

Mit rund 128.000 persönlichen Mitgliedern zählt der Verein Deutscher Ingenieure VDI zu den größten technisch-wissenschaftlichen Verbänden Europas. Das reiche interdisziplinäre Netzwerk der VDI-Gruppe führt dazu, dass neben den Mitgliederdaten auch eine Vielzahl von Geschäftspartnerdaten zu managen sind. Darüber hinaus steht der VDI in Beziehung zu Menschen in verschiedensten Rollen: So kann jemand als Privatperson Mitglied sein, und sich gleichzeitig als Ansprechpartner einer Firma in einem Gremium engagieren. Um all diese Personen optimal betreuen zu können, setzt der VDI auf eine optimal zugeschnittene CRM-Lösung. Im Zentrum steht dabei der Mensch in mehreren Rollen – egal wie viele Rollen ein Mensch einnimmt, es wird nur ein Datensatz verwaltet.

# Menschen managen

Der VDI managt komplexe Innen- und Außenkontakte mit einer neuen CRM-Lösung

Was haben die Unternehmen der VDI-Gruppe (z. B. eine Wissensforum GmbH, ein Versicherungsdienst, ein Technologiezentrum, eine Projekt- und Service GmbH und ein Verein) gemeinsam? Jedes von ihnen muss eine große Zahl unterschiedlicher Kontaktdaten managen. Alle Kontakte zusammen bilden das große, interdisziplinäre Netzwerk der VDI-Gruppe mit seinem enormen Wissen und seiner Vielzahl an Kontakten.

Um dabei nach zeitgemäßen Kriterien des Customer Relationship Management arbeiten zu können, müssen die zu Grunde liegenden technischen Lösungen besondere Qualitätsansprüche erfüllen. Schließlich gilt es, das aus der hohen Zahl von Daten erwachsende Potenzial möglichst vollständig auszuschöpfen. Nur so kann die Grundlage für eine individualisierte Geschäftspartnerbetreuung sowie zielgerichtete und effiziente Marketingaktivitäten (z. B. zur Mitgliedergewinnung oder die Bewerbung von Veranstaltungen und Seminaren) geschaffen werden. Bei der Suche nach einer entsprechenden Standardlösung lag die Latte also hoch. Es verwundert daher nicht, dass sich die VDI-Gruppe schließlich zu einer Entwicklungspartnerschaft für eine neue CRM-Standardlösung entschloss. Dabei wurden etablierte Standardkomponenten

eingebunden um „das Rad an vielen Stellen nicht neu zu erfinden“ (z. B. Produkte für die Adressselektionen, Prüfung der postalischen Korrektheit und unscharfe Dublettenprüfung).

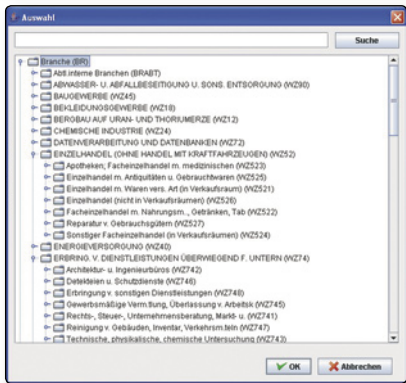
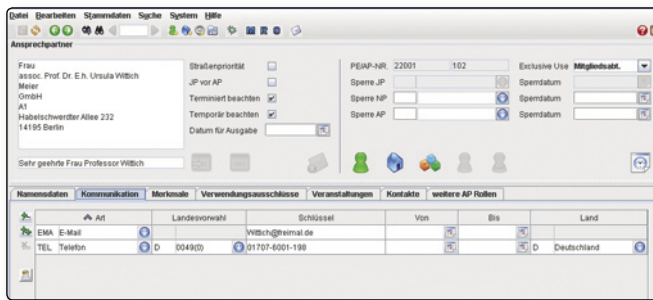
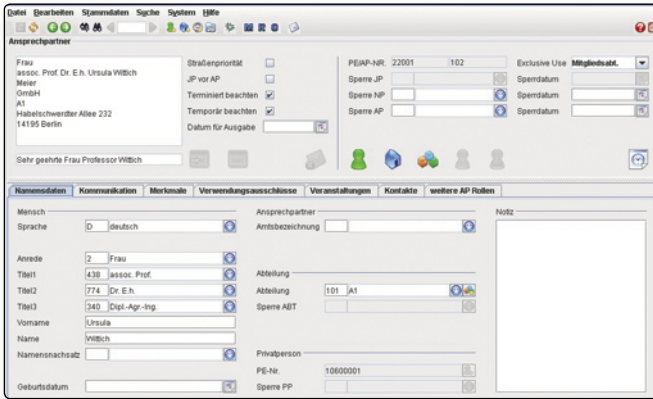
### VIELE ROLLEN – EIN MENSCH

Eine zentrale Herausforderung beim Management von Geschäftspartnerbeziehungen in großen Vereinen und Verbänden besteht in der Vermeidung von Redundanzen. Schließlich zählen zu dem erweiterten Begriff Geschäftspartner in diesem Zusammenhang auch Mitglieder, Interessenten, Veranstaltungsbesucher oder ehrenamtlichen Mitarbeiter. Viele dieser Menschen treten überdies häufig in mehreren Rollen auf, etwa als Privatperson sowie als Ansprechpartner bei einer Firma oder einer Universität. Um dieser Herausforderung zu begegnen, setzt die VDI-Gruppe schon seit vielen Jahren auf eine rollenbasierte Lösung: Im CRM-System wird eine (natürliche) Person nur einmal geführt, kann aber in unterschiedlichen Rollen als Geschäftspartner in Erscheinung treten. Unter diesen Rollen können dann vielfältige Informationen wie Merkmale, Kontaktverläufe, Kommunikationsdaten oder Sperrvermerke für bestimmte Verwendungszwecke angelegt und rollenübergreifend eingesehen wer-

den. So kann etwa die dienstliche Telefonnummer einer Privatperson eingesehen werden, wenn diese gegenüber der VDI-Gruppe auch als Ansprechpartner einer Firma auftritt. Werden Adressselektionen durchgeführt, so wird jede Person jeweils nur einmal ausgegeben – je nach der angegebenen Präferenz. Werden etwa nur Firmenkontakte gesucht, so wird ein „Ehrenamtler“, der auch als Geschäftspartner in Beziehung zum VDI steht, unter dem Firmenbezug aufgelistet.

### „SEHR GEEHRTER FRAU...“

Ein weiterer grundlegender Aspekt der Lösung besteht darin, dass sehr viel Wert auf die Qualität der Daten gelegt wird. In der Kommunikation mit den Geschäftspartnern ist es von zentraler Bedeutung, korrekte Daten zur Verfügung zu haben und immer die richtige Form der Ansprache zu wählen. Mit dieser Lösung wird sichergestellt, dass Irritationen der Geschäftspartner z. B. durch das Fehlen von Titeln, Adelsprädikaten und Namensnachsätzen (z. B. MdB) vermieden werden. Großer Wert wird auch auf die Vermeidung von Dubletten gelegt. Schließlich ist es nicht gerade Ausdruck eines verantwortungsvollen Umgangs mit Mitgliedsbeiträgen, wenn identische Postsendungen mehrfach an die gleiche Person gehen!



**Durch den deutlich erhöhten Komfort steigt die Bereitschaft, die oftmals eher lästige Pflege von Datenbankinformationen gewissenhaft vorzunehmen.**

## „MERKMALE“ UND „KONTAKTE“ ALS BASIS FÜR PUNKTGENAUE SELEKTIONEN

Als zentrales Instrument für die Zuordnung von Zusatzinformationen zu einer Person werden in der Lösung, deren technisches Herzstück eine Oracle 9i Datenbank bildet, Merkmale vergeben. Hiermit werden u. a. die Informationen zu Interessen, Fachgliederungen und Gremien vermerkt. Sie sind hierarchisch organisiert (siehe Screenshots) und werden über Zusatzdaten weiter angereichert (z. B. „Vorsitzender in einem Gremium in der Zeit von und bis“). Darüber hinaus werden die wesentlichen Kontakte zu den Geschäftspartnern (dies können z. B. Telefonate,

Besuche oder Emails sein) mit optionaler Angabe von Kategorien, Themengebieten und einem Status erfasst.

Diese exakte Kategorisierung ermöglicht zielgenaue Selektionen, die im Ausgabemodul standardisiert ausgegeben werden können (in unterschiedlichen Formaten z. B. als csv-Datei). Dabei kann gleichzeitig ein automatischer Kontakt für Nachfassaktionen angelegt werden.

## BODENHAFTUNG DURCH SCHLANKE TEILPROJEKTE

Die Entwicklung des Systems erfolgte in einer Partnerschaft zwischen dem VDI und einem externen Dienstleister. Um

eine genaue Arbeit und die enge Praxisanbindung sicherzustellen, wurde das Gesamtprojekt in zwölf Teilbereiche untergliedert (z. B. die Privatpersonenpflege, die Ausgabe oder die Adressselektionen). Diese wurden jeweils einzeln abgenommen, wobei wichtige Funktionen bereits in Vortests gecheckt und abgestimmt wurden. Inklusiv der Qualitätssicherung und der Endabnahme konnte die gesamte Lösungsentwicklung und -umsetzung innerhalb von zwölf Monaten erfolgen und wurde wie geplant Ende 2005 live geschaltet. Dabei gab es keinerlei Probleme, sondern im Gegenteil: die Arbeit ging störungsfrei im neuen System weiter.

## HOHE AKZEPTANZ

Die VDI-Gruppe möchte das umfassende interdisziplinäre Netzwerk mit seinem enormen Wissen und seiner Vielzahl an Kontakten in Zukunft verstärkt in den Vordergrund stellen. Die solide neue CRM-Lösung schafft dafür durch die deutliche Verbesserung der Informationsqualität und die einfache, intuitive Benutzerführung eine Grundlage. Schon in den ersten Einsatzwochen zeigte sich eine sehr hohe Akzeptanz, und zwar bei den ständigen ebenso wie bei den Gelegenheitsnutzern. Durch den deutlich erhöhten Komfort (z. B. erleichtern die vielfältigen und vor allem sehr schnellen Suchmöglichkeiten die Arbeit) steigt die Bereitschaft, die oftmals eher lästige Pflege von Datenbankinformationen gewissenhaft vorzunehmen. Und diese Arbeit liefert die Basis für hohe Kundenzufriedenheit, stärkere Kundenbindung und die gleichzeitige Optimierung interner Abläufe. (WL) ■

## WEITERE INFORMATIONEN

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

### Technische Realisation:

Opitz Consulting, Gummersbach  
 Kontakt: Martin Bertelsmeier,  
 Bereichsleiter, [www.opitz-consulting.de](http://www.opitz-consulting.de)  
 Telefon (0 22 61) 60 01-0