

## RETAIL: QVC DEUTSCHLAND



“MIT MICROSTRATEGY HABEN WIR EIN ZENTRALES SYSTEM EINGEFÜHRT, DURCH DAS WIR SCHNELLER AUF DEN MARKT REAGIEREN UND DIE PROFITABILITÄT STEIGERN KÖNNEN.”

– GÜNTER DÖGE, SENIOR MANAGER BI & DATA SECURITY QVC DEUTSCHLAND

### STATS:

DATENBANK: ORACLE 10

GRÖSSE: AKTUELL 1 TB

BENUTZER: 44 POWERUSER, 250 WEBANWENDER

VERTEILUNG: WEB, DESKTOP

### ANWENDUNGEN:

UMSATZANALYSEN, MARKETING ANALYSEN, EINKAUF, CONTROLLING, VENDOR WEB

## MIT MICROSTRATEGY ZU EINEM SCHNELLEREN BUSINESS

Das Teleshopping-Unternehmen QVC Deutschland bedient in den Segmenten Home, Schmuck, Lifestyle, Beauty und Mode über 6,2 Millionen Kunden mit rund 18.000 Artikeln. Im Jahr 2010 wurden insgesamt 15,5 Millionen Pakete verschickt – durchschnittlich 44.000 pro Tag. Rund um die Uhr stehen die Waren im 24 Stunden-Live-Fernsehbetrieb und im Online-Shop zur Verfügung. Die große Produktvielfalt und die hohe Umschlagsgeschwindigkeit stellen entsprechende Ansprüche an die Analyse-Software: Gefragt sind flexible Auswertungsmöglichkeiten, um den unterschiedlichen Anforderungen, angefangen von den Anwendern über die Geschäftsleitung bis hin zu den Lieferanten, gerecht zu werden.

Vor etwa acht Jahren unternahm QVC die ersten Schritte in Sachen Business Intelligence. Anfangs noch rein Excel-basiert, gesellten sich im Laufe der Zeit diverse Access-Datenbanken, BI- und Datenbank-Tools verschiedener Hersteller sowie einige selbstentwickelte Lösungen hinzu.

Mit der Erstellung einer typischen Anfrage, beispielsweise wie oft ein bestimmter Artikel verkauft wurde, war das BI-Team damals mindestens zwei bis drei Tage beschäftigt.



### Hin zum Datawarehouse 2.0

Der Wunsch nach einer Vereinfachung der Reporterstellung stieg mit der Zunahme spezifischer Abfragen. QVC Deutschland machte sich schließlich 2009 unter dem Projektnamen „Datawarehouse 2.0“ daran, eine einheitliche BI-Basis zu etablieren.

MicroStrategy wurde zunächst parallel zur vorhandenen BI-Landschaft implementiert. „Das war im Nachhinein eine gute Entscheidung,“ meint Günter Döge im Rückblick. „Da wir kein zentrales System und damit auch keine zentralen Metadaten hatten, konnten wir MicroStrategy

aus technischer Sicht nach und nach mit den relevanten Informationen aus den unterschiedlichen Quellen bedienen.“ Das BI-Team kannte die Grundbedürfnisse der Anwender aus der bisher achtjährigen BI-Historie. Günter Döge dazu: „Unser Vorgehen hat größtenteils gut funktioniert. Im folgenden iterativen Prozess haben wir die Reports weiter verbessert und unser Team nach und nach mit neuen Leuten verstärkt.“ Diese Maßnahmen zahlten sich aus: Innerhalb von nur einem halben Jahr waren die ersten Ergebnisse sichtbar.

Aufgrund der Verkaufsstruktur von QVC ist der Aufbau eines Kernreports in der Regel umsatzbezogen. Standardabfragen wie diese können in MicroStrategy im Gegensatz zu früher nun jederzeit erstellt und einfach erweitert werden. In Kombination mit weiteren Kennzahlen lassen sich sehr komplexe Reports aufbauen. Daraus ergibt sich der Vorteil, dass sich mit relativ wenigen Basisreports bereits eine große Bandbreite an Informationen aus der Datenbasis generieren lässt. Dies ist umso wichtiger, da einzelne User in den Bereichen Einkauf, Sendungsplanung, Finance usw. zehn bis 15 Reports pro Tag erstellen.

### Eigene Sichten über flexible Filter

In Deutschland nutzen rund 250 Anwender die BI-Lösung mittels Web-Report. Diese können keine eigenen Reports erstellen, werden aber durch flexible Filter in die Lage versetzt, eigene Sichten zu bauen. Den klassischen Business-Analysten in den Fachabteilungen ist es natürlich möglich, die Reports selber zusammenzustellen und diese ihren Kollegen zur Verfügung zu stellen. Durch die wiederverwendbaren Metadaten werden keine redundanten Informationen oder Cubes erzeugt, lediglich aus den

bestehenden Bausteinen neue Reportdefinitionen erstellt. Das hält auch bei steigender Berichtsmenge das Gesamtsystem schlank und agil. Das darüber hinausgehende Erzeugen von Metriken, Attributen und ETL-Prozessen ist speziell dem acht Köpfe starken BI-Team vorbehalten, über eine zentrale konsolidierte Oberfläche erfolgt der nahtlose Zugriff auf alle wichtigen Informationen. Die Architekten sind somit in der Lage, Informationen aus beliebigen Unternehmensdatenquellen in einem einzigen Report oder Dashboard zu präsentieren.



### Wenn aus Zahlen Informationen werden

Neben dem Vorteil der einheitlichen BI-Basis über alle Abteilungen hinweg, kristallisierte sich mit der Einführung noch ein besonders positiver Zusatzeffekt für QVC heraus: Die Nutzer beschäftigen sich im Gegensatz zu früher intensiver mit den Informationen aus dem BI-System. Über einen relativ simplen Drilldown können sie sich beispielsweise andere Sichtweisen erschließen. Viele Anwender setzen sich auch wegen der besseren Visualisierungsmöglichkeiten in MicroStrategy stärker

mit den Informationen auseinander, hinterfragen diese und verstehen sie dadurch besser. Die interne Akzeptanz nach der Einführung war daher insgesamt durchweg positiv. Im Sommer 2010 hatte QVC das große Planziel erreicht: MicroStrategy war als zentrales BI-System eingeführt, alle Anwender entsprechend geschult und die Prozesse etabliert.

### Neue Einsichten für die Lieferanten

Nach der positiven Erfahrung beschloss QVC im Juni 2010, ausgewählten Lieferanten über das QVC-Vendor Web Zugang zu MicroStrategy und damit zu bestimmten externen Berichten zu bieten. Vorher erfuhren die Lieferanten erst nach einem Anruf bei ihrem QVC-Sachbearbeiter, wie gut sich etwa das Tagesangebot verkauft hat. Über das Web-Portal können die Geschäftspartner nun bestimmte Informationen, wie Lagerbestände, Umsatzzahlen usw., bequem und direkt selbst abrufen. Davon profitieren alle: Die Lieferanten kommen schneller an ihre Informationen und die QVC-Sachbearbeiter werden entlastet, da Anfragen dieser Art entfallen.

### Fazit

Insgesamt ist Günter Döge mit dem bisherigen Verlauf der Implementierung von MicroStrategy sehr zufrieden und sieht gelassen den Anforderungen der Zukunft entgegen: „Wir haben nun ein zentrales System, das unter einer Oberfläche vom reinen Report-Anwender angefangen bis zum Analysten alle vereint. Über unser Vendor Web bietet sich für uns die perfekte Lösung, um unsere Lieferanten mit den für sie wichtigen Informationen zu versorgen. Und auch die mittelfristig geplante ‚Mobile Anbindung‘ haben wir mit MicroStrategy als Basis für die Zukunft buchstäblich selber in der Hand.“