

Das Diät- und
Ernährungsprogramm

BCM

Dank rotem Faden zum erfolgreichen Data- Warehouse-Projekt

Ernährungsspezialist PreCon vertraut auf bewährte Projektmethodik von DATA MART Consulting

Die Firma PreCon mit Sitz in Darmstadt ist seit 1986 mit dem BCM Diät- und Ernährungsprogramm in der Gesundheitsförderung aktiv. Im Rahmen des Programms bietet das Unternehmen einerseits verschiedene Diät-Produkte an, um auf gesunde Art Gewicht zu verlieren, und andererseits Beratung, die darauf angelegt ist, zu vermitteln, wie man das erreichte Gewicht hält. Letzteres geschieht über telefonische- und Online-Beratung, eine Online-Community und vor Ort bei meist ärztlichen Beratungsstellen.

„Ursprünglich hat PreCon das BCM-Programm und seine Produkte ausschließlich über Ärzte und Ernährungsberater vertrieben. Da sich die Marktbedingungen nicht zuletzt aufgrund der rasanten Entwicklung des Internets stark verändert haben, begannen wir 2003 damit, die Kunden direkt anzusprechen. Das bedeutete aber auch, dass unser Kundenstamm nicht mehr aus knapp 2.500 Ärzten und Ernährungsberatern bestand, sondern innerhalb der nächsten Jahre auf weit über 100.000 Kunden aus ganz verschiedenen Kundensegmenten anwuchs, die allesamt unterschiedlich anzusprechen waren“, erläutert Axel Backhaus, Leiter Geschäftsanalytik und Qualitätsmanagement bei PreCon. „Allein aus dieser Quantität heraus haben unsere bis dahin gut funktionierenden Auswertungs- und Steuerungssysteme einfach nicht mehr funktioniert.“



Axel Backhaus, Leiter Geschäftsanalytik und Qualitätsmanagement bei PreCon

DATA MART Consulting GmbH,
der Ansprechpartner für Business Intelligence, Data Warehouse und Konzernrechnungslegung

PreCon GmbH & Co. KG
www.precon.de

kontakt@datamart.de

www.datamart.de

Herausforderung: Komplexe Auswertungen

Weiter verschärfend kam die starke Ausweitung des Geschäfts auf weitere Länder in Europa hinzu. Im Zuge dieses Wachstums entwickelten sich unterschiedlichste Softwaresysteme und Plattformen hinsichtlich der ERP-Software, des Serviceportals für Kunden oder auch der Auswertungsdatenbanken. „Kurz gesagt, ist das gesamte Auswertungs- und Controllingssystem in sehr kurzer Zeit wesentlich komplexer geworden. Das hatte zur Folge, dass wir Schwierigkeiten bekamen, zeitnah aktuelle Informationen über unser Geschäft zu extrahieren. Das ging soweit, dass wir zum Teil mehr als eine Woche auf Marketing-Auswertungen warten mussten. Und gerade bei Marketingaktionen, die im Grunde einer tagesgenauen Steuerung bedürfen, ist das schlichtweg nicht akzeptabel“, so Backhaus.



Das Team um Backhaus erarbeitete daher zunächst ein detailliertes Kriterienraster für das gewünschte Data Warehouse und die zugehörige BI-Software und lud Anbieter zur Präsentation. „Dabei stellte sich jedoch schnell heraus, dass jeder alles verspricht. Das hat die Auswahl sehr erschwert bzw. eigentlich unmöglich gemacht, da wir die Informationen, die wir bekamen, aufgrund fehlender Detailkenntnis gar nicht richtig bewerten konnten“, erläutert Backhaus.

Lösung: Unabhängige Beratung

Das Unternehmen entschied sich daher, ein unabhängiges Beratungsunternehmen als Auswahl- und Implementierungspartner hinzuzuziehen und beauftragte die DATA MART Consulting GmbH mit Sitz in Hamburg und Neu-Isenburg. Das gewünschte System sollte über eine durchgängige technische Architektur verfügen und eine unternehmensweite Data-Warehouse-Plattform möglich machen.

Außerdem sollten ein integriertes, leistungsfähiges Tool für die Datenbewirtschaftung (ETL), ein Konnektor zu SAP und ein leistungsfähiges Frontend für Analyse, Reporting, Data Mining und Planung enthalten sein. „Bei der Entscheidungsfindung, aber auch bei der Umsetzung war die Projektmethodik von DATA MART für uns sehr hilfreich, die uns quasi einen roten Faden durch das Übermaß an Informationen vorgab. In gemeinsamen Workshops haben wir zunächst genau erarbeitet, welche Anforde-

DATA MART Consulting GmbH,
der Ansprechpartner für Business Intelligence, Data Warehouse und Konzernrechnungslegung

kontakt@datamart.de

www.datamart.de

rungen aktuell für unsere tägliche Arbeit als besonders wichtig einzuschätzen sind und welche Felder zukünftig wohl relevant werden. Danach ist schnell ein Grobkonzept entstanden, aus dem wir dann Prioritäten und Projektphasen abgeleitet haben. Von der technischen Seite her entschieden wir uns für den Microsoft SQL Server 2008, ergänzt durch das Analysetool DeltaMaster von Bissantz“, erläutert Backhaus.

Das Konzept ging auf: Nach nur einem halben Jahr Projektlaufzeit war das System im Sommer 2010 einsatzbereit. Heute bildet das Team das komplette Vertriebs- und Marketingreporting der gesamten PreCon-Gruppe im Data Warehouse ab. „Das ist jetzt in einer Tiefe möglich, die uns vorher verwehrt war, und in einer Geschwindigkeit, die vorher undenkbar gewesen ist. Darüber hinaus haben wir jetzt eine einzige Informationsbasis für alle Entscheidungsträger. Das ist ein unschätzbare Vorteil“, betont Backhaus. Früher sei in Meetings, in denen es eigentlich um Entscheidungen gehen sollte, häufig mehr über die Art der Informationen diskutiert worden als über deren Aussagekraft. „Mit dem Data Warehouse und den stringent aufbereiteten Informationen spielen solche Diskussionen heute überhaupt keine Rolle mehr. Auch die Qualität der Analysen und die Entscheidungsgeschwindigkeit, mit der wir Prozesse vorantreiben, hat ganz deutlich zugenommen“, so Backhaus.

Sämtliche Entscheidungsträger im Unternehmen verlassen sich heute auf den DeltaMaster als Auswertungssoftware. Die Software hatte insbesondere damit überzeugt, dass man schon nach einer sehr kurzen Lernphase erste Berichte erstellen kann, was den Einstieg sehr komfortabel macht. „Wenn man sich einmal mit den Grundfunktionalitäten vertraut gemacht hat, ist neues Wissen meines Erachtens relativ leicht zu erwerben. Unser Schulungsaufwand ist daher auch deutlich geringer als wir geplant hatten“, fährt Backhaus fort.

Schnelle und flexible Analysen

Lag der Zeitaufwand für das Reporting in der Fachabteilung früher bei etwa 50 Prozent, nimmt er heute lediglich noch etwa 20 Prozent in Anspruch. Damit bleiben laut Backhaus 80 Prozent der Zeit für die Analyse. „Das liegt sicher auch daran, dass wir den Aufbau des Data Warehouse so zielgerichtet vorangetrieben haben. Ich sehe hier einen sehr großen Vorteil der Zusammenarbeit mit DATA MART, der uns jetzt erst so langsam aufgeht. In der Anfangsphase erschien uns die Vorgehensweise beim Aufbau des Data Warehouse eigentlich recht detailverliebt. Im Nachhinein erweist sich aber gerade das als der große Vorteil. Die Strukturen sind eindeutig und die Würfel bzw. die Beziehungen in der multidimensionalen Analyse so aufgebaut, dass wir sie für eine ganz breite Anwendungsarbeit nutzen können.“

„Hätten wir am Anfang nicht so viel Gehirnschmalz in den Aufbau des Data Warehouse und der einzelnen Cubes gesteckt, könnten wir jetzt nicht so frei arbeiten, wie wir das tun“, zeigt sich Backhaus überzeugt.

Der besondere Vorteil des neuen Systems ist für ihn die große Flexibilität, die jetzt gegeben ist: „Wenn uns heute im Managementteam eine relevante Information oder eine Bewertung in verschiedenen Zusammenhängen fehlt, dann ist das Thema in der Regel innerhalb der nächsten drei bis vier Stunden erarbeitet und präsentabel – und somit am gleichen Tag entscheidungsfähig. Ein ebenso großer Vorteil ist, dass wir jetzt die Erfolge unserer Marketingkampagnen mit vortagesaktuellen Daten messen und entsprechend schnell reagieren können.“

Ein weiterer Punkt, den PreCon im Verlauf des Projekts sehr zu schätzen gelernt hat, sind die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse, die die Berater zusätzlich zum IT-Sachverstand einbringen. „Auch sehr komplexe inhaltliche Fragestellungen werden in sehr kurzer Zeit fachlich tief mitdiskutiert. Das war sicherlich ein Schlüsselfaktor, warum das Projekt in der kurzen Zeit so erfolgreich geworden ist. Wenn man vorher nicht genau durchdenkt, welche Konsequenzen es hat, wenn man verschiedene betriebswirtschaftliche Informationen in einer bestimmten Form verdichtet, dann hat man später in der Anwendung größeren Implementierungs- und Beratungsbedarf. Viele Anbieter warben damit, dass sie in sehr kurzer Zeit bestimmte Fragestellungen abdecken können, aber ich bin heute sehr froh, dass wir darauf nicht eingegangen sind. Denn wir wollten letzten Endes alle unsere Informationen und Prozesse abbilden und nicht nur einen bestimmten Aspekt. Und da war die Vorgehensweise, die von DATA MART vorgeschlagen wurde, in jedem Fall die zielführende“, so das Resümee von Backhaus.

DATA MART Consulting GmbH,
der Ansprechpartner für Business Intelligence, Data Warehouse und Konzernrechnungslegung

DATA MART
Consulting GmbH
Niederlassungen

Behringstr. 16b
D-22765 Hamburg
Tel.: +49 40 3596611-20
Fax: +49 40 3596611-99

Martin-Behaim-Str. 12
D-63263 Neu-Isenburg
Tel.: +49 6102 7316-0
Fax: +49 6102 7316-22

kontakt@datamart.de

www.datamart.de