

SAP Customer Success Story



Mit SAP Business Information Warehouse (SAP BW), der Data-Warehouse-Lösung innerhalb von mySAP Business Intelligence, hat sich die **Badische Zeitung** Vorteile im Wettbewerb um Leser und Anzeigenkunden erarbeitet. Daten aus mySAP Media und anderen SAP-Anwendungen werden in SAP BW ausgewertet und in Anzeigenmanagement und Vertrieb für mehr Kundennähe und Initiativen zur Kundenbindung und -gewinnung genutzt.

Badische Zeitung



DATA WAREHOUSING MIT mySAP™ BUSINESS INTELLIGENCE

KUNDENAKQUISE UND -BINDUNG DURCH PROFESSIONELLE BERICHTE UND ANALYSEN

Mit einer Auflage von rund 162.000 Exemplaren ist die Badische Zeitung (BZ) die größte Tageszeitung in Baden. Im Jahr 1946 gegründet, sind heute rund 430 Mitarbeiter in Redaktion und Verlag beschäftigt. Neben der Zentrale in Freiburg unterhält der Badische Verlag, in dem die BZ erscheint, im gesamten Verbreitungsgebiet ein dichtes Netz von insgesamt 19 Geschäftsstellen. Da im harten Wettbewerb um Leser und Anzeigenkunden Kundennähe und Kundenbindung entscheidende Erfolgskriterien sind, setzt die Badische Zeitung auf SAP®-Software. „Sowohl bei der Neukundengewinnung als auch bei der Betreuung der Abonnenten und Anzeigenkunden benötigen wir ein hohes Maß an Informationstransparenz, um unsere führende Marktposition zu sichern“, begründet Meinhard Fleig, Geschäftsführer der MediaNet GmbH, die kontinuierlichen Investitionen. MediaNet ist als Tochtergesellschaft des Badischen Verlags für die IT-Infrastruktur der gesamten Gruppe verantwortlich.

EINFACHE INTEGRATION WICHTIGES KRITERIUM

Bereits seit 1995 nutzt die BZ SAP® R/3® in den Bereichen Rechnungswesen, Controlling und Personal. Im März 2000 fiel die Entscheidung, zusätzlich die Branchenlösung mySAP® Media und damit ein neues System für das Anzeigenmanagement und den Vertrieb einzuführen. „Die umfassende Integration der Daten unserer Leser und Anzeigenkunden in die bestehende Systemumgebung war für uns ein wichtiges Auswahlkriterium. Nicht zuletzt deshalb erhielt mySAP Media den Zuschlag“, erläutert Meinhard Fleig.

Der Aspekt der Integration spielte auch bei der Entscheidung für das Reporting-System eine wichtige Rolle: Ein solides Berichtswesen gehörte ebenfalls zur Zielvorgabe, da sich ansonsten die Vorteile eines professionellen Anzeigen- und Vertriebsmanagements nicht in vollem Umfang hätten nutzen lassen. Parallel zu mySAP Media hat die BZ deshalb auch SAP Business Information Warehouse eingeführt.

GEZIELTE MARKETING-AKTIONEN

Zu den Projektzielen von mySAP Media gehörte eine einheitliche Sicht auf Anzeigenkunden und Leser der BZ. Die bisher getrennten Datensätze sind daher in einem Stammdatensatz integriert und können nun leichter für Auswertungen genutzt werden. So lässt sich zum Beispiel feststellen, welche Anzeigen-

kunden noch nicht Leser sind. „Auf der Basis dieser und anderer Zusammenhänge können wir gezielte Marketing-Aktionen durchführen und dann über SAP BW Erfolgsauswertungen fahren“, sagt Tobias Lamb, SAP-BW-Projektleiter Media Net GmbH.

„Die Implementierung von mySAP Media und SAP BW dient – über die Abbildung der bisherigen Berichte und Auswertungen hinaus – vor allem dem Zweck, mit neuen Daten und neuen Erkenntnissen zukunftssichernde Strategien zu entwickeln“, ergänzt Meinhard Fleig. Bestehende Leser und Anzeigenkunden sollen enger an die Zeitung und den Verlag gebunden und neue Kunden und Leser hinzu gewonnen werden.

„Sowohl bei der Neukundengewinnung als auch bei der Betreuung der Abonnenten und Anzeigenkunden benötigen wir ein hohes Maß an Informationstransparenz, um unsere führende Marktposition zu sichern.“

Meinhard Fleig, Geschäftsführer, MediaNet GmbH

UMFANGREICHES DOPPELPROJEKT

Eine besondere Herausforderung bildete die parallele Einführung von mySAP Media und SAP BW. „Die zweifache Belastung erforderte von allen Beteiligten Einfühlungsvermögen, Rücksicht und systematisches Arbeiten“, berichtet Meinhard Fleig. Das umfangreiche Doppelprojekt mySAP Media und SAP BW startete im Juli 2000. Bereits im April 2001 war das Anzeigenmanagement produktiv; im Juli folgte der Vertrieb.

Zum zügigen Projektverlauf trug der branchenspezifische Business Content bei, der mit SAP BW ausgeliefert wird. Dadurch ließen sich die Standardeinstellungen rasch um die spezifischen Anforderungen ergänzen.

Heute nutzen etwa 10 Mitarbeiter der Anzeigenabteilung und der Anzeigenleiter SAP BW ebenso wie rund 10 Vertriebsmitarbeiter, um beispielsweise den Einzelverkauf auszubauen, neue Abonnenten zu gewinnen und den Prozess der Zustellung zu vereinfachen und zu verbessern. Die dazu erforderlichen Berichte und Auswertungen werden über das SAP-BW-Frontend Business Explorer Analyzer dargestellt. Der Business Explorer Analyzer basiert auf MS-Excel, das den Anwendern vertraut ist.

„Zwei Faktoren waren für den Erfolg des Doppelprojekts ausschlaggebend: Erstens waren die Fachabteilungen frühzeitig in die Definition der Berichte und Auswertungen eingebunden. Und zweitens waren die Vertreter aus den Fachabteilungen und der IT-Abteilung für das Projekt freigestellt – wir haben uns, abseits vom Tagesgeschäft, ganz auf die parallele Einführung beider Lösungen konzentrieren können“, resümiert Meinhard Fleig.

ENTSCHEIDUNGSRELEVANTE INFORMATIONEN

„Mit SAP BW erhalten wir schneller gezielte Informationen, um wichtige Entscheidungen auf fundierter Basis treffen zu können“, erklärt Meinhard Fleig den wichtigsten Vorteil von

„Durch die einheitliche Sicht auf Leser und Anzeigenkunden können wir gezielt Marketing-Aktionen durchführen und über SAP BW auswerten.“

Ralph Strickler, Anzeigenleiter, Badische Zeitung

SAP BW. Mit SAP BW hat die BZ zudem den Zeitaufwand für das Erstellen von Berichten und Auswertungen wesentlich reduziert. Die Anwender konzentrieren sich heute auf die

Analyse der Daten statt auf die Erstellung der Daten selbst. Außerdem hat die BZ mit SAP BW die Basis für verstärkte Marketing- und Kundenbindungsinitiativen geschaffen.

PERSPEKTIVE: CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Nach dem erfolgreichen Start von SAP BW als Reporting-System für Anzeigenmanagement und Vertrieb soll auch die Produktionsplanung in SAP BW integriert werden. Mittelfristig ist geplant, die Lösung als zentrales Berichts- und Auswertungssystem (Enterprise Data Warehouse) für alle IT-Systeme bei der BZ einzusetzen. Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, SAP BW auch für analytische Anwendungen im Bereich des Customer Relationship Management zu nutzen, beispielsweise mit CRM Analytics innerhalb von mySAP Business Intelligence.

BERATUNG

SAP Systems Integration AG (SAP SI)

Gründelbachstraße 10

71691 Freiberg am Neckar

Telefon +49 (7141) 7004-0

Fax +49 (7141) 7004-60

E-Mail: andreas.mayer@sap.com

Web: www.sap-si.com

THE BEST-RUN E-BUSINESSES RUN SAP



**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a

69190 Walldorf

T +49/1805/34 34 24*

F +49/1805/34 34 20*

*EUR 0,13/Minute (in Deutschland)

www.sap.de/bi