



*Peugeot Deutschland GmbH*

**Marktpotenziale ausschöpfen  
für den Quantensprung**

*Neue Logistikkonzepte durch Analyse von Händlerdaten*





## „Die Aufgabe der IT besteht darin, den von Peugeot angestrebten Quanten

Rainer Scherer, Leiter Datenverarbeitung, Peugeot Deutschland

„Wir haben unseren eigenen Rekord gebrochen“, verkündete PSA Peugeot Citroën Anfang 2000: Insgesamt wurden 1999 über 2,5 Millionen Fahrzeuge – 10,4 Prozent mehr als 1998 – verkauft. Das bedeutete für die Fahrzeuglinien „Peugeot“ knapp 1,5 Millionen sowie für „Citroën“ erstmals über eine Million PKW und Nutzfahrzeuge. Der Marktanteil der Gruppe wuchs in Europa auf 12,7 Prozent. Im strategischen deutschen Markt erreichte PSA Peugeot Citroën dagegen nur eine geringe Steigerung auf vier Prozent.

Dieser unbefriedigenden Situation wird mit neuen Ideen – auf einer besseren Wissensbasis – begegnet. „Wenn PSA in Europa Erfolg haben will, muss Peugeot in Deutschland erfolgreich sein“, lautete die Vorgabe aus Frankreich an Saarbrücken, den zentralen Sitz der deutschen Peugeot GmbH. Aus einem Projekt „Heute–2005“ wurde 1997 ein ganzes Maßnahmenbündel gestartet, um bis 2005 die angestrebte hohe Wertschöpfung zu erreichen. „Unser Ziel, auf Basis 1997 bis 2005 den Fahrzeugabsatz zu verdoppeln, erfordert einen Quantensprung“, erläutert Rainer Scherer,

Leiter Datenverarbeitung bei Peugeot Deutschland. „Wir wollen ein Image am Markt als innovativer Hersteller mit Service rund um das Auto aufbauen.“

Dafür werden weitreichende Infrastrukturvorhaben wie deutliche Veränderungen der internen Unternehmenskultur unternommen. Das Resultat sind neue Prozesse auch in der Informationstechnik: Bei Peugeot Deutschland galt es, eine Vielfalt vorhandener, aber in Insellösungen verstreuter und auf diversen Plattformen lagernder Daten zu bündeln und mit geeigneten Werkzeugen in Wissen zu verwandeln. Auch Informationen, zum Teil nur in den Köpfen der Außendienstmitarbeiter vorhanden, wurden mobilisiert.

„Endlich können wir alle diese Daten massiv analysieren. Das war bisher nicht möglich“, umreißt Josef Gerber, Leiter EDV lokale Systeme und für das Data Warehouse-Projekt zuständig, die neue Lösung. Gesucht sind Antworten auf Fragen wie: „Wenn ein Händler nur geringe Stückzahlen absetzt, liegt das unter anderem am zu kleinen Showroom? Wie viele Verkäufer hat er und wann waren das letzte Mal die Werkstattmitarbeiter

zur Schulung?“ Gleichfalls nachgefragt wird auch die Nähe des Händlerunternehmens etwa zu Einkaufszonen, um mit diesen Daten künftige Logistikkonzepte fundiert anzulegen.

**Lösung:** Web-basiertes SAS Data Warehouse inkl. Data Management und Analytics

**TOP Herausforderung:**

- Abbau von Insellösungen auf diversen Plattformen
- Infrastrukturänderung – neue Prozesse in der IT

**TOP Nutzen:**

- Analyse von Händlerdaten als Grundlage zukünftiger Logistikkonzepte
- Aufbau eines zentralen Informations-Warehouse
- minimaler Administrationsaufwand durch Java, HTML und Browser-Technologien

**Branche:** Banken

**Partner:** SAS Consulting

Als essenzieller Beitrag der Informationstechnik stand daher der Aufbau einer klassischen, zentralen Informationsdatenbank an vorderer Stelle. Sie sollte darüber hinaus Funktionen eines Decision Support System (DSS) sowie eines Enterprise wie auch Management Information System (EIS/MIS) enthalten – ohne dass diese explizit als eigene Applikation erscheinen. Daran lässt sich der Komplexitäts- und Schwierigkeitsgrad ermessen, unter dem die Anwendungen zu realisieren waren.

### **„Elisa“ formt Information zu Wissen**

Das umfangreiche Data Warehouse-Konzept unter dem Akronym „Elisa“ (Entrepot et Libre Service Allemand – Warenlager und frei(zügig)e Dienste Deutschland) ist die direkte Folge einer Untersuchung der Unternehmensberatung Boston Consulting bei Peugeot: Es soll das Management wie die Sachbearbeiter zunächst mit exakten Markt- und Vertriebsdaten, künftig mit Controlling-, Finanz- und anderen Informationen für ihre Entscheidungen versorgen. Diese hierarchische wie fachliche Abdeckung war eine weitere große Herausforderung

an die Entwicklung. Insgesamt sind im Rahmen von „Elisa“ acht Data Marts unter dem Dach eines Data Warehouse vorgesehen.

Zwei davon als vordringlich angeordnete Data Marts, Vertriebs- und Händlerstrukturdaten, gingen im Februar 2000 als „Elisa“-Version 1.0 in den produktiven Betrieb. Sie wurden mit Werkzeugen der SAS® Software und mit tatkräftiger Hilfe von SAS Consultants erstellt. Heute – in der Version 1.2 – generieren die Anwender hier ihr „Wissen“ selbst. Das größte Plus liegt in der gewonnenen Zeit: Mit Definition und Programmieren vergingen früher vier oder fünf Tage, bis die gesuchte, dann meist aber schon wieder obsolete Information vorlag. Heute steht sie per Knopfdruck bereit.

Dem Einsatz der Software und der Zusammenarbeit mit SAS gingen umfassende Recherchen voraus: „Wir machten uns die Entscheidung nicht leicht“, erinnert sich Gerber. Im Vorfeld ermittelten umfangreiche Analysen etwa: Welcher Anbieter kann die geforderte Leistung zur Verfügung stellen? „Den Ausschlag, die SAS

Software einzusetzen, gab der generelle Funktionsumfang der Produkte.“ Außerdem boten sie eine durchgängige End-to-end-Lösung. Überzeugend erschien gegenüber dem Wettbewerb die Art der Web-Anbindung, die von der SAS Software, im Hinblick auf Sicherheit, unterstützt wurde.

### **Think big, but start small**

„Wir haben aber noch ein ganzes Stück Weg vor uns“, weiß der IT-Fachmann. Das bislang Erreichte nahm Gerber zum Anlass, ein generelles Fazit zu ziehen: „Natürlich machten wir Lernprozesse durch, aber 80 Prozent würden wir genau so wie durchgeführt wieder angehen. Ohne den Einsatz der zeitweise bis zu vier SAS Mitarbeiter hätten wir den heutigen Stand aber noch nicht erreicht.“ In Zusammenarbeit mit den Spezialisten verfolgte er dabei – nach dem Motto: „think big, but start small“ – einen schnellen Aufbau des unternehmensweiten Data Warehouse durch begrenzte Data Marts. So waren für die Anwender nutzbare Resultate rasch zu erhalten – und das große Ändern im Nachhinein zu vermeiden.



*„Den Ausschlag, die SAS Software einzusetzen, gab der generelle Funktionsumfang der Produkte.“*

Josef Gerber, Leiter EDV lokale Systeme, Peugeot Deutschland

Der Weg dahin war auf Grund der technischen Lösung beschwerlicher als üblich. Nicht wegen des hier normalerweise größten Aufwands des Sammelns, Akkulierens und Bereinigens der Daten – größere Kraftakte erforderten die objektorientierten Methoden der Java-, HTML- und Browser-Technologien. Bei Peugeot hatte man damit anfangs kaum Erfahrung. Umso wichtiger war der Part, den die SAS Mitarbeiter erbrachten. „Wir ersparten uns durch die Technologien Komplexität und Administrationsaufwand einer Client-Server-Konfiguration“, begründet dies Gerber. Der Nutzer im Fachbereich greift von seinem Arbeitsplatz-PC aus mit einem Standard-Browser auf die zentrale Datenbank zu. Etwa 35 „Standardlisten“ wurden hierfür vordefiniert. Weitere Funktionen laden die abgerufenen Daten, etwa als Excel-Datei, auf den PC.

Die weitere Entwicklung betreiben die Peugeot-Experten nun selbst. SAS Unterstützung wird noch zur Strategie- und Konzeptberatung nötig sein.

Für „Elisa“ wurden zwei mit je einem Gigabyte Hauptspeicher konfigurierte IBM RS/6000-Rechner unter AIX 4.3 angeschafft. In einem IP-basierten LAN arbeitet ein System als SAS Applikations- und das zweite als Web-Server.



SAS Institute GmbH  
In der Neckarhelle 162  
D-69118 Heidelberg  
Tel: 06221/415-123  
Fax: 06221/415-145

[www.sas.de](http://www.sas.de)

SAS World Headquarters  
SAS Campus Drive  
Cary, NC 27513 USA  
Tel: (919) 677 8000  
Fax: (919) 677 4444  
Web: [www.sas.com](http://www.sas.com)