



© Gerd Altmann / Pixabay.com

Unterschiedliche Datenbanken und Systeme wurden an einem zentralen Ort zusammengeführt.

**Transparenz und Effizienz dank Zentralisierung.** Bei der Herausforderung, drei Standorte einheitlich zu organisieren, optimiert der Zentralschweizer Immobiliendienstleister Arlewo Schritt für Schritt seine Geschäftsprozesse.

VON ERICH LÖTSCHER\*

Mit über 100 Mitarbeitenden an den drei Standorten Luzern, Stans und Zug ist Arlewo die grösste unabhängige Immobiliendienstleisterin in der Zentralschweiz. Das 1968 gegründete Unternehmen ist in den vergangenen Jahrzehnten stetig gewachsen. Insbesondere mit der Übernahme zweier Marktteilnehmer sah sich Arlewo mit Herausforderungen bei der Kommunikation und den Geschäftsprozessen konfrontiert. Infolge der über die Jahre gewachsenen heterogenen Landschaft aus unterschiedlichen Datenbanken und Softwareanwendungen wurde die Pflege der Daten zunehmend schwieriger. Denn durch die Firmenhistorie wurden Kundendaten von Stockwerkeigentümergeinschaften, Mietern, institutionellen Anlegern, Hauswarten etc. in verschiedenen Datenbanken und zum Teil mit unterschiedlichen Metadaten und Nummernkreisläufen geführt. In dieser Situation wandte man sich an den IT-Dienstleister IOZ.

**Microsoft-Technologie aus der Cloud.** «Wir wollten in einem ersten Schritt auf die Analyse- und Beratungsleistungen unseres langjährigen Partners zurückgreifen», sagt Thomas Peter, Mitinhaber und Geschäftsleiter von Arlewo. «Da wir bereits seit Langem auf Microsoft-Technologien setzen, wollten wir diesen Weg, der Ausgangslage entsprechend, weitergehen.» So kam man nach einer ersten Auslegeordnung gemeinsam mit IOZ zum Schluss, bei den in die Jahre gekommenen Systemen fürs Intranet und die E-Mail-Kommunikation einen Technologiewechsel zu vollziehen. Die bestehenden Lösungen sollten dabei durch zukunftsorientierte Software-Services aus der Cloud ersetzt werden. Mit dem Online-Dienst Office 365 wurde schliesslich im Sommer 2018 auf SharePoint Online ein neues Intranetportal gestaltet. Dieses bildet die Organisation und die Prozesse der drei Niederlassungen einheitlich auf einem System ab. Parallel dazu wurde auch der früher On-Premise-betriebene Exchange Server auf Exchange Online als Bestandteil von Office 365 in die Cloud migriert. Gleichzeitig entschied man sich für die Einführung

von Yammer. Mit dem sozialen Netzwerk von Microsoft können Mitarbeitende anstatt über Outlook unternehmensübergreifend gleichzeitig mit ihren Kollegen Informationen und Wissen austauschen und bearbeiten. Die von vielen Firmen dem Dienst anfänglich entgegengebrachte Skepsis war indes schon nach kurzer Zeit einer fleissigen Nutzung gewichen. «Die Akzeptanz für das Kommunikations-Tool Yammer ist sehr hoch. Es ist im Geschäftsalltag bei Arlewo nicht mehr wegzudenken», sagt Thomas Peter. Das Unternehmen verfügt nun über eine zentrale Zusammenarbeitsplattform inklusive Dokumentenablage, auf welche mobil und standortunabhängig zugegriffen werden kann und die einheitliche Prozesse ermöglicht.

**Kundendaten alle in einem zentralen System.** Mit diesen ersten Schritten in die Microsoft-Cloud war die Basis gelegt, sich an die weiteren Herausforderungen zu machen. Als wichtigstes Unterfangen mussten die unterschiedlichen Kundendatenbanken an einem zentralen Ort zusammengeführt werden. Dazu bot sich konsequenterweise Dynamics 365 CRM an. Eine solche Datenbank wird benötigt, um Mehrfacherfassungen sowie Doppelspurigkeiten zu vermeiden und mit einheitlichen Auswertungen eine 360-Grad-Sicht auf die jeweiligen Anspruchsgruppen und die einzelnen Kundenkontakte zu ermöglichen. Sie ist als «Mutter aller Kundendaten» die Basis, damit Umsysteme wie solche für die Zeiterfassung oder für die Bewirtschaftung und Vermarktung der Immobilien angebunden werden und durchgängig auf dieselben Stammdatensätze zugreifen können. Übergeordnetes Ziel ist es, die Datenqualität zu optimieren und Prozesse effizienter zu machen. Der Startschuss zu diesem Unterfangen erfolgte im Frühling 2018. Dazu wurde zunächst analysiert, welche Stakeholder bestehen und wie diese klassifiziert und auf einen Nenner gebracht werden können. Schliesslich soll langfristig mit dem CRM jeder Stammdatensatz ein Objekt darstellen, das den Kunden mit allen notwendigen Informationen aus den unterschiedlichsten Systemen repräsentiert. Dabei müssen – je nachdem, auf welcher Ebene die

**Setzt voll auf Microsoft-Technologien: Thomas Peter, Mitinhaber und Geschäftsleiter von Arlewo.**



Informationen zur Verfügung gestellt werden sollen – weniger oder mehr Informationen abgebildet werden. So gilt es, beispielsweise auf Geschäftsleitungsebene umfangreichere Daten aus mehr Systemen zusammenzuführen, als dies etwa bei einem Sachbearbeiter der Fall ist. Weil die einzelnen Anwendungen aber im Tagesgeschäft im Dauereinsatz sind, war eine Konsolidierung der Datenbanken in einem Schritt nicht möglich. So entwarf man als Erstes ein Pilotsystem, in welches die Daten nach und nach überführt werden können und eine Anwendung nach der anderen eingebunden wird. Denn das CRM-System soll nicht bestehende Anwendungen ablösen, sondern Stammdaten zentralisieren und eine synchrone Nutzung der Datensätze ermöglichen.

**CRM als Basis für die Zukunft.** Dazu bereinigen Mitarbeitende von Arlewo fortlaufend in der Branchenanwendung während des laufenden Betriebs die Datensätze. Nach einem Felder-Mapping über eine Schnittstelle werden die Daten ins neue CRM überführt. Um den Anspruch des Kunden der einheitlichen Sicht auf die Daten zu erfüllen, müssen schliesslich alle Umsysteme auf ihre Überführbarkeit geprüft und mit Schnittstellen angebunden werden. Dafür wurde eine Dauer von ca. zwei Jahren veranschlagt. Ziel war es vorerst, Mitte 2019 erste Auswertungen vornehmen und das Pilotsystem, welches bereits mit «scharfen» Daten arbeitet, offiziell in den Produktivbetrieb übergehen zu lassen. «Das neue CRM ist für uns in erster Linie eine Diskussionsbasis für bestehende und zukünftige Anforderungen», sagt Thomas Peter. «Als zentrales System werden wir es nach und nach mit Daten anreichern und die standardisierten Informationen zur Optimierung der Kundenansprache und unserer Geschäftsprozesse nutzen. Das ist in unserer schnelllebigen Branche eine Notwendigkeit, damit wir unsere Wettbewerbsfähigkeit erhalten und steigern können.»



**ERICH LÖTSCHER**

ist Mitglied der Geschäftsleitung von IOZ AG in Sursee. [www.ioz.ch](http://www.ioz.ch)