



AUF EINEN BLICK

Zusammenfassung

Die Spiegel-Gruppe hat die Technologie-Komponente SAP NetWeaver Business Intelligence eingeführt und die Auswertung von Marketing- und Vertriebsinformationen verbessert.

Internetadresse

www.spiegelgruppe.de

Die wichtigsten Herausforderungen

- Info-Cubes modellieren
- Prototypen für Berichte gestalten
- Anwenderfreundliche Portaloberfläche entwickeln

Projektziele

- Transparente Informationen über den Abonnentenbestand
- Differenzierte Werbeerfolgs-kontrolle

Lösung und Services

SAP NetWeaver Business Intelligence (SAP NetWeaver BI)

Entscheidung für SAP

- Vordefinierter Business Content
- Nähe der Lösung zum operativen System
- SAP-Know-how vorhanden

Highlights der Implementierung

- Produktivnahme der Übersichten über den Abonnentenbestand sowie der Zugänge und Abgänge im Mai 2004
- Einführung der Funktionalitäten für Marketingplanung und -auswertung von Juni bis Dezember 2004

Hauptnutzen für den Kunden

- Bessere und schnellere Auswertung der Marketing- und Vertriebsinformationen
- Umfassende und zeitnahe Werbeerfolgskontrolle
- Übersichtliche Darstellung der Statistiken
- Individuelle Analysemöglichkeiten
- Keine Belastung des Quellsystems mehr

Implementierungspartner

SAP Consulting*

Vorhandene Systemlandschaft

- SAP R/3* (nun verfügbar in mySAP™ ERP)
- SAP for Media

Hardware

- 2 Intel Linux-Server mit
- 4 GB-Hauptspeicher

Betriebssystem

Linux

„Dank SAP NetWeaver BI können wir uns darauf konzentrieren, Vertriebs- und Marketinginformationen zu interpretieren und gewinnbringend zu nutzen, statt Zeit und Ressourcen auf Selektionen und Statistik-Erstellung zu verwenden.“

Thomas Hass, Leiter Vertriebsmarketing, Spiegel-Verlag

MIT COLUMBUS AUF ENTDECKUNGSREISE

SAP NetWeaver® Business Intelligence bei der Spiegel-Gruppe

Wie haben sich die Abonnentenzahlen im vergangenen Quartal entwickelt? Was hat die aktuelle Marketingaktion gebracht? Und wie viel hat sie pro Neuabo gekostet? Solche Fragen lassen sich beim Spiegel-Verlag einfacher und schneller beantworten, seit das Medienunternehmen SAP NetWeaver® Business Intelligence (SAP NetWeaver BI) eingeführt hat. SAP NetWeaver BI ist als Teil der Technologie-Plattform SAP NetWeaver für die Integration von Informationen verantwortlich. Damit kann der Verlag jetzt Vertriebs- und Marketinginformationen schnell nach zahlreichen Kriterien auswerten, zu Berichten aufbereiten und im eigens entwickelten Web-Cockpit „Columbus“ übersichtlich darstellen. Der Aufwand für die Erstellung der Statistiken tritt in den Hintergrund. Marketing und Vertrieb können sich auf Interpretation und Ursachenanalyse konzentrieren.

Vom Ein-Produkt-Verlag zum Multi-Media-Unternehmen

Den SPIEGEL vorstellen, heißt Eulen nach Athen tragen. Deutschlands bedeutendstes Nachrichten-Magazin erschien erstmals 1947 in Hannover. Die Papierzuteilung der Alliierten reichte gerade mal für 15.000 Exemplare. Mittlerweile wird das Magazin in einer Auflage von rund 1,1 Millionen in 160 Länder geliefert. Der Erfolg motivierte den Verlag zu weiteren Titeln wie SPIEGEL special, manager magazin und Harvard Businessmanager, die aus dem Markt der aktuellen Information nicht mehr wegzudenken sind. Heute bietet die Spiegel-Gruppe mit Print, Online und dem Sender XXP alle drei Medien aus

* Seit dem 01.01.2005 kooperieren SAP Deutschland AG & Co. KG und SAP Systems Integration AG noch enger. Mit dem gemeinsamen Serviceportfolio SAP Consulting steht unseren Kunden künftig ein noch umfassenderes betriebswirtschaftliches sowie technisches Beratungsangebot zur Verfügung.

einer Hand. Bereits seit 2002 sind crossmediale Angebote ein erfolgreiches Element der Spiegel-Vermarktungsstrategie, das künftig eine immer wichtigere Rolle spielen wird. Finanziert werden die Verlagsobjekte unter anderem über Vertriebs Erlöse. Der Überblick über die Entwicklung der Abonnentenzahlen ist deshalb für die Spiegel-Gruppe von vitalem Interesse.

Transparenter, schneller, besser

Der Verlag setzt seit 1997 ERP-Lösungen von SAP im Back-Office ein und nutzt sie für Finanzbuchhaltung, Controlling, Human Resources, Anlagenbuchhaltung und Reisekosten. Außerdem verwendet die Spiegel-Gruppe die Branchenanwendung SAP for Media. Rund 200 User arbeiten mit SAP-Anwendungen. Analysen und Berichte für Vertrieb und Marketing wurden bis zur Einführung von SAP NetWeaver BI mit den Standardfunktionalitäten in SAP for Media erstellt. Diese Funktionalitäten stießen jedoch für die spezifischen Vertriebs- und Marketinganfordernisse des Verlags zunehmend an ihre Grenzen. „Die Statistik-Strukturen der Standard-Selektionen sind stark auf das operative Geschäft konzentriert. Gleichzeitig wurde das Erkenntnisinteresse des Managements immer anspruchsvoller“, erläutert Birte Hoffmann-Cabenda, Stellvertretende Leiterin Spiegel-IT. Vertriebs- und Marketing-Auswertungen weisen zudem ein sehr hohes Mengengerüst auf. Selektionen aus den Quellsystemen hatten daher häufig lange Laufzeiten. Die Statistik-Erstellung war vielfach nur über Nachtverarbeitung möglich und konnte nur von wenigen Fachkräften ausgeführt werden.

„Analysen sind ein unerlässliches Mittel, um Erfolgskontrollen einzuführen und in die Zukunft zu planen. Das macht den Nutzen aus. Unsere Erwartungen an SAP NetWeaver BI haben sich voll erfüllt.“

Dr. Roland Klose, Leiter Spiegel-IT

Um Vertriebs- und Marketinginformationen transparenter, schneller verfügbar und besser vergleichbar zu machen, entschloss sich die Spiegel-Gruppe, eine Business-Intelligence-Lösung einzuführen. Im ersten Schritt sollten damit die Verlagsobjekte DER SPIEGEL, manager magazin und Harvard Businessmanager mit einer Abo-Auflage von 520.000 Exemplaren ausgewertet werden. „Den Ausschlag für SAP NetWeaver Business Intelligence gab dabei vor allem, dass wir bereits beträchtliches SAP-Know-how aufgebaut haben“, erläutert Dr. Roland Klose, Leiter Spiegel-IT. „Außerdem hat die Nähe der Lösung zum operativen System eine Rolle gespielt. Die relevanten Daten stammen ausschließlich aus SAP for Media und dem ERP-System und können schnittstellenfrei in SAP NetWeaver BI übernommen werden.“ SAP NetWeaver BI wird zudem mit vor-

definiertem und sofort einsatzbereitem Business Content ausgeliefert, der sich an die spezifischen Kundenanforderungen anpassen lässt. Dadurch bleiben die Projektkosten in überschaubarem Rahmen.

Prototypen für Berichte

Eingeführt wurde die Lösung von der IT-Abteilung des Spiegel-

Verlags, der Spiegel-IT, die als interner Dienstleister Redaktionen, Verlag, Online-Bereiche und Spiegel TV zentral betreut. Unterstützt wurde Spiegel-IT dabei von SAP® Consulting. Für die Berater aus Walldorf hatten sich die Hamburger IT-Fachleute ganz bewusst entschieden: zum einen wegen des ausgewiesenen Branchen-Know-hows, zum anderen wegen der Nähe der Berater zur Entwicklung. „Dadurch ließ sich manch auftretende Frage unkompliziert mit einem Telefonanruf klären“, bestätigt Projektleiter Christian Bistreck, der sich sowohl mit der Tatsache zufrieden zeigt, dass Spiegel-IT mit 50 Manntagen externer Unterstützung auskam, als auch mit der Beratungsleistung selbst.

Projektbeginn war im Januar 2004. Zunächst lernte das Team in ein- bis zweitägigen Workshops das Produkt kennen. Anschließend modellierten die Teammitglieder in enger Abstimmung mit der Fachabteilung Info-Cubes und entwickelten Prototypen für die Berichte. In einem ersten Projektschritt konnten bereits im Mai 2004 die Übersichten über den aktuellen Abonnenten-Bestand sowie Zugänge und Abgänge produktiv genommen werden. Die eigentliche Implementierung bewerkstelligte das Team in wenigen Tagen. Von Juni bis Dezember führte das Projektteam dann die Funktionalitäten für Marketingplanung und Auswertung ein.

Transparente und nachvollziehbare Information

Um die Berichte anwenderfreundlich darzustellen, entwickelte das Projektteam die Portaloberfläche Columbus, mit der inzwischen 15 User Zugriff auf eine empirische Grundlage von 25 Millionen Datensätzen haben. Columbus erlaubt es, die Berichte nach zahlreichen Haupt- und Untergruppen abzurufen. Zu den Hauptgruppen zählen beispielsweise Bestände, Zugänge, Kündigungen, Wandlungen, Haltbarkeiten, Reklamationen oder auch die Cost-per-Order-Analyse (CPO-Analyse). Mit der Drill-down-Funktionalität können die Anwender diese Kategorien weiter differenzieren: beispielsweise in Bestand nach Aboarten, Regionen, Grossisten, Händlern, Zahlweg, Lieferarten, Liefermengen oder auch nach Zeiträumen. Damit kann der Vertrieb die Kundentreue spezifizieren, das Wandlungsverhalten transparent machen oder Reklamationen nachvollziehen.

Zwischenzeitlich haben die Anwender im Vertriebsmarketing erste Erfahrungen mit der Lösung gesammelt und sind rundum zufrieden. Die übersichtliche Web-Oberfläche freut die Benutzer. Statt über Tage dauern Auswertungen jetzt – je nach Erkenntnisinteresse – nur noch Sekunden. Alle User verfügen über einheitliche und konsistente Informationen. Das erleichtert und

„Wir können jetzt mit wenigen Mausclicks beispielsweise nachvollziehen, wie viele Neuabonnenten eine Werbeaktion mit welchen Maßnahmen ergeben hat, wie viel sie pro Neuabogekostet hat und was sie dem Verlag unter Berücksichtigung der Haltbarkeiten einbringt. Mit der Lösung sind wir in der Lage zeitnah eine sehr differenzierte Werbeerfolgskontrolle durchzuführen.“

Thomas Hass, Leiter Vertriebsmarketing, Spiegel-Verlag

beschleunigt die Entscheidungsfindung. Insgesamt sind rund 50 verschiedene Standardberichte produktiv. Außerdem können die Key-User in den Fachabteilungen flexibel eigene Querys gestalten. „Viele Auswertungen waren früher gar nicht möglich, oder erforderten wie die CPO-Analyse großen Aufwand“, erläutert Heike Brand. Da die Auswertungen vollständig in SAP NetWeaver BI erstellt werden, wird auch das Quellsystem nicht mehr belastet.

„Mit SAP NetWeaver BI sind wir in der Lage zeitnah eine sehr differenzierte Werbeerfolgskontrolle durchzuführen“, so Thomas Hass, Leiter Vertriebsmarketing beim Spiegel-Verlag.

**SAP Systems
Integration AG**
St. Petersburger Straße 9
D-01069 Dresden
T +49/3 51/48 11-0
F +49/3 51/48 11-303
www.sap-si.de

**SAP Deutschland
AG & Co. KG**
Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
T 08 00/5 34 34 24 *
F 08 00/5 34 34 20 *
* gebührenfrei in Deutschland
T +49/18 05/34 34 24 **
F +49/18 05/34 34 20 **
** gebührenpflichtig
E info.germany@sap.com
www.sap.de/media

Kostenloser Online Newsletter
www.sap.de/sapimfokus

SAP NetWeaver BI: Lust auf mehr

Doch das ist nicht das Ende der Geschichte. Derzeit beschäftigt man sich in der Spiegel-Gruppe mit den Chancen, die eine Einführung von mySAP™ Customer Relationship Management (mySAP CRM) bietet. Durch die Verknüpfung mit SAP NetWeaver BI könnte der Spiegel-Verlag künftig Zielgruppen schnell selektieren sowie Einzelaktionen im Vertriebsmarketing stärker gruppieren und zu Kampagnen zusammenfassen. Mit der Lösung lassen sich somit Kampagnen durchführen und auswerten – angefangen bei der Zusammenstellung der Adressdaten für Mailings bis hin zur CPO-Analyse. Und auch für die Zukunft hat Spiegel-IT noch einiges mit SAP NetWeaver BI vor. „Wir betrachten die Lösung als Bestandteil der IT-Infrastruktur und denken, dass wir innerhalb der Spiegel-Gruppe weitere Kunden dafür gewinnen werden“, erläutert Dr. Klose. Und das nicht nur im Vertriebsbereich. Verwendungsmöglichkeiten sieht Dr. Klose auch im Verlagsberichtswesen und in der Finanzplanung der Gruppe. Künftig soll SAP NetWeaver BI zudem für die Online-Angebote des Verlags eingesetzt werden, die im Moment noch mit einer Kleinanwendung betreut werden. In diesem stark wachsenden Segment werden zunehmend Informationen zum Kaufverhalten nachgefragt, die komplexere Auswertungsmöglichkeiten erforderlich machen. „Außerdem ließe sich SAP NetWeaver BI für das Statistikwesen im Anzeigenbereich gut verwenden“, ergänzt Christian Bistreck. Er könnte sich beispielsweise vorstellen, die Anzeigenstatistik sowie Marktforschungsdaten in SAP NetWeaver BI auszuwerten und zu Berichten zusammenzufassen.