
Vorwort

Das vorliegende Buch beschäftigt sich mit dem Customer Relationship Management (CRM) und mit CRM-Systemen sowie ihrer Integration in Unternehmen, wobei sowohl theoretische Grundlagen als auch Aspekte der Realisierung zur Sprache kommen. Neben Beiträgen, in denen die Modellierung von Geschäftsprozessen behandelt wird, gibt es weitere Beiträge zu den Grundlagen der Integration von Applikationen (Enterprise Application Integration, kurz: EAI) und speziell zur Einführung von CRM-Systemen. Weitere Beiträge widmen sich der Auswahl von EAI-Tools und der Bewertung von CRM-Systemen und -Maßnahmen.

Die Autoren der Beiträge in diesem Buch sind durchweg ausgewiesene Experten aus der praxisorientierten Forschung und der Unternehmenspraxis. Die vorgestellten Ansätze und Erfahrungen weisen daher sowohl eine angemessene theoretische Untermauerung als auch eine hohe Anwendungsnahe auf.

Das Buch gliedert sich in fünf Teile, die inhaltlich aufeinander aufbauen. Teil 1 (Grundlagen) enthält eine Einführung in das CRM und in CRM-Systeme. Ein wesentliches Ergebnis ist dabei, dass die CRM-Realisierung unbedingt die Abkehr von der rein bereichsbezogenen bzw. funktionalen Organisation in Unternehmen voraussetzt. Vielmehr ist das Denken und Handeln in Form so genannter Geschäftsprozesse erforderlich. Daher widmen sich die Beiträge des Teils 2 (Modellierung und Konzeption) der Geschäftsprozessmodellierung und der Integration so genannter Business Rules. Zweifellos lassen sich die in den ersten beiden Teilen aufgezeigten Erfolgspotenziale von CRM erst dann erschließen, wenn CRM und CRM-Systeme in die Organisation und IT-Landschaft im Unternehmen eingebunden sind. CRM darf also nicht bei den zumeist diskutierten „integrierten CRM-Systemen“ halt machen, sondern bedarf einer „CRM-System-Integration“. Wie die Praxisbeispiele in Teil 3 (Einführung und Integration) aufzeigen, erfordert dies eine umsichtige Herangehensweise und die Bewältigung verschiedenster organisatorischer und technischer Hürden. Insbesondere die ebenfalls in Teil 3 behandelten Ansätze zur Anwendungsintegration, die unter dem Begriff EAI zusammengefasst werden, leisten hier wertvolle Unterstützung. Aus unternehmerischer bzw. betriebswirtschaftlicher Sicht dürfen natürlich bei aller Offenheit gegenüber neuen Ansätzen und Technologien Kosten und Erfolgsbewertung nicht außer Acht gelassen werden. Der Teil 4 (Evaluation von CRM-Maßnahmen und -Systemen) beschäftigt sich daher mit Aspekten der Kosten-Nutzen-Analyse von CRM und mit der so genannten Web-Scorecard, einem Instrument zur systematischen und umfassenden Bewertung von CRM-Maßnahmen im Web. Den Abschluss des Buches bildet Teil 5 (Neuere Entwicklungen und Ausblick), der neben einem Beitrag über ein neues Anwendungsgebiet – die Nutzung des CRM auf B2B-Internetmarktplätzen – einen Ausblick über künftige Entwicklungsrichtungen von CRM-Systemen und EAI enthält.

Das Buch wendet sich an Personen, die sich für das CRM und seine Integration in Unternehmen interessieren. Damit umfasst die Zielgruppe des Buches Manager und Berater in IT, Marketing und Vertrieb sowie praxisorientierte Wissenschaftler in Marketing/Vertrieb, Wirtschaftsinformatik, Unternehmensführung und -planung.

Bedanken möchte ich mich an dieser Stelle nochmals nachdrücklich bei den Autoren, die mit viel Engagement und Zeitaufwand trotz anderer beruflicher Verpflichtungen ihre Beiträge geliefert haben. Für ihren Einsatz bei der Formatierung der Beiträge und die Erstellung mehrerer Grafiken danke ich zudem Frau Martina Heim und Frau Michelle Niesner, ohne die das vorliegende Buch ebenfalls nicht hätte realisiert werden können. Mein Dank gilt schließlich Frau Vogler-Boecker, Frau Himmel und Herrn Dr. Klockenbusch vom Vieweg-Verlag für die unkomplizierte

Zusammenarbeit.

Auf der Homepage <http://www.information-networking.de> findet der interessierte Leser neben Links zu relevanten Websites auch Informationen zu Softwaretools und aktuellen Themen bzw. Veröffentlichungen aus Theorie und Praxis rund um die Themen Customer Relationship Management, Enterprise Application Integration und Information Networking.

München, im Mai 2002

Matthias Meyer