

# Enterprise 2.0 Fallstudien-Netzwerk



*Schriftenreihe zu Enterprise 2.0-Fallstudien Nr. 14*

## DocHouse: Opportunity Management im Partnerkanal

**Martin Surrey, Roland Diehl**

April 2012

Dieser Inhalt ist unter einer Creative Commons-Lizenz lizenziert



**Schriftenreihe zu Enterprise 2.0-Fallstudien**  
**ISSN 1869-0297**

**Herausgeber:**

Andrea Back (Universität St. Gallen), Michael Koch (Universität der Bundeswehr München),  
Petra Schubert (Universität Koblenz), Stefan Smolnik (European Business School)

[www.e20cases.org](http://www.e20cases.org)

**Zitieren als:**

**Martin Surrey, Roland Diehl (2012): DocHouse: Opportunity Management im Partnerkanal, Schriftenreihe zu Enterprise 2.0-Fallstudien Nr. 14, München/ St. Gallen/Koblenz/ Frankfurt: Enterprise 2.0 Fallstudien-Netzwerk, 04/2012, ISSN 1869-0297**

Eine digitale Version der Fallstudie finden Sie unter:  
<http://www.e20cases.org>

**Schriftenreihe zu Enterprise 2.0-Fallstudien  
ISSN 1869-0297**

**Haupterausgeber der Schriftenreihe:**

Michael Koch (Universität der Bundeswehr München), Neubiberg  
Kontakt: michael.koch@unibw.de, <http://www.unibw.de/michael.koch>

**Weitere Herausgeber:**

Andrea Back (Universität St. Gallen), Petra Schubert (Universität Koblenz), Stefan Smolnik (European Business School)

**Assoziierte Herausgeber:**

Alexander Richter (Universität der Bundeswehr München), Alexander Stocker (Joanneum Research Graz)

Der Text steht unter einer Creative-Commons-Lizenz (share alike) Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Keine Bearbeitung 3.0  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>



Das **Enterprise 2.0 Fallstudien-Netzwerk** ist eine Initiative der Universität St. Gallen (Andrea Back), der Universität der Bundeswehr München (Michael Koch), der Universität Koblenz (Petra Schubert) und der European Business School (Stefan Smolnik).

*der Bundeswehr*  
**Universität München**

 UNIVERSITÄT  
KOBLENZ · LANDAU

**European Business School**  
International University · Schloss Reichartshausen

 Universität St.Gallen

## DocHouse: Opportunity Management im Partnerkanal

*Martin Surrey, Roland Diehl*

Das Leistungsportfolio der DocHouse GmbH ist rund um die Business Relationship Management Lösung, DocHouse/ BRM, ausgerichtet. Neben dem direkten Vertrieb, wird das Produkt primär von einem Netzwerk unabhängiger Partner vertrieben. Ein weiterer Schwerpunkt der Firma liegt auf dem Vertrieb von IBM Lizenzen.

Das eingeführte System besteht aus einem IBM Lotus Quickr, der Schnittstellen zu IBM Lotus Notes Datenbanken bereitstellt. Die Schnittstellen ermöglichen eine aktuelle und integrierte Sicht auf die Verkaufschancen (Opportunities) im Partnernetzwerk. Ziel dieser Informationssammlung ist die optimale Nutzung aller sich ergebenden Kundenpotenziale.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Fallstudie beteiligt:

Tab. 1: Mitarbeitende der Fallstudie

<b>Ansprechpartner</b>	<b>Funktion</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Rolle</b>
Wolfgang Brugger	Geschäftsleitung	DocHouse GmbH	Lösungsbetreiber (Anwender)
Christian Herkommer	Leiter Entwicklung & Support	DocHouse GmbH	Lösungsanbieter
Martin Surrey	Autor	Universität Koblenz	Autor
Roland Diehl	Autor	Universität Koblenz	Autor

Bei Interesse kann die Lösung in Markdorf bei der DocHouse GmbH oder im CRM-Labor der Universität Koblenz betrachtet werden.

## **1 Unternehmensprofil**

### **1.1 Hintergrund, Branche, Produkt und Zielgruppe**

Das in Markdorf lokalisierte Unternehmen DocHouse GmbH, im Folgenden DocHouse genannt, wurde 1995 gegründet und ist Spezialist für die Entwicklung von IBM Lotus Notes Anwendungen. Das Unternehmen gehört zu der KumaGROUP Holding GmbH. Die jahrelange Erfahrung in der Entwicklung eines Business Relationship Management Systems mit den Fokus auf Customer Relationship Management (CRM) in der Lotus Domino Umgebung macht DocHouse zu einem Experten in diesem Themengebiet. Die Kompetenzen in der Entwicklung und Nutzung von IBM Lotus Technologien ermöglichen eine fundierte Implementierungsunterstützung der weiteren IBM Lotus Produkte, wie z.B. IBM Lotus Quickr, IBM Lotus Connections oder IBM Lotus Sametime.

Das Mitarbeiterteam bestehend aus 11 Mitarbeitern bietet Lösungen für mittelständische Unternehmen, die in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Neben der jahrelangen Entwicklung von Anwendungssystemen bietet DocHouse umfangreiche Beratungskonzepte, damit Lösungen im richtigen Kontext eingeführt und für diesen Zweck verwendet werden. DocHouse hat ein Partnernetzwerk aufgebaut, so dass Kunden in ihrer regionalen Umgebung einen Ansprechpartner für die von DocHouse angebotene BRM-Lösung haben. Die Partner werden in regelmäßigen Meetings über die Neuerungen in den Produkten geschult und agieren als weitere kompetente Multiplikatoren für die Generierung von Verkaufschancen.

### **1.2 Stellenwert von Informationstechnologie im Unternehmen**

DocHouse entwickelt Produkte in der Lotus Domino Umgebung. Zur stetigen Verbesserung der eigenen Produkte, die die Firma selbst im Einsatz hat, ist der Fokus auf integrierte Informationsbereitstellung gelegt. DocHouse sieht einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz in einer starken Vernetzung mit ihren Partnern und versucht diese Vernetzung stetig zu optimieren.

## **2 Ausgangssituation für das Projekt (ex-ante Sicht)**

### **2.1 Ausgangslage**

Das Produkt DocHouse/ BRM wird nicht nur vom Hersteller selber vertrieben, sondern auch über ein Netzwerk von Partnern die eng mit DocHouse zusammenarbeiten. Das Partnernetzwerk erstreckt sich dabei auf den deutschsprachigen Raum.

Das Vertriebsnetz der DocHouse Partner wird durch vier weitere Mitarbeiter im hausinternen Vertrieb ergänzt.

Zur Steigerung der Abschlussquoten von Verkaufschancen werden diese Opportunities von der DocHouse-Vertriebsabteilung zusammengetragen. Dies ermöglicht DocHouse, die Verkaufschancen zentral abzustimmen und somit eine möglichst optimale Planung der internen Kapazitäten vorzunehmen. Die Information, welcher Partner welche Opportunity auslöst, wurde vor dem Start des im Folgenden beschriebenen Projekts von Vertretern von DocHouse durch regelmäßige Meetings mit den einzelnen Partnern in Erfahrung gebracht. Dabei erfolgte die Übermittlung der Informationen über das Telefon bzw. per E-Mail. Meetings wurden in den meisten Fällen in Form von Telefonkonferenzen abgehalten. Die Gesprächsprotokolle wurden anschließend per E-Mail ausgetauscht. Ziel dieser Meetings war die Gewinnung einer detaillierten Aussage zu den Opportunities. Neben Informationen zu der Opportunity wurden weitere Daten zusammengetragen, wie zum Beispiel inwieweit DocHouse den Partner bei der Akquisition der Opportunities behilflich sein kann. Zeitweise wurden diese Informationen durch den Austausch von Informationen per CSV-Datei gewonnen. Die Zusammenführung der Inhalte aus den CSV-Dateien musste umständlich von den DocHouse-Vertriebsmitarbeitern erstellt werden. Beide Wege, die Meetings und der Austausch per CSV-Datei waren mit großem Aufwand verbunden und eine neue Lösung wurde angestrebt.

DocHouse/ BRM und weitere Anwendungssysteme befinden sich auch bei den Partnern im Einsatz. Die CRM-Funktionen zum Opportunity Management werden von den Mitarbeitern der Partner genutzt. Die zentrale Speicherung der Opportunities bei DocHouse führte zu einem Medienbruch. Die Vernetzung der Partner mit ihrem Kooperationspartner DocHouse wurde technisch nur über Telefon, E-Mail oder digitalen Dokumente realisiert. Viele Entscheidungen zwischen Partner und DocHouse wurden von den Vertretern der Firmen am Telefon geklärt und minderten die Transparenz für andere Stakeholder der Entscheidung.

Der Medienbruch und die mündlichen Absprachen konnten auf Seiten von DocHouse zu inkonsistenten Informationen führen. Die Vermeidung von Redundanzen stellte somit eine zentrale Herausforderung dar. Zusätzlich ergab sich durch die Pflege dieser Informationen ein beträchtlicher Mehraufwand für die Mitarbeiter.

## **2.2 Motive und Ziele**

Die Notwendigkeit der zentralen Speicherung und der dadurch entstandene Mehraufwand bei der Bearbeitung von Opportunities führten dazu, dass in der Vertriebsabteilung der Firma DocHouse ein Änderungsbedarf entstand. Auf der Seite der Partner zeigte sich, dass die Mitarbeiter ebenfalls einen erhöhten Aufwand durch die zentrale Zusammenführung der Verkaufschancen hatten. Der komplizier-

te und zeitaufwändige Prozess zur Erhöhung der Abschlussquoten von Opportunities durch die zentrale Speicherung auf Seiten von DocHouse galt als überholt und ineffizient.

Auf einem von DocHouse organisiertem Partnertreffen wurde eine Verbesserung dieses Prozesses vorgeschlagen. Die Vertriebsabteilung von DocHouse erhielt die Zustimmung der Partner und es wurde ein erstes Konzept zusammen definiert. Das Ziel war eine Automatisierung der Informationssammlung, sodass an zentraler Stelle DocHouse die entsprechenden Informationen zur Verfügung hat und durch diesen Kanal Unterstützung für die Partner geben kann. Die Einführung eines Systems, das diesen Zweck erfüllt, würde eine neue Chance für die Unternehmen in der Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg bieten.

### **2.3 Erwarteter Nutzen**

Der alte Prozess zur Zusammenführung der Verkaufschancen von den Partnern zeigte sich als ineffizient und fehlerträchtig. Die Folge des alten Prozesses war ein zeitaufwändiges Zusammentragen aller Informationen zu den jeweiligen Opportunities.

Die Umgestaltung des Prozess und die Optimierung durch die Einführung eines neuen Systems sollte die zentrale Zusammenführung der Opportunities für die Mitarbeiter der Partner und DocHouse vereinfachen. Der direkte Zugriff von Partnern auf ein zentrales System der Firma DocHouse sollte zu einer stetigen Aktualität der Informationen führen. Eine automatische Extraktion der Verkaufschancen durch eine Schnittstelle aus dem jeweiligen CRM-System der Partner in eine zentrale Plattform sollte die benötigte Zeit auf ein Minimum reduzieren. Die Schnittstelle sollte eine generische Übertragung von Inhalten aus Lotus Notes Datenbanken umsetzen. Durch die zentrale Speicherung sollte weiterhin die Anzahl von Redundanzen gemindert werden. Als vorrangigstes Ziel wurde die umgehende Kontaktaufnahme zum jeweiligen Interessenten für DocHouse/ BRM benannt.

Ein zukünftiger Tooleinsatz sollte die Anzahl der Meetings zwischen den einzelnen Partnern und DocHouse reduzieren. Für die täglichen Arbeitsaufgaben wurde eine Vereinfachung und Verschmälerung erhofft.

Den direkten Nutzen sahen die Entwickler des Konzepts überwiegend in der Abteilung Vertrieb und der Geschäftsleitung. Neben einer besseren Übersicht aller Opportunities versprach man sich auch eine bessere Zuteilung von Kapazitäten.

Zur Ermittlung des erhofften Nutzens wurden von DocHouse und den Partnern keine expliziten Messkriterien festgelegt.

## 2.4 Entscheidungsprozess und Investitionsentscheidung

Die Anforderung kam ursprünglich aus dem Vertrieb der Firma DocHouse. Der Vertrieb hatte über Jahre hinweg versucht, eine eigene Lösung für dieses Problem zu finden. Die möglichen Verbesserungen und die daraus resultierenden Vorteile überzeugten die Geschäftsleitung. Während eines Treffens mit ihren Partner konnte DocHouse weitere Partner für diese Veränderung gewinnen, sodass eine Grundlage für eine engere technische Kopplung gegeben war. Die Problemstellung wurde zusammen mit den Partnern erarbeitet, sodass eine Grundlage für eine Evaluation von möglichen Plattformen gegeben war. Die Entscheidung für eine Optimierung des Opportunity Management im Partnerkanal war Auslöser für eine Anpassung im eigenen Produkt DocHouse/ BRM. In weiteren Schritten wurde von DocHouse die Universität Koblenz als Unterstützung bei der Erstellung des Konzepts, eines Prototypen und der Evaluation mit einbezogen.

## 2.5 Vorstellung der Partner

### *Universitärer Kooperationspartner: Forschungsgruppe Betriebliche Anwendungssysteme*

Die Forschungsgruppe Betriebliche Anwendungssysteme (FG BAS) der Universität Koblenz-Landau setzt mehrere thematische Schwerpunkte in den Bereichen: Unternehmenssoftware (speziell ERP-/CRM-Systeme), kollaborative Technologien (CSCW), Business Collaboration (Interorganisationssysteme) und Prozessmanagement. Der Kompetenzbereich Unternehmenssoftware betrachtet die zentrale Rolle von Systemen u.a. für das Customer Relationship Management (CRM) in der IT-Landschaft von Unternehmen. Im Kompetenzbereich der kollaborativen Technologien werden die Potenziale kollaborativer Technologien für den Unternehmenseinsatz untersucht.

Die Ausrichtung dieser thematischen Schwerpunkte ermöglicht in der bestehenden Forschungsk Kooperation zwischen der FG BAS und DocHouse eine Praxisorientierung in der Lehre, sowie realitätsnahe Forschung an CRM-Systemen und kollaborativen Technologien.

### *Anbieter der Business Software IBM Lotus Quickr*

IBM Lotus Quickr und die notwendigen Systeme werden von dem Unternehmen IBM Deutschland GmbH angeboten. Das Unternehmen besteht aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen, die unter anderem Dienstleistungen, Software und Hardware anbieten. Die IBM Software Group unterteilt sich in acht Sektionen, bestehend aus Business Analytics, Enterprise Content Management, Information Management, Lotus Software, Rational Software, Tivoli Software, WebSphere Software und System z Software. Die Enterprise 2.0 Lösung IBM Lotus Quickr wird mit weiteren Produkten für Kollaboration von der Sektion IBM Collaboration Solutions vertrieben.

### 3 Opportunity Management im Partnerkanal mit IBM Lotus Quickr

#### 3.1 Geschäftssicht und Ziele

Das Kerngeschäft von DocHouse ist der Vertrieb des betrieblichen Anwendungssystems DocHouse/ BRM. Das auf Lotus Notes basierende System wird von DocHouse entwickelt. Zur Erhöhung von Abschlussraten arbeitet DocHouse mit Partnern zusammen, die ebenfalls DocHouse/ BRM vertreiben. Die Partner sowie die Firma DocHouse verwalten ihre Verkaufschancen in ihrem CRM-System. Eine Optimierung des Opportunity Management ist möglich, wenn das Verwalten von Verkaufschancen zentral bei der Firma DocHouse betrieben wird. Das Ziel für DocHouse und die Partner ist eine Erhöhung der Abschlussraten von Lizenzverträgen.

Die Geschäftssicht (Abb. 1) konzentriert sich auf die Firma DocHouse, ihre Partner und die möglichen Interessenten des Produkts DocHouse/ BRM. Das Opportunity Management erfolgt in zwei Phasen. Zunächst werden mögliche Interessenten als Opportunity in das CRM-System des Partners eingetragen. In der zweiten Phase werden die Informationen über die Verkaufschancen von allen Partnern an DocHouse zur Auswertung übermittelt.

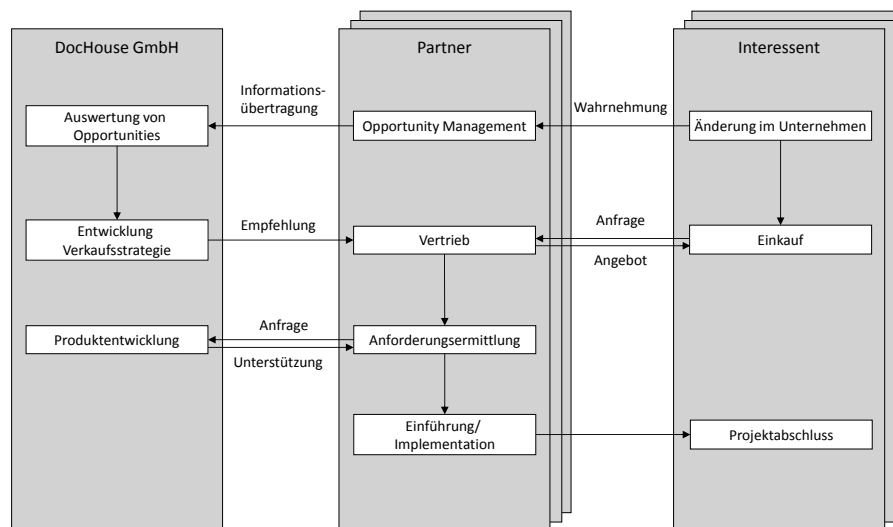


Abb. 1: Geschäftssicht zum Opportunity Management im Partnerkanal



Auf Basis der gewonnenen Daten aus der Auswertung wird eine Verkaufsstrategie entwickelt. Die Auswertung aggregiert die vorhandenen Verkaufschancen und ermittelt das Optimum für alle Partner, sodass eine Empfehlung für das folgende Vorgehen des Partners ausgesprochen werden kann. Bei geringer Wahrscheinlichkeit des Vertragsabschlusses tritt DocHouse als Unterstützer auf und bietet den Kunden neue Optionen. Nach Abschluss eines Vertrages zwischen Partner und Interessent bzw. Kunde werden die Anforderungen für die Implementierung erhoben und umgesetzt. Bei nicht konfigurierbaren Anpassungen am Produkt wird DocHouse angefragt, diese Anforderungen in Art einer Softwareanpassung umzusetzen.

Sobald die Anforderungen umgesetzt werden können, erfolgen die Einführung in die IT-Infrastruktur des Kunden und der damit verbundene Projektabschluss.

### 3.2 Prozesssicht

In Abb. 2 wird der Prozess des Opportunity Management im Partnerkanal dargestellt. Ausgehend von einer Verkaufschance eines Partners endet dieser Prozess mit der Erstellung eines Angebots für den Interessenten des Produkts DocHouse/BRM. Der Prozess wird als erweiterte ereignisgesteuerte Prozesskette (eEPK) dargestellt.

Das Starterereignis ist das Auftreten einer Verkaufschance für einen Partner von DocHouse. Im Vorfeld wurden vom Partner Marketingmaßnahmen ergriffen, damit Verkaufschancen entwickelt werden können. Die Informationen zu der Opportunity werden in das CRM-System des Partners eingetragen, sodass der Partner sein Opportunity Management betreiben kann.

Die Opportunities des Partners werden an den IBM Lotus Quickr der Firma DocHouse übermittelt. Dies geschieht über eine Schnittstelle, mit deren Hilfe die Daten aus dem CRM-System des Partners automatisiert übertragen werden. Alternativ können die Mitarbeiter des Partners die Opportunities in Quickr eintragen. Dazu wird ein standardisiertes Formular bereitgestellt. Die DocHouse-Mitarbeiter der Abteilung Vertrieb erhalten eine genaue Übersicht zu den Opportunities der Partner. Auf der aggregierten Datenbasis können die Mitarbeiter eine Verkaufsstrategie für alle Verkaufschancen der Partner entwickeln.

Entsprechend wird die Zuständigkeit des Partners überprüft, um eine möglichst optimale Betreuung des Kaufinteressenten zu gewährleisten. DocHouse übernimmt hier die Koordination und vermittelt zwischen den Partnern, sodass der zuständige Partner die Verkaufschance abwickelt.

Nachdem die Zuständigkeit geklärt ist, unterteilt sich der Prozess in zwei parallele Aktivitätsstränge. Neukunden und ehemalige Kunden erhalten die gleiche Aufmerksamkeit.

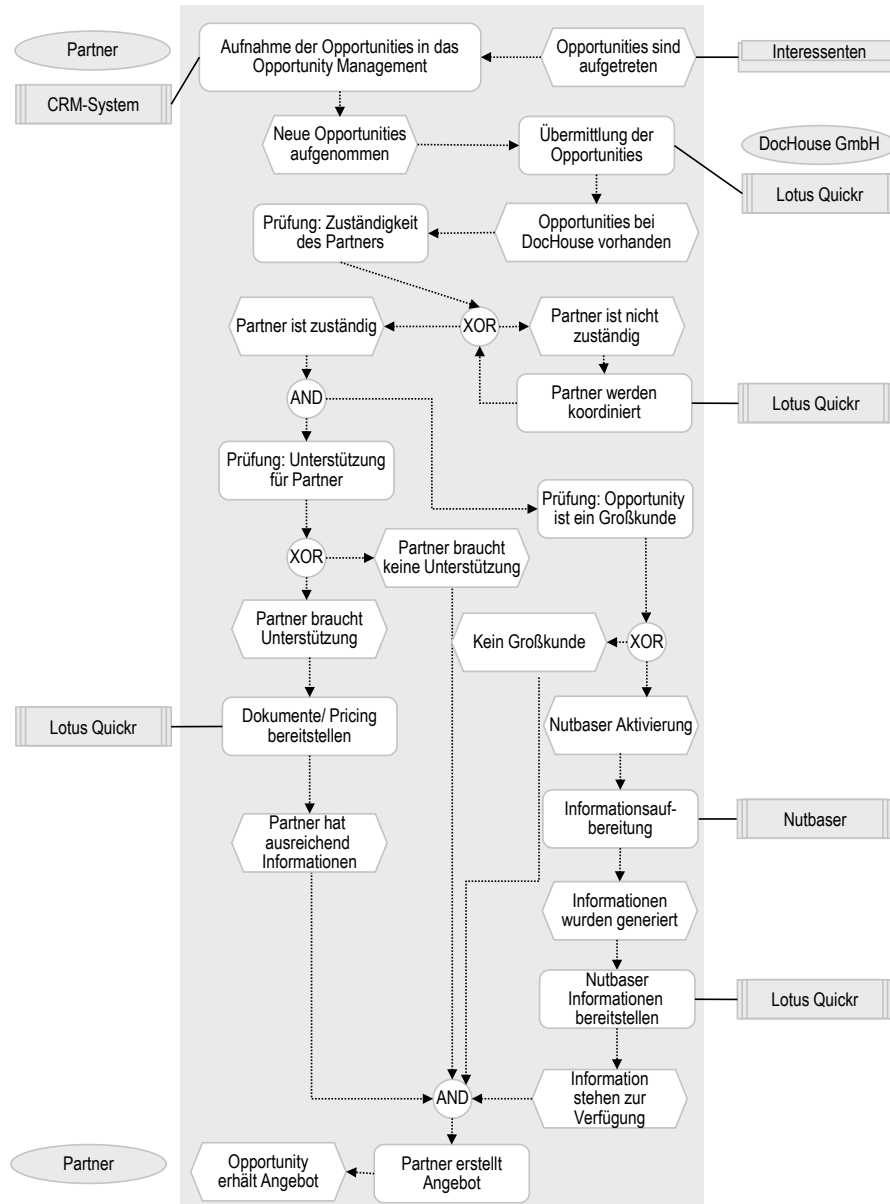


Abb. 2: Prozessdarstellung des Opportunity Managements als eEPK

Auf der einen Seite wird überprüft, ob der Partner Unterstützung von DocHouse bei der Gewinnung der Verkaufschance benötigt. Auf der Grundlage der vorhandenen Informationen können dementsprechende Informationen abgeleitet werden. Andernfalls wird erneut Kontakt zum Partner aufgenommen, damit eine Unterstützung besprochen werden kann. Im Anschluss setzt DocHouse die entsprechenden Hilfestellungen um, indem Dokumente oder andere Pricing Modelle im Quickr bereitgestellt werden. Dadurch steigert DocHouse die Wahrscheinlichkeit eines Vertragsabschlusses.

Der andere Aktivitätsstrang umfasst die Prüfung, ob eine Opportunity nach bestimmten Kriterien ein Großkunde für DocHouse ist. Erfüllt eine Verkaufschance diese Kriterien wird eine umfangreichere Betrachtung des Interessenten vorgenommen. Dazu wird das betriebliche Anwendungssystem Nutbaser verwendet. Nutbaser ist ein umfangreiches Werkzeug zur Behandlung von Opportunities und zur Optimierung des Vertriebs. Die Verwendung des Tools generiert Informationen, die im Lotus Quickr dargestellt werden sollen.

Nachdem die Schritte der Unterstützung und der Großkundenprüfung abgeschlossen wurden und alle benötigten Informationen vorhanden sind, startet der Partner auf Grundlage der Informationen ein Verkaufs- bzw. Verhandlungsgespräch. Im Anschluss wird das Angebot erstellt. Der Prozess endet sobald der mögliche Kunde das Angebot erhält.

### 3.3 Anwendungssicht

Die für den dargestellten Prozess relevante Anwendungssystemlandschaft der DocHouse besteht im wesentlichen aus drei betrieblichen Anwendungssystemen: DocHouse/ BRM wird zum Verwalten aller Beziehungen zu Stakeholder verwendet. Der Fokus des Systems ist die Kundenorientierung. In Nutbaser werden die in DocHouse/ BRM vorverwalteten Verkaufschancen analysiert. Es werden nur Verkaufschancen aufgenommen, wenn diese bestimmte Kriterien erfüllen. Lotus Quickr dient als Kollaborationsplattform für Partner. Eine selbstentwickelte Schnittstelle dient dem Austausch von Informationen mit den jeweils angeschlossenen CRM-Systemen und stellt die Informationen im Quickr für eine effiziente Zusammenarbeit zwischen DocHouse und Partnern sicher.

Die Anwendungen werden auf zwei Domino-Servern betrieben mit jeweiligen Directories zur Verwaltung der Benutzer. Das Directory des ersten Servers beinhaltet die Informationen für die Mitarbeiter der Firma. Das zweite Directory verwaltet die Benutzer, die durch die Anbindung der Partner angelegt werden.

IBM Lotus Quickr dient als zentrale Ablage der Opportunities für die Partner. Sowohl die DocHouse-Mitarbeiter als auch die Mitarbeiter der Partner können per Browser auf die Informationen im Quickr entsprechend ihren Rollen zugreifen. Die Informationen zu den Opportunities werden aus den CRM-Systemen der Partner

geholt und über eine Schnittstelle in die Instanz des Quickrs eingelesen. Aus der Anforderungsanalyse ging hervor, dass manche Funktionen des Quickrs nicht benötigt werden. Die Vorlagen für Teambereiche wurden dementsprechend angepasst, sodass keine Blogs oder Wikis zur Verfügung stehen. Im Vordergrund der Nutzung stehen die Bibliotheken zur Speicherung der Opportunities, der Gruppenkalender zur Abstimmung von wichtigen Terminen bezüglich der Verkaufschancen und die gemeinsamen Aufgaben zur Generierung weiterer Informationen zu den Verkaufschancen.

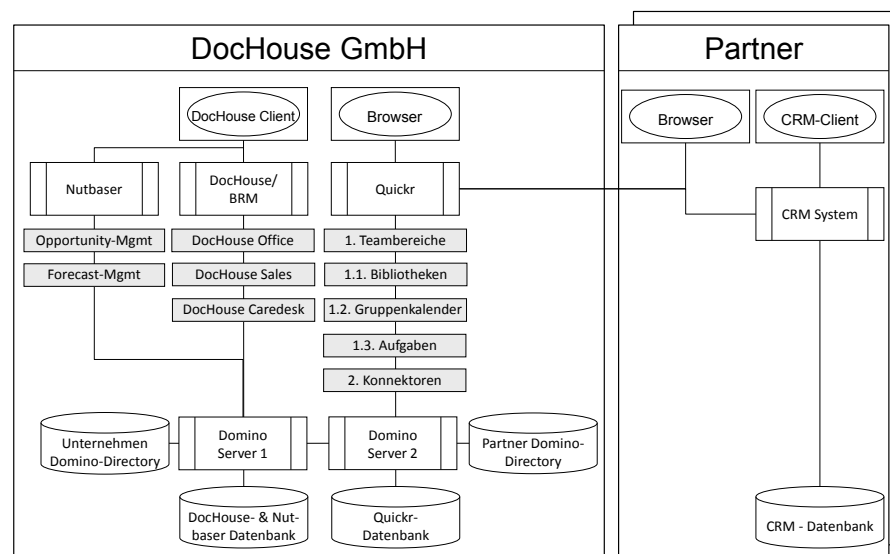


Abb. 3: Anwendungssicht von DocHouse und Partnern

Die Firma DocHouse hat das hauseigene System als CRM-Lösung im Einsatz, sodass die Opportunities, die im Quickr vorhanden sind, in DocHouse/ BRM übertragen werden können. Das Opportunity Management kann nun zentral innerhalb der Firma DocHouse gesteuert werden. Die Verwaltung und Auswertung aller Opportunities wird durch die zentrale Betrachtung optimiert. Bei der Identifikation von potenziellen Großkunden wird zusätzlich eine Klassifikation, beziehungsweise Qualifizierung für Forecasts mit Hilfe des Tools Nutbaser vorgenommen. Nutbaser dient zur Unterstützung des Vertriebs, in dem es Funktion bereitstellt, die den Anwendern ein Forecast- und Opportunity Management betreiben lässt. Die Funktionen stellen dabei eine nutzbringende Ergänzung zum Opportunity Management von DocHouse/ BRM dar.

### 3.4 Technische Sicht

Das Netzwerk (Abb. 4) innerhalb von DocHouse unterteilt sich in zwei Teilnetzwerke. Im Intranet sind alle DocHouse-Mitarbeiter mit ihren Geräten angeschlossen und können per Browser, DocHouse-Client bzw. Notes-Client auf die betrieblichen Anwendungssysteme Lotus Quickr, DocHouse/ BRM und Nutbaser zugreifen. In diesem Netzwerk befindet sich der Server für die Anwendung DocHouse/ BRM, sowie die von DocHouse programmierte Schnittstelle zum Synchronisieren der Opportunities. Das Intranet ist über einen Router mit der demilitarisierten Zone des Unternehmens verbunden. In diesem Teilnetzwerk befindet sich der Lotus Quickr. Interne Mitarbeiter sowie externe Partner können per Browser auf das System zugreifen.

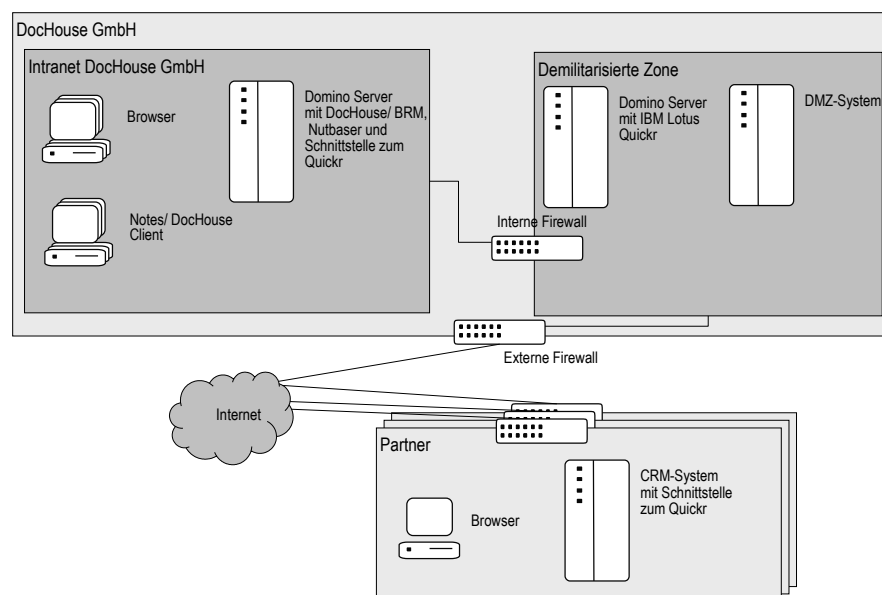


Abb. 4: Technische Sicht auf die DocHouse Hardware-Infrastruktur

Das Netzwerk von DocHouse wird von einer Firewall geschützt und nur autorisierte Zugriffe werden über das Internet zugelassen. Die Partner können über das Internet auf die Informationen des Quickr zugreifen. In den Netzwerken der Partner kommen unterschiedliche führende Systeme zum Einsatz (z. B. ein CRM-System), sowie die von DocHouse programmierte Schnittstelle zur Synchronisierung der Opportunities. Die Mitarbeiter der Partner können per Browser auf den Quickr zugreifen.

Für die Implementierung dieser Lösung kamen folgende Hard- und Software Systeme zum Einsatz:

Tab. 2: Spezifikationen und Merkmale

Server	Hardware	Software
DH01 DocHouse Live Server	4x2,3GHz CPU, 8GB RAM, 2 TB HD	Windows Server 2008 Lotus Domino 8.5.2 DocHouse 3.4 Nutbaser
QU01 Quickr Live Server	4x2,3GHz CPU, 8GB RAM, 2 TB HD	Windows Server 2008 Lotus Domino 8.5.2 Quickr 8.5.2

CPU: Prozessor, RAM: Arbeitsspeicher, HD: Festplattenspeicher

BS: Betriebssystem, AW: Anwendungssoftware, MW: Middleware, DB: Datenbanksoftware

## 4 Einführungsprojekt und Betrieb

### 4.1 Konzeption, Entstehung und Roll-out der Lösung

Eine erste grobe Konzeption für das hier beschriebene Projekt wurde initial während eines Partnertreffens erstellt. An dem Treffen waren Vertreter der Firma DocHouse sowie der jeweiligen Partner beteiligt. Es wurde eine Anzahl von kollaborativen Plattformen zur engeren Betrachtung ausgewählt und Anforderungen an eine zu implementierende Schnittstelle festgehalten. Im Anschluss des Meetings befassten sich Mitarbeiter der Firma DocHouse mit einer Evaluation der Plattformen. In der Endauswahl standen Microsoft Sharepoint und IBM Lotus Quickr. Die Plattform IBM Lotus Quickr wurde ausgewählt, da hier eine größtmögliche Plattformunabhängigkeit des Servers gegeben ist. Außerdem kann die Bedienung über verschiedene Konnektoren (Explorer, Lotus Notes, Microsoft Office) vereinfacht werden. Durch die Unterstützung verschiedener Webbrowser auf verschiedenen Betriebssystemen ist ein plattformunabhängiger Webzugriff gewährleistet.

Eine umfassende Konzeption der Schnittstelle wurde letztendlich von DocHouse in Zusammenarbeit mit der Universität Koblenz vorgenommen. Dazu besprachen die Teilnehmer die technische Realisierbarkeit und erhoben weitere detaillierte Anforderungen. Innerhalb eines Studienprojekts wurden an der Universität Koblenz ein fundiertes Konzept und ein Prototyp entwickelt. Das Projekt wurde von sechs Studenten im Bachelorstudium unter der Leitung eines wissenschaftlichen Mitarbeiters und unter enger Abstimmung mit DocHouse realisiert. Die Projektdauer betrug sieben Monate. Der implementierte Prototyp ermöglicht die automatische Übertra-

gung von Inhalten aus DocHouse/ BRM zu einem Teambereich des Quickr Servers.

Im Anschluss an das Projekt wurden die Anforderungen kontinuierlich weiter verfeinert. An der Auswertung waren Mitarbeiter aus dem Vertrieb und der Produktentwicklung des Unternehmens beteiligt. Während dieser Phase wurde der realisierte Prototyp intern eingerichtet. In einem weiteren Auswertungszyklus wurde der Prototyp getestet. Das erste Release für die produktive Nutzung wurde intern fertiggestellt und in den laufenden Betrieb eingeführt.

Die Schnittstelle wurde mit dem Ziel der flexiblen Erweiterbarkeit realisiert, sodass zukünftig weitere Systeme mit geringem Anpassungsaufwand angebunden werden können.

## 4.2 Projektmanagement und Change Management

Der Auslöser für das Projekt war der Wunsch der DocHouse-Vertriebsmitarbeiter nach einer effektiveren Abstimmung mit den Partnern für das Opportunity Management. Eine Reduzierung des Abstimmungsaufwands bei der Koordination des Opportunity Managements war ein überzeugendes Argument für die Geschäftsführung, dem Projekt zuzustimmen. Als Projektleiter wurde der Leiter des Vertriebs ausgewählt. Zu dem Projektteam gehörten ein weiterer erfahrener Mitarbeiter des Vertriebs, der Leiter der Entwicklungsabteilung und ein weiterer Mitarbeiter aus der Entwicklung. Das Projekt wurde in vier Phasen durchgeführt: Definition, Evaluation, Konzeption und Umsetzung. Die Definition der Problemstellung wurde mit den Partnern gemeinsam besprochen. Für die Evaluation wurde die Universität Koblenz miteinbezogen. Bei der Konzeption arbeiteten DocHouse und die Universität Koblenz eng zusammen und realisierten eine umfangreiche Konzeption und einen vertikalen Prototypen. Während dieser Phase wurde das Projektteam als Lenkungsgremium für die ausgelagerten Projektaktivitäten eingesetzt. In regelmäßigen Abständen wurden die Fortschritte und Ergebnisse dem Team vorgestellt. Das Projektteam konnte Anmerkungen bzw. Anregungen an den Betreuer der Studenten richten, sodass diese an die Studenten weitergegeben werden konnten. In der letzten Phase wurden die in der Konzeption entstandenen Anforderungen umgesetzt.

Die Koordination und Abstimmung mit den Partnern hat sich seit der Einführung vereinfacht. Für die Administration des Quickr nahm der zuständige Mitarbeiter an einer dreitägigen Administrationsschulung teil. Eine Anwenderschulung für den Umgang mit dem neuen System war auf Grund der intuitiven Bedienbarkeit nicht notwendig. Es wurde lediglich an einem Beispiel demonstriert, wie der Prozess auf der Plattform abgebildet werden soll. Supportanfragen der Mitarbeiter werden auf dem kurzen Dienstweg gelöst. Die Motivation zur Nutzung des neuen Systems ergab sich durch die Vereinfachung der täglichen Arbeit der Mitarbeiter im Ver-

trieb. Alle wichtigen Informationen zu den Opportunities befinden sich nun aggregiert auf dem Quickr Server, während diese zuvor mühsam zusammengestellt werden mussten.

#### **4.3 Laufender Betrieb und Weiterentwicklung**

Die Lösung wurde als Beta eingeführt und zur Produktreife weiterentwickelt. Der Funktionsumfang der Lösung wird entsprechend in kurzen Zeitabschnitten durch die Entwickler erweitert. Während des Betriebs sollen auch weitere CRM-Systeme durch die Schnittstelle an den Lotus Quickr angebunden werden. Für die Zukunft ist noch die eine umfassende Integration von Nutbaser in die Quickr Plattform geplant.

### **5 Erfahrungen (ex-post Sicht)**

#### **5.1 Nutzerakzeptanz und faktische Nutzung**

Durch die Beteiligung der Vertriebsmitarbeiter an Planung und Konzeption wurden gemachte Veränderungen hier durchweg positiv aufgenommen. Das führte dazu, dass keine Anpassung der zuvor definierten Funktion während der Einführung oder danach aufgrund von falscher Interpretation von Anforderungen vorgenommen werden mussten. Die Mitarbeiter wurden auch im Entwicklungsprozess stetig informiert.

Im Tagesgeschäft der Vertriebsmitarbeiter kommt die Lösung somit intensiv zum Einsatz. Die Nutzung erfolgt dabei auf der einen Seite als Informationsplattform für das Opportunity Management im Partnerkanal sowie auf der anderen Seite als Kollaborationsplattform für DocHouse und deren Partner.

Trotz des frühzeitigen Einbezugs der Partner in die Konzeption konnten nicht alle Partner für die Nutzung der Quickr Plattform gewonnen werden.

#### **5.2 Realisierter Nutzen und bewirkte Veränderungen**

Der in Kapitel 2.3 erwartete Nutzen hat sich nach der Einführung des Anwendungssystems in weiten Teilen eingestellt. Die Optimierung des Opportunity Managements im Partnerkanal steigerte die Effizienz und reduzierte die Fehler in der zentralen Betrachtung der Opportunities.

Der zeitliche und organisatorische Aufwand zur Sammlung der Informationen über die Opportunities konnte klar reduziert werden. Das zeigt sich darin, dass die Vertriebsmitarbeiter nicht mehr regelmäßige Meetings von den einzelnen Partnern anfordern müssen, um die aktuellen Opportunities zu erhalten. Die zentrale Zu-



sammenführung der Opportunities im Quickr durch die automatische Übermittlung von den CRM-Systemen der Partner reduziert nicht nur die Anzahl an Telefonaten, sondern auch die Anzahl an E-Mails. Es wurde eine einheitliche und zentrale Speicherung der Information realisiert. Redundanz der Daten und entstehende Aufwände in der Zusammenführung konnten somit deutlich minimiert werden. Durch die direkte Übermittlung und die Möglichkeit die Opportunities über ein standardisiertes Formular einzugeben, wurde das Fehlerpotenzial deutlich verringert.

Zu dem erwarteten Nutzen stellte sich zusätzlich noch eine höhere Transparenz für weitere Mitarbeiter über die Aktivitäten der Partner ein, da diese auch Zugriff auf die im Quickr hinterlegte Dokumentation der Opportunities haben. Es ist nun auch möglich, Kapazitäten schneller von einem Projekt zu einem anderen Projekt zuzuteilen, da die Informationen zu den einzelnen Verkaufschancen und deren Historie übersichtlich und direkt zur Verfügung stehen.

### 5.3 Investitionen, Rentabilität und Kennzahlen

Das Projekt ist aus Sicht der Geschäftsführung von DocHouse ein Erfolg und rentabel. Die Einsparungen bei der Ausführung des Prozesses gegenüber der ehemaligen Herangehensweise sind sehr hoch. Die längere Konzeption-, Planungs- und Prototypphase zahlte sich mit geringen Kosten während der Implementierung aus. Der Break-Even wird voraussichtlich nach weiteren sieben Monaten Betrieb erreicht.

Initial wurde in einem Studienprojekt das Konzept, die Evaluation der Plattform und die Entwicklung eines vertikalen Prototyps der Schnittstelle zwischen den beiden Systemen durch die Universität Koblenz vollzogen. Das System DocHouse/BRM setzt auf einen Domino-Server auf, sodass für die Implementierung von Lotus Quickr das entsprechende Know-how für die Konfiguration des Serversystems vorhanden war. Ebenso schlug die Lizenz für IBM Lotus Quickr nicht stark ins Gewicht, da DocHouse IBM Business Partner ist. Der interne Kompetenzaufbau für die Einrichtung und den Betrieb wurde mit einer dreitägigen Schulung eines DocHouse-Mitarbeiters beim Partner IBM sichergestellt.

Die Einführung erfolgte ursprünglich als Abteilungslösung. Hier wurde eine Instanz des Systems implementiert. Zur Wahrung der Datensicherheit und Wartbarkeit wurde für die Partner konsequent ein neues Domino-Directory realisiert. Die Fertigstellung der Schnittstelle wurde entsprechend der Anforderungen aus der Fachabteilung von der hauseigenen Entwicklungsabteilung vorgenommen. Damit können die Investitionskosten für DocHouse insgesamt auf 15 Arbeitstage zum internen Verrechnungssatz angesetzt werden. Betriebskosten sind die Kosten für den Betrieb des Anwendungssystems.

Im Zuge der Einführung im eigenen Unternehmen wurde ein standardisierter Roll-out-Prozess definiert und eine generische Schnittstelle zur Anbindung bestehender

Anwendungssysteme realisiert. Endkunden kann die Lösung daher zukünftig mit geringem Customizing-Aufwand angeboten werden. Im Folgenden findet sich eine exemplarische Aufstellung von Aufwendungen zu Marktbedingungen (Tab. 3).

Tab. 3 Aufwendungen zu Marktbedingungen

Einrichtung	3 Tage inkl. Workshop
Anpassungen	1 Tag
Schulung	1 Tag
Betriebskosten (je user/server)	Projektabhängig
Lizenzkosten (je user/server)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für IBM Lotus Quickr userabhängig.</li> <li>• Schnittstelle ist eine Eigenentwicklung, Lizenzkosten sind abhängig von der Projektgröße.</li> </ul>

## 6 Erfolgsfaktoren

Das in dieser Fallstudie betrachtete System zeichnet sich unter anderem durch die Integration in die bestehende Infrastruktur aus. Die Kollaborationsplattform IBM Lotus Quickr ermöglicht in diesem Zusammenhang ein engeres, effizienteres Zusammenarbeiten mit den Partnern von DocHouse.

Die reibungslose Einführung der Lösung war durch die frühe Einbeziehung von Mitarbeitern der Vertriebsabteilung und von den Partnern möglich. Beide Parteien waren bei der Definition der Anforderungen beteiligt. Die Gestaltungseinwände während der Konzeption und der Umsetzung von den Mitarbeitern aus dem Vertrieb führten maßgeblich zum Erfolg.

Die detaillierte und umfangreiche Erhebung der Anforderungen während der Konzeptionsphase führte nicht nur zum letztlichen Projekterfolg, sondern konnte auch die Geschäftsführung von DocHouse überzeugen. Die so erzielte durchgängige Unterstützung von Seiten der Geschäftsführung zählt zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren.

Bei der Konzeption wurde die Universität Koblenz als externer Partner hinzugezogen. Die Arbeitsergebnisse aus einem Studienprojekt und die Unterstützung der wissenschaftlichen Mitarbeiter flossen in das endgültige Konzept ein.

Die langjährige Erfahrung der Firma DocHouse in der Programmierung von Lotus Notes Anwendungen führte zu einer stringenten Umsetzung. Die zusätzliche Administrationsschulung für IBM Lotus Quickr rundete das benötigte Wissen ab.

### 6.1 Spezialitäten der Lösung

Die realisierte Plattform zum Management von Opportunities bietet eine Systemunterstützung von der Aufnahme der Opportunity durch die Partner bis hin zur Synchronisation bei DocHouse. Die effiziente Erfassung, das zentrale Speichern im Lotus Quickr und die Flexibilität der Schnittstelle setzen den Prozess der Zusammenführung optimal um. Durch den webbasierten Clientzugriff auf die Quickr Teamplaces können neue Partner schnell zugeschaltet werden.

Die Gestaltung eines Quickr Teambereichs durch die Anpassung bzw. Erstellung von Vorlagen ermöglicht eine flexible Gestaltung der Benutzeroberfläche und des angebotenen Funktionsumfangs. Ein Teambereich kann über die Layoutvorlagen (Cascading Style Sheets) mit sehr geringem Aufwand im Corporate Design des jeweiligen Partners gestaltet werden.

### 6.2 Reflexion der Barrieren und Erfolgsfaktoren

Die umfangreiche und präzise Definition der Problemstellung und die fundierte Konzeption verlängerten durch die Einbeziehung der Partner die Projektlaufzeit. Die Einbeziehung der unterschiedlichen Gruppen hatte einen entsprechenden Koordinationsaufwand erzeugt.

Die Optimierung des Opportunity Management wurde von den meisten Partnern als positiv wahrgenommen. Die Flexibilität der Lösung lässt die Anwender auf Partnerseite bequem die Opportunities eintragen, dabei spielt das eingesetzte CRM-System beim Partner keine Rolle. Trotz der überwiegenden Vorteile konnten nicht alle Partner von der Lösung überzeugt werden. Die nicht teilnehmenden Partner sahen Risiken in der kontinuierlichen Weiterentwicklung.

### 6.3 Lessons Learned

Wird die Fallstudie, die Entwicklung des Systems und die Nutzung rückblickend betrachtet, so können folgende „Lessons Learned“ identifiziert werden:

- Eine ausgiebige Evaluation von Lösungsalternativen und eine starke Konzeption unter Einbeziehung von allen relevanten Stakeholdern zahlen sich im späteren Projektverlauf aus.
- Der erhöhte Integrationsgrad von Einzelsystemen und die damit erzielte Automatisierung beim Management von Opportunities verringern die Reaktionszeit bei sich ergebenden Vertriebsmöglichkeiten und führen unter dem Strich zu erhöhten Abschlussquoten.
- Die Flexibilität der Lösung ermöglicht zukünftig ein schnelles Anbinden von neuen Partnern.

## Kurzprofile der Autoren

**Martin Surrey** (martin.surrey@de.ibm.com)

Martin Surrey ist Angestellter bei IBM Deutschland GmbH. In der Abteilung IBM Social Business and Collaboration Solutions vertieft er sein Wissen in der Einführung, Verwendung und Integration von Social Business Solutions in Unternehmen und Bildungseinrichtungen. Zuvor war Herr Surrey Studierender an der Universität Koblenz-Landau mit dem Schwerpunkt betriebliche Anwendungssysteme und Computer Supported Cooperative Work.

**Roland Diehl** (rdiehl@uni-koblenz.de)

Roland Diehl ist wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Betriebliche Anwendungssysteme (FG BAS) der Universität Koblenz-Landau unter der Leitung von Frau Prof. Dr. Petra Schubert. Er beschäftigt sich mittlerweile seit über fünf Jahren in verschiedenen Rollen mit dem Design, der Entwicklung, der Einführung und den Nutzungsprinzipien von kollaborativen Technologien.

## Dokumentation der Datenerhebung

Die Daten, die dieser Fallstudie zu Grunde liegen wurden systematisch nach der eXperience-Fallstudienmethodik, welche verschiedene Sichten (Business, Prozess, Anwendungen und Technik) auf die beschriebene Lösung ermöglicht (Schubert & Wölfle 2007) mittels Interviews erhoben:

Kurz nach der Einführung der Lösung im DOCHOUSE Partnernetzwerk wurde ein offenes Interview mit dem Leiter des Einführungsprojekts und einem Lead-User durchgeführt. Ziel war es, den Aufbau der Lösung, die jeweiligen Erwartungen und den erzielten Nutzenbeitrag zu erfragen.

Anschließend wurde ein wissenschaftlicher Mitarbeiter der Universität Koblenz-Landau zu der Lösung befragt. Dieses offene Interview hatte eine Vertiefung der technischen Details als Ziel.

Die Interviews dauerten jeweils etwa 4 Stunden und wurden durch den teilstandardisierten Leitfaden nach eXperience unterstützt. Die Befragten wurden von zwei Interviewern befragt.