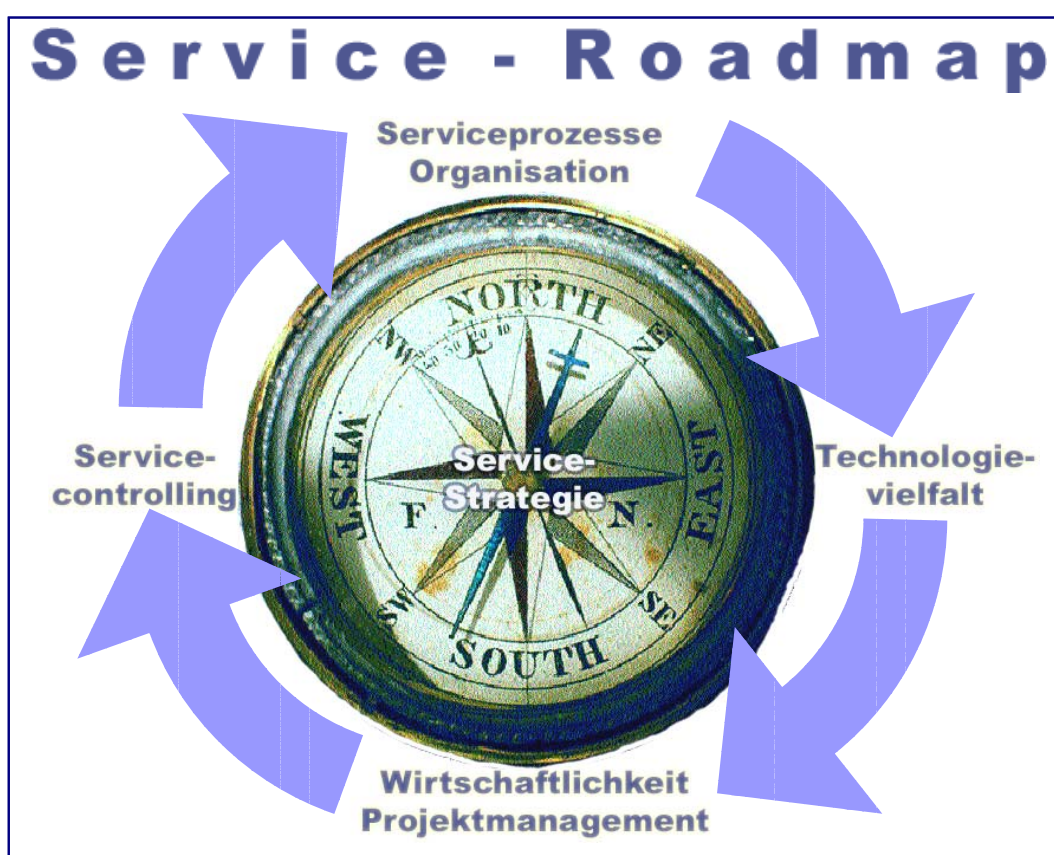


# Technischer Service als Erfolgsgarant für Kundenbindung und Profitmaximierung in gesättigten Märkten



Ein Arbeitskreis des e-ThinkTank e.V. unter  
wissenschaftlicher Leitung von

Professor Dr. Arno Müller  
private FH NORDAKADEMIE

Professor Dr. Wolfgang Kersten  
TU Hamburg-Harburg

## Arbeitskreis Technischer Service

Der Technische Service als Erfolgsgarant für Kundenbindung und Profitmaximierung in gesättigten Märkten

### Veranstalter

e-ThinkTank e.V.  
e-Business Kompetenznetzwerk  
Kleine Johannisstraße 9  
20457 Hamburg

Telefon: 040 / 30 37 52 - 60  
Telefax: 040 / 30 37 52 - 66  
info@e-thinktank.de  
www.e-thinktank.de

Prof. Dr. Arno Müller  
Private FH NORDAKADEMIE  
Köllner Chaussee 11  
25337 Elmshorn

Telefon: 04121 / 40 90 - 33  
Telefax: 04121 / 40 90 - 40  
a.mueller@nordakademie.de

Prof. Dr. Wolfgang Kersten  
TU Hamburg-Harburg  
AB Produktionswirtschaft  
Schwarzenbergstraße 95  
21073 Hamburg

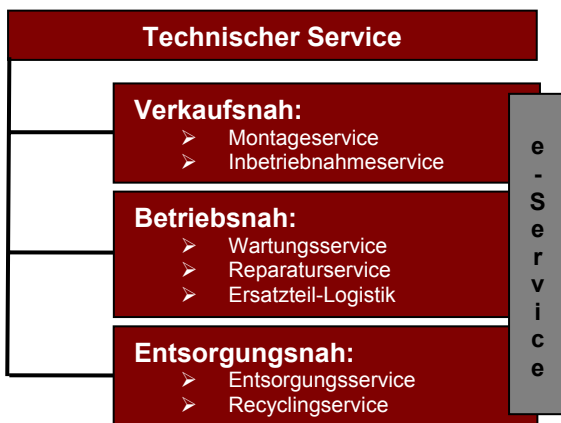
Telefon: 040 / 42 878-3525  
Telefax: 040 / 42 878-2200  
apw@tu-harburg.de

## Technischer Service als kritischer Wettbewerbsfaktor

Aktuelle Herausforderungen der Unternehmensumwelt, wie der steigende Wettbewerbsdruck auf in- und ausländischen Märkten, immer austauschbarer werdende Produkte und abwandernde Kunden lassen den Service zum kritischen Erfolgsfaktor werden. Daraus leitet sich die Frage ab:

**„Wie kann der technische Service einen signifikanten Beitrag leisten, die Profitabilität eines Unternehmens nachhaltig zu steigern und die Erfolgsposition auszubauen?“**

Als Wettbewerbsinstrument betrachtet, kann durch den technischen Service mit echten Mehrwert-Dienstleistungen ein wertvoller Beitrag in der Nachkaufphase des Wertschöpfungsprozesses geleistet werden. Dadurch können profitable Kunden langfristig gehalten, der Deckungsbeitrag maximiert und neue Kunden akquiriert werden. Hierzu eignen sich prinzipiell die folgenden Mittel:



Die Kundenzufriedenheit wird durch den Service entscheidend beeinflusst – die langfristige Kundenbindung gesteigert. Studien zeigen, dass eine Reduzierung der Kundenabwanderung um nur 5 Prozent, je nach Branche, zu einer Gewinnsteigerung von 25 bis 50 Prozent führen kann.

Zurückzuführen sind solche Zahlen darauf, dass:

- etwa 75 Prozent aller Kunden Unternehmen aufgrund des schlechten Service verlassen,
- durch qualitativ hochwertige, produktbegleitende Services eine höhere Umsatzrendite erzielt werden kann,
- über technische Services ein intensiverer Kundenkontakt entsteht, der sich auch in einem verbesserten Innovationspotenzial widerspiegelt,
- technische Services eine klare Differenzierung vom Wettbewerb ermöglichen und
- durch technische Dienstleistungen ein positives Image des Unternehmens, seiner Mitarbeiter, Produkte und Dienstleistungen aufgebaut werden kann.

Im Fokus des Arbeitskreises „Technischer Service“ stehen aktuell diskutierte Ansätze, die sukzessiv im Sitzungszyklus zu einem ganzheitlichen Konzept zusammengeführt und für Sie aufbereitet werden.

Die Neuausrichtung des technischen Service auf die Kundenanforderungen von morgen mit innovativen organisatorischen und technischen Mitteln ist eine erfolgskritische Herausforderung im heutigen Wettbewerb.

### Im Fokus des technischen Service

- Ausrichtung auf die zukünftigen Serviceanforderungen der Kunden
- Verbesserung des Anlagenmonitorings durch Tele-Service
- Aufbau einer effizienten Ersatzteillogistik und Vendor Managed Inventories
- Zusammenarbeit mit dem Produktvertrieb und der Entwicklung
- Integration der Service-Techniker in die Service-Prozesse und e-Service
- Implementierung eines Servicecontrollingsystems

Der Arbeitskreis steht in Verbindung mit dem vom BMBF und der AIF – Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen „Otto von Guericke“ e.V. geförderten\* Forschungsprojekt „Entwicklung eines Vorgehensmodells zur Neuausrichtung des technischen Service“

## Der Arbeitskreis: Ihre Roadmap im technischen Service

**Ziel des „Arbeitskreis Technischer Service“ ist es, die innovativen Konzepte für einen erfolgreichen technischen Service aufzuzeigen und praxistaugliche Methoden zur Planung und Implementierung dieser organisatorischen und technischen Ansätze zu liefern. Die teilnehmenden Unternehmen entwickeln ihre individuelle Service-Roadmap und machen damit entscheidende Schritte zu gesteigerter Kundenorientierung und Profitabilität.**

Über die Teilnahme an den aufeinander aufbauenden Sitzungen können Sie durch die Service-Roadmap folgende Ergebnisse und Nutzen erwarten:

- Kenntnisse über die aktuellen Konzepte zur Optimierung des Service und Beurteilung ihres praktischen Nutzens,
- Methoden und Tools, um die Position und zukünftige Chancen und Risiken des technischen Service in Ihrem Unternehmen einzuschätzen,
- Antizipation der zukünftigen Anforderungen Ihrer Kunden an den Service,
- Fähigkeit, Prozesse und Funktionen so festzulegen, dass Sie die Service-Anforderungen Ihrer Kunden optimal erfüllen können,
- Konzept zur optimalen Gestaltung Ihrer Service-Organisation,
- Vorgehen zur Auswahl optimal geeigneter IT-Tools für Ihre Serviceprozesse,
- Methodik zur ex ante Analyse der Wirtschaftlichkeit von Maßnahmen im technischen Service,
- Vorgehensweise für eine erfolgreiche Durchführung und Überwachung von Projekten im technischen Service,
- Checklisten zur erfolgreichen Gestaltung von Veränderungsprozessen und
- Methoden eines effizienten Service-Controllings.

Neben der Darstellung der wissenschaftlichen Grundlagen neuer Konzepte im technischen Service stehen insbesondere auch die praktischen Erfahrungen von Unternehmen, in denen diese Konzepte bereits eingesetzt werden im Mittelpunkt der Arbeitskreissitzungen.

Durch Ihre Teilnahme können Sie sich so neben Methodenwissen auch Erfahrungswissen aneignen. Der Aufbau eines derartigen Wissensvorsprungs zielt direkt auf die Entwicklung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile ab.



Im Arbeitskreis werden die Chancen und Risiken des technischen Service herausgearbeitet und ein Leitfaden geliefert, mit dessen Hilfe Sie Ihre individuelle Service-Roadmap entwickeln.

Zielgruppe des Arbeitskreises technischer Service sind:

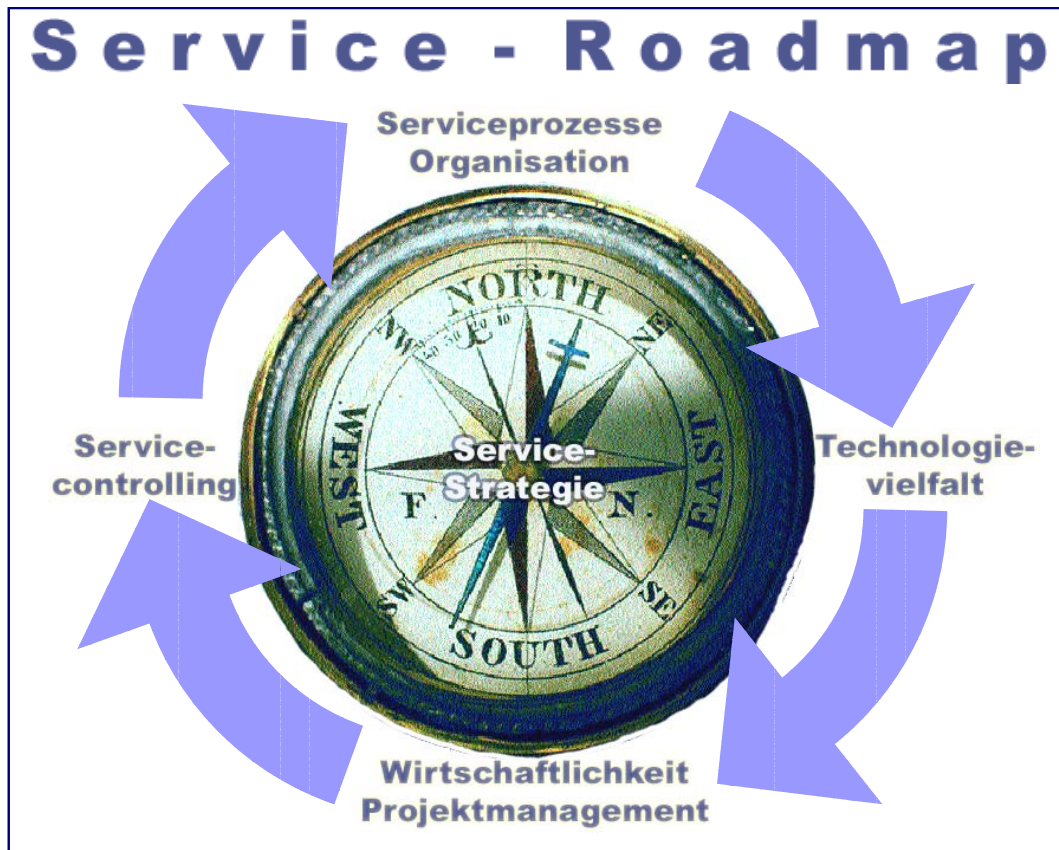
- Geschäftsführung,
- Leiter des Service bzw. Kundendienstes,
- Vertriebs- und Marketingleiter,
- IT-Leiter sowie
- Projektmanager.

Der Arbeitskreis richtet sich an die Unternehmen, die eine stärkere Kundenorientierung anstreben, ihre Prozesse im Hinblick auf den technischen Service effizienter gestalten und ihre Organisation auf die Anforderungen der Zukunft ausrichten wollen.

### Status quo und Entwicklungschancen:

- Service wird zum kritischen Erfolgsfaktor, da die Primär-Produkte aus Kundensicht zunehmend austauschbar sind.
- Zur Optimierung des technischen Service stehen aktuell viele innovative Instrumente zur Verfügung.
- Aufgabe des Management ist es, aus diesen Instrumenten ein ganzheitliches Konzept zu schmieden.
- Im Arbeitskreis werden eine Handlungsanleitung zur Entwicklung der Service-Roadmap und praxistaugliche Tools erarbeitet.
- Die Teilnehmer lernen im Arbeitskreis die Potenziale innovativer Ansätze aus Sicht von Anwendern kennen und entwickeln ihre Service-Roadmap.

## Aufbau des Arbeitskreises



## Grundaufbau der sechs Sitzungen im Arbeitskreis

In sechs Sitzungen werden Themenfelder und zugehörige Methoden vorgestellt, methodisch aufbereitet und in einem anwendbaren Ansatz für die Teilnehmer zusammengefasst. Die einzelnen Veranstaltungen haben folgenden gemeinsamen Aufbau:

### Methodenwissen:

#### Ihr zukünftiges Handwerkszeug

Die beteiligten Professoren und Mitarbeiter zeigen aktuelle Forschungsergebnisse auf und stellen innovative Ansätze aus den verschiedenen Themenschwerpunkten im technischen Service vor. Die Ergebnisse der vorangehenden Sitzungen werden systematisch aufbereitet, dokumentiert und vorgestellt. Abschließend wird ein Leitfaden zur Verbesserung der kundenorientierten Prozesse im technischen Service erstellt.

### Praxiswissen:

#### Aus der Praxis für die Praxis

Erfahrene Vertreter aus führenden Unternehmen werden Best Practice Lösungen rund um das Thema „technischer Service“ vorstellen.

### Gruppenarbeiten:

#### Aktive Umsetzung der Inhalte

Die Teilnehmer werden unter fachlicher Anleitung in Gruppen die Ansätze der Service-Roadmap diskutieren und Leitlinien für das eigene Unternehmen ableiten. Sie üben die Anwendung der Methoden und entwickeln Ihre individuelle Service-Roadmap in Form eines praxisorientierten Vorgehensplans.

### Erfahrungsaustausch:

#### Lernen durch Austausch mit anderen

Die Diskussion mit Referenten und anderen Arbeitskreisteilnehmern stellt den unternehmensübergreifenden Erfahrungsaustausch sicher.

### Service - Roadmap



## 1. Erfolgsfaktor technischer Service

In der Eröffnungssitzung wird Ihnen der technische Service als Instrument für mehr Kundenorientierung vorgestellt. Anhand aktueller Studienergebnisse zeigen wir Ihnen Möglichkeiten und Potenziale, die sich durch den Einsatz des technischen Service für Ihr Unternehmen ergeben. Gemeinsam folgen wir der Service-Roadmap durch den weiteren Ablauf und analysieren Ihren strategischen Status-quo für den technischen Service.

### Inhalte

- Der technische Service – Nutzen einer konsequenten Kundenorientierung
- Chancen und Risiken im technischen Service
- Vorstellung der Service-Roadmap
- Technischer Kundendienst – quo vadis?

### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Erfahrungen mit dem technischen Service bei den teilnehmenden Unternehmen
- Bestimmung des individuellen Reifegrades Ihres technischen Service

### Praxisbeispiele

- Kundenorientierung durch technischen Service – Kunden finden, Kunden binden
- Erfolgsstory technischer Service: zufriedene Kunden steigern die Unternehmensprofitabilität

### Ergebnisse

Sie erhalten eine Einführung zum Thema „technischer Service“ und definieren Ihre derzeitige strategische Situation. Mit dem Ergebnis sind Sie in der Lage, Ihr Unternehmen in die aktuelle Entwicklung einzuordnen und erste Visionen zu entwickeln.

### Service - Roadmap



## 2. Zielgruppenorientierung – der Servicekunde im Fokus

Nachdem Sie die Grundlagen bereits kennen und Ihren Reifegrad bezüglich des technischen Service bestimmt haben, rückt der Kunde in den Vordergrund. Sie bestimmen die wichtigsten Service-Anforderungen Ihrer Kunden, um weitere Aktivitäten einleiten zu können – hierbei rücken u. a. auch Themen wie „Total Cost of Ownership“ und „Komplettangebote“ in den Fokus der Diskussion.

### Inhalte

- Vorstellung und Diskussion Ihres individuellen Reifegrades im technischen Service
- Methoden zur Kundensegmentierung
- Ermittlung von Kundenanforderungen als Basis für einen erfolgreichen technischen Service

### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Sie identifizieren Ihre Schlüsselkunden im technischen Service
- Sie bestimmen die zukünftigen Anforderungen Ihrer Kunden und priorisieren diese
- Sie suchen die „hidden needs“ Ihrer Service-Kunden als Grundlage für deren Begeisterung
- Sie erarbeiten, wie technische Serviceleistungen im Bündel mit Sachleistungen vermarktet werden können
- Sie diskutieren, wie bisher kostenlos angebotene Serviceleistungen in bezahlte Leistungen umgewandelt werden können

### Praxisbeispiele

- Neue Methoden der Service-Marktsegmentierung im Einsatz
- Kundenbegeisterung durch exzellenten Service

### Ergebnisse

Sie können Ihre wichtigsten Servicekunden identifizieren und die zukünftigen Anforderungen dieser Kunden prognostizieren. Mit den priorisierten Kundenanforderungen Ihres wichtigsten Kundensegments sind Sie in der Lage, weitere Projektmaßnahmen zu planen.



### 3. Serviceorientierte Prozesszentrierung und Organisation

Die Anforderungen Ihrer Kunden bezüglich der technischen Serviceleistungen bestimmen direkt Ihre Service-Prozesse. Ziel der Sitzung ist es, die Kernprozesse zu identifizieren, die einen entscheidenden Einfluss auf die Erfüllung der Kundenzufriedenheit haben. Diese Prozesse gilt es, systematisch auszugestalten und in eine schlagkräftige Organisation zu integrieren.

#### Inhalte

- Prozessanforderungen und -prioritäten für technische Services
- Organisatorische Eingliederung des technischen Service
- Zusammenarbeit von Service, Vertrieb und Entwicklung
- Aufbau einer effizienten Ersatzteillogistik und Vendor Managed Inventories

#### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Sie bestimmen Ihre Kernprozesse im technischen Service
- Gewichtung der Kernprozesse anhand der Kundenanforderungen
- Erfahrungsaustausch über die Vorteilhaftigkeit verschiedener Organisationsformen
- Diskussion zur Überwindung „organisatorischer Gräben“

#### Praxisbeispiele

- Erfahrungen mit Vendor Managed Inventories
- Erfolgreiche organisatorische Eingliederung des technischen Service

#### Ergebnisse

Identifizierung und Priorisierung der Prozesse, die für die Erfüllung der Anforderungen Ihrer Kunden entscheidend sind sowie die organisatorische Planung des technischen Services als Voraussetzung für die Wahl der richtigen IT-Tools.



### 4. Wege aus der Technologievielfalt

Zur Abwicklung komplexer Serviceprozesse, in die häufig mehrere Partner eingebunden sind, eignen sich innovative IT-Tools. Sie filtern diejenigen IT-Tools heraus, die Ihre zuvor definierten Serviceprozesse optimal unterstützen. Hierbei sollen u. a. die Leistungsmöglichkeiten ERP-basierter Customer Service Systeme sowie die Anbindung von externen Partnern über Web-Applikationen und die Anbindung von Servicetechnikern über mobile Anwendungen untersucht werden. Ferner wird der Tele-Service in dieser Sitzung eine tragende Rolle spielen.

#### Inhalte

- Vielfalt von IT-Systemen: Segen oder Fluch?
- Vorstellung ausgewählter IT-Tools im technischen Service und deren Potenziale
- Methodik zur Auswahl geeigneter IT-Tools/IT-Anbieter
- Verbesserung des Anlagenmonitorings durch Tele-Service
- Integration der Service-Techniker in die Service-Prozesse und e-Services

#### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Auswahl von Erfolg versprechenden IT-Systemen
- Bewertung der IT-Tools auf Basis der priorisierten Prozesse
- Diskussion über die Auswahl von IT-Tools/IT-Anbietern
- Übersicht möglicher Implementierungspartner für die IT-Tools

#### Praxisbeispiele

- Anlagenmonitoring durch clevere IT-Tools
- e-Service richtig nutzen

#### Ergebnisse

Auf Basis der priorisierten Prozesse und Funktionen haben Sie jetzt mit Hilfe der IT-Auswahl-Methode geeignete Softwarekomponenten für Ihren technischen Service gefunden.

Service - Roadmap



## 5. Wirtschaftlichkeitsbetrachtung und Projektmanagement

Die Kundenanforderungen wurden ermittelt, Prozesse und Organisation sind aufgestellt, die Technikfrage ist gelöst; aber was bleibt unterm Strich? Wie wirkt sich der technische Service auf die Profitabilität aus? Hier setzt die fünfte Arbeitskreissitzung an und beantwortet darüber hinaus die Frage, wie Sie Ihr Service-Projekt initiieren und zielorientiert durchführen können.

### Inhalte

- Wirtschaftlichkeitsbetrachtung im technischen Service
- Erfolgskomponenten des Projektmanagements im technischen Service
- Monitoring des Projekts: Projektkennzahlen / Perspektiven
- Abbildung der Wirtschaftlichkeit des technischen Service durch den Customer Lifetime Value

### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Wirtschaftlichkeitsberechnung
- Erstellung eines Projektplans
- Gemeinsames Erarbeiten relevanter Projektkennzahlen

### Praxisbeispiele

- Harte und weiche Zahlen sinnvoll kombinieren
- Professionelle Projektdurchführung im Bereich des technischen Service

### Ergebnisse

Zum Abschluss dieser Sitzung haben Sie Methoden für eine Profitabilitätsanalyse im technischen Service kennen gelernt, sind mit den wichtigsten Bausteinen des Projektmanagements vertraut gemacht worden, können einen Projektplan definieren und besitzen ein Kennzahlensystem zum Monitoring.

Service - Roadmap



## 6. Change Management und Servicecontrolling

Gute Konzepte können nur dann gut umgesetzt werden, wenn bereits frühzeitig die betroffenen Mitarbeiter in das Projekt einbezogen werden und sich das Projektteam mit deren Erwartungen und Bedenken auseinandersetzt. Gute Konzepte sollten sich andererseits profitabel realisieren lassen – daher müssen auch Lösungen für das Service-Controlling diskutiert werden.

### Inhalte

- Hindernisse in der Projektdurchführung
- Change Management als Motor für Ihr Projekt im technischen Service
- Ganzheitliches Controlling des Service und Überwachung des Customer Lifetime Value

### Gruppenarbeit – praktische Anwendung

- Erarbeitung eines Change Management Programms
- Diskussion ausgewählter Kennzahlen im Service-Controlling

### Praxisbeispiele

- Die „härtesten Brocken“ im Change Management
- Die Profitabilität im Fokus – Einsatz eines schlagkräftigen Service-Controllings

### Ergebnisse

Nach dieser Arbeitskreissitzung sind Sie mit den Schwierigkeiten vertraut gemacht worden, mit denen Sie in Ihrem Unternehmen seitens verschiedener Interessengruppen rechnen müssen und haben Methoden kennen gelernt, diesen zu begegnen. Sie sind außerdem in der Lage, den Erfolg Ihrer technischen Serviceleistung zu überwachen, um im Bedarfsfall rechtzeitig Gegenmaßnahmen einleiten zu können.

### **Ihr Nutzen durch die Mitwirkung:**

Die beteiligten Unternehmen können zu den geplanten sechs Veranstaltungen jeweils zwei bis drei Teilnehmer senden. Diese werden weiterqualifiziert und erhalten die Gelegenheit, sich mit diesem für die Zukunftssicherung bedeutsamen Thema intensiv zu befassen. Während der Meetings und durch eine gründliche Nachbereitung erarbeiten Sie Ihre individuelle Service-Roadmap und legen damit den Grundstein für einen erfolgreichen technischen Service. Der Arbeitskreis Technischer Service bringt Sie in vielfältiger Weise voran, durch

- einen Wissenstransfer hinsichtlich der neuesten und sinnvollsten Entwicklungen im technischen Service,
- die Möglichkeit, den technischen Service anhand einer methodisch ganzheitlichen Vorgehensweise zu optimieren,
- die Analyse Ihrer derzeitigen strategischen Serviceposition,
- die Untersuchung der derzeitigen und zukünftigen Anforderungen der Servicekunden,
- die Reflexion über Serviceprozesse und die Serviceorganisation,
- den Gedankenaustausch über Wirtschaftlichkeit und Controlling des technischen Service,
- die Know-how-Vermittlung für ein effizientes Service Projekt- und Change Management,
- die Diskussion mit erfahrenen Referenten über Ihre individuellen Fragestellungen und
- den Erfahrungsaustausch mit anderen Teilnehmern.

### **Die Kosten für die Mitwirkung:**

Zur Durchführung des Arbeitskreises ist ein finanzieller Beitrag je Unternehmen in Höhe von € 7.500,- zzgl. MwSt. erforderlich. Dieser Beitrag dient dazu, die Projektkosten (Personal- und Sachkosten) zu decken und eine entsprechend fundierte Auseinandersetzung mit den teilnehmenden Unternehmen und den behandelten Themen sicherzustellen.

Das Projekt wird in Kooperation mit dem e-ThinkTank e.V. durchgeführt. Für Mitglieder reduziert sich die Teilnahmegebühr auf € 6.750,-. Weitere Informationen zu dem Kompetenznetzwerk im e-Business erhalten Sie unter [www.e-ThinkTank.de](http://www.e-ThinkTank.de).

Die Teilnehmer sollen auch für eine Befragung zur Verfügung stehen und Analysen in den beteiligten Unternehmen ermöglichen. Darüber hinaus können die Unternehmen optional individuelle Betreuung bei spezifischen Fragestellungen zum technischen Service in Anspruch nehmen.

### **Zeitlicher Ablauf und Organisation:**

Die einzelnen Sitzungen werden ab Ende 2003 in monatlichem Rhythmus in Form von Tagessitzungen stattfinden. Wir werden die Termine mit den Kooperationspartnern nach der Anmeldung abstimmen. Um eine fundierte Arbeit in den einzelnen Sitzungen zu gewährleisten, ist die Teilnahme auf ca. 12 Unternehmen begrenzt. Die Anmeldungen werden nach dem zeitlichen Eingang berücksichtigt.

Die Veranstaltungen werden im Raum Hamburg stattfinden.

## Wissenschaftliche Leitung:

Das Projekt wird wissenschaftlich von Professor Dr. Arno Müller und Professor Dr. Wolfgang Kersten geleitet. In die Projektarbeit werden auch weitere Kollegen aus dem Kompetenznetzwerk des e-ThinkTank e.V. eingebunden.



**Professor Dr. Arno Müller** war nach Tätigkeiten in Forschung und Beratung zu den Themen Logistik und Produktionsorganisation Leiter der Logistik bei einem Automobilzulieferanten. Derzeit lehrt er an der privaten Fachhochschule NORDAKADEMIE. In seinen Forschungsaktivitäten untersucht er die Auswirkungen von IT-Technologien auf die Geschäftsprozesse in Unternehmen. Er ist Autor des Buches „e-Profit – Controlling Instrumente für erfolgreiches e-Business“ und Referent zu Themen des e-Business. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der bps – business process solutions GmbH, Hamburg und Vorstand des e-ThinkTank e.V.



**Prof. Dr. Wolfgang Kersten** ist Inhaber des Lehrstuhls für Produktionswirtschaft und Leiter des gleichnamigen Arbeitsbereiches der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Er verfügt über langjährige Führungserfahrung im Daimler Benz Konzern und unterstützte im Rahmen seiner Hochschultätigkeit namhafte Unternehmen bei der Gestaltung innovativer Geschäftsprozesse. Schwerpunkte seiner Forschungstätigkeit sind e-Business in Produktion und Auftragsabwicklung, Wissensmanagement und Variantenmanagement. Er hat zahlreiche Beiträge zu Aspekten des e-Business veröffentlicht.

Beide haben mit den Kollegen des e-ThinkTank den Arbeitskreis „e-Supply“ durchgeführt. Hier ist es gelungen, den beteiligten Unternehmen den Weg zur Optimierung von Vertrieb und Beschaffung durch Einsatz virtueller Märkte aufzuzeigen. Die Ergebnisse wurden in dem Handbuch „e-Supply: Beschaffung und Vertrieb über virtuelle Märkte“ dokumentiert. Ferner leiteten beide im Herbst/Frühjahr 2002/2003 den „Arbeitskreis Customer Relationship Management – Vom Konzept zum Erfolg“. In diesem Projekt wurde gemeinsam mit den beteiligten Unternehmen eine Vorgehensweise zur Planung, Bewertung und Implementierung von CRM entwickelt und exemplarisch getestet. Die erarbeiteten Methoden und Bewertungstools wurden von den beteiligten Unternehmen sehr positiv bewertet. Die Dokumentation der Ergebnisse des Projektes finden Sie unter [www.e-thinktank.de/akcrm/](http://www.e-thinktank.de/akcrm/).

## Der e-ThinkTank e.V.:

Der e-ThinkTank verkörpert ein überregionales, neutrales und unabhängiges Netzwerk aus Wirtschaft und Wissenschaft.

Der e-ThinkTank hat die Aufgabe, den Wissensaufbau zum Thema e-Business zu organisieren und den Wissenstransfer zu fördern und zu gewährleisten.

Der e-ThinkTank fungiert als universale e-Business-Plattform für traditionelle, etablierte Unternehmen. Nicht e-Business an sich, sondern die Art und Weise, in der diese Technologie eingesetzt werden kann, steht im Mittelpunkt.

Mitglieder profitieren von den Erfahrungen anderer und stellen eigene Erfahrungen zur Verfügung. Synergien werden geschaffen, Effektivität wird gesteigert, Kommunikation entsteht.

Durch die Kombination und Verschmelzung führender e-Business Kompetenzen aus Wissenschaft und Wirtschaft ist das Kompetenznetzwerk entstanden, dessen Know-how interessierten Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird. Das Netzwerk verfolgt dabei die folgenden Ziele:

- Aufklärung und Wissensaufbau zum Thema e-Business in Deutschland,
- Firmen die Möglichkeit zu geben, das Ohr am Puls der Zeit zum Thema e-Business zu halten und
- durch die zentrale, unabhängige Organisation eine neutrale Plattform für Suchende und Anbieter von e-Business-Leistungen zu gewährleisten.

Die Initiatoren - Ihre Partner im Netzwerk



---

## Anmeldung zum Arbeitskreis Technischer Service

### e-ThinkTank e.V.

Kleine Johannisstraße 9  
20457 Hamburg

per Fax: 040 – 30 37 52 66  
e-Mail: info@e-thinktank.de

Bitte füllen Sie die Anmeldung aus und senden Sie diese auf Grund der begrenzten Teilnehmerzahl frühzeitig an uns zurück. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie umgehend. Sollten Sie vorab weitere Fragen zu den Inhalten des Arbeitskreises haben, so können Sie ebenfalls dieses Formular verwenden und kreuzen entsprechend das zweite Feld an. Die Anfragen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

- Ja, wir melden uns verbindlich zur Teilnahme am Arbeitskreis Technischer Service an.**
- Wir benötigen noch nähere Informationen zum Arbeitskreis Technischer Service und bitten um Rückruf.**

Name: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Anschrift: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_ Fax.: \_\_\_\_\_

e-Mail.: \_\_\_\_\_

Mitglied im e-ThinkTank e.V.      ja                         nein  

Datum: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_