

eCRM 2001

Zusammenfassung einer Umfrage des DIHT

Keywords: eCRM, Studie, Prognose, Schwerpunkte

Abstract	1
Dt. Wirtschaft drängt ins Netz	1
Probleme und Lösungen	1
Kundenbefragungen	1
Fazit	2

Abkürzungen:

CRM = Customer / Consumer Relationship Management

eCRM = auf elektronische Medien bezogenes CRM, besonders im Bereich eCommerce

B2B = Business-to-Business; also Management von Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen

Abstract

In vorliegendem Paper werden die wichtigsten Aussagen zur aktuellen Umfrage von DIHT und IHK in Zusammenarbeit mit der Initiative MediaMit zum Thema eCommerce zusammengefasst sowie wichtige Begriffe zum Thema erklärt.

Dt. Wirtschaft drängt ins Netz

Die Datenbasis für die angestellte Untersuchung ergibt sich aus der Befragung von 22.000 deutschen Unternehmen verschiedener Wirtschaftszweige und Größe. Demnach plant die dt. Industrie für 2001 massive Investitionen im IT-Bereich, wobei der Anteil der Ausgaben mit Webbezug einen großen Anteil einnimmt. Diese lassen sich in 3 Stufen gliedern:

- einfacher Webauftritt im Sinne einer mehr oder weniger statischen Online Broschüre mit Kontaktmöglichkeit
- einfache Einstiegslösungen in den Bereich eCommerce mit vordergründig versuchsweisem Charakter
- Auf- und Ausbau umfassender eCommerce-Lösungen mit mehr oder weniger starker Integration der Webaktivitäten in die innerbetriebliche EDV

Probleme und Lösungen

Hauptproblem der Einführung von eServices ist die allgemeine Kundenzurückhaltung. 49% der Unternehmen gehen davon aus, dass ihre Kunden keine eServices nutzen würden, 36% der Unternehmen scheuen die Anschaffungskosten für geeignete Hard- und Software, 29% argumentieren mit Sicherheitsfragen gegen den Einsatz von eServices. 25% der Unternehmen scheitern bereits an mangelndem Personal, da generell zu wenig IT-Fachleute verfügbar seien. Hieraus resultieren folgende allgemeine Probleme: dem Unternehmen fehlt der interne Impuls zur Diskussion des eventuellen Einsatzes von eServices wegen mangelnden Know How's innerhalb der Firma.

Große Unternehmen sind eher bereit, die anfallenden Kosten zu tragen als kleine Unternehmen. Als Grenze gilt ein Wert von 20 Mitarbeitern für den generellen Eintritt in die Welt (inter)aktiver Webpräsentationen. Unternehmen mit 200 bis 1000 Mitarbeitern sind aktuell die Starter im Bereich (integrierter) eServices, ab 1000 Mitarbeitern findet man eher bestehende Präsentationen und kann folglich auf Mehrwert, Weiterentwicklung und Integration orientieren.

Den Investitionsschwerpunkt sehen 36% der befragten Unternehmen in der Erstellung einer eigenen Homepage im Jahr 2001. Dies bedeutet ein Potenzial von etwa 8000 der befragten Unternehmen, die innerhalb Deutschlands allein in 2001 einen Internetauftritt zu erstellen planen. 19% der befragten Unternehmen wollen in B2B-Anwendungen investieren. After-Sales-Services sowie reine CRM-Lösungen sind ebenfalls für 19% der befragten Unternehmen interessant, während der Aufbau von B2C-Lösungen nur 13% der Unternehmen planen. Auf die Branchen verteilt zeigt sich, dass der Schwerpunkt der internetgestützten Kundenbetreuung im Industrie- und Dienstleistungssektor liegt.

Kundenbefragungen

Eine Onlinebefragung von TIPP24.DE beschäftigte sich mit den inhaltlichen Schwerpunkten, welche vom Verbraucher gewünscht werden. Die 14 bis 44jährigen

Konsumenten sollten Angaben dazu machen, welche Dienstleistungen sie gerne im Web nutzen würden. Von edditrex wurde die selbe Befragung nochmals stichprobenartig mit 16

bis 24 jährigen durchgeführt, um die gesamte Stichprobe von TIPP24.DE um die Gewichtung durch jugendliche Surfer zu korrigieren. Die Ergebnisse sind nachfolgend dargestellt.

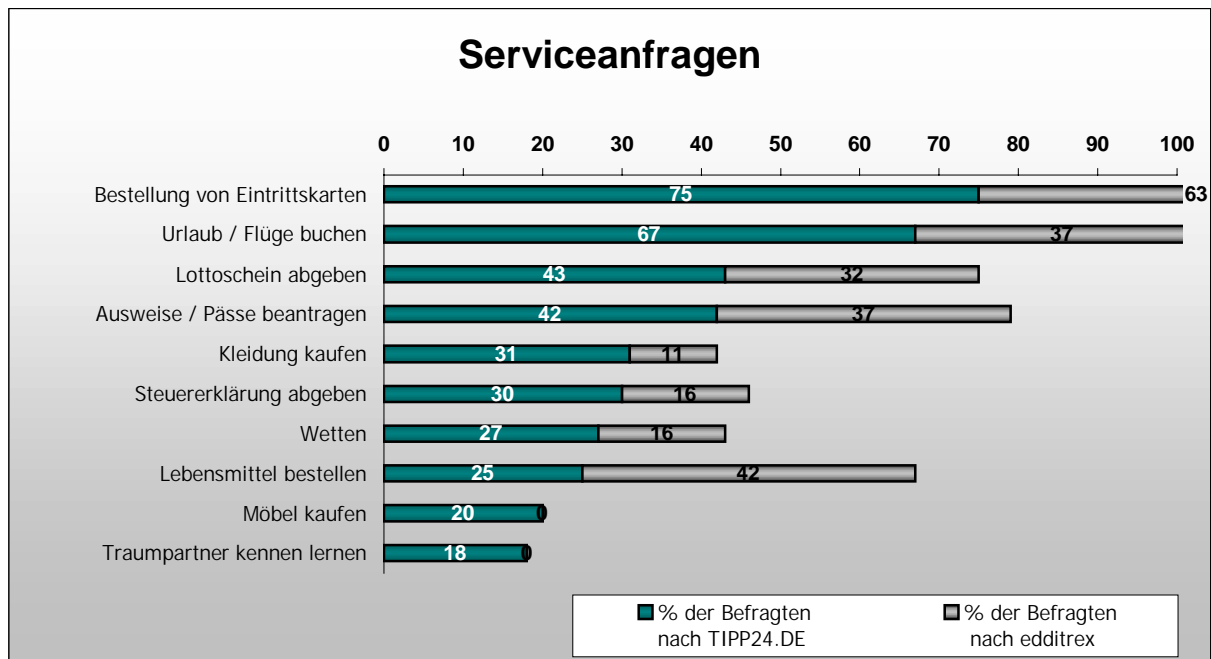


Abbildung 1

Die so erhaltene Grundaussage zeigt, dass die deutschen Verbraucher offenbar eher bei kleineren Beträgen und Problemen mit formalem Aufwand dem Web vertrauen. Bei größeren Anschaffungen wie Möbeln wird wohl das Käuferlebnis und die genaue Prüfung der Ware im Vordergrund stehen. Vertrauen in das Internet als Weg zur Partnersuche, also ein rein persönliches Problem, wird offenbar eher von älteren Verbrauchern gesehen, während der Aufwand eines Supermarktbesuches vor allem von jungen Befragten durch Webangebote ersetzt wird. Die Nachfrage nach Reisebuchungen wird sicher durch zeitliche und finanzielle Fragen beeinflusst.

Fazit

Die fairnet medienagentur wird konzeptionell ihren Kunden, Partnern und Auftraggebern mit Unterstützung der Unternehmensberatung edditrex empfehlen, ihre Aktivitäten gemäß den oben genannten Ergebnissen zu orientieren, um den Entwicklungen des

Marktes gerecht zu werden. Unser Bereich ERM / CRM wird aus diesem Grunde ab 2001 ausgebaut, um die nötige Leistungsfähigkeit verfügbar zu halten.