



Prozessoptimierung mit der Six Sigma Methodik

Nachhaltige Qualitätsverbesserung zur Maximierung des Unternehmenserfolgs

In einer immer komplexer werdenden Geschäftswelt stehen Unternehmen vor der Herausforderung, Prozesse kontinuierlich zu verbessern und ineffiziente Abläufe zu eliminieren. Ein typisches Problem, dem viele Unternehmen gegenüberstehen, ist die Verschwendung von Ressourcen, sei es Zeit, Geld oder Material. Die Six Sigma Methode bietet hier eine effektive Lösung, um diese Verschwendung zu reduzieren und gleichzeitig die Qualität zu steigern. Durch präzise Datenanalyse, umfassende Fehlerbehebung und kontinuierliche Prozessverbesserung hilft Lean Six Sigma Unternehmen, ihre Produktivität zu steigern, Kosten zu senken und Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

In dieser Publikation geben wir einen fachlichen Einblick in die Grundlagen von Lean Six Sigma und zeigen auf, wie Unternehmen von dieser bewährten Methode zur Problemlösung profitieren können. So können sie den Wettbewerbsvorteil erlangen, den sie benötigen, um in einer dynamischen und anspruchsvollen Geschäftsumgebung erfolgreich zu sein.

Zukunftssicherheit durch Innovationen

Mit 13 Jahren Erfahrung in der IT-Branche erweist sich CINTELLIC branchenübergreifend als zuverlässiger Partner bei der Verschlankeung, Stabilisierung und Modernisierung von IT-Prozessen. Kontinuierliche Investitionen in die Infrastruktur erwirtschaften für unseren Kunden nicht nur einen langfristigen Kosten- und Innovationsvorteil gegenüber dem Wettbewerb, sondern sichern auch die Zukunftssicherheit der Unternehmen.

Letzteres bestätigt ein Bericht der Unternehmensberatung "Bain & Company"¹. Die digitale Disruption wird laut Umfrage in den nächsten 5 Jahren das Tempo beibehalten und/oder beschleunigen. Dabei scheuen oft große Unternehmen, die hohe Investitionen in Legacy Produkte getätigt haben, vor notwendigen Investitionen zurück, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. IT-Verantwortliche folgen oft einem scheinbar "linearen Modell" (mehr Arbeitskraft = mehr Effektivität oder weniger Budgetfreigabe = mehr Effizienz), vergessen jedoch, dass diese Gleichung unter Umständen kontraproduktiv ist und keine langfristige Perspektive bietet.

Warum? Auf den Punkt gebracht: Eine Unternehmenskultur, die Schritt-für-Schritt Verbesserungen anstrebt, entfaltet kumulativ keinen linearen, sondern einen exponentiellen Wirkungsgrad. Um diesen Grad an Wirkung zu erreichen, müssen zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

- Erstens, eine Unternehmenskultur, die stetige Verbesserungen anstrebt und auch finanziell fördert.
- Zweitens, eine Methodik, wie zum Beispiel die Six Sigma Methodik, die sich – ergebnisorientiert - strikt an Daten und Fakten anlehnt.

Lean Six Sigma for IT

Six Sigma ist eine datengesteuerte Projektmanagement-Disziplin, die sich in den 1980er Jahren in der Autoindustrie, und später branchenübergreifend, etabliert hat. Ziele der Methode sind, die Prozesskosten zu senken, die Qualität zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Der Begriff Six Sigma (6σ) bezieht sich dabei auf die statistische Standardabweichung, bzw. die Streuung eines Prozesses. Je höher eine Streuung ausfällt, um so höher fallen auch die Fehlerquoten aus, die einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und/oder Kosteneffizienz haben. Six Sigma wird auch gerne mit Konzepten aus dem Lean Management (Reduzierung der Verschwendung, Prozessoptimierung) kombiniert, daher auch der weitläufige Begriff "Lean Six Sigma".

Vorteile der Six Sigma Methode können sein:

- die Verbesserung von Automatisierten Prozessen (Professionalisierung interner Abläufe, Verbesserung der Performance)
- die Verbesserung des Customer Experience (Verbesserung der Reaktionszeit, Verschlankeung der Prozessketten)
- die Erhöhung der Prozessgeschwindigkeit / Reduzierung der Durchlauf-Zeit (Identifikation von "Zeitfressern" oder "Bottlenecks").

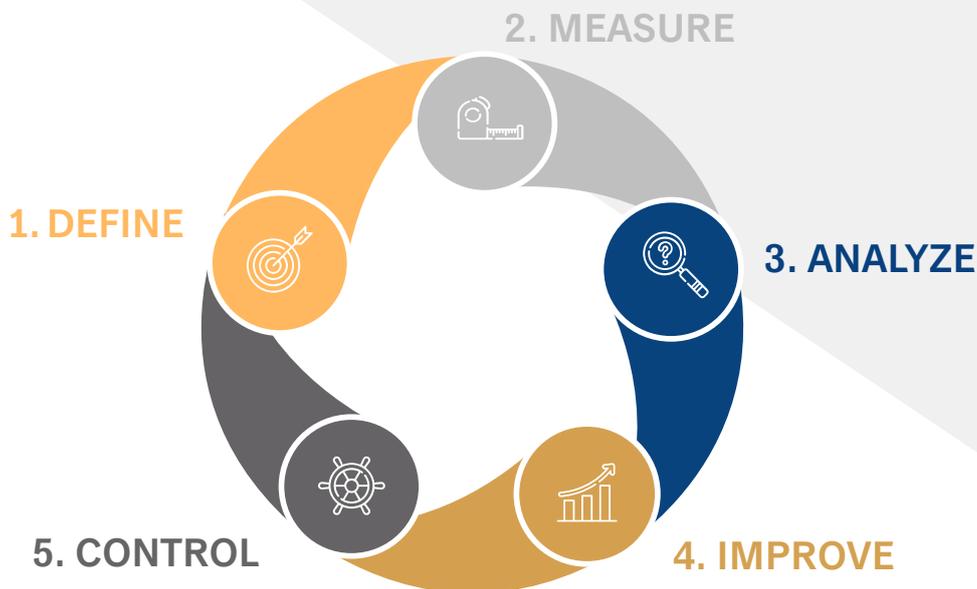


Abbildung 1: DMAIC-Zyklus der Lean Six Sigma Methodik

¹ Digital disruption will maintain pace and/or accelerate over next 5 years, according to survey [<https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2022/bain-company-digital-disruption-will-maintain-pace-and-or-accelerate-over-next-5-years-according-to-survey/>]

Projektlauf

Der Projektlauf folgt dem DMAIC-Zyklus, der den Kern der Six Sigma Methodik bildet. Der Zyklus besteht aus den fünf sequenziellen Phasen **Define, Measure, Analyze, Improve** und **Control**.

1. Define: Projektplanung

- Der Business Case wird definiert und das Projektziel zieht wird quantitativ gemessen.
- Ein Projektplan wird erstellt.

2. Measure: Prozessdaten erheben

- Die IST Prozessleistung wird gemessen (z. B. Die aktuelle Prozessstabilität)
- Die Datenerfassung wird geplant und die Messungen werden über einen definierten Zeitraum durchgeführt.

3. Analyze: Ursachen verstehen

- Die Datenerhebung wird analysiert und die Ursachen werden ermittelt.
- Das Verbesserungspotential wird quantifiziert.

4. Improve: Prozess verbessern

- Lösungsvarianten werden entwickelt, bewertet und umgesetzt
- Die Verbesserung wird gemessen und quantifiziert

5. Control: Verbesserung verankern

- Ein Kontrollprozess wird erarbeitet, um die Prozessleistung langfristig zu sichern
- Die Projektarbeit wird dokumentiert.

Die Lean Six Sigma Methodik findet unter anderem Einsatz in der Versicherungs- und Finanzwirtschaft, um Prozessketten zu professionalisieren. Konkrete Anwendungsfälle sind zum Beispiel die Optimierung von Systemen, die einen direkten Kundenkontakt haben: CRM (Customer Relationship Management) oder MA (Marketing Automation) Systeme.

Anwendungsfall Six Sigma: Marketing Automation

Marketing Automation ist eine Technologie, die –richtig justiert– sicherstellt, dass jeder Kunde jederzeit maximal relevant angesprochen wird. Ziel ist immer, mit vorhanden Informationen über den Kunden das Kaufverhalten zu maximieren.

Ein Beispiel: droht ein Warenkorb-Abbruch im Onlineshop, kann mit einer gezielten Kommunikation gegengesteuert werden (Rabatt, Erlass der Versandgebühren, usw.). Dabei sind vorhandene Kundeninformation wie z. B. Demografie wichtig, um die richtige Ansprache zu wählen. Wie kann hier die Six Sigma Methodik angewendet werden? Ein fiktives Beispiel:

1. Zielsetzung:

- Ein e-Commerce Unternehmen möchte mit einer automatisierten Kundenansprache die Anzahl der Warenkorb-Abbrüche um 25% reduzieren. Gleichzeitig müssen die Maßnahmen einen positiven Einfluss auf das Return-On-Investment haben.

2. Erfassung der Daten:

- Gestaltung verschiedener Marketingkampagnen (z. B. Rabatt, Erlass der Versandgebühren) für die Rückgewinnung des Kunden über verschiedene Kommunikationskanäle.
- Erfassung Performance mit einem A/B Testing-Tool
- Der Zeitraum der Messung beträgt 3 Monate

3. Auswertung der Daten:

- Welche Trends und Korrelationen sind erkennbar?
- Welche Faktoren beeinflussen die Kunden-Rückgewinnung nach einem Warenkorb-Abbruch?
- Welche Kommunikationskanäle funktionieren wann am besten?
- Welche Rolle haben demografische Faktoren (Geschlecht, Alter, etc.)
- Welchen Einfluss haben die Maßnahmen auf den ROI

4. Verbesserung:

- Implementierung der Erkenntnisse
- Entsprechen die Verbesserungen dem definierten Ziel? Muss nachgeschärft werden?

5. Kontrolle:

- Welche Maßnahmen sind zu treffen, falls die Performanz abnimmt?
- Was sind die Learnings? Sind die Erkenntnisse für andere Projekte wertvoll?

Fazit

Six Sigma repräsentiert eine datengestützte Methodik, die besonders geeignet ist, um automatisierte Prozesse (z. B. Marketing Automation) schlanker, stabiler und effizienter zu gestalten. Zudem bietet sie Unterstützung bei der Implementierung und Feinabstimmung von SaaS-Lösungen (Software as a Service, z. B. SAS, SAP, Salesforce). Die Herangehensweise dieser Methode basiert konsequent auf quantitativen Daten und nachprüfbareren Fakten, die eine nachhaltige Verbesserung sicherstellen. Häufige Vorteile für Anwender umfassen die Steigerung der Kundenzufriedenheit, Umsatzzuwächse und/oder Kostensenkungen.

Die CINTELLIC Consulting Group verfügt über jahrelange Erfahrung in den Bereichen CRM, BI und Marketing Automation und begleitet Kunden regelmäßig bei der Einführung und Optimierung von automatisierten Marketingprozessen. Kontaktieren Sie uns gerne.

**von Patrick Grauel
CINTELLIC Consulting Group**

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group



Kontakt

Bequem per E-Mail an info@cintelllic.com

Oder besprechen Sie mit uns Ihr Anliegen persönlich via Online-Meeting / Rückruf. [Online-Terminvereinbarung](#).



Cintelllic GmbH
Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 65 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

CINTELLIC zählt zu den führenden Consultants in Deutschland.



Karriere bei CINTELLIC

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!
www.cintelllic.com/stellenangebote/

