



BLICK IN DIE AUFLAGE

Der Berliner Verlag setzt beim Unternehmens-Reporting auf die edition M von SAS®





Moritz Fischer

Abteilung Database Management (li.)

Guido Köglsperger

Leiter der Abteilung Database Management/Database Marketing

Branche

Medien

Aufgabe

Aufbau eines neuen Reporting-Systems für Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb

TOP Herausforderung

Effizienzsteigerung im mittelständischen Berichtswesen

Lösung

Zielgruppenspezifisches und flexibles Reporting mit SAS® BI Server und SAS® Enterprise Guide®

TOP Nutzen

Berichte lassen sich mit halbem Aufwand und in besserer Qualität erstellen

SAS Partner

Condat

Der Kunde

Der Berliner Verlag ist der führende Zeitungsverlag in der deutschen Hauptstadt. Er gibt die beiden Tageszeitungen Berliner Zeitung und Berliner Kurier heraus. Die Berliner Zeitung ist die auflagenstärkste Berliner Abonnementzeitung, der Berliner Kurier die stärkste Kaufzeitung im Osten der Hauptstadt. In Tochterverlagen des Berliner Verlags erscheinen außerdem Berlins größtes Stadtmagazin Tip Berlin und das Berliner Abendblatt, das einmal in der Woche flächendeckend mit einer Auflage von 1,3 Millionen Exemplaren kostenlos an die Berliner Haushalte verteilt wird. Weitere Titel des Verlags sind der Warnow Kurier in Rostock und die monatlichen Berliner Rathausnachrichten. Hauptsitz des Berliner Verlags ist das Pressehaus am Alexanderplatz in Berlin-Mitte.

Die Aufgabe

Während in den Zeitungsredaktionen täglich Seite um Seite mit Neuigkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport gefüllt wird, stehen die Verlagskollegen aus Marketing und Vertrieb vor der Aufgabe, die verschiedenen Publikationen erfolgreich an die Leserin und den Leser zu bringen.

So bemüht sich auch der Berliner Verlag mit Mailing-Kampagnen und zahlreichen Promotion-Aktionen um die Aufmerksamkeit von potenziellen Abonnenten und Käufern. Über den Erfolg

dieser Maßnahmen gibt die Auflagenstatistik Auskunft: Wie hoch war die verkaufte oder die versendete Auflage? Wie verteilt sich der Absatz regional und welche Remittendenquote gab es? Wie hat sich die Auflage gegenüber dem Vorjahreszeitraum entwickelt? Ist eine Kampagne angelaufen oder bereits abgeschlossen, können beispielsweise die Mitarbeiter im Marketing des Verlags anhand der Statistik erkennen, ob sie mit der Aktion das gewünschte Ergebnis erzielt haben – und gegebenenfalls nachjustieren.

In der Vergangenheit lief dieses Reporting beim Berliner Verlag mit Hilfe eines wenig transparenten Konglomerats aus Excel-Tabellen und SQL-Abfragen. „Unser bisheriger Prozess hatte sich über die Jahre entwickelt und war ziemlich arbeitsintensiv“, beschreibt Moritz Fischer aus der Abteilung Database Management des Berliner Verlags die Ausgangslage. „Wir suchten deshalb nach einer neuen Lösung, die mit weniger Aufwand vergleichbare oder bessere Ergebnisse erzielt.“ Zudem ging es dem Berliner Verlag um Transparenz: „Unser altes System aus Excel und SQL war recht unübersichtlich. Die Verknüpfungen ließen sich nur schwer nachvollziehen.“ Das sollte sich ändern.

Die Lösung

Mit der SAS edition M hat der Berliner Verlag sein unternehmensweites Berichtswesen auf eine neue Ebene gehoben. Wo früher mit Excel-Datentabellen

„Mit der SAS edition M hat SAS unsere Bedürfnisse als mittelständisches Unternehmen voll getroffen – bei der Preisgestaltung ebenso wie bei der Leistung.“

Guido Köglsperger

Leiter der Abteilung Database Management/Database Marketing beim Berliner Verlag

manuell zusammengezogen und Kennzahlen berechnet wurden, sorgt heute die SAS edition M für ein automatisches Wochen-Reporting. Dafür fließen Daten aus zwei Oracle-Datenbanken, aus Excel-Tabellen und aus Textdateien in der SAS BI-Plattform zusammen. Dort werden sie konsolidiert und für das Berichtswesen zielgruppengerecht aufbereitet. So erhält die Geschäftsführung des Verlags zum Beispiel prägnante Powerpoint-Folien zur aktuellen Aufgabenerweiterung, die „unbemannt“ durch die SAS BI-Plattform gefüllt werden.

Für die Mitarbeiter in den Fachabteilungen gibt die SAS BI-Plattform Berichte in verschiedenen Datenformaten aus – beispielsweise in HTML, PDF oder über Excel-Tabellen. Die Experten können in ihrer gewohnten Excel-Umgebung die gesamte SAS Funktionalität nutzen. „Mit den Pivot-Tabellen können sie dann zum Beispiel ganz spezielle Fragestellungen beantworten, Diensttage mit Diensttagen vergleichen oder dritte Wochen mit dritten Wochen“, erklärt Moritz Fischer begeistert. Diese Möglichkeit hat die Vorgängergeneration in dieser Einfachheit nicht geboten – dementsprechend positiv ist das Feedback der Anwender, die von diesem Plus an Flexibilität profitieren.

Und auch in der Abteilung Database Management ist man mit der neuen SAS Lösung äußerst zufrieden, hat sie doch das Reporting übersichtlicher und schneller gemacht. Wir brauchen heute für das Vorbereiten und das Er-

stellen der Berichte maximal 50 Prozent der Zeit“, berichtet Moritz Fischer. Derzeit werden die Berichte noch per E-Mail an die Informationskonsumenten im Unternehmen verschickt. Die Verteilung über ein Web-Portal wird dies in Zukunft weiter vereinfachen und beschleunigen.

Neben wöchentlichen Standardberichten nutzt der Berliner Verlag heute auch die Möglichkeit, Ad-hoc-Berichte zu spezifischen Fragen schnell und einfach zu erstellen. „Hier profitieren wir vom SAS PowerUser FrontEnd“, so Moritz Fischer. „Da es äußerst leicht zu bedienen ist, lassen sich mit wenig Aufwand innerhalb kurzer Zeit neue Auswertungen erstellen. Auf diesem Weg können wir sehr einfach Analyse- und Berichtsprozessketten aufbauen. Die automatische Visualisierung der Prozessschritte macht jeden Prozess nachvollziehbar und transparent. Das ist ebenfalls ein großer Fortschritt gegenüber unserer bisherigen Lösung.“ Und so fällt sein Urteil eindeutig aus: „Wir haben mit der Lösung alles erreicht, was wir wollten.“

Der Nutzen

- **Effizient:** Das Standardberichtswesen läuft automatisch ohne manuellen Eingriff und mit halbem Aufwand gegenüber der Vorgängergeneration.
- **Zielgruppenspezifisch:** Die Geschäftsführung erhält zur richtigen Zeit und in geeigneter Form aktuelle, aggregierte Ergebnisse.
- **Transparent:** Die Datenbasis und die Verknüpfungen sind in der SAS BI-Plattform übersichtlich und nachvollziehbar abgebildet.
- **Flexibel:** Von einfach bis komplex – alle erforderlichen Auswertungen lassen sich mit geringem Aufwand und ohne IT-Fachwissen erstellen.
- **Ausbaufähig:** Die Lösung kann für neue Aufgabenstellungen sukzessive erweitert werden.
- **Mittelstandsgerecht:** Die SAS edition M erfüllt in Preisgestaltung und Leistungsumfang die Bedürfnisse des Berliner Verlags.

Das Projekt

Weg vom IT-getriebenen Ansatz, hin zu einer echten Business Intelligence-Lösung – so lautete die Maxime des Berliner Verlags. Moritz Fischer, verantwortlich für das Projekt, und seine Kollegen in der Abteilung Database Management machten sich auf die

Suche nach einer geeigneten Lösung. Nach einer Vorrecherche landeten schließlich die Angebote von vier Herstellern auf dem Prüfstand: SAP/Business Objects, IBM/Cognos, MicroStrategy – und die edition M von SAS. Das Urteil der Experten im Berliner Verlag fiel eindeutig aus: „SAS war unter dem Strich die leistungsfähigste Lösung mit dem transparentesten Aufbau“, erläutert Moritz Fischer die Entscheidung. „Wir können unsere Prozesse damit optimal abbilden.“ Und Guido Köglsperger, Abteilungsleiter Database Management/Database Marketing beim Berliner Verlag, ergänzt: „Zudem hat uns das Preismodell von SAS überzeugt. Die SAS edition M trifft

genau die Anforderungen eines mittelständischen Unternehmens, wie wir es sind.“

Nachdem die Entscheidung für SAS und die SAS edition M gefallen war, führten die Installation und die Umsetzung des Berichtswesens schnell und ohne Hindernisse zu den gewünschten Ergebnissen. Dabei erwies sich die initiale Analyse der bestehenden und der zusätzlich gewünschten Reporting-Strukturen als zentraler Erfolgsfaktor. „Es ist wichtig, sich genügend Zeit für die Vorplanung zu nehmen“, rät Moritz Fischer. „Nicht nur die grobe Richtung, sondern auch wichtige Wegpunkte bestimmen.“ Die vorbereiteten Prozess-

flüsse wurden dann über das SAS PowerUser FrontEnd in das System eingepflegt. Dank der intuitiven Bedienbarkeit dieser Benutzeroberfläche war dafür nur ein geringer Schulungsaufwand erforderlich. Fünf Monate nach Projektstart erlebte die neue Lösung ihren Produktivstart – und läuft seither zur Zufriedenheit aller Beteiligten. Das hält Moritz Fischer aber nicht ab, über einen Ausbau nachzudenken: „Die Verteilung der Berichte über ein Web-Portal ist unser nächster Schritt – aber wir werden auch danach an der Verfeinerung unserer Reporting-Prozesse arbeiten. Mit SAS haben wir dafür die besten Voraussetzungen.“



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

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 © 2009, SAS Institute Inc. All rights reserved.