



Hamburger Großhändler für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik setzt auf IBM Cognos Business Analytics



Mit der Cognos-Datenbank verknüpft das Familienunternehmen Peter Jensen sein CRM-System mit der Warenwirtschaft und erstellt rund 50 detaillierte Umsatz- und Verkaufsberichte. Durch die genauere Datenauswertung konnten Kosten durch Warenrücksendungen deutlich verringert werden. Die Wirtschaftlichkeit eines jeden Kunden lässt sich mit dem Programm ermitteln. Künftig soll auch der Einkauf mit der Software optimiert werden.

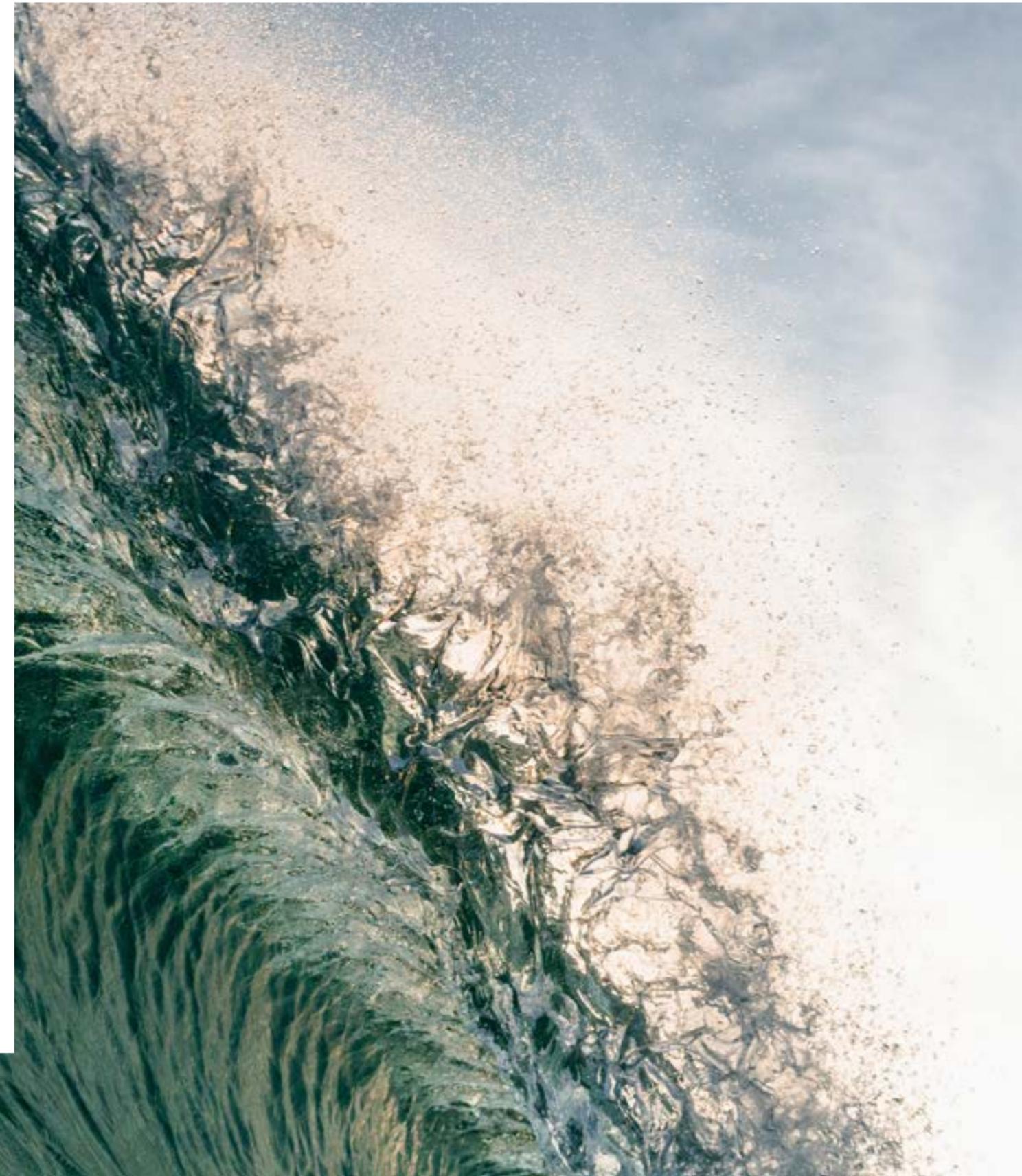
Als die Hamburger Firma Peter Jensen vor der Einführung eines neuen Customer-Relationship-Systems (CRM) stand, stellte das Unternehmen seine bisherigen Anforderungen an die Software auf den Prüfstand. **„Wir wollten künftig flexibler sein und schneller an aussagefähige Daten kommen“**, sagt Bernhard Tackmann, Geschäftsführer von Peter Jensen. Der Großhändler für das Sanitär- und Haustechnikgeschäft beliefert regelmäßig rund 3.500 Handwerker zwischen Hannover, Sylt, Magdeburg und Stralsund. Ungefähr 50.000 Artikel von der Armatur bis zur Wärmepumpe hält das Unternehmen in seinen beiden Logistikzentren in Hamburg und Salzwedel vor. 75 LKW liefern die Waren direkt zu den Kunden auf die Baustelle. Die rund 800 Peter Jensen-Mitarbeiter arbeiten im Drei-Schicht-Betrieb.

Angesichts eines sich rasch wandelnden Wirtschaftsumfelds scheute das Führungsteam von Peter Jensen davor zurück, abermals ein starres CRM-System programmieren zu lassen. Das Team wünschte sich vielmehr eine Software, die schnell und flexibel Antworten auch auf bislang noch nicht definierte Fragestellungen geben könnte, ohne dass dafür jedes Mal neue Funktionen programmiert werden müssten.

Die valantic Business Analytics GmbH empfahl dem Familienunternehmen die Einführung einer Datenbanklösung zusätzlich zum neuen CRM-System. Mit der Datenbank können Informationen nicht nur aus dem CRM-, sondern auch aus dem Warenwirtschaftssystem miteinander verknüpft und ausgewertet werden.

Cognos: Offenes, kompatibles System mit hoher Nutzerzufriedenheit

Die Wahl fiel auf IBM Cognos Business Analytics. Für die Software sprachen gleich mehrere Gründe, wie Geschäftsführer Tackmann erläutert: **„Neben dem großen Bekanntheitsgrad und der hohen Anwenderzahl war auch die Kompatibilität mit dem neu eingeführten CRM-System ausschlaggebend. Hauptargument war aber, dass Cognos ein komplett offenes System ist“**, sagt Tackmann. **„Damit sind wir keinen Begrenzungen unterlegen.“**





Die besseren Auswertungsmöglichkeiten durch die neue Datenbank überzeugen auch Alexander Bolsch, Leiter Controlling von Peter Jensen. **„Wir wollten stärker dreidimensionale Analysen durchführen“**, sagt er. Denn mit dem eingesetzten Warenwirtschaftssystem allein könnten nur wenige Parameter für eine Auswertung verknüpft werden. Zudem habe jede Analyse immer sehr viel Handarbeit bedeutet.

So habe er im alten System zwar den Umsatz eines bestimmten Verkäufers sehen können und welche Kunden dieser betreut, doch wie viel Umsatz ein bestimmter Verkäufer mit einem bestimmten Kunden erzielt, ließ sich nicht abbilden.

Ganz anders sieht die Datenlage nun seit Einführung des Programms Cognos aus, das für seine Datencontainer sowohl Informationen aus dem Warenwirtschafts- als auch aus dem CRM-System erhält. **„Jetzt kann ich zum Beispiel sehen, wie viel Umsatz ein Verkäufer mit welchem Kunden und welchem Sortiment zu welcher Jahreszeit macht“**, sagt der Abteilungsleiter Controlling.

Seit zwei Jahren hat die Firma Peter Jensen die Software Cognos fest im Einsatz. Gut 50 Standardberichte mit Vertriebs- und Einkaufszahlen zu den aktuell 30 Standorten werden damit jede Nacht, wöchentlich, monatlich oder halbjährlich erstellt. Viel, viel mehr wäre noch möglich.



Schnellere und ausführlichere Berichtserstellung

In der Vergangenheit sei mit den Standardauswertungen erst am dritten oder vierten Arbeitstag des neuen Monats manuell oder halbmanuell mit Excel begonnen worden, sagt Tackmann. Heute sind diese Berichte in Cognos angelegt. **„Im Prinzip warten wir nur auf den Monatsabschluss und haben sofort die Auswertungen vorliegen“**, sagt Tackmann. **„Das ist ein deutlicher Informationsvorsprung gegenüber früher, weil ich so viel schneller bin.“**

Niedrigere Personalkosten bei der Berichterstellung

Durch die neue, automatisierte Erstellung würden auch Kosten gespart, denn für die Berichterstellung seien weniger Mitarbeiter nötig, sagt Bolsch. **„Selbst die schwierigsten Dinge sind quasi auf Knopfdruck zu beantworten.“** Erst vor Kurzem habe ein Lagerleiter Bolsch gefragt, ob von einem bestimmten Artikel nicht zu wenig vorrätig sei. Mit Cognos konnte er ihm nach zwei Minuten eine qualifizierte Antwort geben. **„Mit der alten Software wäre das nicht möglich gewesen“**, sagt Bolsch.



Anpassung der Datenbanken dauerte 1 Jahr

Doch bis es so weit war, musste so manche Hürde genommen werden. Zwei Tage lang hatten valantic-Mitarbeiter einen Analyseworkshop bei Peter Jensen durchgeführt und dann zwei weitere Tage das System implementiert. Doch es dauerte, bis die Datenbank mit dem Warenwirtschafts- und dem CRM-System richtig verknüpft war. **„Die Datenqualität war am Anfang sehr schwierig“**, sagt Bolsch. Es sei nicht einfach gewesen, die Daten aus der Warenwirtschaft in Cognos **„richtig ankommen zu lassen“**, sagt der Controllingleiter. So hätten Daten gefehlt oder seien falsch zugeordnet worden. Bis es richtig lief, verging fast ein Jahr. Knackpunkt war beispielsweise, dass die einzelnen Software-Programme oft mit unterschiedlichen Zeitpunktbetrachtungen arbeiten. Während Cognos taggenau ist, gibt es allein in der Warenwirtschaft sieben Datumsfelder für einen Kundenvorgang. **„Es hat etwas gedauert, bis wir uns auf ein Datumsfeld ‚committed‘ hatten“**, sagt Tackmann.

Während der „heißen Phase“ der Cognos-Einführung habe sich das Team quasi täglich mit valantic ausgetauscht. Bolsch hatte mit Ingo Schümann einen direkten Ansprechpartner, der auch schon einmal um sieben Uhr morgens über die Daten schaute.





Räumliche Nähe zahlt sich bei Schulungen und Beratung aus

Die räumliche Nähe – der Firmensitz von Peter Jensen liegt rund 800 Meter vom valantic-Büro entfernt – hat sich auch in digitalen Zeiten bewährt. **„Es ist schön zu wissen, dass die Ansprechpartner um die Ecke sitzen“**, sagt Bolsch. Auch die Mitarbeiterschulungen konnten so sehr unkompliziert und einfach organisiert werden. Die Mitarbeiter des Mittelständlers hätten die Software-Einführung neben dem Kerngeschäft „mitgemacht“, sagt Tackmann. Zwei Jahre brutto dauerte die Systemumstellung.

Mitarbeiter stellen ihre Auswertungswünsche in neues IT-Portal

Die Einführung von Cognos hat auch auf organisatorischer Ebene Veränderungen mit sich gebracht. Das Arbeiten mit den neuen Möglichkeiten stellt auch andere Anforderungen an den Menschen. **„Wir haben den Nutzerkreis am Anfang klein gehalten, um nicht einen dramatischen Anstieg an Auswertungen zu haben“**, sagt Tackmann. Damit sollte überflüssige Mehrarbeit eingegrenzt werden. Aus diesem Grund wurde auch ein zentrales IT-Portal eingerichtet. Dort werden Auswertungswünsche formuliert. Dann kann die Controllingabteilung prüfen, ob diese Fragen nicht schon durch einen existierenden Bericht abgedeckt werden.

A photograph of a woman with long dark hair, seen from the back, sitting at a desk and working on a laptop. The laptop screen shows a website with the URL "art.hiprodukt.de".

8 Power-User von 800 Beschäftigten nutzen Cognos

Zudem wurde ein richtiges Controlling-Team gebildet, das mit den Auswertungen arbeiten soll, beispielsweise im Vertrieb. Dadurch habe Bolsch feste Ansprechpartner in den verschiedenen Abteilungen, die mit den Zahlen der Datenbank arbeiten. **„Im Endeffekt ist es eine rote oder eine schwarze Zahl, die im Bericht steht, auf deren Basis dann eine Handlungsempfehlung abgegeben wird“**, sagt Bolsch. Deswegen sollten die Auswertungen einen bestimmten Rahmen nicht überschreiten. **„Man kann sich auch totalysieren“**, sagt der Controllingleiter. Acht Power-User nutzen Cognos regelmäßig, zehn sogenannte Autorenlizenzen hat Peter Jensen im Einsatz. **„Das ist auch ausreichend“**, sagt Bolsch.

Mit Cognos soll Einkaufsplanung detaillierter werden

Künftig will das Unternehmen Cognos noch strategischer nutzen und Bestandsanalysen durchführen, um den Einkauf „filigraner planen“ zu können. **„Man hat**

Produkte, die laufen und laufen und laufen, aber eigentlich wird es jedes Jahr ein bisschen weniger“, sagt Tackmann. Deswegen sollen Entwicklungen beim Einkaufsverhalten stärker beobachtet werden.

Kostensparnis bei Retouren nach vier Monaten erzielt

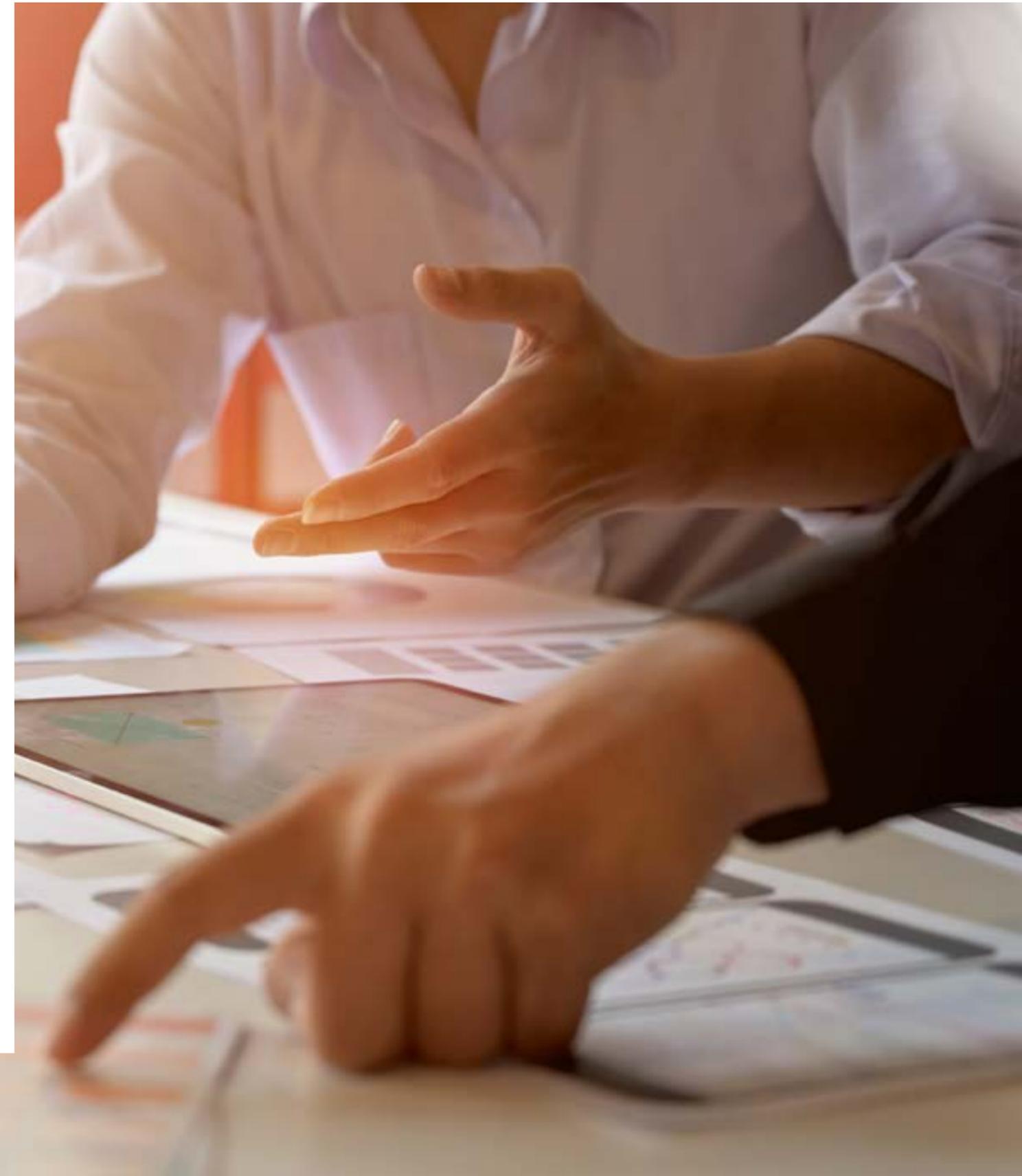
Darunter fallen auch die steigenden Retouren. **„Denn Rückgaben kosten Geld und sind richtige Zeitfresser“**, sagt Bolsch. Geht beispielsweise eine Armatur retour, dann müssen rund 15 Teile von einem Fachmann auf Vollständigkeit und Funktionstüchtigkeit geprüft werden. Das macht eine Rücksendung aufwendiger als eine Aussendung. Bolsch hat eine Dropdown-Liste mit insgesamt zehn Rückgabegründen eingeführt. Bei manchen Kunden entfallen von zehn Rückgaben fünf auf denselben Grund. Eine persönliche Beratung kann in solchen Fällen unnötige Retouren oft vermeiden helfen. **„Die neue Handhabung mit den zehn Rücksendegründen zur Auswahl ist schon ein Quantensprung. Das ist richtig gut“**, sagt Bolsch.

Deckungsbeitragsbringer und Top-Kunden leichter identifizieren

Die Möglichkeiten der Datenanalyse lassen somit auch Rückschlüsse darauf zu, wie wirtschaftlich ein Kunde ist. Künftig soll eine weiterführende Kundenerfolgsrechnung aufgebaut werden, die neben Umsatzzahlen auch die damit verbundenen Prozesse berücksichtigt.

„Mit Cognos können wir unsere Geschäftsziele viel besser definieren“, sagt Tackmann. Denn die wichtigsten Deckungsbeitragsbringer könnten einfach erkannt werden. **„Früher hatten wir Probleme, solche Übersichten in angemessener Weise zu erstellen und die Entwicklung von einzelnen Produkten zu verfolgen“**, sagt er. **„Das alte System war zu intransparent.“**

Bei allen Analysemöglichkeiten, die die neue Datenbank Cognos bietet, ermuntert Bolsch Cognos-Einsteiger zur Mäßigung. **„Am Anfang ist man geneigt, alle Kennzahlen, die man hat, in dieses Programm hinein zu packen – Vertrieb, Einkauf, Logistik.“** Doch sich Stück für Stück in neue Bereiche einzuarbeiten, habe sich für die Firma Peter Jensen bewährt. Zumal sie noch viele Ziele auf der To-do-Liste habe.



Über valantic

valantic Business Analytics GmbH (valantic BA) ist ein Geschäftsbereich der globalen valantic-Gruppe (www.valantic.com) und berät Unternehmen bei der Einführung und Umsetzung von Digitalisierungsstrategien. valantic BA ist Spezialist für Lösungen zur Unternehmenssteuerung, wie Business Analytics, Business Intelligence, Big Data Analytics, Financial Performance Management, Predictive Analytics, Cognitive Analytics, Incentive Compensation Management, Business Process Management, Data Warehousing und Datenintegration.

Seit über zwei Jahrzehnten begleitet das Unternehmen Kunden aus den Bereichen GKV, Handel, Pharma, Produktion, Banken- und Finanzdienstleister uvm. IT- und Fachspezialisten sorgen von mehreren Standorten aus für einen reibungslosen und persönlichen Service.

Die valantic-Gruppe gilt als federführend in der digitalen Transformation und zählt zu den führenden Digital Solutions-, Consulting- und Software-Gesellschaften mit über 1.000 Entwicklern und Beratern weltweit.

Sie wollen mehr erfahren?

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite unter:



www.valantic.com

oder sprechen Sie uns an!



info@ba.valantic.com



+49 40 22632480