederdaten bei der BSCC nicht optimal verwaltet. Die Daten waren auf mehrere Datenbanken verteilt und teilweise unvollständig. Personalwechsel in den Mitgliederfirmen und andere Mutationen wurden nicht zuverlässig nachgeführt. Doppelspurigkeiten und Fehler in der Ansprache der Mitglieder stellten die Professionalität der BSCC in Frage.

Zu diesem Zeitpunkt wurden Informationen primär per Fax an die Mitglieder versandt. Dies wird von der BSCC bildhaft als „fax nightmare“ beschrieben. Da Fax in den meisten Organisationen kein persönliches Kommunikationsmittel ist, konnte nicht sichergestellt werden, dass Mitteilungen die Adressaten wirklich erreichten.

BSCC publizierte jedes Jahr ein gedrucktes Mitgliederverzeichnis. Es verursachte externe Kosten von ca. 40'000 CHF und beschäftigte eine Person drei Monate lang voll. Obwohl ein wesentlicher Teil des Cash-outs durch Inserate gedeckt werden konnte, beurteilte die BSCC den gedruckten Katalog nicht länger als wirtschaftlich.

Mit der neuen Lösung wollte die BSCC über eine zentrale Datenbank und Self-Service-Funktionen die Qualität der Mitgliederdaten massiv erhöhen. Effizientere Prozesse und der Verzicht auf klassische Kommunikationsmittel sollten dazu beitragen, die Kosten substantiell zu senken.

21.2.2 Vorstellung des Geschäftspartners Nexell GmbH

Die Nexell GmbH ist seit 2002 als Projektpartnerin für CRM-Lösungen tätig. Fünf Mitarbeitende in den Niederlassungen Zug und Brugg betreuen Kunden vom internationalen Grosskonzern bis zum lokalen KMU. Projekte auf Basis des CRM-Systems salesforce.com machen heute über 80 % des Geschäftsvolumens aus. Spezielle Kundenbedürfnisse deckt Nexell über ein Netzwerk von Partnern ab. Für die BSCC übernahm die Nexell GmbH sowohl das Projektmanagement als auch die Umsetzung der in dieser Fallstudie beschriebenen Lösung. Sie vermittelte zudem die Lizenzen für die einbezogenen Drittprodukte.

21.3 Kommunikationsdrehscheibe Internet

21.3.1 Geschäftssicht und Ziele

Für eine Networkingorganisation wie die BSCC sind aktuelle und vollständige Kontaktdaten das wichtigste Kapital – und gleichzeitig die grösste Herausforderung. Die BSCC nutzt die hier vorgestellte Lösung, um neue Mitglieder anzuwerben und ihre Dienstleistungen gegenüber den bestehenden Mitgliedern zu erbringen. Erträge bezieht BSCC primär aus Mitgliederbeiträgen, Teilnahmegebühren für Events, Onlinewerbung auf dem Portal www.bscc.co.uk sowie Event-Sponsoring.

Die Lösung integriert das CRM-System salesforce.com mit einem vorgelagerten Internetportal. Erfolgsentscheidend für die BSCC ist, dass Interessenten umfassend informiert werden und die Hürden für eine Anmeldung möglichst tief sind. Für bestehende Mitglieder muss vor allem die Aktualität der Kontaktdaten sichergestellt werden. Damit gezielt kommuniziert werden kann, ist eine sorgfältige Klassifizierung der Daten erforderlich. Die BSCC hinterlegt bei den Mitgliederfirmen eine Kategorie (entspricht im Wesentlichen der Grösse), eine Einteilung nach Behörden, Organisationen und Unternehmen, einen Branchencode sowie die Zuordnung zu einem Chapter der BSCC. Auf der Stufe der einzelnen Ansprechperson werden Kontaktdaten, ein persönlicher Status (beispielweise aktiv oder pensioniert) und allfällige Ehrenmitgliedschaften eingetragen. Hier wird ebenfalls hinterlegt, ob eine Person als Haupt- oder Rechenungskontakt für das Mitglied fungiert.

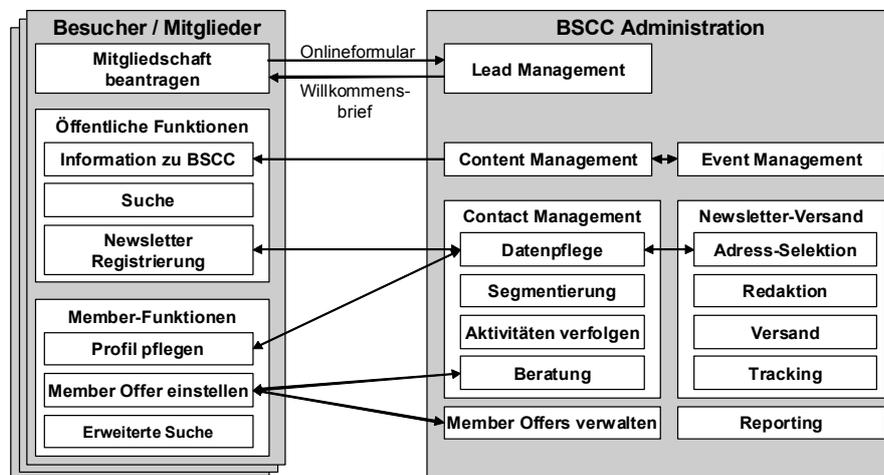


Abb. 21.1: Das Business Szenario für BSCC

Abb. 21.1 zeigt das Business Szenario der Lösung. BSCC unterscheidet zwischen öffentlichen Funktionen, solchen mit eingeschränktem Zugang und administrativen Funktionen. Frei zugänglich sind allgemeine Informationen über die BSCC, das Beitrittsformular, die Registrierung für den Newsletter und das Mitgliederverzeichnis „Members Online“ in einer eingeschränkten Informationstiefe. Den Mitarbeitenden von Mitgliederfirmen sind die Daten der Ansprechpersonen bei den Firmen vorbehalten. Sie arbeiten mit einem persönlichen Account, profitieren von zusätzlichen Suchfunktionen und können insbesondere auch „Member Offers“ einsehen. Das sind Spezialangebote eines Mitglieds an andere Mitglieder. Der Leiter Sales & Marketing der BSCC achtet darauf, dass diese Angebote nicht nur Werbebotschaften sind, sondern einen echten Vorteil für BSCC-Mitglieder darstellen, etwa in Form eines Rabatts. So wird für alle Beteiligten Nutzen generiert.

Bei der BSCC werden die Mitglieder gezielt betreut und regelmässig mit für sie relevanten Informationen versorgt. Das geschieht vorwiegend in Form von E-Newslettern, wobei die Empfängeradressen je nach Inhalt selektiert werden. Ein Reporting-Modul gibt Auskunft über den Erfolg der verschiedenen Massnahmen. Ein Teil der Inhalte, vor allem Angaben über die nächsten Veranstaltungen, stammen aus einem externen, hier nicht beschriebenen Event-Management-System.

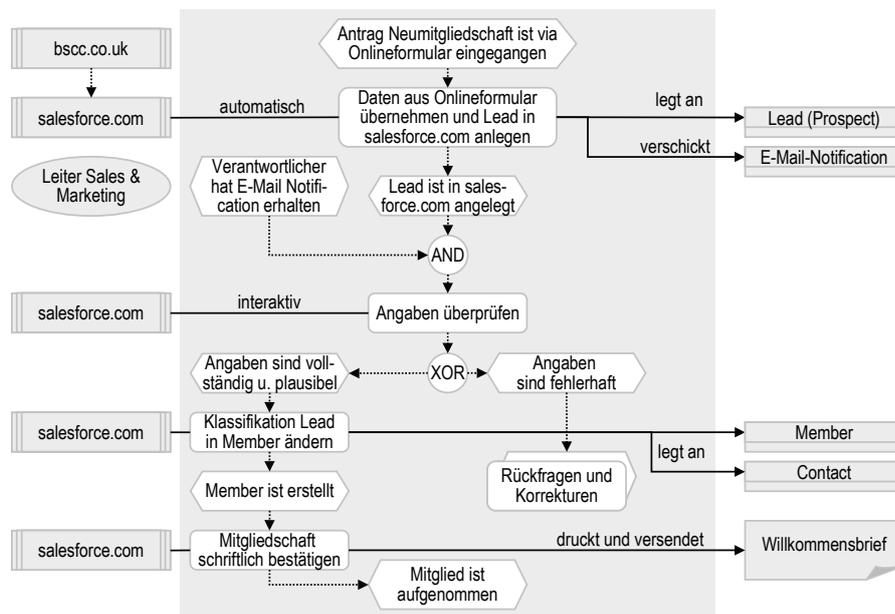


Abb. 21.2: Der Prozess „Lead Management“

21.3.2 Prozesssicht

Abb. 21.2 vertieft den Prozess „Lead Management“ und zeigt, wie ein Vorgang auf dem Portal einen Prozess im BSCC-Backoffice auslöst: Füllt ein Interessent das Onlineformular aus, wird in salesforce.com automatisch ein Lead (in BSCC-Terminologie „Prospect“) angelegt. Der Leiter Sales & Marketing der BSCC wird darüber per E-Mail informiert. Er prüft daraufhin die Daten in salesforce.com, ergänzt sie und gibt sie zur Umwandlung in einen Mitgliedsdatensatz frei.

21.3.3 Anwendungssicht

In der Anwendungssicht in Abb. 21.3 fällt zunächst auf, dass die BSCC lediglich einen Webbrowser und Standard-Office-Applikationen als Frontend benötigt. Sowohl das Content Management System für das Portal als auch das CRM-System salesforce.com und die E-Mail-Marketing-Anwendung VerticalResponse werden über einen Webbrowser bedient.

Keine dieser Anwendungen erfordert eine lokale Infrastruktur bei der BSCC. salesforce.com und VerticalResponse sind SaaS-Anwendungen (Software-as-a-Service). Das System Portal-on-Demand von Nexell basiert auf dem Open-Source-CMS Joomla und wird in einem externen Rechenzentrum gehostet.

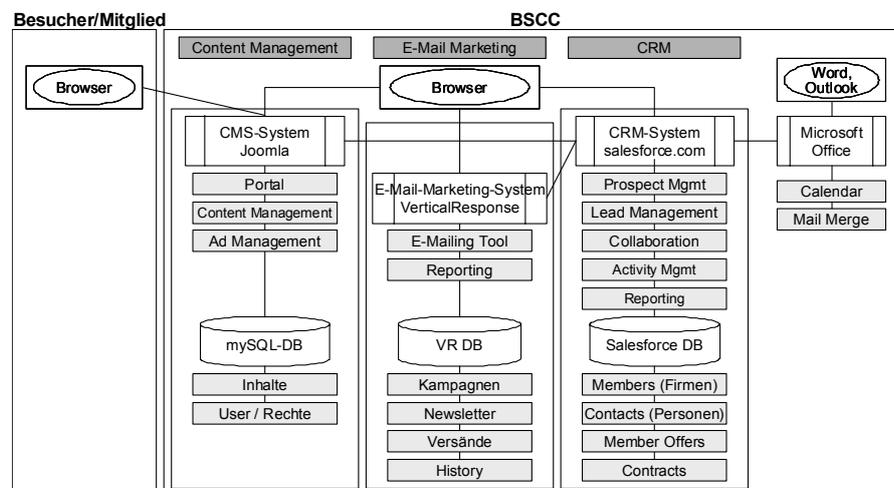


Abb. 21.3: Das Zusammenspiel der verschiedenen SaaS-Anwendungen bei BSCC

Für den Versand ihrer elektronischen Newsletter verwendet die BSCC die Applikation VerticalResponse, die nahtlos mit salesforce.com integriert ist. Je nach Funk-

tion wird die Integration auf unterschiedlichen Ebenen realisiert. Möchte der Benutzer beispielsweise einen E-Newsletter an eine in salesforce.com erstellte Adressliste versenden, verzweigt er dazu auf eine VerticalResponse-Eingabemaske. Bei dieser Integration auf der Präsentationsebene bleibt die Navigation von salesforce.com sichtbar, der Benutzer interagiert aber mit VerticalResponse.

Bei der zweiten Form der Integration steuert VerticalResponse einen Inhaltsblock zu einer modularen salesforce.com-Bildschirmmaske bei. Hier interagiert der Benutzer mit salesforce.com. So wird beispielweise auf der Detailseite eines Kontakts die Liste der an ihn versandten E-Newsletter angezeigt. Das VerticalResponse-Modul ist dabei optisch nicht von den salesforce.com-Modulen zu unterscheiden.

Schliesslich kann VerticalResponse über ein Application Programming Interface (API) direkt Daten in salesforce.com aktualisieren. Wünscht der Empfänger eines E-Newsletters keine weiteren Informationen zu beziehen (Opt-out), wird dies an VerticalResponse zurückgemeldet. Diese Anwendung aktualisiert dann den entsprechenden Eintrag in den Kontaktdaten von salesforce.com.

Ein Add-in für Microsoft Word ermöglicht es, in Serienbriefen direkt auf Felder der Salesforce-Datenbank zuzugreifen. Vorlagen können auf salesforce.com hinterlegt und dort direkt genutzt werden. Die erzeugten Dokumente werden als E-Mail-Attachments an die BSCC gesandt. Wenn nötig, werden sie dort individuell angepasst und anschliessend gedruckt und verschickt.

Vorkonfigurierte, mit Kontaktdaten angereicherte E-Mails können direkt aus salesforce.com verschickt werden. Die Anzahl ist aber auf 1'000 pro Tag begrenzt. Für grössere E-Mail-Versände kommt deshalb immer VerticalResponse zum Einsatz.

Die BSCC betreibt keinen eigenen Kalenderserver, sondern nutzt die entsprechenden Funktionen in salesforce.com. Die bidirektionale Synchronisation mit der Office-Anwendung Outlook erfolgt automatisch. Outlook dient ebenfalls als E-Mail-Client und kommuniziert mit einem Mailserver. Eine Verbindung zu salesforce.com, die es zum Beispiel erlauben würde, E-Mails automatisch einzelnen Kontakten oder Aktivitäten zuzuordnen, besteht nicht.

21.3.4 Technische Sicht

Da in der Lösung wo immer möglich internetbasierte Anwendungen eingesetzt werden, fällt die technische Sicht relativ einfach aus (vgl. Abb. 21.4).

Die BSCC-Standorte Zürich und London sind via ADSL mit dem Internet verbunden. Das CMS Joomla und der Mailserver der BSCC werden extern betrieben. VPN oder vergleichbare Technologien kommen nicht zum Einsatz.

VerticalResponse und salesforce.com werden als Software-as-a-Service-Anwendungen angeboten. Beide verfügen über eine hoch skalierbare Infrastruktur, die

höchsten Anforderungen an Datensicherheit und -vertraulichkeit genügt. Die Infrastruktur von salesforce.com ist auf vier Rechenzentren in den USA und eines in Singapur verteilt. Ein weiteres Rechenzentrum soll 2010 in Europa gebaut werden. Sämtliche Kundendaten sind weltweit sieben Mal repliziert – ein klares Indiz dafür, welchen hohen Stellenwert Sicherheit und Verfügbarkeit dieser Daten haben.

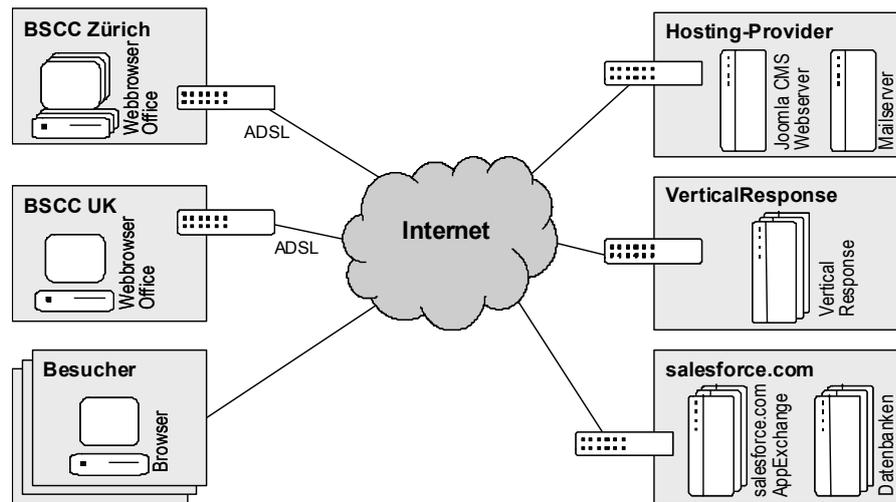


Abb. 21.4: BSCC nutzt primär internetbasierte Anwendungen

21.4 Projektablauf und Betrieb

21.4.1 Investitionsentscheidung und Evaluation der Lösung

Bis zur zweiten Jahreshälfte 2007 hatten sich die in Kapitel 21.2.1 beschriebenen Unzulänglichkeiten derart verschärft, dass die BSCC auf Anregung des damaligen ICT-Leiters eine neue IT-Lösung anstrebte. Dazu wurde beim bestehenden Betreiber eine Offerte eingeholt, die aber als zu teuer beurteilt wurde. In der Folge kam es an der ERP-Messe topsoft zu einem ersten Kontakt zwischen der BSCC und Nexell. Im November 2007 lag eine detaillierte Offerte vor, die sowohl die funktionalen Anforderungen der BSCC als auch die vom Finanzchef der BSCC angestrebte Senkung der Gesamtkosten (TCO) erfüllte. Für die Lösung sprach insbesondere, dass keinerlei Investitionen in Hard- und Software vonnöten waren.

21.4.2 Projektmanagement, Roll-out und Change Management

Das Projekt wurde in enger Zusammenarbeit zwischen dem ICT-Leiter der BSCC und dem Projektleiter seitens Nexell in zwei Phasen realisiert. Die erste Phase war auf die internen Prozesse fokussiert und endete mit der Einführung von salesforce.com als Ablösung für die bestehende Mitgliederdatenbank. Anschliessend folgte der Aufbau des neuen BSCC-Portals auf Joomla-Basis und die Integration mit salesforce.com. Im Herbst 2008 war die komplette Lösung live. Im Verlauf des Projekts aufkommende Change Requests wurden nach Absprache zwischen den beiden Projektleitern ins Projekt integriert.

21.4.3 Laufender Unterhalt

Für den laufenden Unterhalt von salesforce.com und VerticalResponse sind die SaaS-Betreiber besorgt. Der entsprechende Aufwand ist mit den Lizenzen vollumfänglich abgegolten.

Nexell übernimmt die Wartung des CMS und BSCC-spezifische Funktionserweiterungen. Dafür wurde ein jährliches Kontingent an Personentagen vereinbart. BSCC kann Supportanfragen und Change Requests direkt in salesforce.com erfassen und an Nexell übermitteln. Nexell ergänzt den Change Request daraufhin mit dem geschätzten Aufwand. Ob ein Change Request verworfen, im Rahmen des Kontingents oder als separates Projekt realisiert wird, entscheidet die BSCC.

21.5 Erfahrungen

21.5.1 Nutzerakzeptanz

Die Mitarbeitenden der BSCC haben die neue Lösung mit offenen Armen empfangen und waren von Anfang an motiviert, diese zu nutzen.

Die Mitglieder nutzen „Members Online“ in zunehmendem Masse. Etwa zwei Drittel haben ihre Nutzerdaten bereits online angeschaut und bei Bedarf korrigiert. Einzelne Mitglieder vermissen wohl das gedruckte Mitgliederverzeichnis, doch insgesamt ist die Onlineversion mittlerweile akzeptiert.

21.5.2 Zielerreichung und bewirkte Veränderungen

Die Ziele des Projekts wurden laut der Betreiberin vollumfänglich erreicht. Die BSCC kann heute mit hochwertigeren Daten wesentlich effizienter arbeiten. Mit dem BSCC-Portal steht den Mitgliedern eine leistungsfähige Kommunikationsdrehscheibe zur Verfügung.

21.5.3 Investitionen, Rentabilität und Kennzahlen

Vor der Einführung der Lösung beliefen sich die jährlichen IT-Kosten der BSCC auf ca. 70'000 CHF. 2008 wurden für die neue Lösung – inklusive Lizenzen im Umfang von 9'000 CHF – ca. 80'000 CHF aufgewendet. Für den laufenden Betrieb sind 2009 46'000.- CHF veranschlagt, davon sind 9'000 CHF Lizenzkosten.

Der Aufwand für das gedruckte Mitgliederverzeichnis ist komplett weggefallen. Zudem konnte die BSCC darauf verzichten, den per Ende März 2009 ausgeschiedenen ICT-Leiter zu ersetzen. Dank der neuen Lösung konnten somit die externen Kosten um ca. 50 % reduziert und zusätzlich eine Vollzeitstelle eingespart werden.

21.6 Erfolgsfaktoren

21.6.1 Spezialitäten der Lösung

Herausragendes Merkmal der Lösung ist, dass sie sich vollständig auf internetbasierte Anwendungen abstützt. Die Softwareausstattung bei der Betreiberin ist auf Browser und Officeapplikationen reduziert. Die Projektpartnerin Nexell konzentriert sich auf ihre Kernkompetenzen Entwicklung und Beratung. Das Hosting der Portallösung ist an ein Rechenzentrum ausgelagert. Schliesslich sind an der Lösung zwei Software-as-a-Service-Anwendungen beteiligt. Die BSCC kann für relativ bescheidene Lizenzgebühren an einer hoch skalierbaren Infrastruktur teilhaben.

21.6.2 Reflexion der Faktoren für dauerhaften Erfolg

Dauerhafter Erfolg mit Business Software bedingt, dass die Anwendungslandschaft die aktuellen Anforderungen eines Unternehmens erfüllt und gleichzeitig flexibel genug für zukünftige Entwicklungen ist – auch für heute noch nicht vorhersehbare Veränderungen. Software-as-a-Service-Lösungen können dafür gute Voraussetzungen bieten: Selbst Kleinkunden ohne eigene IT profitieren hier von den Weiterentwicklungen, die der Anbieter auf Basis der Erfahrungen zahlreicher Kunden laufend vornimmt. Mit Themen wie Releasewechsel muss sich der SaaS-Kunde nicht beschäftigen. Zudem ist der laufende Betrieb auf einem Qualitätsniveau sichergestellt, das für viele Nutzer mit eigenen Mitteln kaum zu erreichen wäre.

21.6.3 Lessons Learned

Der Wechsel auf eine rein internetbasierte Lösung erfolgte für einige Mitglieder zu abrupt – sie konnten den technologischen Schritt nicht unmittelbar nachvollziehen. Insgesamt hat sich das konsequente Handeln aber gelohnt. Dem Projektablauf selbst erteilen alle Beteiligten beste Noten.