

Media Markt Schweiz: Selfservice-BI für den Einkauf – mit DeltaMaster

Highlights

Selbstständige Analysen durch die Mitarbeiter in den Fachabteilungen

Detaillierter Drill-down von der Makro- bis auf die Mikroebene

Visualisierung der Abfrageergebnisse in Grafischen Tabellen

Einsatz von DeltaMaster als Planungsumgebung

Media Markt Schweiz
www.mediamarkt.ch

- Elektrofachmarkt
- Schweizer Organisation des Media-Markt-Konzerns
- 28 Filialen, 1 Onlineshop
- rund 1200 Mitarbeiter
- jährlich rund 13 Mio. Besucher in den Märkten, 22 Mio. Besucher online

„Als ich DeltaMaster zum ersten Mal gesehen habe, war das Science-Fiction für mich“, erinnert sich Harald Huber an seine erste Begegnung mit der Business-Intelligence-Software. Heute ist DeltaMaster täglich ganz real im Einsatz – als unverzichtbares Arbeitsmittel für die Mitarbeiter in den Fachabteilungen.

BI-Lösung für lokale Analyseanforderungen

Huber, Head of Accounting and Controlling bei Media Markt Management AG, Schweiz, stand 2011 vor der Herausforderung, Daten aus dem neu eröffneten Onlineshop zu analysieren: „Im Konzern wird bei uns ein zentral geführtes Management-Informationssystem auf Basis von SAP BW genutzt. Unser Onlineshop hingegen wird dezentral bei uns in der Schweiz geführt. Ich hatte keine Möglichkeit, die Onlineshop-Daten in das MIS zu integrieren. Um lokale Analyseanforderungen abzubilden und zur Planung haben wir bis dato eine multidimensionale Datenbank genutzt, in die wir Daten aus SAP BW übernommen haben. Allerdings war diese Lösung technologisch veraltet und insbesondere vor dem Hintergrund der zu erwartenden großen Datenmenge aus dem Onlineshop ungeeignet. SAP schied ebenfalls aus, hier hätte zwar die Leistungsfähigkeit gepasst, jedoch ist SAP in der Anwendung zu komplex für uns. Wir haben uns daher für den lokalen Einsatz einer Business-Intelligence-Software entschieden.“

Kriterienkatalog

Besonders wichtig waren Huber die folgenden Kriterien: die Offenheit des Systems, um zukünftige Bedürfnisse problemlos um-

setzen zu können, klare Standards bei der Berichterstellung, eine möglichst einfache Bedienbarkeit, die Automatisierung auch komplexer Berichtsanforderungen bei Erstellung und Versand sowie eine kurze Implementierungsphase. Zudem legte er Wert auf eine moderne Berichtsgestaltung mit eindeutigen Signalen. Bereits vor einigen



Jahren war Huber auf DeltaMaster aufmerksam geworden. „Als mir damals ein Kollege den Hyperbrowser von DeltaMaster zeigte, war das für mich wie Science-Fiction. Real begeistert haben mich die Analysemöglichkeiten und die Transparenz, kein Schnickschnack. Deshalb habe ich für die aktuelle Herausforderung bei Media Markt direkt an diese Software gedacht.“

BI-Anwendungen für 90 Mitarbeiter

Binnen vier Wochen stand ein erster produktiv nutzbarer Prototyp zur Verfügung. Inzwischen werden rund 500 Millionen Datensätze zu monatlich rund 50000 Bestandsartikeln über eine Zeitspanne von drei Geschäftsjahren in DeltaMaster verarbeitet und auf tagesaktueller Basis bereitgestellt. Der Webshop ist direkt per Schnittstelle angebunden. Hinzu kommen Flat Files (CSV

„DeltaMaster ist ein phänomenales Analysewerkzeug!“

Harald Huber, Head of Accounting and Controlling

und TXT), die teils automatisiert aus SAP und teils manuell eingelesen werden, sowie direkte Eingaben, etwa für die Planung.

Realisiert wurde das Projekt in Zusammenarbeit mit der PIT Informationssysteme AG, einem Schweizer IT-Lösungsanbieter und Certified DeltaMaster Passionate Partner. Huber beschreibt PIT als sehr professionell, sehr zuvorkommend und „geerdet“. „Wir sind schnell zu pragmatischen Lösungen gekommen und haben ein sehr gutes Arbeitsverhältnis. Dazu trägt sicher auch die hohe Beständigkeit bei den Ansprechpartnern bei: Seit 2011 arbeiten wir mit der gleichen Mannschaft zusammen. Und seit 2011 ist die Zusammenarbeit eine Erfolgsgeschichte.“

50 Einkäufer, die Geschäftsführer der 28 Filialen sowie sieben Bereichsleiter nutzen diverse DeltaMaster-Anwendungen in den Bereichen Onlineshop, Service, Versicherung, Shopping-Card, Einkauf (Einkaufspreis-, Zeitreihen-, Durchschnittspreis- und Margenanalysen), Vertrieb (Abverkaufszahlen und -margen), Finanzen, HR, Hochrechnung und Budgetierung.

Browsen, zoomen, navigieren – per Selfservice

Einen großen Mehrwert sieht Huber in der Möglichkeit, den Kollegen im Einkauf und Verkauf sowie den Geschäftsführern Analysen im Selfservice-Verfahren zu ermöglichen. Die Fachabteilungen bekommen ein Grundraster mit Informationen, die für ihr Tagesgeschäft wichtig sind – etwa der Umsatz, die Abteilungssituation und eine Zeitspanne. Aus diesem Raster können sie entsprechend ihren Informationsbedürfnissen analysieren. „In ihrem abgesteckten Feld

können die Mitarbeiter auswerten, was und wann sie wollen. Dabei haben sie die Möglichkeit, von einem Befund aus in mehrere Richtungen zu navigieren – und auch wieder zurück. Das geht so einfach, dass sie auch etwa in einer Gesprächsrunde mit der Landesleitung oder mit dem Lieferanten oder Hersteller darauf zurückgreifen“, erläutert Huber. „Zudem ist durch die glasklare Darstellung mit Grafischen Tabellen sichergestellt, dass die Mitarbeiter die Zahlen auf einen Blick erfassen und verstehen.“

Einkaufspreis und Marge immer im Blick

Einen Schwerpunkt bildet der Einkauf. „Die Kollegen bei uns im Einkauf haben viele verschiedene Aufgaben“, sagt Huber. „Diese reichen von Verhandlungen mit Lieferanten über die Angebotsgestaltung und die Platzierung in den Märkten bis hin zur Gestaltung zusätzlicher Verkaufsförderungsmaßnahmen. Dabei ist es wichtig, dass die Mitarbeiter den Blick für das Wesentliche behalten: nämlich Einkaufspreis und Marge. Um das Verständnis für diesen Aspekt zu fördern, haben wir Wareneinkaufsberichte zusammengestellt, die es den Mitarbeitern besonders in den einzelnen Kategorien ermöglichen, schnell vom Großen ins Kleine zu gehen und Problemzonen zu identifizieren sowie allgemeine Entwicklungen anzuschauen. Jetzt ist sofort sichtbar, welcher der 16 Millionen Artikel, die pro Jahr verkauft werden, die beste Marge, den höchsten Umsatz oder Gewinn gebracht oder am meisten Kosten verursacht hat. Daraus ergeben sich wichtige Informationen für den Einkauf, speziell hinsichtlich der Einkaufspreisfindung. Mit DeltaMaster sind wir schneller besser informiert, um zeitnah erfolgsversprechende Entscheidungen fällen zu können.“

DeltaMaster: Software für Analyse, Planung und Reporting

Effiziente Berichte mit Grafischen Tabellen

Automatisierte Abweichungsanalysen

Unterstützung aller gängigen Datenbanken

Berichtsverteilung u. a. per Web, auf Tablets oder als PDF

Patentiert und preisgekrönt

Spitzenplätze in der Anwenderbefragung „The BI Survey“

Ein Werkzeug für alle Anwender, vom Berichtsempfänger bis zum Power-User

Business Intelligence mit DeltaMaster: Sehen, verstehen, handeln

Weitere Informationen:

PIT Informationssysteme AG
Zelgliackerstrasse 4
5210 Windisch
Schweiz
T +41 56 460 87 87
info@pitag.ch
www.pitag.ch

Bissantz & Company GmbH
Nordring 98
90409 Nürnberg
T +49 911 935536 - 0
service@bissantz.de
www.bissantz.de

