

## Special Innovation

# Rascher, besser, zielsicherer

Telekom Austria setzt auf zeitgemäße Unternehmenssteuerung durch Business Intelligence.

## Ernst Brandstetter

Begriff und Konzept von Business Intelligence (BI) wurden von Gartner Group Anfang der 1990er Jahre geprägt. Im Allgemeinen versteht man darunter einen strategischen, IT-gestützten Prozess, mit dem Daten in Informationen und weiter in Unternehmenswissen verwandelt werden. Heute wird Business Intelligence in der Fachwelt als Oberbegriff für Data Warehousing (DWH), Data Mining (DM) und Online Analytical Processing (OLAP) gesehen.

Business Intelligence zielt auf die systematische Analyse (= Intelligence) des eigenen Unternehmens und ihres kommerziellen Umfeldes durch Einrichtung der erforderlichen IT-Systeme und durch Aufsetzen der entsprechenden, unternehmensweiten Prozesse, erklärt Thomas Kloepfer Head of Controlling Applications, DWH & BI CC bei Telekom Austria. Mit dem Einsatz dieser Systeme würden drei Kernziele angesprochen: Erkenntnisgewinn für bessere operative, taktische und strategische Entscheidungen, analytische Datenbewertung und darauf aufbauend eine Vergrößerung der Wertschöpfung durch Erhöhung der Profitabilität bei gleichzeitiger Risikominimierung.

Telekom Austria hat laut Kloepfer bereits vor zehn Jahren begonnen, eine professionelle Data-Warehouse-Lösung aufzubauen. Befanden sich am Beginn hauptsächlich Umsatz- und Nutzungsanalysen, Tarifsimulationen und weitere Reporting-Agenden im Fokus, so wird DWH heute in vielen Unternehmensbereichen als zentrales Steuerungselement eingesetzt. „DWH bildet die Basis für Busi-

ness Intelligence im Controlling, im Vertrieb, im Marketing, im Customer Service, bei Revenue Assurance und auch in den Bereichen Service and Network Operation and Logistik“, zählt Kloepfer auf.

Im Controlling wird Business Intelligence als integriertes Umsatzplanungs- und Reporting-System für die Vertriebs- und Produkt-Cluster-Steuerung ebenso eingesetzt wie für die Profitabilitätsanalyse oder das integrierte Kosten-Reporting. Der Vertrieb nutzt Business-Intelligence-Systeme für Kundenanalysen, Preisgestaltung und Vertriebsschienenmessung. Das Marketing operiert bei Segmentierung und Kundenwertanalysen mit Business Intelligence, und das Customer Service nutzt Business Intelligence für Prozess- und Performance-Optimierungen (etwa bei Herstellungs- und Entstörprozessen, im Callcenter, bei der Auskunft oder beim Complaint Management). SNO steuert über Business Intelligence die Optimierung der Netzverfügbarkeit und das SLA (Service Level Agreement)-Monitoring, und in der Logistik werden Business-Intelligence-Systeme für die bedarfsgerechte Materialeinsatzplanung herangezogen.

### Breites Einsatzspektrum

Dem Einsatz von Business Intelligence sind bei entsprechender unternehmensweiter Verankerung und im Zusammenspiel mit Data Warehousing kaum Grenzen gesetzt. „Heute wird Business Intelligence von vielen Unternehmen gerade bei umsatzrelevanten Unternehmensaktivitäten wie dem Vertrieb, bei Service-Level-Differenzierung zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Ver-

besserung der Kundenbindung oder bei der marktgerechten Produktentwicklung herangezogen. Am Ende geht es aber immer um Effizienzsteigerung und raschere, bessere Entscheidungen. Anders ausgedrückt ermöglicht Business Intelligence bessere Produkte, höhere Profitabilität und schnelleren Zugang zu den Kundenzielgruppen“, betont Kloepfer.

### Umfassende Aufgabe

An Business Intelligence führt laut Kloepfer kein Weg vorbei, auch wenn die Umsetzung dauert: „Oftmals haben sich Business-Intelligence-Systeme deshalb nicht voll durch-

gesetzt, weil branchenweit der konzertierte Unternehmenswille, Business Intelligence als umfassende E2E-Aufgabe quer durch das gesamte Unternehmen zu etablieren und mit der Unternehmensstrategie zu verschränken, zu gering ausgeprägt ist.“ Business Intelligence erfordert genau dieses Commitment vorweg, bevor die Umsetzung im Detail erfolgen könne. Wichtige Voraussetzungen für erfolgreichen Business-Intelligence-Einsatz sind laut Kloepfer saubere, zentrale Datenbanken (DWH) sowie die bedarfs- und zielgerichtete Entwicklung von Lösungen und Flexibilität in der Umsetzung. „Te-

lekom Austria rüstet sich für die Zukunft von Business Intelligence durch den Aufbau einer umfassenden DWH-Infrastruktur, durch integrierte Prozesse, durch ein unternehmensweit abgestimmtes Vorgehen, durch Weiterentwicklung von Business-Intelligence-Know-how und -Ressourcen, durch Standardisierung der IT-Infrastruktur und durch Entwicklung einer Business-Intelligence-Roadmap sowie durch Planung und Aufbau eines Business-Intelligence Competence-Centers“, erklärt Kloepfer. Schon jetzt werden diese Systeme von mehr als 1500 Mitarbeitern genutzt.

[www.telekom.at](http://www.telekom.at)



Business Intelligence verbindet alle Prozesse, ermöglicht bessere Kommunikation mit den Kunden und weist den Weg in die unternehmerische Zukunft. Foto: Bilderbox.com

BMW_F <sup>a</sup>	BWA BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT	bm vrt	Alcatel-Lucent	APA	CISCO	IBM	IDS SCHEER Business Process Excellence	
kapsch >>> always one step ahead	KONICA MINOLTA	PayLife	eQENTA payment solutions	XR KAUFREISE PRODUKTION	SER	TELEKOM AUSTRIA	T-Systems	
xerox	aws aws-fonds	CHRISTIAN DOPPEL SCHNITTUNGSGESELLSCHAFT	cemit Center of Excellence in Medicine and IT	cure center for usability research & engineering	ECB E-COMMERCE COMPETENCE CENTER	plus eco	evolaris eBusiness Competence Center	
FIT-IT	GMI GREGOR MENDEL INSTITUTE	IMBA Institute of Molecular Biotechnology and Applied Biotechnology	KERP Kompetenzzentrum Elektronik & Umwelt	N NÖ NÖS NÖS	OAW Österreichische Akademie der Wissenschaften	PROFACTOR	RIZ Die Gründer-Agentur für Niederösterreich	
smart systems from Science to Solutions	softwarepark hagenberg business research education	tec net capital	trans(IT) entwicklungs- und transfercenter universität innsbruck	VTC	ZIT ZENTRUM FÜR INNOVATION UND TECHNOLOGIE Die Technologieagentur der Stadt Wien.	cmk.	derStandard.at DER STANDARD	economy Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft

Das Special Innovation wird von der Plattform [economyaustria](http://economyaustria) finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei [economy](http://economy). Redaktion: Ernst Brandstetter