



# Quelle optimiert Reporting mit Online-Zeitung *Business@Times*

Eine innovative Vorgehensweise und die Nutzung von Open-Source-Komponenten kennzeichnen die Realisierung des preisgekrönten Reporting-Portals bei Quelle. Die hohe Anwenderakzeptanz führt zu „gelebtem Knowledge Management“.

**KOMPAKT**

- ▶ Ein Zugang zu Informationen für alle Fachbereiche
- ▶ Wissensaustausch mit Web 2.0-Ansätzen
- ▶ Über 500 zufriedene Anwender aus dem In- und Ausland

**AUS DEM TAGESGESCHÄFT** heraus wurde das Siegerprojekt des diesjährigen Best Practice Award

Business Intelligence entwickelt. Das Ziel des Bereichs Informationsmanagement der Warenwirtschaft bei der Quelle GmbH war es, möglichst kostengünstig ein sehr heterogenes, in der Regel auf Excel basierendes Berichtswesen abzulösen und in ein Web-basierendes, intelligentes Reporting zu überführen. Dazu wurde keine Projektorganisation aufgesetzt, sondern Initiator Richard Vizethum, Leiter Informationsmanagement Warenwirtschaft, suchte sich geradezu subversiv auch in anderen Fachbereichen Mitstreiter, die ihn dabei unterstützten, einen einzigen Zugang zu Informationen über alle Unternehmensbereiche hinweg zu schaffen.

Akademischer ausgedrückt: Die Einführung der Online-Zeitung *Business@Times* erfolgte Bottom-Up. „Ein derartiges Vorgehen setzt eine deutlich höhere Nutzenqualität voraus, als dies bei einer Top-Down-

Einführung der Fall sein muss“, sagt Richard Vizethum.

**Einsatz von Open-Source-Komponenten**

Ohne Projektauftrag war auch kein Geld vorhanden – auch nicht für Softwarelizenzen. Daher bestehen heute etwa 70 Prozent der Software-Architektur aus Open-Source-Komponenten. *Typo3* fungiert als Content-Management-System und ist damit das Werkzeug für das Internet-

Portal der *Business@Times*. *MediaWiki* kommt als Wissensdatenbank zur Dokumentation von Kennzahlen und Handlungsempfehlungen zum Einsatz. In der Software-Architektur des Siegerprojektes werden auch die Open-Source-Datenbank *mySQL* und die multidimensionale Open-Source-Datenbank *PALO* verwendet.

Die kommerzielle Software *Worksheet Server* des Anbieters Jedox erlaubte es, in relativ kurzer Zeit – auch ohne Unterstützung der IT-

Abteilung – ein umfassendes Standardreporting aufzubauen. Bei diesem Standardreporting handelt es sich grundsätzlich um ein gesteuertes Reporting mit hoher Granularität auf Basis von so genannten Report-Clustern. Ein Report-Cluster bündelt zeitlich und thematisch zusammengehörige Informationen über die Fachbereiche hinweg. Die Navigation zwischen den Reports und den Report-Clustern orientiert sich an konkreten Geschäftsprozessen. Die reinen betriebswirtschaftlichen Informationen werden beispielsweise im Cluster „Visuelles Werbemittelreporting“ mit 1,5 Million Katalogseiten- und Artikelbildern dynamisch zu einem sinnvollen Ganzen kombiniert

Beeindruckend und Beweis für die hohe Nutzenqualität sind die steigenden Anwenderzahlen. Waren es nach Produktivsetzung eines ersten Reporting-Cluster im Jahr 2006



Die Screenshots stellen einen Auszug aus dem Reporting-Cluster „Visuelles Werbemittelreporting“ dar. Aktuell berichtet *Business@Times* mittels Bild-Datenkombinationen über rund 180 Werbemittel der Quelle GmbH, die in Deutschland verbreitet werden, und 240 Werbemittel von zwölf Auslandsgesellschaften.





täglich 50 Nutzer, vervierfachte sich diese Zahl im Jahr 2007, um aktuell auf 500 tägliche Anwender aus dem In- und Ausland zu steigen. Davon sind 30 Prozent gelegentliche Nutzer – der Rest aber sind Power User, die über die *Business@Times* laufend Berichte und Analysen abrufen.

Diese Zahlen machten auch Maßnahmen zur Optimierung der Performance des Seitenaufbaus im Intranet-Portal der *Business@Times* notwendig. Um den eigenen hohen Performance-Ansprüchen zu genügen, wurde ein Load-Balancer des Anbieters F5 eingesetzt, der die Anfragelast auf derzeit sechs Web-Server verteilt und die Zugriffe auf mehrere Applikations-Server und einen File-Server steuert. Auch hierbei konnten die Kosten unter anderem durch die Nutzung bestehender Infrastruktur gering gehalten werden.

### Schranken zwischen Fachbereichen fallen

Nach der Identifikation von Problemstellungen über das Standardreporting können bei Bedarf durch Spezialisten – also etwa ausgewiesene Kenner von Methoden oder Prozessen – weiterführende Analysen durchgeführt werden mit dem Ziel, Handlungsalternativen zu erarbeiten. Grundsätzlich, darauf legt Richard Vizethum Wert, sollte das Standardreporting bereits eine tiefe Problemanalyse ermöglichen. Für weiterführende Analysen, die mitunter Data-Mining-Charakter haben, kommt unter anderem die Software von SAS zum Einsatz. Die Analyse-Ergebnisse werden auf dem *Business@Times*-Portal veröffentlicht, in der Wissensdatenbank dokumentiert und damit als Handlungsempfehlungen bei ähnlichen Problemstellungen verfügbar gemacht.

Neben Reports und Analysen gehören natürlich auch redaktionelle Beiträge zu einer Online-Zeitung. Diese Beiträge behandeln Themen, die Auswirkungen auf das Geschäft

des Unternehmens haben können. Als Beispiel nennt der Leiter Informationsmanagement das Schneechaos im Februar 2008 in China. Denn in den von den Wetterkapriolen betroffenen chinesischen Provinzen gibt es viele Lieferanten des Versandhändlers. Eine Analyse, welche Orders bei diesen Lieferanten sich durch Verzögerungen in der Produktion oder beim Transport durch das schlechte Wetter verspäten könnten, war als Link auf einen entsprechenden Report dem Beitrag beigefügt. Vizethum berichtet, dass

dieser redaktionelle Beitrag auf *Business@Times* auch unmittelbar zur Kontaktaufnahme mit den Lieferanten und im Einzelfall zu Gegenmaßnahmen geführt habe.

Eine Zeitung braucht auch eine Redaktion, die für die *Business@Times* bei Quelle durch ein virtuelles Team gebildet wird, dessen Mitglieder hauptberuflich Funktionen in verschiedenen Fachbereichen wahrnehmen. Die Redaktion gliedert sich in die Spezialredaktionen „Inhalt“, „Technik“ und „Database“ und sorgt für die Aktualität der Online-Zeitung. „Mit dieser Lösung ist sichergestellt, dass ein Report-

ing nicht durch eine Zentralfunktion entsteht, sondern dort, wo zu den einzelnen Themen das meiste Know-how vorhanden ist“, erklärt Richard Vizethum die Redaktionsorganisation. „Das Berichtswesen ist kein Wunschkonzert. Hier ist im Interesse aller auf Effizienz und Effektivität zu achten. Unser Redaktionsteam ist sehr kompetent und kann aufgrund seiner Seniorität und Erfahrung sowohl die Wünsche von Anwendern sinnvoll kanalisieren als auch eigene Anstöße geben. Im Ergebnis hebt die *Business@Times* als Integrationsplattform die Fachbereichsschranken auf und verbessert sichtbar die Kommunikation zwischen den Bereichen.“

Dazu nennt Vizethum ein weiteres Beispiel: Die Retouren, also die Rücksendungen von Kundinnen, waren bei einem Kleid im Sortiment ungewöhnlich hoch und nach Veröffentlichung der entsprechenden Analyse in der *Business@Times* mit einer Erläuterung durch die Redaktion wurde der Artikel aus dem Sortiment genommen. „Da waren sich alle Bereiche sehr schnell einig und Schuldzuweisungen gab es auch keine. Vor *Business@Times* wäre die Handlungsempfehlung kaum so einmütig aufgenommen worden. Auch die Diskussion um die Optimierung der Werbemittel kann jetzt viel konstruktiver und faktenbasiert zwischen den einzelnen Bereichen erfolgen.“

### Zufriedene Anwender schreiben „Leserbriefe“ an die Redaktion

Die Anwenderzufriedenheit beschreibt der Leiter Informationsmanagement als sehr hoch und dies findet auch Ausdruck in den Nutzungsempfehlungen einzelner Geschäftsleitungsmitglieder an deren Mitarbeiter oder in einzelnen „Leserbriefen“ an die Redaktion der *Business@Times*. Positives Feedback gibt es auch bei Schulungen zu einzelnen Reporting-Clustern. „Der aktuelle An- Fortsetzung Seite 35



Best Practice Award 2008

Fortsetzung von Seite 33 wenderbedarf übersteigt die Geschwindigkeit der Umsetzung“, berichtet Vizethum. „Die Akzeptanz der Anwender zeigt sich auch daran, dass Business@Times bei Quelle zum geflügelten Wort geworden ist. Das Ergebnis unseres Business-Intelligence-Projektes ist gelebtes Knowledge Management. Business Intelligence beginnt beim Menschen und endet beim Menschen.“

Die Business@Times-Leserkönnen auf eine aktuelle und große Datenbasis zugreifen. 75 Prozent der Daten auf dem Business@Times-Portal werden täglich aktualisiert, 20 Prozent wöchentlich und fünf Prozent monatlich. Die Rohdaten aus den Basisdatenquellen, einem unternehmensweiten Data Warehouse, einer Vielzahl von Host-Datenbanken und SAP-Systemen umfassen mehr als 35 Terabyte. Das fünfköpfige Projektteam für die Business@Times konnte und kann auf die Vorarbeiten zur Datenaufbereitung zurückgreifen, so dass die Projektkosten im unteren sechsstelligen Euro-Bereich geblieben sind, wovon ein Drittel Aufwendungen für Hardware waren. Die Projektdauer und den Personenaufwand kann Vizethum auch auf Nachfrage nur schwer beziffern, weil die Business@Times als Teil des Tagesgeschäftes für den Bereich Informationsmanagement anzusehen ist. Auch die Amortisationszeit

kann der Leiter Informationsmanagement nicht quantifizieren. Aber er ist sich sicher, dass alleine durch Verbesserungen in der Kataloggestaltung und beim Sortiment innerhalb eines Jahres finanzielle Ergebnisse generiert werden, welche die Investitionen übersteigen. Dazu kommen noch permanente Prozessverbesserungen. Der Erfolg der Business@Times erlaubte Vizethum im Jahr 2007 erstmals die Budgetierung eines sechsstelligen Betrages für die Weiterentwicklung dieser Reporting-Lösung.

### Inhalte und Nutzen des Berichtswesens werden transparent

Nach eigenen Worten „riesig“ freute sich Richard Vizethum zusammen mit seinem Team über die Auszeichnung mit dem Best Practice Award

de in Dresden mit Übernachtung im Fünf-Sterne-Hotel Taschenbergpalais Kempinski und Besuch der Semperoper für zweimal zwei Personen. Gestiftet wurde der Preis von Hahn & ZwergerMarketing, dem Veranstalter des FORUM Business Intelligence und Enterprise Information Integration auf der CeBIT, in dessen Rahmen die Preisverleihung stattfand.

Die Jury begründete ihre Entscheidung mit dem innovativen Vorgehen bei der Realisierung und den neuartigen Ansätzen des Wissensaustausches, wie sie aus dem Web 2.0 bekannt sind. Der Jury-Vorsitzende, Dr. Carsten Bange von BARC, hob in seiner Laudatio hervor, dass Quelle mit der Integration von Bildern, Textelementen und klassischen Kennzahlen eine anwenderfreundliche und innovative Lösung geschaffen habe. „Die Nutzung eines Wikis zur Definition von Kennzahlen und Wissenssammlung zur richtigen Interpretation von Berichten und Analysen sorgt für hohe Anwenderakzeptanz. Die Lösung von Quelle liefert nicht nur reine Zahlen, sondern macht Inhalte und Nutzen des Berichtswesens für jeden Anwender transparent“, sagte Bange. dk



„Business Intelligence beginnt beim Menschen und endet beim Menschen.“

Richard Vizethum, Leiter Informationsmanagement Warenwirtschaft beim Versandhändler Quelle, mit der Siegerephäe.



Business Intelligence 2008 durch eine hochkarätig besetzte Expertenjury: „Der Best Practice Award ist eine Bestätigung für unsere geleistete Arbeit.“ Das Siegerteam kann sich nun freuen auf ein Kulturwochenen-