

# *manage it*

[[ IT - Strategien und Lösungen ]]

## **Migration... aber »sicher« doch**

Voice over IP und die  
Sicherheitsproblematik

## **Minus 15 Prozent**

Strategie für erfolgreiches  
IT-Management

Industrielle Revolution  
in der Softwareentwicklung

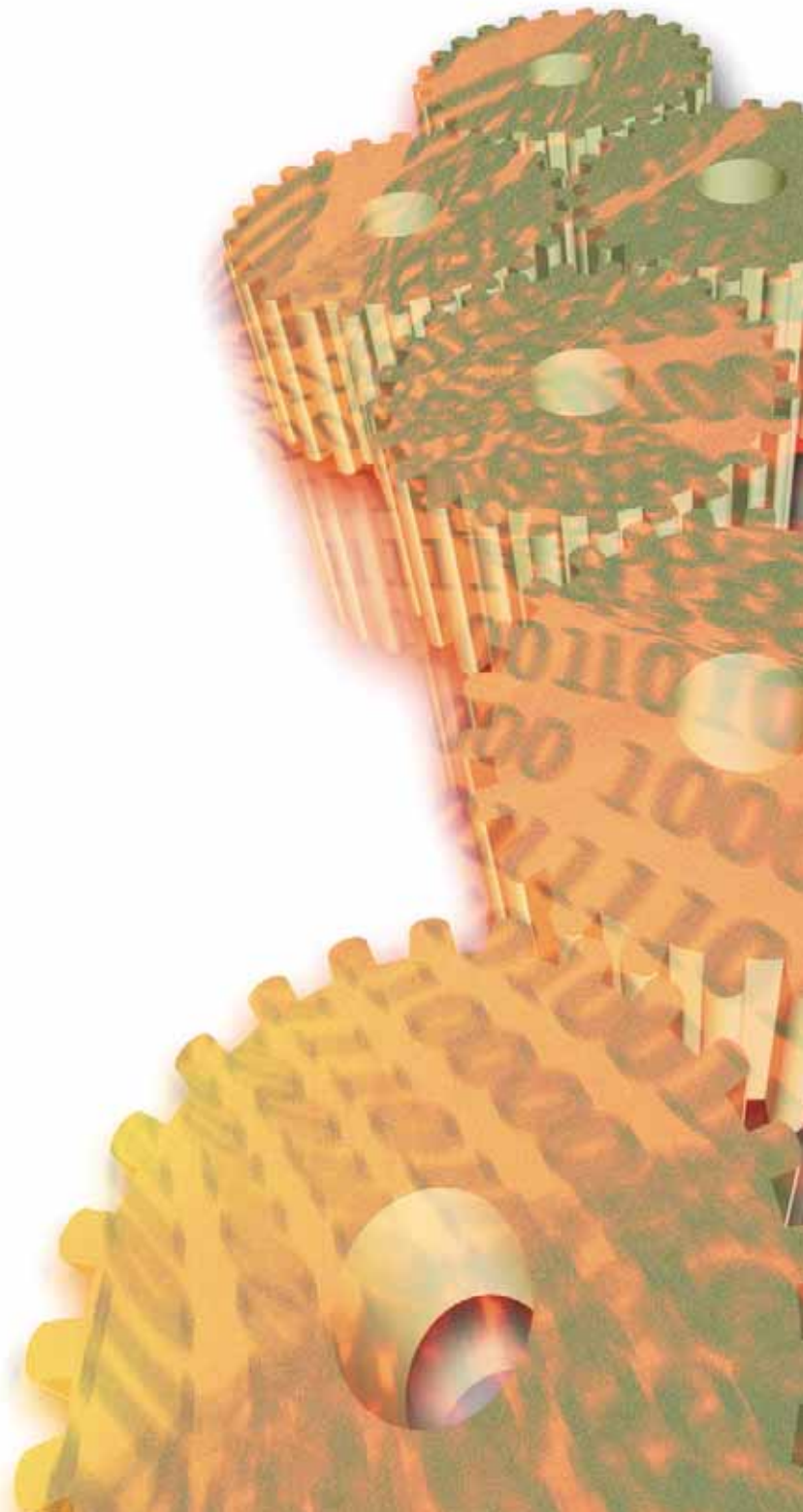
# SOA

## **Das 3x3 zur Kostensenkung**

IT Governance zur Kontrolle und  
Steuerung des IT-Betriebs

## **Wir sind die Anwender**

Business Performance Management  
sorgt für Informationsdemokratie



## Data-Warehouse-Einführung bei STAGE ENTERTAINMENT

# Transparenz sorgt für Auslastung

Ein zentrales Data Warehouse sorgt bei STAGE ENTERTAINMENT für den Überblick im Vertriebsberichtswesen und beim analytischen CRM. Alle Produktionen und die damit verbundenen Aktionen lassen sich nunmehr im Hinblick auf finanzielle Rahmenbedingungen, Auslastungskennziffern und Zielgruppen analysieren und verbessern.

Die 1998 gegründete STAGE HOLDING-Gruppe mit einem Umsatz von mehr als 450 Millionen Euro begeistert jedes Jahr über 14 Millionen Besucher auf drei Kontinenten. Sie verfügt über mehr als 70 Lizenz- und Eigenproduktionen, die sie auf den Bühnen dieser Welt zur Aufführung bringt und beschäftigt über 4.500 Mitarbeiter. Im April 2000 wurde die deutsche STAGE HOLDING – The Theatre Company in Hamburg gegründet. »Künstlerische Qualität und das sensible Begleiten von kreativen Prozessen stehen für jede Produktion an erster Stelle. Unser Ziel ist es, begeisternde Sprech-, Tanz-, und Musiktheater-Produktionen auf die Bühne zu bringen. Darüber hinaus ist Theater für uns ein Forum für Kunst, Unterhaltung und Begegnung. Mit einem professionellen Vertrieb und innovativem Marketing wecken wir ein breites Interesse für unsere Live-Entertainment-Angebote«, kommentiert Maik Klokow, Geschäftsführer der STAGE ENTERTAINMENT Deutschland.

Im Juli 2003 fiel die Entscheidung zur Einführung eines Data Warehouse. Die Verantwortung übernahm Klaus Oetzel, kaufmännischer Leiter der STAGE HOLDING Vertriebs GmbH, und die Projektleitung wurde Philippe Henry, Leiter Vertriebscontrolling, übertragen. Als externer Partner fiel die Wahl auf die DATA MART Consulting GmbH mit Sitz in Hamburg und Neu-Isenburg aufgrund ihrer langjährigen Erfahrungen in der Konzeption und Implementierung von Business-Intelli-



gence-Systemen mit Data-Warehouse-Technologie. Gemeinsam erstellte das Team ein inhaltliches Pflichtenheft einschließlich eines technologischen Umsetzungskonzepts. Zielsetzung war, alle Produktionen und darauf bezogene Aktionen in Bezug auf monetäre Größen, Auslastungskennziffern und Zielgruppen zu analysieren und daraus geeignete

Instrumente zu entwickeln, um Ergebnisse nachvollziehbar zu verbessern. Auf der Ebene der Technologie fiel die Wahl auf den Anbieter Oracle, da alle für das Projekt benötigten Komponenten, wie Datenbank, ETL-Prozesse, Reporting- und Analysetools sowie Data Mining integriert aus einer Hand geliefert werden konnten.



Klaus Oetzel, kaufmännischer  
Leiter der STAGE HOLDING Vertriebs GmbH

»Zielsetzung war, alle Produktionen und darauf bezogene Aktionen in Bezug auf monetäre Größen, Auslastungskennziffern und Zielgruppen zu analysieren und daraus geeignete Instrumente zu entwickeln, um Ergebnisse nachvollziehbar zu verbessern.«

»Bei einem expandierenden Unternehmen die zukünftigen Anforderungen an Reporting und Analysen bei der Erstellung des Pflichtenheftes mit einzubinden und frühzeitig zwischen Möglichem und Sinnvollem zu unterscheiden, waren die besonderen Anforderungen an die Konzeption des Data Warehouse. Nach einem Jahr Einsatz wissen wir, dass uns das mit der Hilfe eines flexiblen Partners gelungen ist«, kommentiert Oetzel die Ziele und Vorteile des Projekts.

**Vertriebsberichtswesen und analytisches CRM.** Grundlegend gab es zwei Bereiche, in denen sich STAGE ENTERTAINMENT Unterstützung von dem Data Warehouse erhoffte: Vertriebsberichtswesen und analytisches CRM. Für diese beiden Anwendungen waren unterschiedliche Detaillierungsgrade der Daten notwendig und damit einhergehend unterschiedliche Datenmengen, die aus verschiedenen Vorkonzepten beziehungsweise Quellsystemen geladen werden mussten. Daher wurden zunächst alle vorhandenen historischen Daten aus diesen Quellsystemen in das Data Warehouse integriert, das heißt bereinigt und strukturell angepasst.

Der Musicalmarkt kennt mit verschiedensten Buchungskanälen (Theaterkassen, Reisebüros, Online-Ticketshops) diverse Reservierungssysteme. Eine Vielzahl dieser Systeme kommt für die von der STAGE ENTERTAINMENT vertriebenen Ensembles- und Tourproduktionen zum Einsatz, weswegen die Einbindung unterschiedlich strukturierter Buchungsdaten in das Data Warehouse einen zentralen



Projektbestandteil darstellte.

Im Vertriebsberichtswesen werden inzwischen mit den Informationen aus dem Data Warehouse die vielfältigsten Berichte und Auswertungen erstellt. So werden in täglichen Verkaufsberichten beispielsweise pro Produktion Kennzahlen zum Ticketabsatz aufgeschlüsselt nach Buchungssystemen zu

- ▣ noch buchbaren Tickets für Termine, deren Vorverkauf bereits begonnen hat,
- ▣ nicht verkauften Tickets für Termine, die bereits in der Vergangenheit liegen,
- ▣ Gesamtumsatz/Gesamtabsatz
- ▣ sowie eine Summenzeile über alle Produktionen dargestellt.

In Übersichtsformaten werden diese Zahlen auf einen Leistungsmonat ausgeweitet sowie eine Jahres- und Gesamtsumme zur Verfügung gestellt.

Tägliche Auslastungsauswertungen liefern für jede Produktion pro Leistungstermin (Wochentag, Datum, Uhrzeit) unabhängig vom Buchungstag Informationen zum Ticketabsatz, ebenfalls aufgeschlüsselt nach Buchungswegen, Gesamtabsatz und Gesamtumsatz, mittleren Kartenwert, zur Auslastung in Prozent sowie eine Summenzeile zu allen Terminen eines Monats. In der »Auslastungsübersicht« werden diese Zahlen auf einen Monat ausgedehnt.

In einem so genannten »100-Tage-Report« wird der Vorverkaufsverlauf in Bezug auf den Absatz aller Shows in den letzten 100 Tagen vor der Premiere dargestellt. Die Entwicklung vergangener, aktueller und kommender



Philippe Henry,  
Projektleiter

» **Die Berater von DATA MART haben sich in die speziellen Prozesse des Ticketing schnell eingearbeitet** und leistungsfähige Lösungen für alle aufgetretenen Anforderungen gefunden. Bereits Anfang 2004 konnten wir auf der Basis des Data Warehouse erste Auswertungen erstellen. Diese lieferten neue Erkenntnisse, die wir unmittelbar in Aktionen umsetzen konnten. So war es möglich, schnell vielfältige neue Möglichkeiten der Auswertung aufzudecken, die dazu führten, dass der Informationsgehalt des Data Warehouse ständig gewachsen ist und weiter wächst. «

Shows wird damit direkt vergleichbar. Im analytischen CRM sind andere Fragestellungen ausschlaggebend, die durch den Datenbestand des Warehouse beantwortet werden können. Hier geht es etwa darum, wie sich der Umsatz/Absatz im Zeitverlauf differenziert nach Kundengruppe, Produktion und Preiskategorie entwickelt hat oder wie sich der Umsatz/Absatz auf die jeweilige Kundengruppe im Zeitverlauf und auf die jeweilige Produktion bezogen verteilt. Ebenso stehen Antworten zu den Fragen zur Verfügung, wie sich die kundengruppenbezogenen Umsatz-/Absatzdaten auf die einzelnen Regionen im Zeitverlauf differenziert nach Produktionen verhalten, wann welcher Kunde/welche Kundengruppe zum letzten Mal einen Umsatz getätigt hat beziehungsweise in welcher Frequenz und in welcher Höhe dies geschehen ist. Auch die Absatz- und Umsatzverteilung auf die jeweiligen Buchungskanäle im Zeitverlauf differenziert nach Produktion und Kundengruppe beziehungsweise Kunde kann problemlos dargestellt werden.

Auch die Leistungsmessung für Marketingaktionen wird mit den Informationen aus dem Data Warehouse möglich. So kann der Verkaufserfolg einer regionalen Werbeaktion im Vergleich zu nicht beworbenen Gebieten differenziert nach Buchungskanälen, der Verkaufserfolg einer Aktion diffe-



renziert nach Buchungskanälen sowie der Verkaufserfolg einer B2B-Aktion übersichtlich und schnell dargestellt werden. Die Integration einer Softwarelösung zur Adressvalidierung schließlich erhöht die Effizienz aller Direkt-Marketing-Aktivitäten.

»Die Berater von DATA MART haben sich in die speziellen Prozesse des Ticketing schnell eingearbeitet und leistungsfähige Lösungen für alle aufgetretenen Anforderungen gefunden. Bereits Anfang 2004 konnten wir auf der Basis des Data Warehouse erste Auswertungen erstellen. Diese lieferten neue Erkenntnisse, die wir unmittelbar in Aktionen umsetzen konnten. So war es möglich, schnell vielfältige neue Möglichkeiten der Auswertung aufzudecken, die dazu führten, dass der Informationsgehalt des Data Warehouse ständig gewachsen ist und weiter wächst«, resümiert Projektleiter Philippe Henry. ¶

[www.datamart.de](http://www.datamart.de)  
[www.stageholding.de](http://www.stageholding.de)



## Data-Warehouse-Methodik

Der von DATA MART Consulting schon immer gewählte Ansatz des »modularen« Data Warehouses durch »architected« Data Marts ist heute der als einzig richtige anerkannt. Eine aus dieser Erfahrung entwickelte Methodik stellt bei den Kunden die erfolgreiche Realisierung sicher und bewahrt vor den kostspieligen Erfahrungen vieler Unternehmen mit gescheiterten Data-Warehouse-Projekten. Die Methodik für Data Warehousing besteht aus mehreren Modulen, die einzeln, je nach Stand des Data-Warehouse-Projekts, spezifiziert und bestellt werden können. Jedes Modul ist so aufgebaut, dass es unabhängig von den anderen Modulen einen maximalen Nutzen für das Unternehmen darstellt. Somit hat man nach jeder Phase, auch innerhalb der einzelnen Module, die Möglichkeit zu einer »Go/No Go«-Entscheidung, ohne den Nutzen bereits getätigter Investitionen in Frage zu stellen oder zu verlieren.

- ┌ Strategische Beratung zum IT-basierten DSS-Management
- ┌ Konzeptionelle Projektvorbereitung, Scoping Workshops, Erarbeitung von Pflichtenheften
- ┌ Softwareauswahl, Sub-Lizensierung Data-Warehouse-Technologien/Software
- ┌ Projektmanagement
- ┌ Projektrealisierung
- ┌ Schulung und Training
- ┌ Return on Investment Coaching

Die von den Kunden am häufigsten genannten Vorteile der Projektabwicklung nach der Methodik von DATA MART Consulting sind:

- ┌ Schnelle Einführung und Ergebnisse
- ┌ Ergebnis entspricht zu 100 Prozent der Erwartungshaltung
- ┌ Hohe Akzeptanz des Projekts im Unternehmen
- ┌ Projektverantwortung und Sponsorenfrage frühzeitig und eindeutig geklärt
- ┌ Planbare und überschaubare Investitionen

# Einblick Durchblick Ausblick

f ü r d r e i z e h n f ü n f z i g !

[ ] **Ja**, ich bestelle drei Ausgaben » *manage it* « zum Preis von Euro 4,50 pro Ausgabe. Dieses Probeabonnement verlängert sich nicht automatisch.

Schicken Sie diesen Coupon an:

**ap Verlag GmbH  
Postfach 1380  
85554 Ebersberg**

oder faxen Sie die Seite einfach an die Nummer

**+49 8092 87544**

Titel: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Nachname: \_\_\_\_\_

Position: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_