



## Die Macht der Daten

### Life-Science-Unternehmen Eppendorf durchdringt Märkte mit Dynamics 365

Das Life-Science-Unternehmen [Eppendorf](#) muss nicht nur auf die rasanten Veränderungen in einem Markt, sondern in vielen Märkten gleichzeitig reagieren. Die dafür nötige Flexibilität und Agilität steigerte Eppendorf durch die Anwendung von [Microsoft Dynamics 365](#). Die CRM-Lösung von Microsoft bildet die verlässliche Basis für schnelle Entscheidungen auf der Grundlage aktueller Daten.

Seit mehr als 75 Jahren rüstet die Eppendorf Gruppe Labore in den unterschiedlichsten Branchen aus: Neben Verbrauchsartikeln umfasst das Produktportfolio auch zahlreiche Geräte, wie zum Beispiel Pipetten, Pipettierautomaten, Zentrifugen, Bioreaktoren oder Ultratiefkühlgeräte. All diese Produkte, aber auch die umfangreichen Serviceleistungen des Hamburger Spezialisten sind in den Laboren von Universitäten genauso wie in denen der Pharma-, Chemie- und Lebensmittelbranche im Einsatz. Dabei muss das Unternehmen gleichzeitig auf vielfältige, sich schnell verändernde Marktanforderungen reagieren.

#### **Die Herausforderung:** **Unterschiedliche Arbeitsweisen ohne gemeinsame Datenbasis**

Wie schnell sich die Bedürfnisse eines ganzen Marktes wandeln können, hat die Corona-Krise eindrucksvoll gezeigt. Die Kapazitäten der Wissenschaftler und Mediziner in den Laboren konzentrierten sich ganz auf Diagnose, Forschung und Entwicklung. Nachgelagerte Zulieferer mussten Schritt halten und ihren Kunden in kürzester Zeit hochindividualisierte

Lösungen zur Verfügung stellen. Insbesondere in solchen Situationen entscheiden die Agilität und Flexibilität eines Unternehmens über dessen Geschäftserfolg. Sie sind aber auch in Nicht-Krisenzeiten zwei wesentliche Erfolgskomponenten. Um diesen Aspekten mehr Rechnung zu tragen und seine Premiumstellung weiter auszubauen, verordnete sich Eppendorf schon vor Jahren noch mehr globales Denken und Handeln sowie transparentere Geschäftsprozesse. Um mit der Life Science-, der Pharma-,

der Chemie- und der Lebensmittelbranche die Anforderungen gleich mehrerer Märkte gleichermaßen bedienen zu können, sollten die Vertriebsseinheiten in 26 Ländern harmonisiert werden – und dies mit einer einheitlichen Customer-Relationship-Management-Lösung.

„Wir entschieden uns daher für die Einführung eines neuen CRM-Systems, was zu den schwierigsten Projekten in einem Unternehmen gehört“, sagt Benedikt



**Kunde**  
Eppendorf AG

**Produkte und Dienste**  
Dynamics 365 for Sales, Dynamics 365 for Field Service, Dynamics 365 for Customer Service, Microsoft Power BI

**Branche**  
Fertigung

**Unternehmensgröße**  
Groß (1.000–9.999 Mitarbeiter)

**Standort**  
Deutschland

**Partner**  
HSO Deutschland

Geldmacher-Voss, Leiter der Abteilung Commercial Excellence bei der Eppendorf AG. „Das gilt vor allem für Unternehmen wie dem unseren, mit einer Vielzahl unterschiedlicher Stakeholder und einer großen Bandbreite an Tools, die für die Aufbereitung von Geschäftsdaten genutzt werden – das ging von hochkomplexen Teillösungen bis hin zur Excel-Liste.“ Unterschiedliche Arbeitsweisen prallten aufeinander, die fehlende gemeinsame Datengrundlage bremste Eppendorf. Mit einer modernen CRM-Lösung wollte Benedikt Geldmacher-Voss die manuellen Prozesse der Datenerfassung auf eine weltweit einheitliche Plattform heben. Die Anforderungsliste war lang, denn kein Kunde von Eppendorf ist wie der andere und die Bedürfnisse der Fachbereiche sowie der Abteilungen Sales, Marketing und Service sind breit gefächert. In einem Vorprojekt, geleitet von Alexander Gerritsen, Leiter der Abteilung Customer Business Management, wurden die weltweit einheitlichen Prozessen der Eppendorf Gruppe definiert, die die Basis für die Auswahl des neuen CRM Systems gebildet haben. Die Life-Science-Branche befindet sich in einem kontinuierlichen Wandel – das neue CRM-System sollte also flexibel sein und sich unkompliziert anpassen lassen, um Kunden und Partner in jeder Situation optimal betreuen zu können. Zudem sollte ihr Status innerhalb der Customer Journey jederzeit nachvollziehbar sein.

Eine besondere Herausforderung bestand darin, die unterschiedlichen Marktsituationen und Vertriebswege von Eppendorf im CRM-System abzubilden. Es galt, das komplette Kundenportfolio zu erfassen: Von den verschiedenen Branchen wie Medizin, Pharma- und Lebensmittelindustrie über den Bildungssektor und die freie

Wirtschaft bis hin zu den unterschiedlichen Arbeitsfeldern wie Diagnostik, Forschung und Qualitätssicherung. Alle Daten sowohl von Direktkunden als auch von denjenigen, die über Händler bestellen, sollten in einem einheitlichen Format zentral verfügbar sein und am besten in Echtzeit aktualisiert werden. „Nicht mehr und nicht weniger“, so Geldmacher-Voss. „Das ist die Basis für strategische Entscheidungen. Nur mit maximaler Transparenz können wir die Frage beantworten, wo wir mit unseren Services künftig stehen werden.“ Bei all dem sollte das CRM nicht zu mehr Komplexität im System führen, damit keine Mehrkosten und zusätzlicher Personalaufwand entstehen. Eppendorf traute Microsoft und seinem Partner [HSO](#) zu, alle Abteilungen bestmöglich auszustatten und den komplexen Anforderungen gerecht zu werden. Heute hat das Unternehmen [Dynamics 365 Sales](#), [Dynamics 365 Customer Service](#) und [Dynamics 365 Field Services](#) im Einsatz. Die ersten Erfahrungen: Überraschend.

**Die Lösung:**  
**Datenbasiertes Marktverständnis mit Dynamics 365**

Die Infrastruktur von Eppendorf war bereits zuvor von Microsoft geprägt. „Dynamics 365 ließ sich also perfekt in unsere bestehende IT-Landschaft integrieren“, so Geldmacher-Voss. „Wir konnten deutliche Synergien erzeugen, die Akzeptanz von Dynamics war bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Anfang an sehr hoch.“ Das bestätigt ein erster, im Nachgang durchgeführter Dynamics 365 User Acceptance Survey des Microsoft Customer Success Managements. Schon sehr früh im Prozess wurden die Wünsche aller Bereiche an das neue CRM-System detailliert erfasst und anhand konkreter Use Cases verfeinert.



„Früher konnte es passieren, dass eine Bestellung in 26 Ländern auf 30 verschiedene Arten abgewickelt wurde. Heute ist der Bearbeitungsweg dank der einheitlichen Struktur und Vorgehensweise von Dynamics 365 jederzeit nachvollziehbar. Das hat unsere bisherige Arbeitsweise fundamental verändert.“

Benedikt Geldmacher-Voss,  
Leiter Commercial Excellence, Eppendorf AG



**Kunde**  
Eppendorf AG

**Produkte und Dienste**  
Dynamics 365 for Sales, Dynamics 365 for Field Service, Dynamics 365 for Customer Service, Microsoft Power BI

**Branche**  
Fertigung

**Unternehmensgröße**  
Groß (1.000–9.999 Mitarbeiter)

**Standort**  
Deutschland

**Partner**  
HSO Deutschland

HSO als Implementierungspartner konnte in Zusammenarbeit mit der Firmen-IT von Eppendorf unkompliziert einsteigen.

Das cloudbasierte Microsoft Dynamics 365 bringt nun Daten, Mitarbeiter, Abläufe und Kunden bei der Eppendorf Gruppe zusammen. Bereits sechs Monate nach dem Go-Live sind viele Prozesse weltweit homogenisiert, sodass konsistente Reportings auf einer einheitlichen Datengrundlage möglich sind. Das eröffnet einen 360-Grad-Blick auf den Kunden und schafft die Transparenz, die für weitsichtige Entscheidungen nötig ist. Sogar die Kundenzufriedenheit hat sich nachweislich verbessert.

„Wir sind deutlich schneller geworden“, sagt Benedikt Geldmacher-Voss. „Übersichten, die wir früher in Vorarbeit mit viel Vorlauf in Excel-Listen zusammenstellen mussten, können wir jetzt per Knopfdruck

über [Power BI](#) auswerfen. Dadurch gibt es jetzt auch keine Diskussionen mehr, ob die vorliegenden Daten richtig sind oder nicht“, schmunzelt er. Der Release-Prozess von Dynamics 365 ist aktuell in ganz Europa ausgeführt. Im nächsten Schritt folgen Nord- und Südamerika sowie Asien und China. Bei Abschluss der ersten Phase im August 2020 sollen alle initial definierten Features entwickelt und installiert sein. Dann will sich Eppendorf gemeinsam mit dem Microsoft Customer Success Management weiteren Zukunftsthemen zuwenden.

Die wichtigsten Ziele, die sich Benedikt Geldmacher-Voss und sein Team gesteckt hatten, sind aber schon jetzt erreicht: Die Prozessoptimierung und die Vereinheitlichung von Daten, um auf dem komplexen Life-Science-Markt in erster Reihe den Ton anzugeben.



„In den 75 Jahren seit der Gründung von Eppendorf haben wir eine starke und bekannte Unternehmensmarke aufgebaut. Die Welt und die Märkte, in denen wir agieren, ändern sich stetig und rasant. Darauf reagieren wir mit noch mehr Flexibilität und Agilität im Sinne unserer Kunden, was uns mit Dynamics 365 hervorragend gelingt.“

Eva van Pelt, Co-Vorstandsvorsitzende  
der Eppendorf AG



**Kunde**  
Eppendorf AG

**Produkte und Dienste**  
Dynamics 365 for Sales, Dynamics 365 for Field Service, Dynamics 365 for Customer Service, Microsoft Power BI

**Branche**  
Fertigung

**Unternehmensgröße**  
Groß (1.000–9.999 Mitarbeiter)

**Standort**  
Deutschland

**Partner**  
HSO Deutschland