

AUSSENDIENST:

Unterwegs im Firmenwagen

Navigationen sind heute kostengünstig im Handel erhältlich. Alleine die Streckenführung kann den Außendienstmitarbeiter unterstützen. Doch in Routenplanung und Positionsbestimmung liegen noch weitere Chancen.

Vor wenigen Jahren waren Navigationsgeräte noch Luxusgüter und nur in Dienstwagen der oberen Managerriege zu finden. Heute sind sie als kleine, mobile Geräte auch vom Monteur, beim Außendienst oder bei der Avonberaterin in Gebrauch und führen per Global Positioning System (GPS) zum Ziel. Gerade bei Besuchen im innerstädtischen Bereich und bei Termindruck können sich die Mitarbeiter, die im eigenen oder im Firmenwagen unterwegs sind, auf die automatische Streckenführung verlassen und müssen nicht mehr aufwendig mit Klappkarten hantieren oder bei Passanten nach dem Weg fragen.

Damit besitzt die heute bekannte Navigation zweifellos einen Mehrwert. Doch liegen noch weitere Potentiale jenseits der Lotsendienste in ihr?

Die Frage ist berechtigt, denn Navigationslösungen können mehr als nur den Weg weisen. Es gibt Systeme, die den Außendienst per mobiler oder im Wagen installierter Endgeräte mit der Planungssoftware des Unternehmens vernetzen. „Bei den meisten Mitarbeitern im Außendienst läuft die Kommunikation mit der Zentrale über einen Medienbruch“, sagt Jörn Seel, Vorstandsmitglied bei dem Kronberger Unternehmen MobileObjects.

Mit Medienbruch meint er keinen Unfall und auch kein kaputtes Laptop. „Die Geschäftsprozesse eines Unternehmens werden heute fast ausnahmslos zentral mit Informationstechnologie gesteuert, nur für die Außendienstmitarbeiter werden noch papiergebundene Listen ausgedruckt.“ Und die täglichen Informationen aus dem Außendienst werden später auch wieder manuell in die Kundendateien oder die Fakturierung eingegeben. „Ein moderner Außendienstmitarbeiter ist vielleicht schon mit einem Customer Relationship Management System ausgestattet, aber es gibt noch viele weitere technische Möglichkeiten, um

ihn direkt in die Unternehmenssteuerung einzubinden“, bekräftigt der Betriebsvorstand. Die Mobilfunkübertragung mit GPRS, einem kostengünstigen neuen Standard der Datenkommunikation und die Positionsbestimmung per GPS seien dafür Schlüsseltechnologien. Da die Planung „erheblich mehr Transparenz über die Vorgänge beim Außendienst“ bekommt, sind in Seels Augen auch neue Formen der Dienstleistung möglich. Dem Kunden könne bei einem Störfall beispielsweise über die so genannte „Nächstensuche“ mitgeteilt werden, welcher Mitarbeiter sich in der Nähe befindet und wie lange er für den Weg zum Kunden benötigt. „Natürlich gibt es immer wieder Kritiker, die sagen Big Brother is Watching you“, bemerkt Seel, doch auch hier gebe es verschiedene Perspektiven. Überzeugte Mitarbeiter nützen die genauen Informationen über die geleistete Arbeit auch dazu, ihr Engagement für den Arbeitgeber zu untermauern, weiß der Telematik-Experte.

Anbindung ans Unternehmen

Zwischen Zentrale und dem Außendienst bestand schon immer rege Kommunikation. Mit der Verindung von Fahrzeug und Planungszentrale ändern sich aber die Strukturen. Informationen über Auftrags-erfüllung, Materialbedarf oder Terminverschiebungen können sofort in die Unternehmenssysteme eingepflegt und weiterverarbeitet werden. Viele Zwischenschritte, die bisher nötig waren, entfallen, wie zum Beispiel bei der Planung der Touren. Nutzt der Außendienst ein Navigationsgerät mit Telematik-Anbindung, kann die geplante Route automatisch auf sein mobiles Endgerät übertragen werden. Und von der Zentrale kann der mobile Mitarbeiter stets geortet und seine Fahrtrouten verfolgt werden.

Freilich geht der Trend bei mobilen Geschäftsprozesse hin zur Nutzung von mobilen Endgeräten. Firmen, die ihre Daten und Prozessorganisation mittels „intelligenter“ Steuerungssoftware lenken und per Mobilfunk „verdrahtet“ sind, können auch ihren Außendienst in die bestehenden Systeme eingliedern. Das können Enterprise Resource Planning (ERP-), Customer Relationship Management (CRM-)Systeme oder Anwendungen im SAP-Umfeld sein. Nur besitzen sie meist keinen GPS-Empfang und keine Kartenapplikationen. Die Navigation wird dann als Insellösung eingesetzt. Experten erwar-

ten, dass solche Lösungen in Zukunft auch tiefer integriert werden.

Navigationskonzepte, die mehr wollen, als die bloße Streckenführung durchzuführen, werden auch als Connected Navigation bezeichnet. Verbunden wird das Gerät mit einer zentralen Software, die beispielsweise für Tourenplanung zuständig ist. Unternehmen wie Tomtom Work oder Infoware haben Lösungen entwickelt, mit denen die Position von Fahrzeugen via Telematik-Anbindung in Echtzeit auf digitalen Karten am PC angezeigt werden kann. Der Flottenmanager oder Disponent im Büro soll so je nach aktueller Position der Fahrzeuge den nächsten Auftrag vergeben. Jeweils bei Erreichen oder Verlassen des Einsatzortes oder aber auch bei unvorhergesehenen Ereignissen, wie etwa einer Verspätung des Monteurs, kann die Zentrale unmittelbar informiert werden. Daneben sind auch Auswertungen möglich. Tomtom Work bietet innerhalb seiner Lösungen zum Beispiel Reports mit Stillstandszeiten für den Nachweis oder die Abrechnung für Kunden, aber auch für die Lohn- und Spesenabrechnung sowie für das Finanzamt.

Allgemeine Lage

Diese Erkenntnis war dem Anbieter digitaler Kartendaten für die Fahrzeugnavigation Navteq nicht genug. Die Sulzbacher Firma hat zur Unterstützung ihrer Initiative zu integrierter Navigation bei der Unternehmensberatung Frost & Sullivan eine Studie in Auftrag gegeben, die die Vorteile der Anbindung der Navigationsdaten an die Unternehmens-IT zeigen sollte.

Frost & Sullivan führte für diese Studie Interviews mit Unternehmen aus der Transport- und Dienstleistungsbranche, die positive Erfahrungen mit integrierter Navigation gemacht hatten. Mitte dieses Jahres hat Navteq die Ergebnisse der Auftragsstudie veröffentlicht. Demnach reduzieren mobile Geschäftsanwendungen nicht nur 15 Prozent der Kraftstoffkosten, sondern können auch die Fahrzeiten um 18 Prozent und die Kommunikationskosten sogar um 40 Prozent verringern. Ein weiterer Vorteil sei, dass mit integrierter Navigation durchschnittlich elf Prozent Wegstrecke eingespart werde.

Neben den Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen wurden auch redu-

Das Wissen um die Position der Außendienstmitarbeiter sorgt für mehr Transparenz in der Unternehmensführung.



Eine Frage der Ausstattung: Integrierte Navigationslösungen können genauso genutzt werden wie mobile Notebooks.





Orientierung abseits der Straße: Monteure und Instandhalter benötigen bei der Navigation Informationen über die Technik, aber auch Karten mit Wald- und Feldwegen.

zierte Ausfallzeiten bei Pannen und eine bessere Kundenzufriedenheit in der Studie erfasst. Integrierte Navigation brachte laut Frost & Sullivan zehn Prozent mehr Aufträge in der Dienstleistungsbranche, die durch pünktlichere Auslieferungen Kunden gewannen. „Außendienstmitarbeiter können über das Navigationssystem Details zu neuen Aufträgen erfahren und sich direkt zum Auftragsort navigieren lassen“, gibt Eric Fumat, General Manager bei Navteq, ein Beispiel für den Praxisfall.

Ein Navigationssystem macht den Außendienstler auch sicherer. Dies hat das britische Versicherungsunternehmen RAC in einer Studie festgestellt. Denn wenn sich der Fahrer nicht mehr auf die Suche nach Warnhinweisen, Straßenschildern und Abbiegemöglichkeiten konzentrieren muss, weil diese vom Navi übernommen wird, verringert dies laut RAC das Unfallrisiko.

Abwegiges

Versicherungsvertreter, Handwerker oder Kosmetikverkäuferinnen finden ihre Klientel meist in Wohngebieten und damit in Gegenden mit gut erschlossener Verkehrsanbindung. Der Außendienst kann sich jedoch auch abseits von offiziellen Verkehrsstrecken bewegen, die nicht der Straßenverkehrsordnung unterliegen. Die heute verfügbaren Navigationsdaten versagen spätestens hier. Denn Feld- und Waldwege sind in ihnen nicht vorhanden.

Eine im doppelten Sinne wegweisende Anwendung hat das IT-Unternehmen Logi-

ball gemeinsam mit der Bayerngas entwickelt. Der größte kommunale Gasversorger betreibt in Bayern ein Gashochdrucknetz von 1.300 Kilometer Länge. Die Außendienstmitarbeiter sind dadurch nicht nur in ständiger Rufbereitschaft, sondern müssen auch möglichst schnell zum Schadensfall geführt werden. Dazu fahren die Techniker auch mal in den Wald, in weit verteilte Industriegebiete oder auf Landwirtschaftsflächen. Ohne genaue Ortskenntnisse ist hier jeder schnell überfordert. Häufig wechselnde Mitarbeiter und auch externe Dienstleister haben mit der Ortskenntnis meist ein großes Problem.

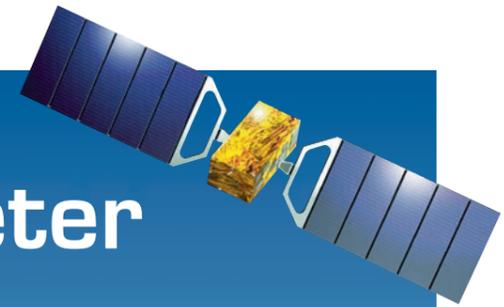
Am Beispiel des Gasversorgers Bayerngas wird deutlich, wie kundenspezifische Karteninhalte für Spezialnavigationsanwendungen eingesetzt werden können. Die bis vor kurzem eingesetzten, teilweise veralteten Wegbeschreibungen wurden den gestellten Anforderungen nicht mehr gerecht. Für Dietmar Schröcker, Referent für Dokumentation bei Bayerngas war die Situation klar: „Die wichtigste Anforderung der Bayerngas an eine Business-Navigation liegt somit in einem detaillierten Straßen- und Wegenetz, insbesondere im ländlichen Bereich, da dies das vorwiegende Einsatzgebiet der Bayerngas ist.“

In Bayern kommt ein Navigationssystem des Herner Anbieters für Sondernavigationskarten Logiball zum Einsatz. Die Navigationssoftware Navigator von Navigon wurde mit der Navigationskarte Deutschland Plus von Logiball kombiniert. Diese Karte enthält neben dem öffentlichen Wegenetz von 1,1 Millionen Kilometern auch alle Wald- und Feldwege – zusätzliche 1,3 Millionen Kilometer.

Im Projekt wurden zudem alle Betriebsmittel des Versorgers in die Karte integriert und können von den Mitarbeitern angepeilt werden. Sollte das Objekt noch nicht auf dem System abgespeichert sein, liegt das von der Zentrale vorgegebene Ziel in Form einer Koordinate vor. So führt die Navigation den Servicemitarbeiter so nah wie möglich an seinen Einsatzort. Neue Daten über das Netz und die Wege können Bayerngas-Mitarbeiter über eine Schnittstelle selber in das System einpflegen, so dass der Informationsgehalt ständig wächst. „Das Navigationssystem erleichtert uns die Einhaltung der vom Deutsche Vereinigung des Gas- und Wasserfaches geforderten Reaktionszeit von 30 Minuten bei Störfällen im Bereich bebauter Gebiete“, so Dietmar Schröcker, der auch verantwortlich für die Systemeinführung war. (sg)

TELEMATIK FÜR VERSICHERUNGEN:

Zahlen pro Kilometer



Mit GPS wollen Versicherungen in Zukunft auch Prämien für das Kfz berechnen lassen. Technisch ist dies heute möglich, nur das Thema Datenschutz ist strittig.

Was haben Zündhölzer und Autoversicherungen gemeinsam? Beides sind sie so genannte Low-involvement-Produkte. Beim Kauf setzt sich der Kunde wenig mit ihnen auseinander, weil sie für sein Selbstwertgefühl kaum Relevanz haben oder, weil die auf dem Markt erhältlichen Produkte vergleichbar sind. Für mehr inneres Engagement bei Autoversicherungen könnte in Zukunft das als „Pay as you drive“ bezeichnete Versicherungsmodell sorgen, bei dem Fahrzeugbesitzer für gefahrene Kilometer und den genutzten Straßentyp zahlen sollen.

Das Konzept ermöglicht es Versicherungsgesellschaften, Prämien anzubieten, die das individuelle Fahrverhalten der Kunden widerspiegeln. Dazu können sie um weitere Informationen ergänzt werden, zum Beispiel um die Art der Straßen, die der Fahrer genutzt hat. Denn ein integriertes GPS-Gerät verfolgt das Fahrzeug auf Schritt und Tritt und kann dessen Route sehr genau nachvollziehen. Per Telematiksystem, das zu diesem Zweck in das Fahrzeug integriert werden muss, werden diese Strecken- und Fahrdaten an die Versicherung übertragen.

In Großbritannien hat „Pay as you drive“

– was im Deutschen so viel wie „Zahle für das, was du fährst“ bedeutet – beim Versicherer Norwich Union die Testphase bereits hinter sich. In der Schweiz bietet die DBV-Winterthur seit Oktober 2006 ausgewählten Gewerbekunden mit „Auto-Profi“ eine satellitengesteuerte Kfz-Police an.

Eine andere Zielgruppe peilt die Stuttgarter WGV Versicherungen an. Sie wollen unter dem Motto „Belohnung durch Kontrolle“ 18- bis 21-jährige Fahranfänger ansprechen. Wer sich in dieser Altersgruppe für 500 Euro auf eigene Kosten eine technisch besonders ausgerüstete Freisprechanlage ins Auto einbauen lässt, die satellitengesteuert Fahrdaten an den Versicherer meldet, „dem räumen wir bei Vertragsabschluss 30 Prozent als Vertrauensrabatt ein“, erklärt Achim Schweizer, Abteilungsleiter Kfz bei der WGV.

Preis mit Warnfunktion

Maßgeschneiderte Kfz-Versicherungspolicen könnten in Zukunft die Regel sein, heißt es in einer Erklärung von PTV. In Pilotprojekten rekonstruiert eine Software des Unternehmens die Fahrten und wertet sie für die Versicherungen aus. Das

Unternehmen räumt zwar ein, dass das Konzept im Hinblick auf den Datenschutz stark umstritten sei, erklärt aber auch, dass Versicherungen die nutzungsabhängige Versicherungsprämie lediglich als Option anbieten könnten.

Eine andere Auffassung zum Thema Datenschutz vertritt die Jury des so genannten „Big Brother Awards“. Diese Preisverleihung wurde ins Leben gerufen, um die öffentliche Diskussion um Privatsphäre und Datenschutz zu fördern. Sie prämierte in der Kategorie „Technik“ kürzlich das Karlsruher Unternehmen. Das Hauptproblem dabei liege laut der Jury in der zentralen Datenverarbeitung: Behörden und andere Bedürftige bei der Versicherungszentrale oder einem beauftragtem Dienstleister könnten sich jederzeit an den persönlichen Daten über das Fahrzeug und den Halter bedienen, hieß es in der Laudatio. Es sei eine Illusion, dass die per GPS gewonnenen Daten bei Fahrzeughaltern und Versicherungen bleiben.

Der Bundesdatenschutzbeauftragte Peter Schaar zeigt sich ebenso skeptisch und warnt vor der Gefahr, dass „diese Daten auch für andere Zwecke, etwa zur Strafverfolgung, verwendet werden.“ (sg)

Kfz-Versicherungen wollen Prämien anhand gefahrener Kilometer auszahlen.

Ziel ist neben der besseren Unternehmenssteuerung auch die Reduktion von Treibstoff und Betriebsmitteln.