



„SAP erwies sich als offener Partner, der flexibel auf unsere Bedürfnisse als mittelständisches Verlagshaus reagierte.“

Jürgen Thoma, Leiter IT, Rudolf Haufe Verlag

AUF EINEN BLICK

Zusammenfassung

Die Haufe Mediengruppe, einer der führenden deutschen Fachverlage in den Bereichen Wirtschaft, Recht und Steuern, entwickelte mit SAP for Media und der Business-Warehouse-Lösung von SAP eine flexible IT-Landschaft und optimierte ihre Kerngeschäftsprozesse.

Internetadresse

www.haufe.de

Die wichtigsten Herausforderungen

- Harmonisierung und Standardisierung der Systemlandschaft
- Ablösung von eigenentwickelten Anwendungen und Lösungen dritter Hersteller
- Unternehmensweite Integration heterogener Abonnementkreisläufe

Projektziele

- Schaffung einer flexiblen IT-Landschaft
- Optimierung und Re-engineering bestehender Geschäftsprozesse
- Integration von Datenströmen
- Realisierung einer einheitlichen BI-Plattform zur optimierten Unterstützung von Entscheidungsprozessen
- Abbau pflegeaufwändiger und kostenintensiver Schnittstellen zwischen den Systemen

Lösungen und Services

Media Product Sales als Bestandteil des branchenspezifischen Lösungsportfolios SAP for Media, Business-Warehouse-Lösung von SAP, SAP R/3® Enterprise

Entscheidung für SAP

- Vertrauen in Lösungskompetenz von SAP
- Investitionssicherheit von SAP-Lösungen
- Hoher Deckungsgrad der Funktionalitäten der SAP-Lösung mit den Unternehmensanforderungen
- Stabile Verfügbarkeit der SAP-Lösung in erfolgskritischen Systembereichen (beispielsweise in den Anwendungen für das Abonnementgeschäft)

Highlights der Implementierung

- Erfolgreiches Projekt als SAP-Ramp-Up-Partner SAP for Media
- Realisierung aller Projektphasen „in time and in budget“

Hauptnutzen für den Kunden

- Zukunftsfähige ERP- und BI-Systemlandschaft als Basis für strategische CRM- und E-Business-Projekte
- Optimierung der Kerngeschäftsprozesse, vor allem im Abonnementmanagement
- Schaffung von ganzheitlicher Sicht auf Kundendaten bei Upselling- und Crossselling-Aktivitäten
- Business-Warehouse-Lösung von SAP als strategische Plattform für Reporting und Analyse

Implementierungspartner

SAP Consulting*

Datenbank

Oracle

Betriebssystem

MS Windows 2003

HAUFE MEDIENGRUPPE

Mit SAP® for Media realisiert die Haufe Mediengruppe eine flexible und zukunftsorientierte Systemlandschaft mit Prozessen für ein optimiertes Bestell- und Abonnementmanagement.

Mehr als eine Million Kunden und über drei Millionen Leser greifen regelmäßig auf Premium-Content der Haufe Mediengruppe zurück. Unter dem Motto „Wissen. Können. Tun.“ bietet das Familienunternehmen umfassende Informationen in den Bereichen Wirtschaft, Recht, Steuern und Informationsmanagement. Die Produktpalette reicht vom praxisorientierten Fachbuch bis zur spezialisierten Fachzeitschrift, vom klassischen Loseblattwerk bis zur betriebswirtschaftlichen Software, von der interaktiven Wissensdatenbank auf CD-ROM bis hin zum modernen Internet-Informationssystem. Außerdem bietet das zu den führenden deutschen Fachverlagen zählende Unternehmen mit der Haufe Akademie praxisnahe Weiterbildungsangebote zu aktuellen Fach- und Managementthemen an.

„Heute bestellt, morgen auf dem Tisch“

Das direkte Abonnementgeschäft bildet den Hauptvertriebskanal der Haufe Mediengruppe. Weitere wichtige Absatzwege sind der klassische und der Online-Buchhandel. Da der Markt insgesamt stagniert, ist es für das Unternehmen besonders wichtig, die Bedürfnisse der Kunden aufmerksam zu beobachten und diese frühzeitig mit Upselling- oder Crossselling-Angeboten anzusprechen. „Wir müssen schnell und flexibel agieren. Nur wenn wir Chancen vor unseren Wettbewerbern erkennen und mit maßgeschneiderten Produkten auf unsere Kunden zugehen, können wir unsere führende Stellung langfristig sichern und

* 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.

ausbauen“, erklärt Jürgen Thoma, IT-Leiter von Haufe. Auch eine rasche logistische Abwicklung von Bestellungen ist dabei von großer Bedeutung. Die Maxime lautet „Heute bestellt, morgen auf dem Tisch“, denn die Kunden benötigen die Informationen in der Regel so schnell wie möglich.

Heterogene Systemlandschaft überfordert

Da Haufe jährlich über 150 Neuerscheinungen auf den Markt bringt und immer komplexere Produktkombinationen und Preismodelle gefordert werden, war die vorhandene IT-Landschaft den Anforderungen des Unternehmens und seinen Kunden nicht mehr gewachsen. Medienbrüche und Schnittstellenprobleme verhinderten rundum effiziente Prozesse. Wüsste ein Kunde beispielsweise, eine Fachzeitschrift im Print-Abo, eine Anwendersoftware im CD-ROM-Abo und außerdem ein weiteres Softwarepaket als Online-ASP-Service zu abonnieren, stieß das System an seine Grenzen. Jürgen Thoma: „Wir waren nicht in der Lage, beliebig komplexe Produktkombinationen und die

„Die Business-Warehouse-Lösung von SAP bildet unsere Plattform für produktorientierte Auswertungen, zur Analyse unserer Auftragsstatistik sowie für Planung und Kostenrechnung.“

Martin Laqua, Geschäftsführer, Rudolf Haufe Verlag

zugehörigen Preismodelle in einem einzigen Abonnementkreislauf abzubilden.“ Daten mussten unter großem manuellen Aufwand in mehreren Beständen gepflegt und mühsam betriebswirtschaftlich verbucht werden. Zudem fiel die Unterscheidung und passgenaue Ansprache von Neukunden und Up- oder Crossselling-Kunden zusehend schwerer. „Auch unsere statistischen Auswertungen waren nicht zufriedenstellend, da die Abonnements nicht ausreichend konsolidiert werden konnten“, ergänzt der IT-Leiter. Probleme entstanden beispielsweise, wenn ein Probeabonnement zum Abschluss eines Vollabonnements führte und dieser Übergang im System abgebildet werden sollte.

Entscheidung für SAP for Media und die Business-Warehouse-Lösung von SAP

Was Haufe fehlte, war eine leistungsfähige Branchenlösung, um integrierte Prozesse entwickeln, proprietäre Anwendungen ablösen und eine harmonisierte und wirtschaftliche IT-Landschaft aufbauen zu können. Eine ausgiebige Orientierungsphase und intensive Gespräche mit SAP brachten die Entscheidung: „Media Product Sales als Bestandteil der Branchenlösung SAP for Media überzeugte uns. Ergänzt durch das Business-Warehouse fanden wir das passende Lösungspaket, um unsere aktuellen Herausforderungen zu meistern und eine flexible Basis für unsere zukünftigen Produkt- und Distributionsstrategien zu schaffen“, berichtet IT-Leiter Thoma.

Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit SAP

Im Oktober 2003 erfolgte der Startschuss. In den folgenden sechs Monaten führte das Haufe-Projektteam zunächst eine Bestandsaufnahme durch, erstellte ein Lastenheft und definierte die Projektziele. „Die durchgängige und präzise Definition sowie Abstimmung aller Prozesse mit den Fachabteilungen war zeitintensiv, aber entscheidend für die schnelle und effiziente Umsetzung unseres Projekts“, erklärt Jürgen Thoma. Im Anschluss an die Erstellung des Pflichtenheftes konnte sich das Projektteam so in der Realisierungsphase von Juli bis Ende November 2004 voll auf das unternehmensspezifische Customizing des neuen Systems konzentrieren. Obwohl sich Haufe als SAP-Ramp-Up-Kunde für ein neues Release der Branchenlösung SAP for Media entschieden hatte, konnte das Projekt „in time and in budget“ abgeschlossen werden.

Als Win-Win-Situation erlebte das Projektteam die Zusammenarbeit mit den Entwicklungsexperten von SAP. Haufe brachte Insider-Wissen zu den Prozessen und Anforderungen von Fachverlagen ein, das von SAP wiederum aufgegriffen wurde, um zusätzliche Standards für die Branchenlösung zu entwickeln. Im Gegenzug konnte das Projektteam im Rahmen der gemeinsamen Entwicklungs- und Anpassungsarbeiten viel internes SAP-Know-how aufbauen. Jürgen Thoma: „SAP erwies sich als offener Partner, der flexibel auf unsere Bedürfnisse als mittelständisches Verlagshaus reagierte.“

Media Product Sales optimiert das Abonnementgeschäft

Media Product Sales als Bestandteil der Branchenlösung SAP for Media ermöglicht es der Haufe Mediengruppe, das umfangreiche Gesamtangebot sowie komplexe Produktkombinationen – von Fachzeitschriften über Softwareanwendungen bis hin zu Weiterbildungsangeboten – komfortabel zu verwalten. Insbesondere online-basierte Geschäftsmodelle lassen sich einfach und schnell umsetzen. Das gesamte Abonnementgeschäft profitiert von flexiblen, transparenten Prozessen; die Mitarbeiter werden spürbar entlastet. Und nicht zuletzt unterstützt die branchenspezifische Lösung sicher und effizient das „Billing“ aller Produkte und Leistungen. „SAP for Media leistet einen wertvollen Beitrag, um unser ‚elektronisches Wissen‘ bestmöglich vermarkten zu können“, fasst Martin Laqua, Geschäftsführer des Rudolf Haufe Verlags, zusammen. Im Zuge von Upselling-Aktivitäten kann Haufe heute Abonnements mit wenigen Mausklicks stilllegen und den Kunden in eine andere Produktgruppe „upgraden“. Entscheidet sich der Kunde innerhalb der vierwöchigen Testphase gegen das vorgeschlagene Produkt, wird das ursprüngliche Abo einfach wieder aktiviert. Auch im Reporting werden diese Vorgänge sauber erfasst und abgebildet. „So können unsere Produktmanager erkennen, wie erfolgreich eine Verkaufsstrategie ist und wertvolle Rückschlüsse für Folgemaßnahmen ziehen“, verdeutlicht IT-Leiter Thoma.

Business Intelligence als strategische Plattform

Jeweils im Anschluss an die Umsetzung neuer Prozesse mit SAP for Media, erfolgte deren Abbildung in der Business-Warehouse-Lösung von SAP, um alle anfallenden Transaktionsdaten auswerten zu können. „Das Business-Warehouse bildet unsere strategische Plattform für produktorientierte Auswertungen, zur Analyse unserer Auftragsstatistik sowie für Planung und Kostenrechnung“, berichtet der IT-Leiter. Der Business Content beschleunigte die Projektarbeit – speziell in den Bereichen Buchhaltung und Kostenrechnung kommt er bei Haufe praktisch unverändert zum Einsatz.

Eine Investition mit vielfältigem Nutzen

„Mit SAP for Media konnten wir unsere Business-Logik und Kernprozesse in ein maßgeschneidertes IT-System übertragen“, resümiert Jürgen Thoma. Wo noch vor kurzer Zeit häufig zum Taschenrechner gegriffen wurde, sorgen heute automatisierte Prozesse für mehr Geschwindigkeit und Sicherheit. Media Product Sales machte es möglich, den gesamten Vorgang von der Erfassung einer Bestellung bis hin zur Remission von Probeprodukten durchgängig und transparent abzubilden. Je nach Produkt reduziert sich dadurch der zeitliche Aufwand von der

„SAP for Media leistet einen wertvollen Beitrag, um unser ‚elektronisches Wissen‘ bestmöglich vermarkten zu können.“

Martin Laqua, Geschäftsführer, Rudolf Haufe Verlag

Bestellannahme über die Preisfindung bis hin zum Einleiten des Versands teilweise von 30 auf nur noch etwa zwei Minuten. Saisonale Belastungsspitzen in der Bestellannahme, die früher durch externe Dienstleister abgedeckt werden mussten, können nun mit internen Ressourcen bewältigt werden. Im Bereich des „Product Warehousing“ profitiert Haufe auch unternehmensübergreifend von den flexiblen neuen Strukturen: Über intelligente XML-Schnittstellen sind die internen SAP-Systeme zur Auftrags erfassung mit den Systemen von externen Dienstleistern verknüpft, die für das Medienunternehmen die Lagerhaltung und logistische Abwicklung übernehmen. „Auch hier profitieren wir von SAP for Media durch effizientere Prozesse und höhere Abwicklungssicherheit“, so Thoma.

Von insgesamt 600 Anwendern nutzen rund 200 inzwischen SAP for Media und die Business-Warehouse-Lösung. Während die versierteren Anwender im Controlling dazu den BEx Analyzer einsetzen, nutzen die übrigen Mitarbeiter mehrheitlich eine Weboberfläche. Vor allem die Produktmanager profitieren von täglich aktualisierten Daten aus dem operativen Geschäft, die zudem in bisher nicht gekanntem Umfang zur Verfügung stehen.



**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/medien

Kostenloser Online Newsletter
www.sap.de/sapimfokus

CRM und E-Business weiter stärken

In den kommenden Jahren plant die Haufe Mediengruppe, auf Basis der neuen Systemlandschaft weitere wichtige Weichenstellungen für die „digitale“ Zukunft vorzunehmen. Da das Print- und Loseblattgeschäft an Bedeutung verliert, wird das Abonnementgeschäft zukünftig immer stärker über Online-Fachportale mit personalisiertem Premium-Content erfolgen. Um die richtigen Services und Inhalte entwickeln zu können, muss Haufe soviel wie möglich über seine Kunden wissen. Mit SAP for Media und dem Business-Warehouse verfügt das Unternehmen über eine zukunftsorientierte Basis zur Umsetzung dieser Strategie.