

Der ADAC setzt beim Management seiner über 21 Millionen Mitglieder zukünftig auf BSI CRM

Der grösste Verein Deutschlands, der ADAC, führt BSI CRM für die Mitgliederbetreuung ein, um den gestiegenen Kunden- und Mitgliederbedürfnissen gerecht zu werden und seinen Omnichannel-Ansatz zu unterstützen

Baden, 23. Juni 2020 – Der ADAC e.V. hat sich für BSI als Partner bei der Neuausrichtung der Bestandsverwaltung entschieden. Mit der Einführung von BSI CRM zur Betreuung der über 21 Millionen Mitglieder sowie Kunden und Interessenten legt der grösste Verein Deutschlands den Grundstein für eine integrative, zukunftsfähige und skalierbare Gesamtlösung. Damit trägt der ADAC den sich wandelnden Mitglieder- und Kundenerwartungen Rechnung.

Der ADAC e.V. (ADAC) hat es sich zum Ziel gesetzt, dass seine Mitglieder und Kunden jederzeit und überall «einfach sicher unterwegs» sein können. Von Pannenhilfe, Verbraucherschutz über Motorsport und Touristik bis zur Juristischen Zentrale (Mitgliederberatung) bietet der ADAC seinen Mitgliedern verlässliche, informative Services. Dafür braucht er auch sichere und gleichzeitig dynamische, zukunftsfähige und skalierbare IT-Systeme. Deshalb hat sich der ADAC für die Ablösung des bereits über 30 Jahre alten Bestandssystems «ADAM» durch BSI CRM im Kern entschieden. Über 2000 Anwender aus dem Mitgliederservice, den ADAC Geschäftsstellen und den ADAC Regionalclubs werden zukünftig bei der Mitglieder- und Kundenbetreuung mit dem neuen CRM-System arbeiten.

Vorstand des ADAC e.V. und Projektauftraggeber Lars Soutschka: «Das Mitglied steht im Mittelpunkt – deshalb müssen wir gerade mit unserem neuen System dafür sorgen, dass wir einen zeitgemässen Mitglieder- und Kundenkontakt gewährleisten und auch insbesondere die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen. Unser bisheriges Bestandssystem ADAM ist ein über Jahrzehnte gewachsenes System, daher ist es höchste Zeit, dass wir nicht nur an einer zukunftsfähigen Lösung arbeiten, sondern diese auch zeitnah umsetzen.»

Mission Omnichannel: Fit für die Zukunft

Mit der Ablösung des alten Kernsystems und der Zusammenarbeit mit BSI verfolgt der ADAC das Ziel, den veränderten Kundenerwartungen und dem sich wandelnden Kundenverhalten gerecht zu werden. Er trägt damit der gestiegenen Self-Service-Affinität, den hohen Erwartungen an Usability und Personalisierungsgrad und der Notwendigkeit von nahtlosen, kanalübergreifenden Customer

Journeys Rechnung. Mitglieder, Kunden und Interessenten werden zeitgemäss und effizient bedient und angesprochen. Die ADAC Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren ausserdem mit BSI CRM von einem höheren Automatisierungsgrad und mehr Komfort dank höherer Usability.

Grundstein für Erneuerung der ADAC Systemlandschaft gelegt

Für eine den aktuellen Standards entsprechende Gesamtlösung sind in einem ersten Schritt die nahtlose Integration verschiedener Einzellösungen inklusive des Customer-Self-Service-Portals auf adac.de und die Anbindung von über 60 Schnittstellen vorgesehen. Das erklärte Ziel des ADAC bei der grundlegenden Erneuerung der Systemlandschaft ist, Systeme cloudbasiert zu betreiben, um flexibel zu bleiben und immer von den neusten Updates zu profitieren. Wolfgang Münch, Projektleiter ADAC, sieht, «dass mit der Integration von BSI CRM in die vorhandene Systemlandschaft neben den zahlreichen Herausforderungen auch viele Chancen verbunden sind. Neben der Neuausrichtung bestehender Prozesse an die Standards von BSI CRM sollen auch die zahlreichen Schnittstellen auf den Prüfstand gestellt und konsolidiert werden.»

Dies ist nicht zuletzt deswegen möglich, weil das Vorhaben die rückhaltlose Unterstützung des ADAC Managements erfährt und das Projekt dank agiler Planung in sinnvolle Etappen unterteilt wird. Dabei wird beim ADAC von Anfang an im Change Management mitberücksichtigt, wie die Transformation der Organisation getrieben durch ein modernes CRM-System begleitet werden soll – eine Voraussetzung für erfolgreiche CRM-Projekte.

«Dem ADAC in diesem spannenden Prozess als Lösungs- und Umsetzungspartner zur Seite zu stehen, ist eine Herausforderung, die wir nur zu gerne annehmen. Unsere Kompetenz liegt in der Digitalisierung der Kundenbeziehung und gelebtem Omnichannel. Treffen wir auf einen Kunden wie den ADAC, der die Wichtigkeit dieser Themen erkannt hat, ist das die ideale Ausgangslage für ein gelungenes Projekt. Ich freue mich auf die weiteren spannenden Etappen in Richtung Omnichannel-Systemlandschaft beim ADAC», so Manfred Piringer, Projektleiter seitens BSI.

Pressekontakt

Charlotte Malz, +41 (0)417668633
charlotte.malz@bsi-software.com
BSI Business Systems Integration AG
Täferweg 1, CH-5405 Baden
www.bsi-software.com

Julie Dörr, +49 89 628 175 30
WE Communications
jdoerr@we-worldwide.com

Über BSI

Impress your customer – das ist unser Versprechen an Sie. Dank unseren smarten Softwarelösungen für Customer Relationship Management (CRM) und Marketing Automation erreichen Sie Leads und Kunden da, wo sie sind und begleiten sie durch die gesamte Customer Journey. Mit strukturierten Kundendaten, Künstlicher Intelligenz und echten Emotionen lassen sich Kundenherzen gewinnen. Bei BSI gehen Beratung, Software-Entwicklung und -Implementierung Hand in Hand. Mit BSI CRM verfügen wir über eine der führenden Omnichannel-Plattformen im Markt, mit BSI Studio ermöglichen wir die intelligente Automatisierung von Marketing, Sales und Service. Unsere Lösungen bieten eine breite Funktionalität und die nahtlose Anpassung an individuelle Kundenbedürfnisse – spezialisiert für Retail, Banking und Insurance. Das Ergebnis: Eine überraschend einfache und intuitive Bedienung sowie ein Experience Management, das Endkunden begeistert. Das bestätigen uns Unternehmen wie AMAG, Basler Versicherungen, Bank Gutmann, Degussa Bank, Die Schweizerische Post, ERGO, HDI, Gothaer, Hornbach, Möbel Pfister, PostFinance, SWICA oder Walbusch. Der inhabergeführte Softwarehersteller BSI wurde 1996 in der Schweiz gegründet und beschäftigt 324 Mitarbeiter an Standorten in Baar, Baden, Bern, Darmstadt, Düsseldorf, Hamburg, München und Zürich. Das Erfolgsrezept: Bedingungslose Kundennähe, keine Hierarchien, starke Werte.