

# Wilkhahn

## CRM, das sitzt!

update-Einsatz bei Wilkhahn

**Zeit ist im internationalen Wettbewerb kostbar und IT-Ressourcen sind knapp: Gerade für mittelständische Unternehmen zählen schlanke Prozesse, unkomplizierte Erfassung von Kundendaten und schneller Zugriff auf Informationen. Der Büromöbelhersteller Wilkhahn setzt deshalb seit Sommer 2006 auf die Web-basierte CRM-Lösung von update. Das neue System löst eine SAP-CRM-Installation von 2001 ab.**

Wer bereits das Vergnügen hatte, seine Zeit vor dem Computer auf einem Schreibtischstuhl von Wilkhahn zu verbringen, der weiß: Das Familienunternehmen aus Bad Münde am Rande des Deisters baut ganz besondere Möbel. Für den Büromöbelhersteller trifft das Motto "Qualität setzt sich durch" zu. Wilkhahn-Produkte sind in Konferenz- und Arbeitsräumen, aber auch in Flughafen-Lounges auf der ganzen Welt zu finden, vom FJS-Flughafen in



### Case Study | Quick Check

#### Anwendungsbereiche

Vertrieb und Marketing mit zentralem CRM-System im Innen- und Außendienst

#### Anzahl Anwender

50 derzeit | int. Roll-out läuft

#### Installationen

Deutschland

#### Start

2001

#### Lösung

update.web | update.interface

#### Ergebnis

"Wir haben für unseren Bedarf mit update in Vertrieb und Marketing die richtige Lösung gefunden. Zum einen ist sie wendig und flexibel, zum anderen intuitiv bedienbar. Aufgrund der geringeren Hardwareanforderungen ist mit der neuen Lösung auch die Performance deutlich gestiegen, das wird von den Usern sehr positiv aufgenommen."

Hubert Schnorfeil,  
Projektleiter CRM bei Wilkhahn

# update

*„Wir haben für unseren Bedarf mit update in Vertrieb und Marketing die richtige Lösung gefunden.“*

Hubert Schnorfeil | Projektleiter CRM

München über Hongkong bis nach Dubai. Mit 500 Mitarbeitern, davon 370 am Stammsitz, sowie Zweigwerken in Spanien und Australien erwirtschaftete das niedersächsische Unternehmen in 2005 67,7 Millionen Euro. 60 Prozent davon kommen aus dem Export, das

die Empfänger bei der Fakturierung des Auftrags bestenfalls in Form einer Lieferadresse. Da größere Projekte häufig durch die Zusammenarbeit mit Architekten zustande kommen, ist es für Wilkhahn besonders wichtig, hier Kontakte zu pflegen. Die Globalisierung

Anforderungen an das Customizing aufwändig umzusetzen gewesen“, erklärt Hubert Schnorfeil, Projektleiter CRM bei Wilkhahn.

Nach vier Jahren entschied sich Wilkhahn deshalb neu, diesmal für den damaligen

## „Im Rahmen des SAP-Systems wäre eine Datenintegration recht komplex gewesen“

Unternehmen unterhält Niederlassungen in Europa, Asien und Australien, und ist mit Lizenznehmern auch in den USA, in Japan, Südamerika und Afrika vertreten. Motor für das Wachstum sind derzeit vor allem Australien und Japan mit Auftragseingangssteigerungen im zweistelligen Bereich.

Das 1907 von den Familien Wilkening und Hahne gegründete Unternehmen leistet sich trotz Wettbewerbsdruck konsequent ethische Grundsätze. Nicht für den Markt, sondern für Menschen und für Lebensräume, die diesen Namen verdienen, will der designorientierte Hersteller seine Möbel produzieren. Dazu gehört auch der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen – deshalb bietet Wilkhahn beispielsweise die Überarbeitung älterer Stühle an.

Für das Bad Mündeneraner Unternehmen liegt der Schwerpunkt im CRM vor allem auf dem Management von Vertriebsprozessen und Vertriebsprojekten. Der deutsche Vertrieb erfolgt in erster Linie über ein Fachhandelsnetz. Dennoch ist es dem Hersteller ein Anliegen, auch über die Endkunden informiert zu sein. Ohne CRM-Ansatz erscheinen

und internationale Verflechtung wirken sich gerade im Projektgeschäft aus, und internationale Referenzen sind das tägliche Brot. Verkaufschancen ergeben sich dabei häufig bei Bauobjekten, in denen komplette Gebäude oder bestimmte Bereiche wie Office-, Konferenz- oder Rezeptionsräume eingerichtet werden sollen. Oft sind an einem Vertriebsprojekt verschiedene Partner wie Fachhändler, Architekten und Einkunden beteiligt.

### Flexibilität als entscheidendes Kriterium

Zunächst handhabte Wilkhahn die Daten in einer eigenentwickelten Lösung, die Ende der Neunziger an ihre Grenzen stieß. So war es beispielsweise nicht möglich, das System an Outlook oder das Internet anzubinden. Es folgte eine Marktsondierung und anschließende Auswahl im Jahr 2001. Die Entscheidung fiel damals zunächst auf eine CRM-Software von SAP, unter anderem weil R/3 als ERP-System von den Bad Mündeneranern ebenfalls eingesetzt wird. „Das Funktionsspektrum war zwar ausreichend, mit der neuen Version wären jedoch die internationalen

Kopf-an-Kopf-Kandidaten update. In Australien hatte der Möbelproduzent bereits positive Erfahrungen mit dem Produkt des gleichnamigen österreichischen Herstellers gesammelt, die beim Umstieg als Know-how einfließen. „Wir haben für unseren Bedarf mit update in Vertrieb und Marketing die richtige Lösung gefunden. Zum einen ist sie wendig und flexibel, zum anderen intuitiv bedienbar – einige Mitarbeiter kamen ohne Schulung direkt mit dem System klar“, fasst Schnorfeil zusammen. Durchschnittlich erhielten die User eine eintägige Schulung. Im Gegensatz dazu habe man im vorherigen System aufgrund dessen Komplexität zwingend vorgeschriebenen Abläufen folgen müssen, nicht zuletzt ein Geduldsfaktor. In ihrem Kontext sind am Anfang eines Projekts oft nur sehr wenige Daten über neue Kontakte vorhanden, seien es Menschen oder Unternehmen, daher werden nur sehr wenige Pflichtfelder benötigt.

### Anpassung an schnelles Geschäft

Im Dezember 2005 startete das Umstiegsprojekt. Dabei ging es nochmal um eine kritische Überprüfung der





vorhandenen Prozesse. "Wir haben geschaut, wo wir Prozesse vereinfachen und vielleicht aus dem durch das SAP-System vorgegebenen Korsett lösen können. Zudem ging es darum, die Grundgedanken der update-CRM-Idee aufzugreifen, immerhin hat sich die Welt seit 2001 weiter gedreht", erinnert sich Schnorfeil. Am 15. Mai 2006 wurde das neue CRM-System scharf geschaltet. "In der Implementierungsphase haben wir 15 Beratertage in Anspruch genommen, im vorhergehenden Projekt waren es 40 Tage", so der Projektleiter.

"Aufgrund der geringeren Hardwareanforderungen ist mit der neuen Lösung auch die Performance deutlich gestiegen, das wird von den Usern sehr positiv aufgenommen", sagt der CRM-Projektleiter. "Uns war es auch wichtig, eine Web-basierte Lösung zu haben. So kann die Technik bei Ausfall eines Notebooks dem betroffenen Mitarbeiter kurzfristig ein Ersatzgerät 'in die Hand drücken' und Zeit für die Reparatur gewinnen", meint Schnorfeil.

### Besser in Systemlandschaft integriert

Im Zusammenspiel mit dem ERP-System fließen Informationen aus den Finanz-Applikationen in das CRM-System ein. Zu jedem Kunden können die Vertriebsmitarbeiter den aktuellen Stand des Auftrags, Umsatz, Rabattierung und Sonderkonditionen einsehen. "Wir können gegenüber Fachhändler oder Kunden sehr viel kompetentere Aussagen treffen als früher", erklärt Schnorfeil. Derzeit ist er mit der Aussagekräftigkeit der CRM-Daten zufrieden, und für künftige Anforderungen sei das System offen,

jederzeit seien weitere Informationen einzubeziehen.

Mit der Schnittstellenvielfalt von update habe man schlicht bessere Möglichkeiten, an Daten aus dem bestehenden Betriebsdatensystem zu gelangen als vorher. "Im Rahmen des SAP-Systems wäre eine Datenintegration recht komplex gewesen", so der Projektleiter.

Binnen Sekunden erhalten die Mitarbeiter Ergebnisse aus flexibel anlegbaren Analysen und Auswertungen. In der Kontakthistorie ist sofort ersichtlich, welche Dokumente hinterlegt sind und auf welchen Stand der Dinge der jeweilige Mitarbeiter trifft. Wenn es um potenzielle Neuprojekte geht, sieht der Vertrieb auf einen Blick, ob bereits mit dem verantwortlichen Architektenbüro zusammen gearbeitet wird, oder ob das Büro eher auf andere Lieferanten setzt. Daraus leitet sich die Vertriebs-

strategie ab. Auch die Vertriebspartner aus vorherigen Projekten sind sichtbar, sodass dem Kunden eine optimale Betreuung geboten werden kann. Im Bereich Marketing zählt für Wilkhahn insbesondere die aktuelle Information verschiedener Rezipientenkreise über Produktvorstellungen, Messen, Haus-Events oder den Erhalt neu gewonnene Design-Preise. Die unterschiedlichen Empfängergruppen sind im System klassifiziert, sodass Marketing-Kampagnen zeitnah und automatisiert ablaufen können.

### Ausblick

Heute arbeiten 50 User mit update. web in Deutschland und der Schweiz, 21 von ihnen in der Offline-Variante. Im nächsten Schritt erfolgt das Roll-out in Österreich und Großbritannien, in 2007 werden die Niederlassungen in Frankreich, Spanien, Belgien und Holland ausgestattet. Dann haben die Büromöbelbauer internationale Transparenz und können in jedem Land bei Architekten-Projekten weltweit recherchieren, um so in vielen Fällen bereits die Referenzen aus anderen Ländern vorweisen zu können. "Der ROI wird sich im Rahmen der internationalen Nutzung und durch die flexible Unterstützung unserer Vertriebsprojekte weltweit ergeben", resümiert Hubert Schnorfeil.

»gorelate«



### **Wilkhahn**

Über viele Jahre hinweg hat Wilkhahn einen eigenen, wegweisenden Standpunkt entwickelt und diesen konsequent vertreten. Die Folge: Wie kaum ein anderes Unternehmen der Branche steht Wilkhahn seit Jahrzehnten auch international für das Qualitätslabel „Design made in Germany“: mit hochwertigen Konferenz- und Büroeinrichtungen, die zum Besten zählen, was die Branche weltweit zu bieten hat. Mit Tochtergesellschaften in Europa, Asien und Australien, Lizenzpartnern in den USA, Südafrika und Japan und leistungsfähigen Exportpartnern ist die Marke Wilkhahn in jeder entwickelten Volkswirtschaft der Welt präsent. So liest sich denn auch die Referenzliste wie das Who ist Who der Weltwirtschaft und – Politik: Von BMW und Daimler Chrysler über Porsche bis zu McLaren, von den Bundestagsfraktionen bis zum australischen Parlament, von der OECD in Paris über Nike in China bis zur Weltbank in New York und Tokio.

Heute beschäftigt Wilkhahn weltweit über 500 Mitarbeiter, mehr als 65% des Gesamtumsatzes werden außerhalb Deutschlands erzielt. Trotz Globalisierung und zunehmendem Kostendruck: Auch mittelständische Unternehmen aus einem Hochlohnland können sich auf dem internationalen Markt behaupten. Voraussetzung ist allerdings eine klare Differenzierung vom Wettbewerb - durch herausragende Produkt-Qualität, kundennahe Service- und Beratungsleistungen und eine ausgeprägte Unternehmenskultur.

1907 gegründet als Familienunternehmen

Stammhaus in Bad Münder, Niedersachsen

Rund 500 Mitarbeiter weltweit

Umsatz 2005: 67,7 Millionen Euro

**[www.wilkhahn.de](http://www.wilkhahn.de)**

### **Headquarters** update software AG

Operngasse 17-21  
A-1040 Vienna  
Austria

tel.: +43/1/878 55-0  
fax: +43/1/878 55-200  
mail: [info@update.com](mailto:info@update.com)

**gorelate**<sup>TM</sup>