



*Die microm Hauptverwaltung in Neuss*

## **MICROGEOGRAFIE, GANZ GROSS**

microm findet mit SAS marketingrelevantes Wissen  
in riesigen Datenmengen



„Mit dem SAS® Enterprise Miner™ können wir die Projekte für unsere Kunden heute etwa 35 Prozent schneller durchführen als bisher – ein wichtiger Effizienzschub für unser Unternehmen.“

#### Sascha Mertes

Teamleiter MARKET Data & Solutions bei microm

#### ■ Branche

Marketingdienstleistungen

#### ■ Aufgabe

Adress-Scoring für die Optimierung von Direkt- und Dialogmarketingmaßnahmen

#### ■ TOP Herausforderung

Integration der bestehenden Systemlandschaft in eine neue einheitliche, durchgängige Lösung

#### ■ Lösung

Data Mining mit SAS® Enterprise Miner™ und SAS® Enterprise Guide®

#### ■ TOP Nutzen

Deutliche Beschleunigung von Analyseprojekten

### Der Kunde

microm – ein Unternehmen der Creditreform-Gruppe – gehört zu den führenden Anbietern für Consumer Marketing im deutschsprachigen Raum mit Hauptsitz in Neuss und Niederlassungen in Zürich und Wien. Als Spezialist für Zielgruppen- und Marktstrukturanalysen bietet das Unternehmen ein breites Leistungsspektrum zur Optimierung von Marketingmaßnahmen – von der Neukundengewinnung bis hin zur Kundenreaktivierung. Mit seiner microgeografischen Datenbasis hilft microm seinen Kunden, Strukturen in ihren eigenen Daten zu entdecken, Informationen zu ergänzen und Wissen zu generieren. So schafft microm die Grundlage für erfolgreiche branchenspezifische Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, für Standortbewertungen und Customer-Lifecycle-Prozesse.

Die Deutsche Bank, TUI, ARAG, die Deutsche Telekom, Weight Watchers und Conrad Electronic sind nur einige der renommierten Unternehmen, die microm zu seinen Kunden zählt.

### Die Aufgabe

Seit der Gründung von microm im Jahr 1992 bildet SAS das analytische Herzstück des Unternehmens. Für die vielfältigen microgeografischen Datenanalysen, die das Unternehmen im Auftrag seiner Kunden durchführt, hatte microm über die Jahre eine Systemlandschaft aufgebaut, in der SAS im Zusammenspiel mit einem

SQL-Data Mart und dem Data Mining-Tool MicroModeller zum Einsatz kam. Dabei spielte SAS in erster Linie bei der Berechnung von microgeografischen Variablen, der Basis des Kerngeschäfts von microm, eine Rolle. Unter dem Markennamen „MOSAIC“ stellt das Unternehmen Daten von sämtlichen 19 Millionen Häusern in Deutschland, 40 Millionen Haushalten und 54 Millionen Adressen bereit. Diese Datensätze sind mit weit über 100 Merkmalen versehen. Sie bilden die Grundlage dafür, marketingrelevante microgeografische Strukturen in Adressdaten zu identifizieren.

Über die Zeit hinweg ließ sich diese Systemlandschaft immer wieder an die steigenden Anforderungen hinsichtlich Datenmenge, Geschwindigkeit, Transparenz und Prozesskomfort anpassen. Im Jahr 2005 jedoch erreichte microm einen Punkt, an dem eine grundlegende Modernisierung der Lösung erforderlich wurde. „Da kamen mehrere Gründe zusammen“, erinnert sich Sascha Mertes, Teamleiter MARKET Data & Solutions bei microm. „Zum einen wurden die zu analysierenden Datenmengen immer größer, gleichzeitig kostete uns der Systembruch innerhalb unserer Analyseprozesse einiges an Geschwindigkeit. Das eingesetzte Data Mining-Tool genügte letztlich nicht mehr unseren Ansprüchen.“ Ziel war es, eine einheitliche Analyselandschaft zu schaffen, in der alle Anwender die gleichen Werkzeuge nutzen. Mit der bisherigen SAS Lösung, bestehend aus Base SAS®, SAS/STAT® und SAS/GRAPH®, konnten nämlich nur die Mitarbeiter der Abteilung „Data & Solutions“

---

arbeiten, die sich um die Pflege und Modellierung der Datenbasis MOSAIC kümmern. Für die Anwendung der MOSAIC Daten in kundenspezifischen Projekten mussten die Kollegen der Abteilung „Consulting & Projects“ hingegen auf den MicroModeller zurückgreifen, eine Windowsbasierte Einzelplatzlösung. „Unsere Prozesse waren deshalb nicht ganz durchgängig“, erläutert Sascha Mertes. „Daten über Schnittstellen zwischen den beiden Systemen hin- und herschieben, gestaltete sich mitunter äußerst kompliziert und aufwendig. Darüber hinaus mangelte es dem MicroModeller an der Möglichkeit, standardisierte Analysebausteine zu speichern und allen Anwendern zentral zur Verfügung zu stellen.“ Kurz: Die Qualität der Analyse, die microm ihren Kunden lieferte, war erstklassig – es gab aber Optimierungspotenzial hinsichtlich des Aufwands und der Geschwindigkeit der durchgeführten Projekte. „Unser Ziel war klar: Es war an der Zeit, den MicroModeller abzulösen und eine neue Data Mining-Lösung einzuführen, die uns höchste Analysequalität liefert – einfacher, schneller und komfortabler.“

## Die Lösung

Heute arbeiten die Abteilungen Data & Solutions und Consulting & Projects bei microm mit einer einheitlichen, durchgängigen Analyselösung: Sowohl die Datenentwicklung und -modellierung als auch die Entwicklung und Anwendung der microgeografischen Modelle in den konkreten Kundenprojekten finden

in der zentralen SAS Umgebung des Unternehmens statt. Als Data Marts dienen weiterhin mehrere SQL-Server. „Die typische Zusammenarbeit der Abteilungen lässt sich grob in zwei Schritten erklären“, sagt Sascha Mertes. „Wir bei Data & Solutions erstellen beispielsweise auf Basis von Daten unserer Kunden Modelle, die Auskunft darüber geben, welche microgeografischen Merkmale Kunden haben, die besonders affin für ein bestimmtes Produkt sind. Unsere Kollegen bei Consulting & Projects legen diese Modelle dann über große Mengen von Adressdaten, um den Score-Wert zu ermitteln, also Übereinstimmungen zwischen den verglichenen Merkmalen zu erkennen. So identifiziert microm neue vielversprechende Empfänger für die Mailing-Aktionen seiner Kunden.“

Mussten im Zusammenspiel von SAS und dem MicroModeller Daten noch aufwendig von einer Lösung in die andere geladen werden, arbeiten heute alle Nutzer menügesteuert und intuitiv mit einer zentralen Datenbasis. Ebenfalls zentral abgelegt findet sich eine ganze Reihe an „SAS Stored Processes“, das sind bewährte Standardprozesse und -analysen, auf die jeder Anwender zugreifen kann. „So müssen wir das Rad nicht immer wieder neu erfinden und sparen eine Menge Zeit“, sagt Sascha Mertes. Dementsprechend stark ist die Beschleunigung, die Analyseprojekte bei microm durch die Einführung der neuen Lösung erfahren haben. „Wir können unsere Projekte heute bis zu 35 Prozent schneller durchführen“, so Sascha Mertes. „Damit sind wir in der Lage, unsere Leistungen

kurzfristiger und kostengünstiger anzubieten – ein wichtiger Schub für unsere Position im Wettbewerb.“

Diese Performanz nutzt microm beispielsweise bei der Lösung TdW MOSAIC. Im Rahmen einer strategischen Partnerschaft zwischen microm, Burda Direct Interactive und der Deutschen Post Direkt wurden hier die Informationen aus der Markt-Media-Studie „Typologie der Wünsche“ (TdW) mit den MOSAIC Daten von microm verknüpft. Über diesen Fusionsansatz können nun frei definierbare Zielgruppen und ihre Potenziale innerhalb kürzester Zeit im geografischen Raum lokalisiert werden. Diese Informationen nutzen die Kunden von microm dann unter anderem zur Filialnetzoptimierung oder zur Identifizierung geeigneter Plakatstandorte.

Das Spektrum, das microm mit seiner neuen Analyselösung von SAS abdeckt, ist vielfältig: Es reicht von Kundenstrukturanalysen über Cross- und Up-Selling-Maßnahmen und Standortanalysen bis hin zu modernsten Fusionsansätzen, bei denen unterschiedliche Datenbestände integriert werden. Sascha Mertes äußert sich begeistert angesichts dieser Möglichkeiten: „Wir können mit SAS zum Beispiel auch microgeografische Daten und Marktforschungsdaten zusammenführen – und aus dieser Kombination ganz neue Erkenntnisse für unsere Kunden ableiten. Damit sind wir heute besser aufgestellt denn je.“

## Der Nutzen

- Durchgängige Analyselandschaft: Nutzer arbeiten abteilungsübergreifend mit einer einheitlichen Lösung und konsistenten Daten
- Beschleunigung der Prozesse: Kundenprojekte lassen sich deutlich schneller durchführen
- Wissen für alle: „SAS Stored Processes“ machen Experten-Know-how für weite Anwendergruppen zugänglich und beschleunigen Standardanalysen
- Menügeführte Bedienung: Auch Nutzer ohne tiefe Programmier- und Statistikkenntnisse arbeiten intuitiv mit SAS Enterprise Guide und SAS Enterprise Miner
- Breite Einsatzmöglichkeiten: SAS ermöglicht vielfältigste Analysen – von Kundenstruktur- und Standortanalysen bis hin zu modernen Fusionsansätzen

## Das Projekt

Zusammen mit einem Team aus vier Kollegen der Abteilungen Data & Solutions und Consulting & Projects startete Sascha Mertes eine intensive Marktevaluation, um die geeignete Systemkollation für microm zu finden. „Wir haben uns bewusst Zeit für die Recherche genommen“, sagt er, „denn es handelte sich um einen extrem wichtigen strategischen Schritt, der direkten Einfluss auf unser künftiges Geschäft hat.“ So nahmen die microm Experten nicht weniger als sechs verschiedene Produkte in einem umfangreichen Testprojekt genauer unter die Lupe. Mit im Rennen war auch eine Lösung aus SAS Enterprise Guide und SAS Enterprise Miner – und diese ging schließlich als Sieger aus dem Wettbewerb hervor. „SAS hat uns sowohl von den Analyseergebnissen her als auch von den Möglichkeiten der Einbindung in unsere bestehende Systemlandschaft überzeugt“, erläutert Sascha Mertes die Entscheidung. Dabei war nicht zuletzt auch das Client-/Server-Konzept von SAS ein wichtiges Argument für SAS. „Eine neue Einzelplatzlösung kam für uns nicht in Frage. Um die reibungslose Zusammenarbeit zwischen unseren Abteilungen gewährleisten zu können,

brauchen wir eine zentrale Lösung, über die jeder die Daten und Modelle beziehen kann, die er benötigt.“ Zu guter Letzt konnte SAS mit seinem hervorragenden Support-Angebot überzeugen.

Die Installation der neuen Lösung ging dann reibungslos vonstatten. Mit Unterstützung von SAS ließen sich der SAS Enterprise Miner und der SAS Enterprise Guide unkompliziert in die bestehende Systemlandschaft integrieren. Dank der SAS Schulung „Einführung in den SAS Enterprise Miner“ waren alle Nutzer des Systems vom ersten Tag an mit allen Möglichkeiten der neuen Lösung vertraut. Zudem besuchten die Analyse-Experten von microm auch weiterführende SAS Schulungen zu speziellen Modellierungsalgorithmen und -techniken und führten interne Schulungen und Workshops zu allgemeinen Themen rund um SAS und Data Mining durch. „Wir möchten SAS Enterprise Miner und SAS Enterprise Guide heute nicht mehr missen“, resümiert Sascha Mertes. „Natürlich gab es anfangs auch Stimmen, die der alten gewohnten Lösung nachtrauerten, aber selbst diese Kollegen sind längst von SAS überzeugt.“



THE  
POWER  
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany  
Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145 [www.sas.de](http://www.sas.de)

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. © indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2008, SAS Institute Inc. All rights reserved.