

Fachbereich Wirtschaft

Praxissemesterarbeit

Migration von mySAP CRM 4.0 –
Administration, Customizing und Entwicklungen

eingereicht von:

Christian Pfaff
geboren am 26. August 1976 in Parchim
Studiengang Wirtschaftsinformatik
Matrikel Nr. : 105062

Betreuer:

Prof. Dr. J. Helmke

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
Vorwort	1
1 Einleitung	2
1.1 Die Siemens AG	2
1.2 Die Siemens VDO Automotive AG	2
1.3 Die Abteilung IT & Organization	3
2 Customer Relationship Management	4
2.1 Definition	4
2.2 Praktischer Bezug und Chancen	4
2.3 Ziele und Aufgaben	5
2.4 Werkzeuge	6
2.5 Komponenten von CRM Systemen	6
3 CRM Lösungen der SAP AG	8
3.1 Die SAP AG	8
3.2 mySAP CRM	9
3.3 mySAP Mobile Sales	12
4 Migration von mySAP CRM 4.0 bei der Siemens VDO Automotive AG	14
4.1 Aufbau der Nutzerakzeptanz und Schulungsmaßnahmen	14
4.2 Systemlandschaft	14
4.3 Nutzerverwaltung	16
4.4 ABAP/4	16
4.5 Customizing	18
4.6 Projekt Management	19
5 Ausblick	20
Literaturverzeichnis	IV
Ehrenwörtliche Erklärung	V

Abbildungsverzeichnis

3.1	wichtige SAP R/3 Module (Quelle: [Fin00, S.20])	9
3.2	Customer Interaction Center	10
3.3	Unterteilung des Arbeitsbereiches des CIC	11
3.4	Vorgänge/Aktivitäten	11
3.5	Mobile Sales	12
4.1	Tätigkeitsbereiche der SBS (Quelle: [uCO06])	15
4.2	Systemlandschaft der SAP Systeme	15

Abkürzungsverzeichnis

ABAP	Advanced Business Application Programming
AG	Aktiengesellschaft
BDoc	Business Document.
BSP	Business Server Pages
CeBIT	Centrum der Büro- und Informationstechnik
CIC	Customer Interaction Center
CRM	Customer Relationship Management
Deuta	Deutsche Tachometer
ERP	Enterprise Ressource Planning
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
IBM	International Business Machines
IMG	Installation Guide
IT	Informations Technology
OSA	Otto Schulze Autometer
OTA	Otto Schulze Tachometer
RFC	Remote Function Call
RTTI	Runtime Type Information
SAP	Systemanalyse und Programmentwicklung
SBS	Siemens Business Service
SCM	Supply Chain Management
VDO	Vereinigte Deuta OTA

Vorwort

Vom 13. Februar 2006 bis zum 13. August 2006 absolvierte ich bei der SiemensVDO Trading GmbH mein Pflichtpraktikum. Das Pflichtpraktikum ist Bestandteil des Studienganges Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Wismar. Die Siemens VDO Automotive AG hat im Dezember 2005 mit der Migration von mySAP CRM 4.0 begonnen. Meine Aufgaben lagen vor allem in der Unterstützung des CRM Migrationsteams. Nach einer kurzen Einführung wurde ich voll in das Team integriert und bekam eigene Arbeitspakete zugewiesen. Diese bestanden aus Aufgaben in Form von ABAP Entwicklungen und Customizings. Eine weitere Aufgabe war das Supporten der Nutzer. Bereits während des Hauptstudiums konnte ich durch einen Wahlpflichtkurs erste Einblicke in das SAP System erhalten. Diese Kenntnisse konnte ich während meines Praktikums vertiefen.

1 Einleitung

1.1 Die Siemens AG

Werner von Siemens wurde im Jahre 1816 in Lenthe bei Hannover geboren. Nachdem es ihm 1846 gelang den Wheatstoneschen Telegrafen zu verbessern, gründete er im Jahre 1847 zusammen mit dem Mechaniker Johann Georg Halske das Unternehmen Telegraphen-Bauanstalt von Siemens & Halske in Berlin. Im Jahre 1858 wurde durch Wilhelm Siemens die erste englische Niederlassung Siemens, Halske & Co. gegründet. Als sich Werner von Siemens 1890 aus dem Unternehmen zurückzog, übernahmen sein Bruder Carl sowie die Söhne Wilhelm und Arnold die Leitung. Um den wachsenden Kapitalbedarf der Firma zu decken, erfolgte im Jahre 1897 die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft. 1903 übernahm Siemens & Halske die Elektrizitäts-Aktiengesellschaft Schuckert & Co. und gründete daraus die Siemens Schuckertwerke GmbH. Außerdem wurden in den Jahren 1897-1913 alle betrieblichen Aktivitäten nach Berlin verlagert. Die Mitarbeiterzahl betrug im Geschäftsjahr 1913/1914 bereits 82.000, nach dem zweiten Weltkrieg jedoch nur noch 40.000. Da die politische Lage in Berlin nach dem zweiten Weltkrieg recht unsicher war, wurde im April 1949 die Umsiedlung der Siemens & Halske Werke nach München und der Siemens Schuckertwerke nach Erlangen beschlossen. Berlin blieb jedoch bei beiden Werken der zweite Firmensitz. Um die Aktivitäten zu bündeln, verschmolz man im Jahre 1966 die Siemens & Halske AG, die Siemens Schuckertwerke AG und die Siemens Reinigerwerke AG zur Siemens AG. Zu einer weiteren Umstrukturierung kam es im Jahre 1969. Die technischen Arbeitsgebiete wurden in die sechs Unternehmensbereiche Bauelemente, Datentechnik, Energietechnik, Installationstechnik, medizinische Technik und Nachrichtentechnik zusammengefasst.[AG02] Heute beschäftigt die Siemens AG weltweit 430.000 Mitarbeiter und hat einen Jahresumsatz von ca. 75 Milliarden Euro.[AG05a]

1.2 Die Siemens VDO Automotive AG

Die Geschichte der Siemens VDO Automotive AG begann im Jahre 1920. Durch Adolf Schindling, Georg Häußler und Heinrich Lang wurde die OSA-Apparate¹ GmbH gegründet. Im Jahre 1925 erfolgte die Umbenennung in OTA-Apparate² GmbH. Durch die Fusion mit den Deuta³ Werken GmbH zur VDO Tachometer AG entstand 1929 das Markenzeichen VDO⁴. Nach zweimaliger Umbenennung entstand im Jahre 1972 die VDO Adolf Schindling GmbH. Diese wurde im Jahre 1973 zur Aktiengesellschaft. Der Börsengang erfolgte 1986. Die Siemens AG gründete im Jahre 1989 den eigenständigen Geschäftsbereich Automobiltechnik. In der Zeit von 1991-1997 übernahm Mannesmann die VDO Adolf Schindling AG und bildete die Mannesmann VDO AG. Bei der Siemens AG wurde der Bereich Automobiltechnik im Jahre 2000 ausgegliedert. Es entstand die Siemens

¹OSA = Otto Schulze Autometer

²OTA = Otto Schulze Tachometer

³Deuta = Deutsche Tachometer

⁴VDO = Vereinigte Deuta OTA

Automotive AG. 2001 fusionierten Siemens Automotive und Mannesmann VDO zur Siemens VDO Automotive AG. [AG06c] Heute ist das operative Geschäft der Siemens AG in den Einheiten Information and Communications, Automation and Control, Power, Transportation, Medical, und Lighting untergliedert. Die Siemens VDO Automotive AG ist dabei der Geschäftseinheit Transportation untergeordnet. [AG05b] Die Siemens VDO Automotive AG hatte im Jahre 2005 einen Umsatz von 9,6 Milliarden Euro und eine Mitarbeiterzahl von 50.800. [AG06d]

1.3 Die Abteilung IT & Organization

Die Abteilung IT & Organization ist Bestandteil der Siemens VDO Trading GmbH. Die Siemens VDO Trading GmbH wiederum ist eine einhundertprozentige Tochtergesellschaft der Siemens VDO Automotive AG. Sie ist als Headquarter der Siemens VDO Automotive AG zu verstehen. Außer dem Bereich IT & Organization sind dort unter anderem die Bereiche OrderDesk, HelpDesk und Sales untergebracht. Der Verantwortungsbereich der Abteilung IT & Organization liegt in der Administration, Pflege und Erweiterung des SAP R/3 Systems der Siemens VDO Automotive AG und in der Betreuung der Nutzer des Systems. Ebenfalls ist der Abteilung das IT Management, das IT Controlling, die IT Strategy und die IT Security zugeordnet. Das mySAP CRM System wurde durch die Abteilung zum Ende des Jahres 2005 migriert. Seitdem wird es stetig den Nutzeranforderungen angepasst.

2 Customer Relationship Management

2.1 Definition

Beim Customer Relationship Management geht es um die Verwaltung von Kundenbeziehungen. "CRM ist eine bereichsübergreifende, IT-unterstützte Geschäftsstrategie, die auf den systematischen Aufbau und die Pflege dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen zielt." [Inc06b] Es handelt sich dabei um eine Philosophie, die den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensprozesse stellt. Es werden den Mitarbeitern alle wichtigen Informationen über Kunden und Interessenten überall und jederzeit zur Verfügung gestellt. Die Kunden werden also bedarfsgerecht und kompetent betreut. Dadurch erhöht sich die Wertschöpfung der Kundenbeziehungen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass CRM Systeme die kundenbezogenen Prozesse optimieren sollen. [Sch04]

2.2 Praktischer Bezug und Chancen

Bei der Optimierung der kundenbezogenen Prozesse sind vor allem zwei Aspekte zu berücksichtigen.

Zum einen sollte man sich darüber im Klaren sein, wo der Nutzen eines solchen Systems liegt. Die Informationsbeschaffung und die Kommunikation nehmen heute den größten Anteil der täglichen Arbeit ein. Die Vorgänge lassen sich jedoch durch Abbildung transparent machen, was zu einer deutlichen Erhöhung der Arbeitseffizienz führt.

Des Weiteren sollte man über den Ablauf der Arbeitsprozesse informiert sein. Prozesse, die zwischen Firmen ablaufen werden durch Personen ausgeführt. Es ist also eine Abbildung erforderlich, wer mit wem und wann welche Informationen austauscht. Es könnte sonst vorkommen, dass aktueller Informationsgehalt vollkommen wertlos ist.

Für ein reibungsloses Kundenmanagement sind folgende Informationen notwendig:

- wichtige Daten der Interessenten und Kunden (Adresse, Ansprechpartner, Telefonnummern, Mailadressen, Branche)
- Anforderungen der Interessenten und Kunden (Bedarf an welchen Produkten, Dienstleistungen und Services/Potenzial)
- alle mit dem Kunden ausgetauschten Informationen (Termine, Anfragen, Angebote, Reklamationen, Telefonate)
- offene und erledigte Vorgänge der Mitarbeiter

Die Gesamtheit dieser Informationen bilden gleichzeitig die Anforderungen eines CRM Systems und führen zur Kundenzufriedenheit.

Aus CRM Systemen ergeben sich folgende Chancen:

- Zusammenfassung von Informationen, Vermeidung von Informationsinseln
- durchgängige Information in allen Bereichen des Unternehmens mit Kundenkontakt: Vertrieb, Marketing und Service
- Fokussierung auf Kunden mit Potenzial
- Systematisierung der Vertriebstätigkeiten
- Justierung der Aktivitäten auf individuelle Kundenbedürfnisse

[Sch04]

2.3 Ziele und Aufgaben

CRM Systeme besitzen folgende allgemeine Zielerfordernisse:

- Zusammenführung sämtlicher Kundeninformationen aus allen Bereichen zur Steigerung der Qualität der Kundenbetreuung, aus Kunden - wie aus betrieblicher Sicht (Umsatz und Ertrag)
- kontinuierlicher Datenaustausch mit dem Außendienst und dessen optimale Unterstützung
- Auswertung der vertrieblichen Aktivitäten nach Mitarbeitern und Produktgruppen (Verhältnis Angebotserstellung und Besuche - Abschlüsse etc.)
- Integration der Kommunikationswege (Telefon, Fax, E-Mail, SMS)
- einfache Anwendung der Lösung, Spaß bei der Arbeit mit dem System
- messbarer Nutzen für jeden einzelnen Anwender, denn nur so wird ein solches System lückenlos gepflegt und erzielt die oben aufgeführten Effekte

[Sch04]

Da CRM als ein Teil des Marketing zu verstehen ist, lassen sich weitere Ziele aus den Marketingzielen ableiten:

- die Bindung der Bestandskunden mit maßgeschneiderten Aktionen zu erhalten und aus Interessenten Kunden zu machen
- die Kundenorientierung zu verbessern, um dem Kunden individualisierte, seinen Bedürfnissen entsprechende Leistungen anbieten zu können
- durch die Analyse des Kaufverhaltens in der Datenbank und entsprechenden Einsatz der Instrumente des Marketing-Mix die Kundenzufriedenheit und die Kauffrequenz zu steigern
- das Kundenpotential besser auszuschöpfen sowie
- durch die zentrale Erfassung der Daten Kosten zu reduzieren

Zu den Aufgaben des CRM zählt die Kundengewinnung (Akquisition). Dabei sollen bereits in der Datenbank gespeicherte Interessenten mit Mitteln des Direktmarketings oder des persönlichen Verkaufs als Kunden gewonnen werden.

Eine weitere Aufgabe ist die Kundenbindung. Hierbei sollen Kunden durch gezielte Aktionen, wie z.B. Gewährung von Sonderkonditionen, an das Unternehmen gebunden werden. Wichtige Bestandteile sind hier das Beschwerdemanagement und das After Sales Management.

Die Kundenrückgewinnung bildet eine dritte Aufgabe des CRM. Die Kunden werden dabei gezielt angesprochen. Nach der Feststellung der Wechselgründe erhalten sie eine gezielte Betreuung. [Inc06b]

2.4 Werkzeuge

CRM Systeme basieren auf Datenbanken und sind somit Datenbankanwendungen. Sie ermöglichen eine strukturierte und möglicherweise automatisierte Erfassung von Kundendaten und -kontakten. Diese Daten können wiederum zur Unterstützung der Vertriebsbereiche des Unternehmens herangezogen werden. Vor allem in großen Unternehmen werden die Daten des CRM Systems in Data Warehouses zur Verfügung gestellt, um sie ggf. auswerten zu können. In der Vergangenheit beruhten CRM Systeme auf einer proprietären¹ Softwarelösung. Zur Zeit gibt es jedoch auch eine große Zahl an On-Demand- und Open-Source-Lösungen. Der Vorteil der On-Demand-Lösung liegt darin, dass nur für die Nutzung des Systems gezahlt wird. Eine aufwendige technische Infrastruktur bleibt somit erspart. Open-Source-Lösungen hingegen sind frei verfügbar, was niedrige Beschaffungskosten zur Folge hat. Der Großteil der Kosten entsteht jedoch nicht bei der Beschaffung des CRM Systems. Kosten entstehen ebenfalls in der Pflege der Daten sowie in der Planung und Durchführung von Aktionen. In manchen Fällen ist es außerdem nötig, die Software an die Anforderungen des Unternehmens anzupassen. Auch dabei entstehen Kosten. Idealerweise wird die CRM Software in die ERP² Software des Unternehmens integriert. Der Vorteil besteht darin, dass die CRM Umgebung dann auf 'echte' Daten zurückgreift. Außerdem werden Redundanzen in der Datenhaltung vermieden. Während der Nutzung von CRM Systemen können riesige Datenmengen entstehen. Es sollte also schon im Vorfeld genau definiert werden, welche Daten gespeichert werden sollen. [Inc06b]

2.5 Komponenten von CRM Systemen

Das Customer Relationship Management lässt sich in das analytische, das operative, das kommunikative und das kollaborative CRM einteilen.

Durch das kommunikative CRM wird die direkte Schnittstelle zum Kunden angesprochen und die verschiedenen Kommunikationskanäle für den Kundenkontakt bereitgestellt. Dies gewährleistet die Verwaltung der Kommunikationskanäle und deren effiziente Nutzung. Mittlerweile wird auch häufig vom Multichannel-Management gesprochen. Zu den wichtigsten Kommunikationskanälen zählen das Telefon, das Web, sowie klassische Post-schreiben.

¹proprietär = eigenständig

²ERP = Unternehmens-Informationssystem

Im analytischen CRM erfolgt eine Analyse der im Data-Warehouse-System gespeicherten Kunden- und Transaktionsdaten. Dies erfolgt mittels multivariater³ Methoden und der Business Intelligence⁴. Weitere Analysemöglichkeiten ergeben sich aus dem Data Mining. Beim analytischen CRM soll möglichst viel und vor allem wichtiges Wissen aus den in den Kundendaten enthaltenen Informationen gewonnen werden. So lassen sich Eigenschaften, Verhaltensweisen und Wertschöpfungspotenziale von Kunden besser erkennen und einschätzen.

“Analytisches CRM liefert die Grundlagen für unternehmerische Entscheidungen durch die Analyse von Kundendaten.” [Zen03, S39ff]

Die durch das analytische CRM gewonnenen Informationen werden im operativen CRM einer Verwendung zugeführt. Dabei bildet das Kampagnenmanagement die Schnittstellen zwischen dem operativen und analytischen CRM. Durch die Informationen können z.B. Märkte segmentiert oder Kunden bewertet werden. Allerdings werden auch umgekehrt aus dem operativen CRM die meisten Daten für die Auswertungen im analytischen CRM gewonnen. Zunächst werden im operativen CRM die ersten Daten gewonnen. Diese werden anschließend im analytischen CRM ausgewertet. Das Ergebnis kann zu einem Anstoß weiterer operativer Kampagnen führen. Es folgt die weitere Gewinnung operativer Daten und somit der Schluss des Kreislaufes.

“Operatives CRM unterstützt die direkt den Kunden betreffenden Prozesse (Marketing, Vertrieb, Service) sowie die Unternehmensleitung.” [Zen03, S39ff]

CRM kann jedoch nicht nur innerhalb einer Organisationseinheit oder einer Unternehmung umgesetzt werden, sondern über Organisations- und Unternehmensgrenzen hinaus. Darauf bezieht sich das kollaborative CRM. Ein praktisches Beispiel dafür wäre, dass CRM nicht nur für die Außendienstvertriebsorganisation eingesetzt wird, sondern im gesamten Vertrieb. Es müssen also integrative Konzepte für Pricing, Rabatte und Zielgruppenfokus gefunden werden, um die Kräfte zu bündeln und den Kunden gezielt und mit einheitlichen Zielsetzungen und klar abgegrenzten Verantwortlichkeiten anzusprechen. Auch die Abgrenzung zwischen Neugeschäft und Servicegeschäft speziell bei Investitionsgütern ist erforderlich. Beim kollaborativen CRM über die Unternehmensgrenzen hinaus, werden externe Lieferanten, externe Vertriebskanäle, externe Dienstleister und externe Logistikunternehmen mit einbezogen. Die Prozesskosten, der Medieneinsatz sowie die Prozessgeschwindigkeit können durch die Optimierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette noch weiter optimiert werden.

“Unternehmensübergreifendes CRM beinhaltet die Zusammenarbeit von Unternehmen, Geschäftspartnern und Kunden. Gemeint sind hier vor allem die Bereiche Marketing, Sales und Service. Im Unterschied zum operationellen CRM wird hier versucht, eine vertikale Integration der Vertriebsebenen zu erreichen.” [Zen03, S39ff]

[Inc06b]

³multivariate Verteilung = Die gemeinsame Wahrscheinlichkeitsverteilung mehrerer Zufallsvariablen

⁴Business Intelligence = Geschäftsanalyse

3 CRM Lösungen der SAP AG

3.1 Die SAP AG

Die Firma SAP wurde im Jahre 1972 durch fünf ehemalige IBM-Mitarbeiter mit Sitz in Weinheim gegründet. Ihre Vision war die Entwicklung von Standard Anwendungssoftware in Echtzeitverarbeitung. Bereits 1973 stellte die Firma eine Finanzbuchhaltung, das System RF, fertig. Zwei Jahre später konnte durch das System RM zusätzlich der Einkauf, die Bestandsführung und Rechnungsprüfung abgedeckt werden. 1976 wird die SAP GmbH Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung als Assistenz- und Vertriebsunternehmen gegründet. Fünf Jahre später wird die alte Gesellschaft des Bürgerlichen Rechts aufgelöst und deren Rechte auf die SAP GmbH übertragen. Ein weiteres Jahr später erfolgte die Verlegung des Firmensitzes von Weinheim nach Walldorf. Die Fertigstellung des Moduls Anlagenbuchhaltung erfolgte im Jahre 1978. 1979 wurde die Neukonzeption der SAP Software mit den Namen R/2 auf den Weg gebracht. Auslöser war die intensive Auseinandersetzung mit dem Datenbank- und Dialogsteuerungssystem der IBM. Außerdem wird 1980 die bisherige Software mit der Auftragsabwicklung RV erweitert. Das System R/2 erreichte bereits im Jahre 1981 die hohe Stabilität der vorhergehenden Programmgeneration. Das Modul zur Produktionsplanung und -Steuerung mit dem Namen RM-PPS wird im Jahre 1983 entwickelt. Danach erfolgte eine Neuentwicklung der Module RK, PPS und RP. Nach dreijähriger Entwicklungszeit erfolgte im Jahre 1986 die Einführung einer Software für die Personalwirtschaft. 1987 begann die Entwicklung der neuen Softwaregeneration R/3. Die Umwandlung der SAP GmbH in eine Aktiengesellschaft fand 1988 statt. Während der Entwicklung des R/3 Systems wurde im Jahre 1989 eine bedienerfreundlichere Oberfläche für das R/2 System vorgestellt. Mit der neuen Programmierumgebung ABAP/4 werden neue Entwicklungen gestartet. 1991 wurde durch SAP die erste Anwendung des R/3 Systems auf der CeBIT in Hannover präsentiert. Mit seinem Client/Server-Konzept, der einheitlichen Gestaltung grafischer Oberflächen, der konsequenten Nutzung relationaler Datenbanken und dem Betrieb auf Rechnern unterschiedlicher Hersteller eröffnet die SAP ein neues Marktpotenzial im Bereich der Niederlassungen und Tochtergesellschaften von Konzernen sowie bei mittelständischen Unternehmen. Die Marktfreigabe des R/3 Systems erfolgte ein Jahr später. 1993 beginnt die Zusammenarbeit der SAP mit Microsoft. Ein Ziel der Vereinbarung ist die Portierung des Systems R/3 auf Windows NT. Bereits ein Jahr später nutzte ein Schweizer Unternehmer SAP R/3 auf Windows NT produktiv. Es folgt im Jahre 1996 die Vorstellung der Internetstrategie. Mit Hilfe von Microsoft sollen Internet-Anwendungen mit dem R/3 System gekoppelt werden. Im Mai 1999 kündigt Vorstandssprecher Hasso Plattner die neue Strategie mySAP.com an. mySAP.com verbindet ECommerce-Lösungen mit den bestehenden ERP-Anwendungen auf Basis modernster Webtechnologie. Dies führte dazu, dass SAP ein Jahr später der weltweit führende Anbieter von E-Business-Softwarelösungen ist, die Prozesse in Unternehmen und über Unternehmensgrenzen hinweg integrieren. 2001 erweitert SAP die E-Business-Plattform mySAP.com zu einer umfassenden Technologie für Unternehmensanwendungen. Mit der mySAP Technology schafft die SAP eine Architektur, die Unternehmen die Integration verschiedenster IT-Systeme gestattet. Außer-

dem erweitert die SAP mit der Übernahme des israelischen Marktführers TopTier das Lösungsangebot um Unternehmensportale. Was in der New Economy mit mySAP.com begann und mit der mySAP Technology fortgeführt wurde, gipfelt im Jahre 2004 in der SAP-NetWeaver-Technologie. Damit bietet die SAP offene, flexible und schnelle Unternehmensanwendungen an, die durchgängige Geschäftsprozesse ermöglichen - egal ob sie auf Systemen von SAP oder anderen Anbietern beruhen. Heute baut die SAP auf der Enterprise Service-Oriented Architecture (Enterprise SOA) auf. [AG] Mit seiner Vielzahl von Modulen (vgl. Abb.:3.1 auf Seite 9) ist das SAP R/3 System weltweiter Marktführer für ERP Systeme. [AG06b]

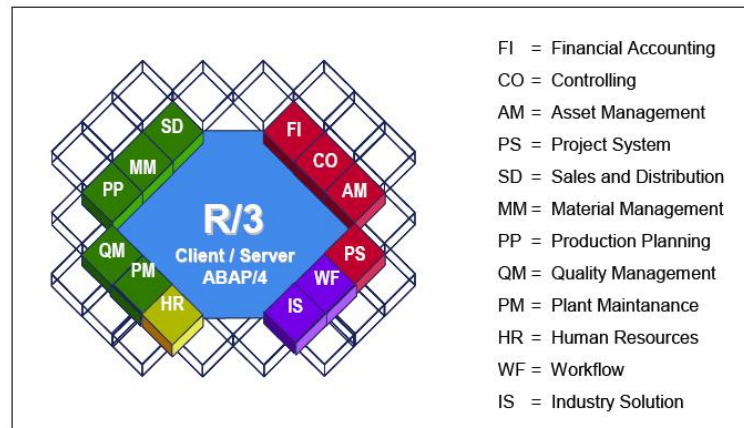


Abbildung 3.1: wichtige SAP R/3 Module (Quelle: [Fin00, S.20])

3.2 mySAP CRM

Bereits im Jahre 1997 übernahm die SAP AG den damals führenden deutschen CRM-Anbieter Kiefer und Veitinger. 1998 kündigte SAP auf der CeBit in Hannover die Entwicklung eines eigenen CRM-Systems (SAP-SFA) an. Dabei lieferte die Software von Kiefer und Veitinger die Basis. Ebenfalls bildete sie die Grundlage für mySAP Mobile Sales. Bereits bestehende Produkte wie das 'SAP Interaction Center' oder 'SAP Internet Sales' wurden in das CRM-Produkteportfolio integriert und fehlende Funktionalitäten neu entwickelt. Die SAP AG begann 1999 die eigene CRM-Lösung auf dem Markt anzubieten. [Sch00, S. 192]

Bei mySAP CRM unterscheidet man drei Vorgänge. Diese sind Aktivitäten, Aufgaben und Opportunities¹. Zu den Aktivitäten zählen beispielsweise Telefonate, Besuche, Emails und Briefe. Unter Aufgaben sind Aktivitäten zu verstehen, die in der Zukunft liegen. Dies kann z.B. ein geplanter Besuch eines Geschäftspartners sein. Eine spezieller Fall der Vorgänge sind die Opportunities. An Opportunities lassen sich Folgeaktivitäten und -aufgaben angliedern. Bei Auswertungen kann dann diese gebildete Kette von Vorgängen dann zusammengefasst betrachtet werden.

Die Arbeitsoberfläche von mySAP CRM ist das Customer Interaction Center. Hauptsächlich soll dabei der WinClient betrachtet werden. Dies ist das Standard-Nutzer Interface auf Windows Oberflächen. Auf den WebClient und den Interaction Center Manager soll

¹Opportunity = Gelegenheit (hier: Gelegenheit eines Geschäftes)

hier nicht weiter eingegangen werden, da diese Anwendung bei der Siemens VDO Automotive AG noch keine Verwendung finden. Das Customer Interaction Center wird unter mySAP CRM über die Transaktion CIC0 erreicht. Die Arbeitsoberfläche besteht aus fünf Bereichen (vgl. Abb.: 3.2 auf Seite 10) Im Bereich ‘Suche ‘, welcher sich im linken, oberen

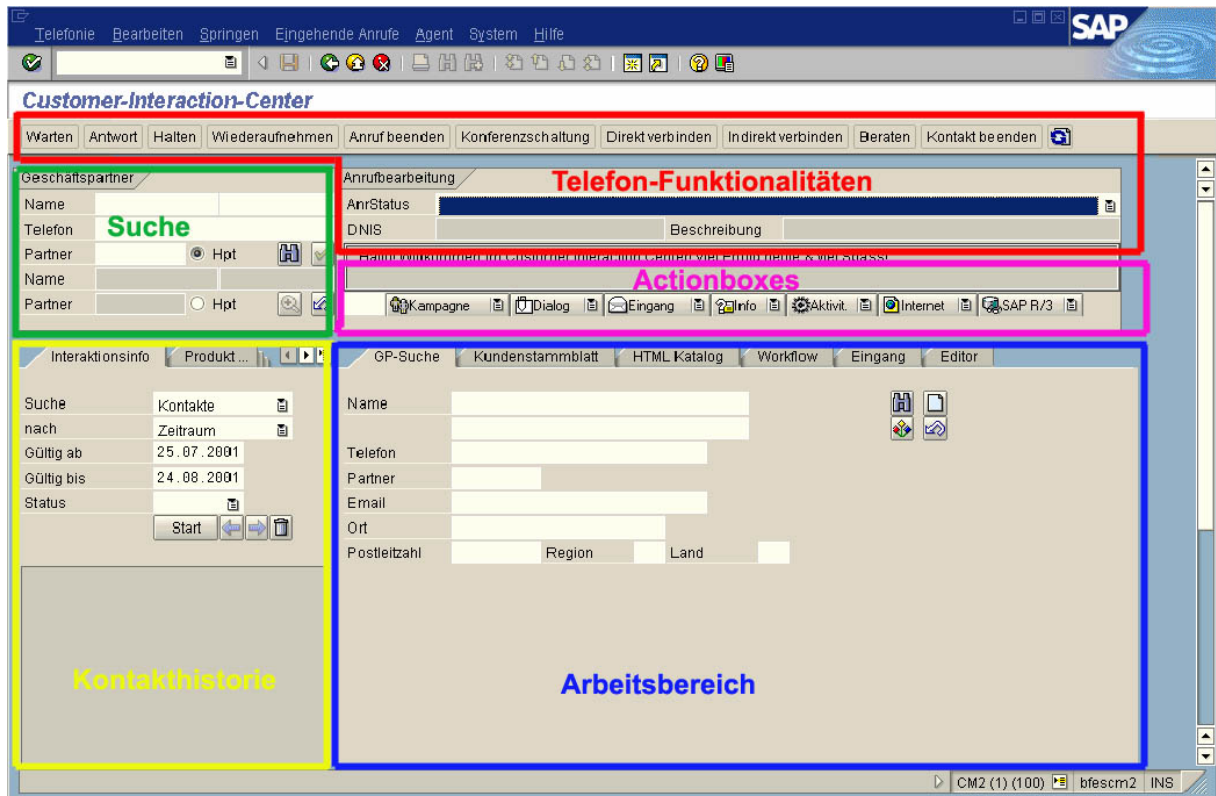


Abbildung 3.2: Customer Interaction Center

Bildschirmteil befindet, besteht die Möglichkeit nach Geschäftspartnern und Ansprechpartnern zu suchen. Die Geschäftspartner und Ansprechpartner mit den zugehörigen Daten und auch die Produkte werden in regelmäßigen Abständen über die CRM Middleware mit dem R/3 System synchronisiert. Der Geschäftspartner kann über den Namen, der Telefonnummer oder über die vom R/3 System zugewiesene Geschäftspartnernummer gesucht werden.

Das Customer Interaction Center bietet die Möglichkeit zur Integration in eine Telefonanlage. Die im oberen Bildschirmbereich angesiedelten Telefonfunktionalitäten dienen der Steuerung der Telefonanlage. Unter den Knöpfen zur Steuerung der Telefonanlage befindet sich eine Statusübersicht des aktuellen Telefongespräches. So lässt sich hier z.B. ganz bequem die Nummer des Anrufenden ablesen. Falls zu dieser Telefonnummer weitere Daten, wie z.B. Name des Anrufenden, hinterlegt wurden, erscheinen diese ebenfalls in der Statusübersicht.

Im linken, unteren Bildschirmbereich befindet sich die Kontakthistorie. Nachdem über die Suche oder über die Telefonanlage ein Geschäftspartner bestätigt wurde, erscheint in der Kontakthistorie ein kurzer Überblick über alle Interaktionen, die mit dem Geschäftspartner in letzter Zeit stattgefunden haben.

Rechts unter den Telefonfunktionalitäten, sind die Actionboxen angegliedert. Die Acti-

onboxen sind Buttons, welche rechts ein kleines Listensymbol besitzen. Klickt man auf diese Listensymbole erscheint eine Liste mit allen verfügbaren Funktionen der Kategorie, die der Button ausweist. Öffnet man beispielsweise die Actionbox des SAP R/3 Buttons, erscheint eine Liste mit allen im Profil verfügbaren R/3 Absprünge. So lässt sich z.B. direkt aus dem Customer Interaction Center zum Geschäftspartner ein Auftrag im R/3 System anlegen.

Der wichtigste Bereich des Bildschirms ist jedoch der zentral gelegene Arbeitsbereich. Dieser ist karteikartenförmig in weitere Bereiche untergliedert. (vgl. Abb.:3.3 auf Seite 11)



Abbildung 3.3: Unterteilung des Arbeitsbereiches des CIC

Der Tabellenreiter GP-Suche enthält die Geschäftspartnersuche, die der Suche im linken oberen Bildschirmbereich entspricht. Allerdings stehen hier einige erweiterte Suchfunktionen zur Verfügung.

In der Aktivitätenliste, ein weiterer Tabellenreiter des Arbeitsbereiches, befindet sich eine geschäftspartnerunabhängige Auflistung aller eigenen Aktivitäten, Tasks und Opportunities. Jedoch ist auch eine Auflistung aller Aktivitäten zum aktuell bestätigten Geschäftspartner möglich.

Unter dem Tabellenreiter 'Vorgänge/Aktivitäten' werden alle Tasks, Opportunities und Aktivitäten angelegt und gepflegt. Dies ist also der wichtigste Teil des Arbeitsbereiches. (vgl. Abb.:3.4 auf Seite 11)

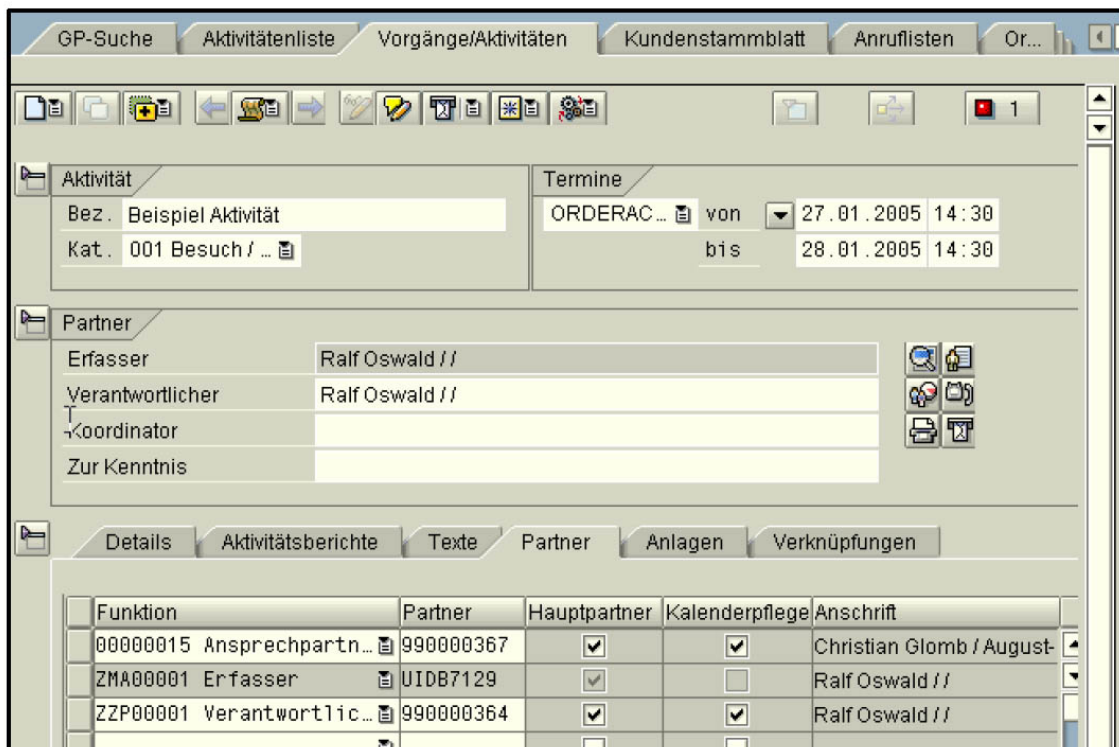


Abbildung 3.4: Vorgänge/Aktivitäten

Ein weiterer wichtiger Teil verbirgt sich jedoch auch hinter dem Reiter 'Kundenstammbblatt'. Das Kundenstammbblatt zeigt eine zusammengefasste Übersicht über die wichtigsten Daten und Informationen zum Geschäftspartner. Diese Daten werden ebenfalls über die CRM Middleware aus dem R/3 System oder aus dem BW System gezogen. Für die OrderDesk Mitarbeiter ist der Reiter 'Order Inbox' interessant. Hier wird eine Liste der Auftragsanforderungen, die in Mobile Sales erfasst wurden, angezeigt. Der Reiter 'Order Inbox' wiederum ist vor allem für die Hotline Mitarbeiter relevant. Sie enthält Fragen und Antworten, die häufig zu bestimmten Themen oder Problemen gestellt werden.

3.3 mySAP Mobile Sales

SAP Mobile Sales bietet im Gegensatz zum SAP CRM Online System eine etwas benutzerfreundlichere browsergestützte Oberfläche an. Ein weiterer wesentlicher Unterschied besteht darin, dass das System keine Online Anbindung zum CRM Online System oder zum R/3 System besitzt. Der Datenaustausch erfolgt über eine manuelle Synchronisationsfunktion. Zum Datenaustausch führte die SAP AG ein eigenes Datenformat mit den Namen BDoc. ein. Die Daten der Mobile Sales Clienten werden innerhalb des CRM Systems in einer konsolidierten Datenbank gespeichert. Der Arbeitsbereich von Mobile Sales ist etwas anders gestaltet als beim Customer Interaction Center im SAP CRM Online System. (vgl. Abb.:3.5 auf Seite 12)

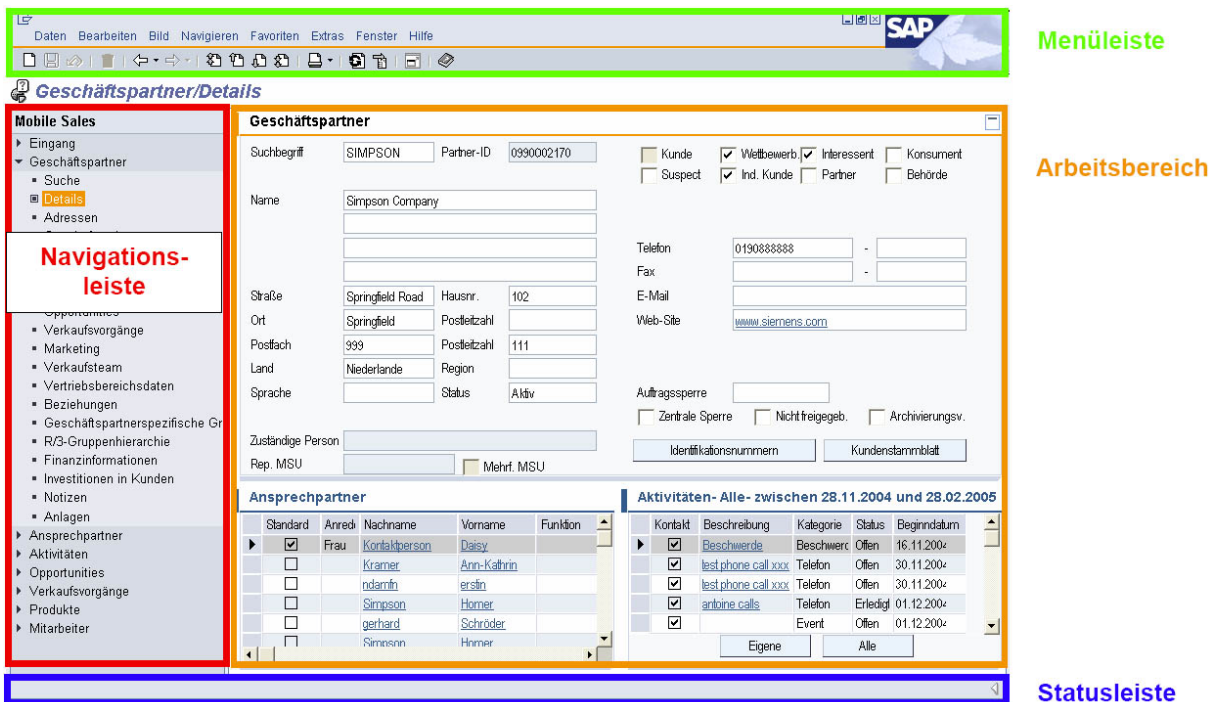


Abbildung 3.5: Mobile Sales

Die Menüleiste enthält die Menüpunkte von Mobile Sales mit den entsprechenden Funktionalitäten wie in anderen Anwendungen. Die Oberfläche kann aber auch annähernd komplett über die Short Cut Symbole, die Navigationsleiste und den Arbeitsbereiches bedient werden.

Über die Navigationsleiste werden die verschiedenen Funktionalitäten von Mobile Sales angesteuert. Sie enthält die Hauptkomponenten und für jede Hauptkomponente mehrere Unterkomponenten. Die orange Markierung gibt darüber Auskunft, welche Unterkomponente gerade im Arbeitsbereich aktiv ist.

Die Statuszeile gibt an, welche Aktionen gerade vom System ausgeführt werden und zeigt andere Systemmeldungen.

Im Arbeitsbereich werden Daten angezeigt und geändert. Er ist in verschiedene Unterbereiche gespalten, die 'Tiles' genannt werden. Der Arbeitsbereich wird auch 'Tileset' genannt, da er einer Gruppierung von mehreren Tiles entspricht. Das Tileset in Abbildung 3.5 auf Seite 12 enthält die Tiles 'Geschäftspartner', 'Ansprechpartner' und 'Aktivitäten'. Alle Tiles enthalten die Daten des Geschäftspartners (oder der Aktivität bzw. Opportunity), der zuvor ausgewählt wurde. Auf ein Untermenü (Tile) kann man zugreifen, indem man mit der rechten Maustaste auf seine Kopfzeile klickt. Das Untermenü enthält alle verfügbaren Funktionen, wobei nur die aktiven ausgeführt werden können. Innerhalb des Arbeitsbereiches kann man bequem über Hyperlinks zu anderen verknüpften Objekten navigieren.

4 Migration von mySAP CRM 4.0 bei der Siemens VDO Automotive AG

4.1 Aufbau der Nutzerakzeptanz und Schulungsmaßnahmen

Ein großes Problem welches bei der Einführung von CRM Systemen zu bedenken wäre, ist die oftmals fehlende Akzeptanz durch die Nutzer. Sie beklagen sich häufig, dass sich der Umgang mit der Software nicht an ihren Vorgehensweisen orientiert und ihnen deshalb keinen erkennbaren Nutzen bringt. Ihnen ist oft nicht bewusst, warum sie jetzt plötzlich so arbeiten müssen und welcher Zweck damit verfolgt wird. Es ist also eine Abstimmung zwischen den Abteilungen zum Umgang mit dem Programm notwendig. Sonst kann es vorkommen, dass die Kommunikation zwischen den Abteilungen leidet. Diese sollte ja eigentlich durch CRM Systeme verbessert werden. Wenn Funktionen nicht ausreichend erklärt werden, führt dies dazu, dass sie für unnötig gehalten und nicht genutzt werden. Dadurch lässt sich natürlich kein messbarer Erfolg des CRM Systems herbeiführen. Um dieses Problem zu vermeiden, sollten die Abteilungen, bereits vor der Einführung des CRM Systems, umfangreich über dessen Funktionsumfang und den daraus resultierenden Vorteilen informiert werden. Dies kann in Form von Informationstafeln und Präsentationen erfolgen. Zur Unterstützung wird durch die SAP AG kostenloses multimediales Informationsmaterial zur Verfügung gestellt. Nach der Einführung des CRM Systems, müssen die Mitarbeiter entsprechend geschult werden. Bei der Siemens VDO Automotive AG wurde dafür eine Gruppe aus sogenannten Key Usern gebildet. Diese Key User sind jeweils maximal zwei Vertreter der Abteilungen, welche für die Nutzung des CRM Systems vorgesehen sind. Es folgte eine intensive Schulung dieser Gruppe durch das CRM Migrationsteam und durch externe SAP Berater. Anschließend wurde die Schulung der übrigen Mitarbeiter der Abteilung durch die jeweiligen ausgebildeten Key User vorgenommen.

4.2 Systemlandschaft

Bei der Einführung von CRM Systemen ist die Herstellung der Datenkompatibilität zwischen dem CRM System und dem ERP System oft mit sehr hohem Aufwand verbunden. Dieses Problem wurde von SAP durch Schnittstellen in der CRM Middleware zum BW System und zum R/3 System gelöst.

Bei der Siemens VDO Automotive AG läuft sowohl das SAP CRM Online System als auch das SAP R/3 System auf zwei redundanten Servern in den Rechenzentren Fürth und Erlangen. Die Betreuung der Server und die Absicherung des Systems erfolgt durch den Siemens Business Service (SBS) in Schwalbach. Der Siemens Business Service ist eine einhundertprozentige Tochtergesellschaft der Siemens AG und besteht aus den Bereichen

‘Business Solutions‘ und ‘IT Outsourcing‘. (vgl. Abb.:4.1 auf Seite 15) So ist es beispiele-



* mit Partnern, z.B. Fujitsu Siemens Computers

Abbildung 4.1: Tätigkeitsbereiche der SBS (Quelle: [uCO06])

weise nur der SBS möglich, die SAP Systeme für den Zugriff von Nutzern außerhalb des Siemens Netzwerkes zu öffnen. Dies ist erforderlich, wenn der Support der SAP AG zur Fehleranalyse auf das System zugreifen muss.

Sowohl das R/3 System als auch das CRM System besteht bei der Siemens VDO Automotive AG aus jeweils drei Bereichen. (vgl. Abb.:4.2 auf Seite 15) Im Entwicklungssystem

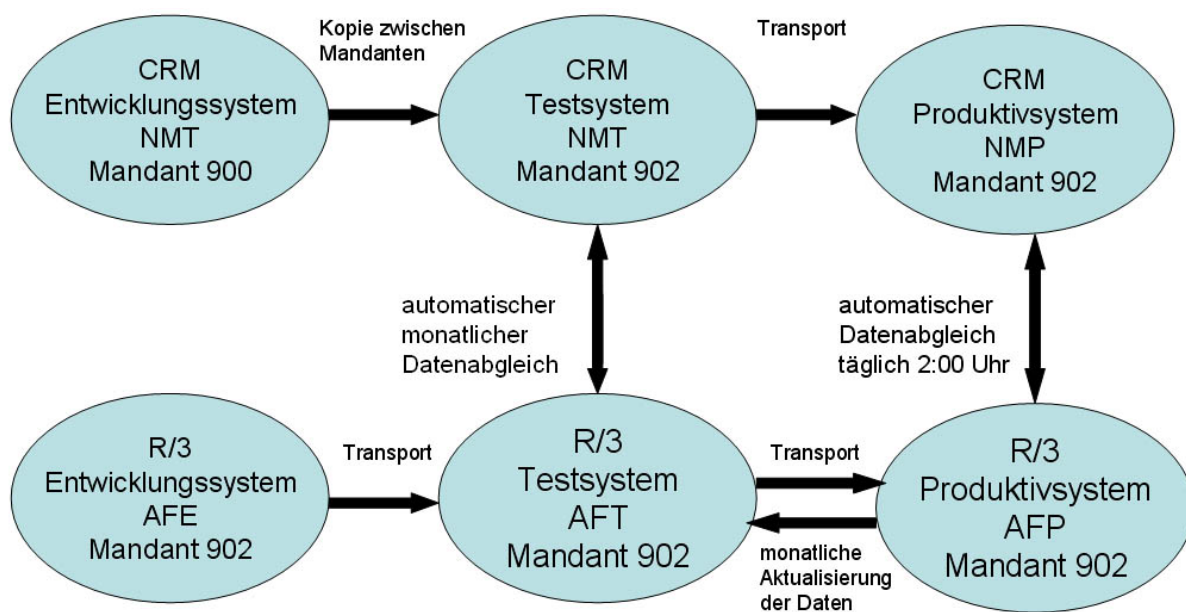


Abbildung 4.2: Systemlandschaft der SAP Systeme

werden individuelle Anpassungen des Systems in Form von eigenen ABAP/4 Entwicklungen und Customizings durchgeführt. (siehe Kapitel 4.4 und 4.5) Beim CRM System der Siemens VDO Automotive AG entspricht das Entwicklungssystem technisch dem Testsystem. Allerdings wird das Entwicklungssystem über den Mandanten 900 und das Testsystem über den Mandanten 902 angesteuert. Es ist also kein Transport der Entwicklungen zwischen zwei Systemen erforderlich. Veränderte Customizing Einstellungen müssen allerdings zwischen den beiden Mandanten über die Transaktion scc1 kopiert werden, um sie testen zu können. Das Testen erfolgt durch den Projektleiter und durch andere Mitglieder des CRM Migrationsteams. Handelt es sich bei der Entwicklung oder beim Customizing um einen Change Request¹ wird der Test zusätzlich von dem Change Request Initiator

¹Change Request = Änderungs- oder Verbesserungsvorschlag aber auch festgestellte Fehler durch Nutzer

durchgeführt. Wenn alle Tester mit dem Ergebnis zufrieden sind, erfolgt der Transport der Entwicklung oder des Customizings in das Produktivsystem. Transporte müssen zunächst im Transport Organizer (Transaktion se10) freigegeben werden. Der eigentliche Transport erfolgt anschließend über den Transport Manager (Transaktion stms). Bei der Koordination von Transporten in SAP Produktivsysteme gilt bei der Siemens VDO Automotive AG das ‘vier Augen‘ Prinzip. Das Customizing oder die Entwicklung wird zunächst für den Transport freigegeben. Anschließend wird ein Transportformular mit Details zum Transport ausgefüllt und an den Systemverantwortlichen weitergegeben. Dieser überprüft die Entwicklung oder das Customizing, lässt sich den erfolgreichen Test vom Projektleiter bestätigen und leitet dann den Transport in das Produktivsystem ein.

Um im CRM Testsystem unter möglichst realen Bedingungen testen zu können, findet ein Datenaustausch mit dem R/3 Testsystem statt. Das R/3 Testsystem wird wiederum jeden Monat mit aktuellen Daten aus dem R/3 Produktivsystem versorgt.

4.3 Nutzerverwaltung

Die Nutzerverwaltung erfolgt bei mySAP CRM über die Transaktion su01. Hier können Daten zum Nutzer hinterlegt werden, der Nutzer kann gesperrt oder auch wieder entsperrt werden, ihm kann ein neues Initialpasswort erstellt und ihm können Rollen zugewiesen werden. In den Nutzerrollen sind alle jeweiligen Berechtigungen im SAP CRM System hinterlegt. Dabei werden Einzelrollen und Sammelrollen unterschieden. Die Sammelrolle vereinigt jeweils mehrere Einzelrollen. Die Einzelrollen wiederum besitzen mehrere Berechtigungsobjekte mit jeweiligen Ausprägungen. Um Benutzeranalysen durchführen zu können, werden die Benutzer bei der Siemens VDO Automotive AG einer Benutzergruppe zugeordnet. Die Einteilung der Benutzergruppen richtet sich dabei nach Land und Abteilung. Um mit dem CRM System arbeiten zu können muss jeder Nutzer des System als Geschäftspartner mit der Funktion Mitarbeiter angelegt sein. Zusätzlich werden dann die angelegten Geschäftspartner im Organisationsmodell des CRM Systems einer Organisation zugeordnet. Hier erfolgt eine Unterteilung in Land, Abteilung und Funktion innerhalb der Abteilung. Beim Anlegen von Berechtigungsrollen ist sich an die vorgegebenen Namenskonventionen der SAP AG zu halten. Demnach dürfen selbst angelegte Rollen nur mit den Buchstaben ‘Y‘ oder ‘Z‘ beginnen. Bei der Siemens VDO Automotive AG beginnen beispielsweise die Sammelrollen mit dem Buchstaben ‘Y‘ und die Einzelrollen mit dem Buchstaben ‘Z‘.

4.4 ABAP/4

Die proprietäre Programmiersprache ABAP wurde für die Programmierung von kommerziellen Anwendungen im SAP Umfeld entwickelt. Da anfangs mit dieser Sprache nur kundenspezifische Auswertungen programmiert wurden, aber keine Datenbankveränderungen vorgenommen werden konnten, basieren die SAP R/3 Module seit 1990 auf ABAP. Der Name ABAP stand ursprünglich für Allgemeiner Berichts-Aufbereitungs-Prozessor. Jedoch wurde die Sprache stetig weiterentwickelt. Heute steht die Abkürzung für Advanced Business Application Programming.

ABAP wurde speziell für die Massendatenverarbeitung in kommerziellen Anwendungen entwickelt. Gegenüber anderen elementaren Sprachen hat ABAP folgende Vorteile:

- als Open SQL in die Sprache integrierter Datenbankzugriff

- in die ABAP-Laufzeitumgebung integrierte Performance-Optimierung von Datenbankzugriffen über die SAP-Pufferung
- interne Tabellen für die dynamische Speicherung und Bearbeitung von tabellarischen Massendaten im Arbeitsspeicher
- in die ABAP-Laufzeitumgebung integriertes Konzept des Online Transaction Processing (OLTP), bei dem viele Benutzer gleichzeitig auf die zentrale Datenbank zugreifen
- in die Sprache integrierte Schnittstelle zu anderen Programmierumgebungen über Remote Function Call
- in die Sprache integrierte Schnittstelle zu XML

Solche Funktionen liegen bei anderen elementaren Sprachen meist nur in Bibliotheken. Bei der statistischen Überprüfbarkeit und der Performance von Programmen ist die Integration solcher Funktionen natürlich sehr vorteilhaft. ABAP besitzt außerdem weit mehr Sprachelemente als andere Programmiersprachen und unterstützt außerdem ein auf Unterprogrammen und Funktionsbausteinen basierendes prozedurales und ab Release 6.10 ein auf Klassen und Interfaces basierendes objektorientiertes Programmiermodell. Die beiden Modelle sind interoperabel. Die Programmierung in ABAP wird durch eine Entwicklungsumgebung unterstützt. Diese ist darauf ausgerichtet, große Projekte mit mehreren (hunderten) Entwicklern zu ermöglichen. Dabei muss natürlich zu jeder Zeit ein lauffähiges System gewährleistet bleiben. Das wird ermöglicht, indem die geänderten Objekte auf Transportaufträgen erfasst werden, welche bei Freigabe auf das Filesystem exportiert werden, und anschließend in Folgesysteme importiert werden können. So wird die Entwicklung der Programme von ihrem produktiven Einsatz getrennt. Die ABAP Workbench ist die Entwicklungsumgebung zur Programmiersprache ABAP. Der Einstieg erfolgt über den so genannten Object Navigator (Transaktion se80) In der ABAP Workbench können jedoch auch andere Objekte wie z. B. BSP (Business Server Pages, mit HTML-Anteilen) bearbeitet werden. Die sogenannte Vorwärtsnavigation ist eine Besonderheit. Ein Doppelklick auf einen Tabellennamen führt direkt zur Definition der Datenbanktabelle im ABAP Dictionary, während ein Doppelklick auf einen Methodennamen direkt in diese Methode führt. Die objektorientierten Erweiterungen der Programmiersprache ABAP trägt den Namen ABAP Objects oder auch ABAP OO. Durch sie werden sämtliche Elemente der objektorientierten Programmierung implementiert. Interfaces und optionale Parameter werden dafür unterstützt. Durch spezielle RTTI-Klassen ist auch eine reflektive Programmierung möglich. Ab Version 6.40 kann man sogar neue Typen (eingeschränkt) dynamisch erzeugen. [Inc06a]

Um zwischen den einzelnen Systemen Daten austauschen zu können, werden sogenannte RFC Verbindungen (Remote Function Calls) verwendet. Dabei kann ein Funktionsbaustein über eine 'trusted connection' die Verbindung zu einen anderen Funktionsbaustein in einem anderen System herstellen. Der Datenaustausch kann dann über diese beiden Funktionsbausteine erfolgen.

Auch bei der Namensvergabe zu den ABAP Programmen sind die vorgeschriebenen Namenskonventionen der SAP AG einzuhalten. Die Programme und Funktionen dürfen ebenfalls nur mit den Buchstaben X und Y beginnen. (vgl. Kapitel 4.3)

4.5 Customizing

Durch das Customizing werden die unternehmensneutralen und branchenspezifischen Funktionalitäten den spezifischen betriebswirtschaftlichen Anforderungen des Unternehmens angepasst. Außerdem wird das Verhalten der SAP-Anwendungen gesteuert. So unterstützt das Customizing die Einführung oder Erweiterung eines SAP Systems oder auch Releasewechsel und System Upgrades. Customizing-Einstellungen können zwischen Mandanten kopiert oder zwischen Systemen transportiert werden. (vgl. Kapitel 4.2) Das Customizing ist über die Transaktion `SPRO` zu erreichen. Zu den verschiedenen Werkzeugen des Customizings gehört der Einführungsleitfaden. Der Einführungsleitfaden beschreibt das Vorgehen bei Einführung eines SAP-Systems in Teilen oder als Ganzes. Ein weiteres Werkzeug ist die SAP-Referenz-IMG. Sie enthält die Einstellungen, die im SAP-System ausgeliefert werden. Die Dokumentation und Verwaltung von Einführungsprojekten ist ebenfalls ein Werkzeug. Hier kann die Kontrolle von Einführungsprojekten abgelegt werden. Um betriebswirtschaftliche Objekte zu pflegen, müssen oftmals Einträge in Tabellen geändert werden. Beim Customizing unterscheidet man hierbei zwischen der View-geführte Customizing-Transaktion und der View-Cluster-Transaktion.

Bei der View-geführte Customizing- Transaktionen werden die physischen Tabellenstrukturen verdeckt. Es werden alle relevanten Felder für das Objekt in einer View zusammengefaßt. Views haben dabei folgende Vorteile:

- Es wird für die Einstellung eines Objekts nur ein Aufruf zur Pflege mehrerer Tabellen benötigt.
- Es werden aus den physischen Tabellen nur die Felder, die für ein betriebswirtschaftliches Objekt relevant sind, dargestellt.
- Alle View-geführten Customizing-Transaktionen haben eine normierte Dialogführung, normierte Funktionen und das selbe Einstiegsbild.

Bei den View-geführten Customizing-Transaktionen unterscheidet man einstufige und zweistufige Vorgänge. Bei den einstufigen Vorgängen ist nur ein Einstiegsbild enthalten. Hier können alle angebotenen Felder beliebig geändert werden.

Zweistufige Vorgänge enthalten dagegen ein Einstiegsbild und ein Detailbild. Über die Customizing-Transaktionen wird man hierbei auf das Detailbild geführt. Es können die angebotenen Felder im Einstiegsbild als auch die Felder im Detailbild geändert werden.

Bei einem View-Cluster werden die verschiedenen Objekte wie Views, Reports oder Tabellen, die betriebswirtschaftlich zu einer Funktion gehören, zusammengefasst. Die Daten innerhalb der View-Cluster können entweder hierarchisch oder nicht-hierarchisch in Beziehung stehen. Mit einer View-Cluster-Transaktion können also tabellenübergreifende komplexe Daten des View-Clusters bearbeitet werden. Das komplexe betriebswirtschaftliche Objekt mit seinen Bestandteilen oder Teilobjekten kann im Navigationsfenster der Transaktion betrachtet werden.

[AG06a]

4.6 Projekt Management

Während der Einführung des CRM Systems wurde das CRM Migrationsteam durch Berater der Itelligence AG unterstützt. Nach der Einführung musste das System an die Anforderungen der Siemens VDO Automotive AG angepasst werden. Dazu wurden die Aufgaben in einzelne Arbeitspakete unterteilt. Die Arbeitspakete wurden mit Prioritäten belegt und zwischen den Mitarbeitern des CRM Migrationsteams zur Erledigung aufgeteilt. Die Überwachung der rechtzeitigen und den Vorgaben entsprechenden Fertigstellung erfolgte durch die Projektleitung. Eingehende Änderungsvorschläge durch Nutzer wurden nach Überprüfung ebenfalls als Arbeitspakete mit den jeweiligen Prioritäten an die Mitarbeiter weitergegeben. Zur Organisation der auflaufenden Änderungsvorschläge bzw. Fehlermeldungen verwendete das Team ein Incident Management System mit dem Namen 'Remedy ARS'. Die Fehlermeldungen oder Änderungsvorschläge wurden hier durch die Nutzer in Form von sogenannten Tickets mit zugehörigen Prioritäten aufgegeben. So konnten sich die Nutzer jederzeit über den Bearbeitungsstatus ihres Tickets informieren. Um die Nutzung des Systems analysieren und monitoren zu können, wurden SAP Standarapplikationen aber auch eigene ABAP Entwicklungen verwendet.

5 Ausblick

Die individuelle Anpassung des CRM Systems für die deutschen Nutzer der Siemens VDO AG ist mittlerweile abgeschlossen. SAP Mobile Sales wird nicht mehr verwendet. Die ehemaligen Clienten wurden mit UMTS Karten ausgestattet und haben nun einen Online Zugang zum SAP CRM Online System. Im Moment laufen die Trainings der Nutzer in den Ländern Spanien, Niederlande und Frankreich. Wenn die Nutzung des Systems in diesen Ländern beginnt, wird es vermutlich noch zu weiteren Anpassungen des Systems kommen. Des weiteren ist zum Ende des Jahres ein Releasewechsel des CRM Systems geplant. Anfang des Jahres 2007 soll mit der Migration des SAP SCM¹ Modules begonnen werden.

¹SCM = Supply Chain Management

Literaturverzeichnis

- [AG] SAP AG. *SAP Unternehmensgeschichte*. SAP AG. [Online-Ressource] Abruf von: <http://www.sap.com/germany/company/press/geschichte/index.epx> [abgerufen am 04. September 2006].
- [AG02] Siemens AG. *Siemens Unternehmensgeschichte*. Siemens Archiv, 2002. [Online-Ressource] Abruf von: http://w4.siemens.de/archiv/de/dokumente/unternehmensgeschichte_lang.pdf [abgerufen am 30. August 2006].
- [AG05a] Siemens AG. *Siemens Kennzahlen*. Siemens AG, 2005. [Online-Ressource] Abruf von: http://www.siemens.com/index.jsp?sdc_p=cfi133668010mo1336680ps7t4uz2&sdc_bcpaht=1327903.s_7%2C1328954.s_7%2C&sdc_sid=23076469641& [abgerufen am 01. September 2006].
- [AG05b] Siemens AG. *Siemens Unternehmensstruktur*. Siemens AG, 2005. [Online-Ressource] Abruf von: http://www.siemens.com/index.jsp?sdc_p=cfi133668010mo1032895ps7t4uz2&sdc_bcpaht=1327903.s_7%2C1328954.s_7%2C1336680.s_7%2C&sdc_sid=23076469641& [abgerufen am 01. September 2006].
- [AG06a] SAP AG. *Customizing*. SAP AG, 2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://help.sap.com> [abgerufen am 08. September 2006].
- [AG06b] SAP AG. *Pressemitteilung vom 03. July 2006*. SAP AG, 2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://www.sap.com/austria/company/press/press.epx?pressid=6472> [abgerufen am 05. September 2006].
- [AG06c] Siemens AG. *Siemens VDO Unternehmensgeschichte*. Siemens AG, 2001-2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://www.siemensvdo.de/aboutus/keyinformation/history/geschichte.htm> [abgerufen am 01. September 2006].
- [AG06d] Siemens AG. *Siemens VDO Unternehmensprofil*. Siemens AG, 2001-2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://www.siemensvdo.de/aboutus/keyinformation/company-portrait> [abgerufen am 01. September 2006].
- [Fin00] J. Fink. *SAP R/3, Das praktische Grundwissen*. Rowohlt, 2000. Reinbek bei Hamburg.
- [Inc06a] Wikimedia Foundation Inc. *ABAP*. Wikimedia Foundation Inc., 2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://de.wikipedia.org/wiki/Abap> [abgerufen am 07. September 2006].

- [Inc06b] Wikimedia Foundation Inc. *Kundenbeziehungsmanagement*. Wikimedia Foundation Inc., 2006. [Online-Ressource] Abruf von: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kundenbeziehungsmanagement> [abgerufen am 04. September 2006].
- [Sch00] W. Schwetz. *Customer Relationship Management / Mit dem richtigen CAS/CRM-System Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten*. Gabler, 2000. Wiesbaden.
- [Sch04] Christian Schneider. *CRM für Softwareunternehmen*. EDV-Beratung Schneider, 2004. [Online-Ressource] Abruf von: http://www.hessen-it.de/data/download/center/2004_02_11_softwaretag_schneider.pdf [abgerufen am 04. September 2006].
- [uCO06] Siemens Business Services GmbH und Co. OHG. *Services & Lösungen*. Siemens Business Services GmbH und Co. OHG, 2002-2006. [Online-Ressource] Abruf von: http://www.siemens.de/index.jsp?sdc_p=c61fi24821810mo247770ps2t6u2z1&sdc_bcpaht=248218.s_0,&sdc_sid=23637080879 [abgerufen am 07. September 2006].
- [Zen03] Rüdiger Buck-Emden / Peter Zencke. *Kundenbezogene Geschäftsprozesse mit SAP CRM 4.0.*. Galileo Press, 2003. Bonn.

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Es wurden keine anderen als die angegebenen Quellen und Hinweise verwandt. Die vorliegende Arbeit wurde bisher noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wismar, den 11. September 2006

.....