

pmOne

Anwenderbericht

Datawarehouse und Vertriebscontrolling
bei der Wüstenrot Gruppe

wüstenrot

Wozu hat man Freunde



KUNDE

Wüstenrot Gruppe
Salzburg
www.wuestenrot.at



wüstenrot

Wozu hat man Freunde

BRANCHE

Finanzdienstleistung

LÖSUNG

Datawarehouse
+ Vertriebscontrolling

PRODUKTE

MS SQL Server 2005
MS Report Server
Infor MIS Plain,
Infor MIS onVision

VORSYSTEM

Wüstenrot Central
Datawarehouse auf Basis des
Insurance and Banking
Information Warehouse
von IBM (IIW),
DB2 Enterprise Edition

Kundenprofil

Nach der erfolgreichen Gründung der Bauparkasse Wüstenrot 1921 in der gleichnamigen schwäbischen Kleinstadt fand die Pionieridee des Bausparens bald auch in Österreich Anklang. Seit 1930 ist Wüstenrot dort als eigenständiges Unternehmen präsent. 1976 kam die Versicherungssparte hinzu. Als einer der größten Finanzdienstleister des Landes ist Wüstenrot heute flächendeckend mit 150 Geschäftsstellen in ganz Österreich vertreten. Individuelle Angebote und qualifizierte Beratung bilden die Säulen des Geschäftsmodells, bei dem Kunden Finanzierung, Versicherung, Vorsorgen und Sparen unter einem Dach finden. Seit Anfang der 90er Jahre werden von der Wüstenrot Datenservice GmbH, dem IT-Dienstleister der Wüstenrotgruppe auch die Standorte in der Slowakei, in Ungarn, Kroatien und Tschechien betreut.

Die Lösung im Überblick

Der österreichische Wüstenrot Konzern hat in den vergangenen Jahren viel Aufwand in die Erschaffung eines zentralen Datawarehouses gesteckt. Im Ergebnis steht eine unternehmensübergreifende, konsolidierte Datenbasis, mit der die Gruppe in der Lage ist, ihre sämtlichen Informationsbedürfnisse abzudecken. Zugleich haben Anwender Werkzeuge zur Verfügung, um fundierte Analysen der Produkt- und Kundendaten zu erheben. Das Datawarehouse, das im ersten Schritt für die Steuerung des Vertriebs eingesetzt wird, ist so konzipiert, dass es sich thematisch und geografisch beliebig ausbauen lässt.

pmOne bei Wüstenrot — Datentechnisch für die Zukunft gerüstet

Die Ursprünge des Datawarehouse-Projekts bei der österreichischen Wüstenrot Gruppe reichen bis in Jahr 2003 zurück. Damals wurden die ersten Infor MIS onVision-Berichte zur Vertriebssteuerung eingesetzt. Über die Anwenderfreundlichkeit des Excel-basierten Frontends war man sich einig, aber ansonsten wollten sich die Vorteile gegenüber den Auswertungen der Vergangenheit nicht so recht einstellen. Für Walter Svoboda, Geschäftsführer der Wüstenrot Datenservice GmbH, der das Projekt zu diesem Zeitpunkt übernahm, war die Ursache sehr schnell klar: „Es nutzt das beste Frontend nichts, wenn die konsolidierte Basis fehlt.“

Deshalb sollte das bislang Erreichte in ein Gesamtkonzept eingebettet werden. Dieses sah vor, ein zentrales Datawarehouse (CDW) aufzubauen, das die komplette Wüstenrot Gruppe abbildet. Dabei dachten die Verantwortlichen nicht nur an die Bedürfnisse des Vertriebs. Die einheitliche Datenbasis sollte vielmehr dazu dienen, sämtliche Informations- und Controllinganforderungen im gesamten Unternehmen zu bedienen. Neben den internen Berichten sollten auch Meldungen an Behörden und Verbände aus dem System generiert werden. Thematisch war vorgesehen, mittelfristig die Aspekte Dataming, Planung, Riskmanagement, Basel II und Solvency II abzudecken.

Zwar war der Beschluss für das CDW schnell gefasst, doch die Umsetzung nahm einige Zeit in Anspruch. „Uns war klar, dass es eine Heidenarbeit ist, ein zentrales Datawarehouse aufzubauen“, so Geschäftsführer Svoboda rückblickend. Diese Aufbauarbeit leistete sein Team im Zeitraum 2006/2007. Durchschnittlich vier bis fünf Personen waren währenddessen damit beschäftigt, gruppenweit alle relevanten Daten in eine zentrale Struktur zu überführen. Um die fachlichen Anforderungen einzubringen, wurden zudem punktuell Mitarbeiter aus den jeweiligen Abteilungen hinzugezogen. Als es darum ging, diese Anforderungen in Datamarts und Berichte umzusetzen, wurde das Projektteam zudem von externen Beratern der pmOne unterstützt.

pmOne startete mit dem Fachbereich eine zentrale Modellierung nach dem Ralph Kimball Ansatz, dem sogenannten Dimension Modelling. Damit wurden sehr viele Unternehmensbereiche von der Finanzabteilung bis zum operativen Reporting berücksichtigt. Bei der Modellierung lag das Hauptaugenmerk auf den einheitlichen Strukturen / Dimensionen und der einzelnen Kennzahlen-Definitionen über alle Unternehmensbereiche.

„Jetzt haben wir eine wirklich konsolidierte Datenbasis für die gesamte Wüstenrot Gruppe zur Verfügung, mit der alle Anforderungen und Informationsbedürfnisse aus dem Unternehmen abgedeckt werden – und zwar gegenwärtig wie künftig“

Walter Svoboda, Geschäftsführer
Wüstenrot Datenservice GmbH

Aufgrund dieser gesamtheitlichen Betrachtung konnten auch diverse neue Unternehmenskennzahlen geschaffen werden, welche ein sehr detailliertes Monitoring wichtiger Dimensionen, wie beispielsweise einzelne Produkte oder Kunden, ermöglichen und somit einen Zusatznutzen bieten. Umgesetzt wurde dieses logische Datenmodell auf Basis der Microsoft OLAP Technologie, dem SQL Server 2005 Analysis Server. Dieser stellt die zentrale Drehscheibe und das Bindeglied zwischen der Technik, dem CDW und den Fachbereichen dar.

Im Ergebnis steht ein zentrales Data Warehouse mit einem Volumen von 3 Terrabyte mit dem sehr viele Fachbereichsanwender selbständig ohne EDV direkt in Excel und dem Standardberichtswesen arbeiten. Es speist sich aus allen Vorsystemen der Wüstenrot Gruppe in Österreich, d.h. Bauspar-, Versicherungs-, Vertriebs-, Finanz- und Kundensystem sind angebunden. Bei der technischen Umsetzung hat Wüstenrot auf ein Metamodell von IBM zurückgegriffen. Das „Insurance Information Warehouse“ ist so angelegt, dass alle für einen Finanzdienstleister relevanten Controllingaspekte bereits konzeptionell berücksichtigt sind. Der Anpassungsaufwand ist gering, so dass die Lösung schnell für Reporting, Planung, Risikomanagement etc. genutzt werden kann.

Keine Frage, dass das Projekt mit einem hohen personellen sowie finanziellen Aufwand einhergegangen ist. Der jedoch lohne sich, davon ist Walter Svoboda überzeugt. Er und sein Team freuen sich, dass nach der langen Zeit des Aufbaus die systematische Arbeit jetzt endlich Früchte trägt, denn seit Anfang 2008 stehen dem Vertrieb die ersten Berichte aus dem CDW zur Verfügung.

Den Zahlen auf den Grund gehen

Drei Monate nach Inbetriebnahme zeichnet sich eine gute Akzeptanz der Lösung ab, die bereits von ca. 300 Anwendern rege genutzt wird – Tendenz steigend. Die Vorteile für die Vertriebsmitarbeiter liegen auf der Hand: Sie profitieren von aktuelleren Informationen und weniger Papier. Waren sie bislang darauf angewiesen, Auswertungen zu einem bestimmten Zeitpunkt zu erhalten, können sie nun jederzeit die für sie relevanten Standardberichte mit den neuesten Zahlen abrufen. Der Zugriff erfolgt mit MIS onVision und MS Reportservices via Webportal. Ein weiterer Pluspunkt für die Anwender besteht darin, dass sie sich absolut auf die Zahlen verlassen können. Das ist zum einen auf die konsistente, zentrale Datenbasis zurückzuführen, die gewährleistet, dass gleiche Abfragen unabhängig vom Zeitpunkt und Anwender zum gleichen Ergebnis führen werden. Zum anderen ist aber auch jede einzelne Kennzahl exakt definiert und im System hinterlegt worden.

Darüber hinaus hat ein ausgewählter Nutzerkreis mit MIS Plain auch die Möglichkeit, Adhoc-Analysen zu erstellen. So können beispielsweise Vertriebsleiter jederzeit die Leistung ihrer Teams überblicken und mittels Drill-Downs unschwer Zusammenhänge ergründen. „Es lassen sich sehr gut und sehr einfach Analysen anstellen“, fasst der Projektleiter zusammen. Durch die neuen Möglichkeiten wie Drilldowns oder Trendanalysen habe sich ferner die Qualität der Informationen wesentlich verbessert – und das alles bei durchaus akzeptablen Abfragezeiten.

Wenn sich die Vorteile der neuen Lösung erst herumsprechen, könnte ein wahrer Run ausbrechen: Da der Vertrieb neben einigen hundert Festangestellten aus zahlreichen freiberuflichen Mitarbeitern und Agenturen besteht, die allesamt als Nutzer in Frage kommen, ergibt sich ein potenzieller Anwenderkreis von 4.000 bis 5.000 Personen.

Obwohl Wüstenrot bei der Nutzung der Möglichkeiten, die das neue System zu bieten hat, noch ganz am Anfang steht, gibt es bereits erste Erfolge zu verzeichnen. Beispielsweise wurde eine Cross-Selling-Analyse durchgeführt, um herauszufiltern, welcher Bausparkunde zugleich Interesse an einem Darlehen haben könnte. Die Abschlussquote der darauf folgenden Mailing-Aktion war wesentlich höher als üblich. Die Verantwortlichen führen das auf die bessere Qualität der zugrunde liegenden Daten zurück, die eine fundierte Analyse und damit eine zielgerichtete Ansprache dieser Kundengruppe ermöglichte.

Jetzt ist die „Erntezeit“ angebrochen

„Jetzt haben wir eine wirklich konsolidierte Datenbasis für die gesamte Wüstenrot Gruppe zur Verfügung, mit der alle Anforderungen und Informationsbedürfnisse aus dem Unternehmen abgedeckt werden – und zwar gegenwärtig wie künftig“, zeigt sich Svoboda zufrieden mit dem Projektergebnis. Der Hauptteil der Arbeit sei getan. Sollten neue Berichte oder Kennzahlen erwünscht sein, könne auf die vorhandene Basis aufgesetzt werden. Lediglich Feinarbeit müsse dann noch geleistet werden.

Wie in der Konzeption vorgesehen war, bietet die neue Datenplattform vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Der Ausbau erfolgt deshalb in mehreren Stufen: Zunächst einmal steht die Verbreitung des Systems im Vordergrund und damit einhergehend die Ablösung bisheriger Statistiken, Informationen, Meldungsverpflichtungen etc. Im nächsten Schritt ist geplant, die vorhandenen Daten mit Hilfe von Datamining-Algorithmen besser für verkaufsfördernde Maßnahmen zu nutzen. Und schließlich sollen dem Vertriebsinformationssystem weitere Themen folgen. Im Gespräch ist derzeit, das CDW um Lösungen für Risikomanagement und Planung zu erweitern. Nicht zuletzt soll das Datawarehouse auch über die Ländergrenze hinweg ausgebaut werden: „Wir sind gerade dabei, das System bzw. das Konzept auch in anderen Ländern einzusetzen“, berichtet Svoboda.



Der Bericht zeigt Performanceanalysen und Wertanalysen des Immobilienbestandes der Wüstenrot Gruppe.

pmOne

Kontakt

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

pmOne AG

DEUTSCHLAND
Lindenstraße 12a
D-81545 München
+49 (0)89 64 24 99-0
www.pmone.de

ÖSTERREICH
Pottendorfer Straße 25-27
A-1120 Wien
+43 (0)1 890 28 52-0
www.pmone.at

SCHWEIZ
Fröschbach 62
CH-8117 Fällanden
+41 (0)44 52 00 67-1
www.pmone.ch

kontakt@pmone.com