



Es muss passen

Die richtigen Softwarelösungen für meine Bedürfnisse

Interview mit Markus Schüpbach von Georg Lutz

Die Wahl und die Einführung von ERP-Systemen und CRM-Lösungen benötigen von Seiten des Kunden wie auch des Anbieters sorgfältige Abklärungen. KMU LIFE war bei der Inspirion AG, um die Stolpersteine auf dem Weg zu einer neuen Software aus dem Weg zu räumen.

In heutigen KMU-Büros trifft man oft auf eine sehr zerklüftete IT-Struktur. Sie präsentiert sich historisch gewachsen und dementsprechend ziemlich chaotisch. Viele Verantwortliche wissen um die Notwendigkeit neuer Softwarelösungen. Allerdings hat man auch von vielen Kolleginnen und Kollegen negative Erfahrungen bei der Einführung mitbekommen. Wo liegen aus Ihrer Sicht die zentralen Stolpersteine bei der Einführung einer neuen Software?

Da gibt es sicherlich zwei grosse Stolpersteine: Zum Einen, das zur Verfügung gestellte Budget und zum Anderen die genaue Deklaration der Anforderungen an die Software. Beide Themen hängen stark zusammen und werden in der Praxis oft unterschätzt. So wird der Evaluati-

onsprozess gestartet, ohne die betroffenen Firmenprozesse, Anforderungen an die Software und die zu erreichenden Ziele in Form eines Pflichtenheftes hinterfragt und festgehalten zu haben. Dies führt auch dazu, dass die zur Verfügung gestellten Budgets meist nicht in Relation zu den Anforderungen stehen. Das grosse Erwachen kommt dann meist bei der Umsetzung. Entweder werden die Anforderungen und somit der Nutzen zusammengestrichen, oder das Projekt wird ungeplant teurer.

Ist es die Angst vor grossen Volumen wie Finanzvolumen, Wissensvolumen und Organisationsvolumen, die ich als Unternehmensverantwortlicher nicht im Griff habe?

Ich glaube die grösste Angst eines Unternehmers ist, dass die Projektkosten aus dem Ruder

laufen, die Einführung zu einer «never ending story» und zu einem existenziellen Problem führt. Gerade in diesem Punkt haben Informatikprojekte ja leider einen sehr schlechten Ruf. Mit einer guten Evaluation der Software (Pflichtenheft) und des Anbieters, sowie einem kompetenten und konsequenten Projektmanagement ist diese Gefahr jedoch sehr klein.

Wo liegen die Stolpersteine für die Angebotsseite?

Die liegen eindeutig bei den Anforderungen. Erstellt der Kunde vorgängig kein Pflichtenheft wissen wir nicht, auf was wir uns «einlassen». Dies führt inhaltlich und preislich zu sehr unverbindlichen Angeboten, wobei oft der vermeintlich günstigste Anbieter das Rennen macht. Das andere Extrem sind die überdimensionierten Pflichtenhefte. Ich habe bisher

«Die meisten Pflichtenhefte sind sehr anspruchsvoll und ähneln mehr einem umfangreichen Wunschkonzert, als einer zielgerichteten Deklaration.»

nur sehr wenige Pflichtenhefte gesehen, bei denen die potentiellen Anbieter zielgerichtet abgefragt wurden. Die meisten Pflichtenhefte sind sehr anspruchsvoll und ähneln mehr einem umfangreichen Wunschkonzert, als einer zielgerichteten Deklaration. Es bleibt oft unklar, welches die Minimalanforderungen sind, welches Musskriterien und welches Kannkriterien sind. Wenn wir dann beim Kunden nochmals genauer nachfragen, stellt sich oft heraus, dass man dieses und jenes eigentlich gar nicht braucht. Daraus dann ein zielgerichtetes und vor allem vergleichbares Angebot zu erstellen ist keine leichte Aufgabe und Missverständnisse bleiben nicht aus.

Sie sprechen in Ihrem Webauftritt von «massgeschneiderten und prozessorientierten Lösungen, kombiniert mit einem strukturierten Vorgehen», um das Geschäft optimal zu unterstützen. – Was heisst das konkret, können Sie die Schritte verdeutlichen?

Als erster Schritt bei der Einführung machen wir mit den Beteiligten einen Workshop. Dabei hinterfragen wir die betroffenen Prozesse im Detail und geben bei Bedarf auch Empfehlungen im Zusammenhang mit der Software ab. Je nach Anforderung erstellen wir einen Pro-

totyp oder machen vertiefte Abklärungen, ein sogenanntes Proof of Concept. Als nächster Schritt erstellen wir ein Detailkonzept, welches vom Kunden abgenommen werden muss. Erst wenn die Anforderungen und die Lösung derselben klar sind, beginnen wir mit der Umsetzung und anschliessender Schulung. Über diesen Weg ist sichergestellt, dass der Kunde eine auf ihn zugeschnittene Lösung erhält und beim «go live» keine unliebsamen Überraschungen zum Vorschein kommen, welche zu Ärger und Frust führen.

Dieser Prozess ist so strukturiert, damit einem später weder die Kosten noch der Zeitrahmen platzt?

Ja genau.

Verwendet Inspirion noch eine spezifische Prozessmethodik? Mit welchen Werkzeugen arbeiten Sie da?

Wir arbeiten mit einer sehr stark vereinfachten Form von Hermes ⁽¹⁾. Allerdings ist für mich die effektiv verwendete Projektmethodik nicht so sehr relevant wie deren konsequente Umsetzung. Denn die beste und ausgefeilteste Projektmethodik nützt nichts, wenn diese nicht verstanden und konsequent von allen angewendet wird.

Können Sie uns die Phasen Ihrer Projekte skizzieren?

Wir beginnen mit einem Kick-Off beim Kunden, bei dem sich alle Projektmitarbeiter persönlich kennenlernen, die Projektparameter, Ziele und Erwartungen besprochen und festgehalten werden. Dann geht es über die bereits erwähnten Workshops in die Konzeptionsphase und anschliessend an die Softwareparametrisierung. Ist dieser Schritt vollzogen, werden die Mitarbeiter im neuen System geschult, um die parametrisierte Software im Zusammenhang mit den Betriebsprozessen zu testen. Im Testbetrieb werden auch die Feinjustierungen am System vorgenommen. Nach einer vorgängig definierten Zeitdauer wird das Projekt dann abgeschlossen und in die Betreuung überführt. Es gilt aber festzuhalten, dass die effektiv zur Anwendung gelangenden Phasen und deren Dauer je nach Projekt unterschiedlich ausfallen können. ▶

Anmerkung

⁽¹⁾ HERMES ist eine offene Methode, um Projekte der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) einheitlich und strukturiert durchzuführen. Die Methode ist in der Schweizer Bundesverwaltung verbindlich und muss bei allen IKT-Projekten angewendet werden. HERMES wird auch in anderen öffentlichen Verwaltungen sowie Lehrinstituten und Unternehmen eingesetzt.

Die Kunst der perfekten Zusammenarbeit

Unified Communications –
mehr Effizienz für Ihren Erfolg



Aastra, the shining star

Sie wollen in Ihrem Unternehmen die Zusammenarbeit vereinfachen, Entscheidungsprozesse beschleunigen und Projekte koordinieren – egal, wo Sie sich gerade befinden?

Die individuellen Unified-Communications-Lösungen von Aastra führen Ihre Kommunikationsdienste wie Festnetztelefonie, Instant Messaging oder E-Mail auf einer einzigen Plattform zusammen – genau so, wie Sie es wünschen. Vertrauen Sie auf die Kompetenz des führenden Schweizer Anbieters für Geschäftskommunikation.

Damit Sie sich in aller Ruhe auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können.



Unterschiedliche Phasen klar definieren.

Oft sind wir mit der Situation konfrontiert, in der auch eine neue Software auf aktuelle Veränderungen reagieren muss. Nehmen wir nur das Beispiel der Veränderungen bei der Mehrwertsteuergesetzgebung, die seit Anfang dieses Jahres in Kraft ist. Da gilt es ja sowohl von der Softwareseite Stellschrauben zu drehen, als auch nochmals neu Mitarbeiter zu schulen. Wie umschiffen Sie diese Klippen?

Das kommt immer auf das konkrete Thema an. Da wir selber keine Software entwickeln, sind wir in einem gewissen Mass abhängig von unseren Lieferanten, welche entweder Schulungen anbieten oder andere Informationen zur Verfügung stellen. Dies ist jedoch immer im Zusammenhang mit der Software zu verstehen. Viele Themen bedingen jedoch für die Umsetzung auch entsprechende Fachkompetenz und Erfahrung unserer Mitarbeiter, welche nicht nur gelehrt werden kann.

Sie arbeiten mit führenden Softwareanbietern wie ABACUS Research AG und CAS Software AG zusammen. Gibt es dafür Gründe und keck gefragt, warum kann ich nicht bei ABACUS Research AG direkt meine Lösung ordern?



Letzteres hat mit der Vertriebsstrategie von ABACUS zu tun. Sie haben ein Händlerkonzept und arbeiten nicht direkt mit dem Endkunden. Bei der ersten Frage muss ich etwas in die Geschichte zurückblicken. Inspirion ist aus der Wirtschaftsprüfungsguppe KPMG entstanden. Abacus wiederum hat von Anfang an seine Stärken in den Bereichen Finanzen gehabt. So sind beide zusammengekommen.

Kommen wir zum zweiten Standbein von Inspirion: CRM-Lösungen. Bei CRM wird das aus meiner Sicht trockene Thema IT plötzlich sehr emotional. Es geht um Kundenbindung. Inwiefern unterscheidet sich der Verkauf von einer ERP-Software zu einer CRM-Lösung?

Das sind zwei völlig unterschiedliche Paar Schuhe. Im Gegensatz zu ERP geht es bei CRM um Philosophie. Genauer gesagt um eine Unternehmensphilosophie, welche gelebt werden muss. Wir müssen bei diesem Thema zuerst die Philosophie und deren Nutzen näher bringen. Also viel mehr Grundlagenarbeit, als im ERP-Umfeld. Manchmal fühlt man sich dabei wie ein Pionier oder Missionar, und da haben Sie Recht, das ist emotional, aber daher auch eine spannende Herausforderung. Es steht zudem im Vorfeld immer die Frage im Raum: Wann und in welchem Umfang bekomme ich einen

Mehrwert zurück. Bei einer ERP-Software sind die Produktivitätssteigerungen viel schneller sichtbar und auch erklärbar. Wir stellen immer wieder fest, dass Entscheidungsträger Mühe haben gegenüber Ihren Verwaltungsräten oder auch Mitarbeitern den ROI (Return On Invest) zu begründen. CRM ist also viel schwieriger messbar.

Haben Sie eigentlich Branchenschwerpunkte?

Nein, eigentlich nicht. Natürlich gibt es einige historisch gewachsene Schwerpunkte. Unsere Produkte sind Standardlösungen, welche sich grundsätzlich in jeder Branche einsetzen lassen. Im definierten Umfang können wir diese dann auch kundenspezifisch parametrisieren.

Welche Ziele haben Sie sich die nächsten Jahre gestellt?

Wir wollen weiterhin gesund wachsen, die Bekanntheit und die Marktdurchdringung vergrössern. Wir gehören übrigens schon heute zu den grössten ABACUS Partnern. Das grösste Wachstum sehen wir jedoch im CRM-Umfeld, da dieser Markt noch sehr jung und wenig erschlossen ist. ■

Markus Schüpbach



ist Mitglied der Geschäftsleitung der Inspirion AG.

Weitere Informationen

Inspirion AG
 Utikonerstrasse 2
 Postfach 261
 CH-8952 Schlieren
 Telefon +41 (0) 43 444 88 33
 Telefax +41 (0) 43 444 88 34
 info@inspirion.ch
 www.inspirion.ch