

## Brau Union Österreich AG – Erfolg hat einen Namen: Top-Serviceleistungen

Die Brau Union Österreich AG ist nicht nur Bierproduzent und Getränkeliieferant, sondern ein perfekter Dienstleister in der österreichischen Bier- und Getränkebranche. So bietet die Brau Union Österreich AG ihren ca. 35.000 Kunden unter der Marke „progastro“ ein modernes Online-Services-Angebot.



### Das Unternehmen

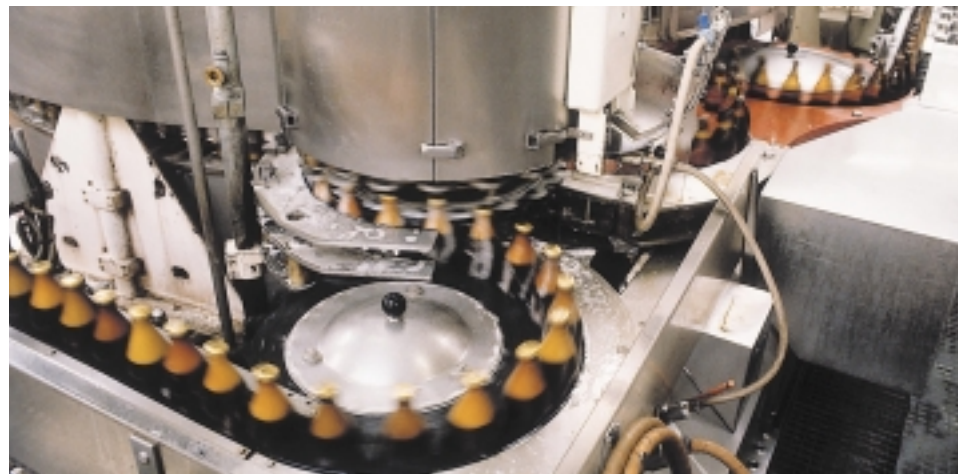
Die Brau Union Österreich AG wurde 1921 als Braubank AG gegründet und ist heute mit einem Marktanteil von 54% eines der erfolgreichsten Unternehmen in Österreich und eines der bedeutendsten Brauunternehmen in Zentraleuropa. Seit 2003 ist die Brau Union Österreich AG im Verbund der Brau Union AG mit all ihren zentraleuropäischen Aktivitäten in die Heineken-Gruppe integriert. 2003 erzielte die Brau Union Österreich AG mit 2.237 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von rund 593 Mio. Euro.

### Die Situation

2002 entschied sich die Brau Union Österreich AG ihr altes Host-System (IBM S/390) durch einen IBM iSeries Rechner zu ersetzen. Dies bedeutete eine völlige Neukonzeption der gesamten Softwarelandschaft. Dies betraf u.a. das Verkaufstatistik-System, das eine Eigenentwicklung der IT-Abteilung der Brau Union Österreich AG war. Das Ziel war, die operative Berichtsgestaltung, die beim Host-System noch von der IT-Abteilung operativ durchgeführt wurde, den Fachabteilungen zu ermöglichen. Um die nun freien Ressourcen der IT-Abteilung in weiterführende Projekte – statt in eine aufwendige Desktop-Wartung – investieren zu können, war ein System erforderlich, das keine Installationen auf den User Desktops verlangte.

### Die Herausforderungen

Einen sehr engen Zeitplan von maximal 15 Monaten – von der Fertigstellung des Pflichtenheftes im Dezember 2002 bis zum Produktivstart des neuen Systems am 1. April 2004 – einzuhalten, war die Herausforderung schlechthin. Ferner galt, dass das Neu-System zumindest den gleichen Funktionsumfang und eine ebenso hervorragende Performance wie das Vorgängersystem – jedoch unter Verwendung der neuesten Technologie – bieten sollte. Die Informationen zu ca. 1.500 Produkten und Dienstleistungen sowie zu ca. 125.000 Kundenstammdatensätze zu bestehenden und ehemaligen Kunden sollten in Analysen und Berichten schnell und einfach für die Fachabteilungen verfügbar sein. Ein



weiteres Kriterium war, die Datenanalysen auf Tagesbasis für 2 Jahre, auf Monatsbasis für 27 Monate und auf Jahresbasis für 13 Jahre – und damit Analysen mit einem aktuellen Datenvolumen von ca. 65 Mio. Datensätzen bei jährlich steigendem Volumen – zu gewährleisten. Das neue System sollte also nicht nur die aktuellen Erfordernisse abdecken, sondern sich flexibel mit dem Unternehmen mitentwickeln, ohne in der Performance nachzulassen. „Die besonderen Anforderungen an das neue Verkaufstatistik-System – also die letztendlich die für die Projektrealisierung kritischen Erfolgsfaktoren – bestanden jedoch in der dynamischen Benennung der Kennzahlen sowie den Gesamtberichten, die – durch deren Erstellung in den Fachabteilungen – mit den MS-Office-Standardprodukten bearbeitbar sowie auf den lokalen Druckern in lesbarer Form druckbar sein mussten“, erklärt Projektleiter Mag. Reinhard Reisinger.

### Die Lösung

Die Lösung der Brau Union Österreich konnte – unter der zeitlichen Prämisse – nur im Einsatz eines Standardproduktes liegen. Im Januar 2003 entschied sich die Brau Union Österreich AG im Rahmen eines umfangreichen Auswahlverfahrens anhand von zahlreichen Testaufgaben, die insgesamt vier Softwareanbietern gestellt wurden, für die MicroStrategy 7i Plattform als Basis Plattform für das neue Verkaufstatistik-System. „Die entscheidenden Kriterien, die für MicroStrategy sprachen, lagen vor allem in der Funktionalität und der Flexibilität des Baustein-Prinzips der MicroStrategy 7i Plattform“, kommentiert Josef Breuer, Leiter Organisation-Systementwicklung rückblickend die Entscheidung. „Darüber hinaus hat der Kunden-Service für die Brau Union

Österreich AG eine enorme Bedeutung, deshalb schauen wir bei den Serviceleistungen unseren Lieferanten ebenfalls ganz genau hin, und die MicroStrategy Consulting-Leistungen waren einfach überzeugend“, so Herr Breuer weiter. „Alles in allem haben wir uns für die Lösung mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis entschieden“, fasst Josef Breuer die Entscheidung vom Januar 2003 zusammen.

Im Mai 2003 wurde dann bereits die erste Phase der zweimonatigen Datenmodellierung beendet und den Fachabteilungen konnten die ersten Berichte präsentiert werden. Ab September 2003 wurden nach und nach die ersten 250 Mitarbeiter in den Fachabteilungen auf die MicroStrategy 7i Plattform geschult, so dass im Dezember 2003 der Parallelbetrieb des neuen und des alten Systems startete. Am 1. Februar 2004 war Produktivstart der „Tagesstatistik“ und am 1. April 2004 erfolgte der Produktivstart der „Monatsstatistik“ – dem Herzstück der Verkaufstatistik – bei gleichzeitigem Abschalten des Host-Systems. Seither nutzen rund 325 Mitarbeiter als „Interpreter“ in den Abteilungen Verkauf, Marketing, Controlling/Finance und Kundenservice die Analysen und Berichte des Verkaufstatistik-Systems mit Hilfe des MicroStrategy 7i Web Reporter. Außerdem können 35 „Info-Manager“ in den Fachabteilungen, nicht nur die bestehenden Standard-Analysen und -Berichte abfragen, sondern neue, individuelle Analysen und Berichte mittels MicroStrategy 7i Web Professional erstellen. „Auf Basis der MicroStrategy 7i Plattform bringen 200 Kennzahlen und 140 vordefinierte Standard- sowie 20 dynamische Online-Analyse-Berichte den Fachabteilungen neue Erkenntnisse. Darüber hinaus können die Info-Manager der

Fachabteilungen Antworten auf spezielle Fragestellungen online – durch wahlfreie Clusteranalysen – herausfiltern“, so schildert Herr Reisinger den Zusatznutzen der neuen Analyse- und Reporting-Plattform. Daneben gibt es 1.500 Berichts-Abonnements der Standardberichte. Diese werden vollautomatisch ohne Benutzereingriffe, über Nacht oder am Wochenende erstellt und via Web in elektronischer Form sowie ca. 130 Mitarbeitern ohne PC in gedruckter Version (per vollautomatisierten Zentraldruck der IT-Abteilung) zur Verfügung gestellt. Die Rohdaten erhält das Verkaufstatistik-System auf Basis der MicroStrategy 7i Plattform aus unterschiedlichen Datenquellen. Interne Quelle ist u. a. das ERP-System. Externe Daten sind Marktforschungsergebnisse oder beispielsweise „Point of Sales“-Daten“, die u. a. der Rewe-Konzern zur Verfügung stellt. So werden mit dem Verkaufstatistik-System nicht nur Daten der Absatzplanung ausgewertet, sondern auch Kundenstruktur-, Produktpotenzial- oder Trendanalysen durchgeführt. Damit hat die Brau Union Österreich AG einen transparenten Blick auf den österreichischen Getränkemarkt, dem von heute und von morgen. Darüber hinaus werden diese Informationen nicht nur im eigenen Hause genutzt, sondern auch den Verkaufs- und Vertriebspartnern der Brau Union Österreich AG als Serviceleistung zur Verfügung gestellt, um sich proaktiv den neuesten Trends stellen zu können. Des Weiteren analysiert die Brau Union Österreich AG mit dem Verkaufstatistik-System die Vertragsdaten ihrer Verträge mit den Gaststättenpächtern sowie die Sortimentslistung im organisierten Lebensmittelhandel. Als nächstes plant die Brau Union Österreich AG, den Bereich Logistik mit rund 70 Usern ans Verkaufstatistik-System anzubinden sowie die Monatsstatistik um die Produktarten „Werbemittel, Dienstleistungen und Transportleistungen“ (ca. 17 Mio. Datensätze) zu erweitern.

### Der Nutzen

Ursprünglich stand lediglich die bestmögliche Ablösung des Host-Systems im Vordergrund. Im Verlauf der Realisierung des neuen Systems auf Basis der MicroStrategy 7i Plattform wurde u.a. Folgendes deutlich:

- Zeitgewinn durch die Verlagerung der operativen Analyse & Berichterstellung in die Fachabteilungen
- Unabhängigkeit der Fachabteilungen von den Ressourcen der IT-Abteilung
- Neue Erkenntnisse für die strategische Unternehmensplanung aufgrund qualitativ besserer Kennzahlen