



SAS® IM EINSATZ BEI DER REWE TOURISTIK

Übergreifende Steuerung und analytische Planung



Florian Dirnberger
Director Commercial Industries
SAS Deutschland

Gemeinsam auf einer erfolgreichen Reise

Die Deutschen sind nach wie vor Urlaubsweltmeister. Deutsche Handtücher finden sich auf Pool-Liegen in aller Herren Länder. Gleichzeitig gehört der Tourismusmarkt hierzulande zu den besonders hart umkämpften und dynamischen Segmenten. Die Kunden sind ausgesprochen qualitäts- und preisbewusst. Veranstalter müssen vorausschauend erkennen, welche Reiseziele im Kommen sind und welche in der Gunst der Kunden sinken. Sie müssen den künftigen Bedarf genau abschätzen, um weder zu wenig noch zu viel Kapazitäten im Portfolio zu haben. Auf Gefahrenlagen in Urlaubsregionen müssen sie ebenso reagieren können wie auf Vulkanausbrüche oder andere Naturkatastrophen. Eine Vielzahl von Unsicherheitsfaktoren also, die das Tourismusgeschäft entscheidend bestimmen – ein klassisches Einsatzszenario für Business Analytics.

Um ihr Geschäft sicher, effizient und profitabel zu steuern, setzt die REWE Touristik seit 1991 auf Business Intelligence und Business Analytics von SAS. In diesen über 20 Jahren hat sich zwischen beiden Unternehmen eine vertrauensvolle strategische und technologische Partnerschaft entwickelt, auf die wir sehr stolz sind.

Die unterschiedlichen Facetten und vielseitigen Aufgaben von SAS bei der REWE Touristik möchten wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen – und Sie auf eine kleine Reise durch eine sehenswerte Business Intelligence- und Business Analytics-Landschaft einladen.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme und erkenntnisreiche Lektüre!

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Florian Dirnberger'.

Florian Dirnberger

Übergreifende Steuerungsplattform



„Business Intelligence und Business Analytics von SAS sind wichtige Bausteine im Informationsmanagement der REWE Touristik.“

Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme, IT-Management- & Supportsysteme
ITS, JAHN REISEN, TJAEREBORG, REWE Touristik GmbH

Die Touristiksparte gehört neben dem Lebensmittelhandel zu den Kerngeschäften der REWE Group. Über sechs Millionen Urlauber verreisten im Jahr 2010 mit den sechs Reiseveranstaltern ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg sowie Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen und ihren Auslandstöchtern. Für die strategische Steuerung des Geschäfts setzt die REWE Touristik mit den Veranstaltermarken ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg seit über 20 Jahren auf Business Intelligence und Business Analytics von SAS.

Reisen sind verderbliche Güter: Jeder Platz im Flugzeug, der nicht besetzt ist, jedes fest eingekaufte Hotelbett, das leer bleibt, kostet den Reiseveranstalter Geld. Umfassende und jederzeit aktuelle Informationen über den Stand der Reisebuchungen und Reservierungen, über die offenen Kapazitäten bei Fluggesellschaften sowie bei den Hotel- und Ferienwohnungsanlagen sind für Entscheider und Experten bei der REWE Touristik mit den Veranstaltermarken ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg daher besonders wichtig.

Damit die Mitarbeiter in einem solch dynamischen Umfeld immer auf dem neuesten Stand sind, betreibt das Un-

ternehmen eine übergreifende Business Intelligence-Lösung, in der Daten aus Reservierungs-, Buchungs- und Leistungsträgersystemen zusammenfließen. Je nach individuellen Benutzungsrechten können die Mitarbeiter der REWE Touristik über bis zu vier themenspezifische Data Marts Auswertungen erstellen, die sowohl Auskunft über den aktuellen Status des Geschäfts liefern als auch konkrete Entscheidungsunterstützung bei strategischen oder operativen Fragen. Insgesamt nutzen über 300 Anwender die Lösung. Neben dem Top-Management sind das Entscheider und Experten der Bereiche Vertrieb, Produktmanagement und Beförderung.

Die vier Data Marts decken die Bereiche Vertriebsmanagement, Flugleistungsmanagement, Hotelleistungsmanagement und Produktmanagement ab. Sie liefern nutzergerechte Auswertungen und Planungsgrundlagen, die in verschiedenen sachlichen, regionalen und zeitlichen Dimensionen betrachtet werden können. Den Hoteleinkäufern erleichtert zum Beispiel das Wissen darüber, welche Unterbringungsmöglichkeiten zu welchen Zeiten besonders gut genutzt werden, ihre Disposition – sowohl für die kommende Saison als auch bei kurzfristigen Engpässen.

Zur Betreuung der Reisebüros bietet der Data Mart dem Vertriebsmanagement umfangreiche Abfragemöglichkeiten: Umsätze, Reisezeit, Regionen, Katalogkennzeichen oder Vertriebsregionen. Beim Flugleistungsmanagement lässt sich anhand der Vorwochenhistorien der Abverkauf gebuchter Flugzeugsplätze exakt beobachten und steuern.

Die erste Basis für diese Business Intelligence-Lösung wurde bereits 1994 mit der Installation eines SAS Data Warehouse gelegt. Seither wurde das System kontinuierlich weiterentwickelt, um es an wachsende Datenmengen, neuen Informationsbedarf, veränderte Erwartungen an die Benutzeroberfläche und zusätzliche Anforderungen anzupassen. „Eine Business Intelligence-Landschaft darf nie statisch sein, sie muss sich laufend mit dem Geschäft, dem Markt, der Unternehmensstrategie verändern“, erläutert Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der REWE Touristik. „Dabei hat SAS uns vom ersten Moment an hervorragend unterstützt.“

Analytische Krisenbewältigung

Ein großer Reiseveranstalter kommt nicht umhin, sich auch intensiv mit den Auswirkungen von höherer Gewalt auf das Geschäft auseinanderzusetzen und ein entsprechendes Krisenmanagement vorzusehen. Verschlechtert sich die Sicherheitslage in einem Urlaubsland massiv oder kommt es zu Naturkatastrophen, müssen Reisende schnell evakuiert werden können. Urlauber, die wegen eines Vulkanausbruchs oder wegen eines Streiks am Flughafen festsetzen, brauchen rasch alternative Reiserouten.

Die REWE Touristik betreibt dafür ein SAS-basiertes Clearing-System. Damit lassen sich in Ausnahmesituationen auf der Basis der vorhandenen Kunden- und Flugdaten Alternativszenarien berechnen und durchspielen, um etwa möglichst viele Urlauber möglichst rasch aus Krisengebieten auszufliegen. Die Softwarelösung erstellt dafür Vorschlagslisten mit konkreten Entscheidungsvorlagen, aus denen die Verantwortlichen schnell und unkompliziert die sinnvollste auswählen können. Business Analytics und menschliches Urteilsvermögen arbeiten hier Hand in Hand für eine schnelle Intervention.

Um das Ausmaß von Krisen rasch erfassen und einordnen zu können, verfügt die REWE Touristik darüber hinaus über ein eigenes System namens IcubeS, das ebenfalls auf der Basis von SAS entwickelt wurde.

Die Lösung gibt auf Knopfdruck Auskunft darüber, wie viele Urlauber der REWE Touristik sich gerade an welchem Ort befinden. Zudem fließen solche Informationen in ein spezielles Management-Reporting ein, das gezielt

über die aktuelle Lage, über Maßnahmen und Perspektiven informiert. So kann das Unternehmen faktenbasiert entscheiden und fundiert gegenüber Reisenden, Angehörigen, Medien und staatlichen Stellen kommunizieren.

Departure		
Nach To	Gate	Bemerkungen Remarks
AMSTERDAM	A 6	ANNULLI
MUNICH	C 2	ANNULLI
PARIS	C 4	ANNULLI
DALLAS	B 5	ANNULLI
ROM	A 7	ANNULLI
PARIS	A 5	ANNULLI
OSLO	C 3	ANNULLI
HONG KONG		LI



„Um angemessen auf politische Krisen und Naturkatastrophen zu reagieren, ist eine Vielzahl von Faktoren abzuwägen – Business Analytics von SAS liefert wichtige Unterstützung.“

Volle Flieger – gute Flieger

Flugkosten machen einen erheblichen Anteil der kalkulierten Reisepreise aus. Nur wenn ein Reisekonzern seine gebuchten Flugkapazitäten möglichst genau plant und steuert, kann er profitabel agieren. Um ihre Gäste an den Urlaubsort und wieder nach Hause zu bringen, muss die REWE Touristik jederzeit über eine ausreichende Zahl von Plätzen verfügen können.

Um den künftigen Bedarf an Flugkapazitäten zu planen und – nachdem Kontingente eingekauft worden sind – den Verkauf unter Profitabilitätsgesichtspunkten zu steuern, hat die REWE Touristik mit SAS eine eigene Business Analytics-Lösung aufgebaut. Dafür fließen in der Analyseumgebung von SAS unterschiedliche Daten zu Buchungen aus der Vergangenheit, zu Reise-Trends und Urlaubsdaten zusammen. Aus dieser Basis können die Datenexperten bei der REWE Touristik dann aussagekräftige Informationen zur bevorstehenden Nachfrage nach Flügen in die circa 50 vom Unternehmen angeflogenen Urlaubsregionen ableiten. Die analytischen Fähigkeiten von SAS rechnen sich an dieser Stelle für die REWE Touristik ganz klar in finanzieller Hinsicht: Der Einkauf bekommt sehr früh sehr genaue Entscheidungsvorlagen und kann entsprechend gute Preise bei der Beschaffung erzielen.

Darüber hinaus steuert die REWE Touristik mit SAS den Lebenszyklus ihrer eingekauften Flugtickets vom Zeitpunkt des Erwerbs bis zum Start der Maschine. Die Business Analytics-Lösung überwacht laufend die vorhandenen Bestände, gleicht sie mit der aktuellen Nachfrage und dem prognostizierten Bedarf ab. Das Ziel: möglichst viele Tickets möglichst profitabel abzusetzen.



Gleichzeitig erkennt das System auch drohende Unterkapazitäten frühzeitig, so dass der Einkauf gegebenenfalls Plätze nachordern kann. „Ein Gleichgewicht von eingekauften Kapazitäten und Kundennachfrage – das ist der Idealzustand, auf den wir hinarbeiten“, sagt Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der REWE Touristik. „Mit SAS kommen wir ihm heute schon äußerst nahe, und wir wissen, dass wir unsere Ergebnisse mit dem Ausbau der Lösung sogar noch verbessern können. SAS leistet damit einen klaren finanziellen Wertbeitrag für den Konzern.“

„Mit SAS lassen sich Nachfrage und Flugkapazitäten prognostizieren, aufeinander abstimmen und profitorientiert steuern – ein klarer finanzieller Wertbeitrag für das Unternehmen.“

Analytische Einkaufsplanung

Die Profitabilität eines Reiseveranstalters hängt maßgeblich davon ab, die richtige Menge an Hotelkontingenten in den richtigen Regionen zu einem möglichst attraktiven Preis einzukaufen. Diese zentrale Aufgabe braucht Einkäufer mit Erfahrung und Fingerspitzengefühl – und eine leistungsstarke Business Analytics-Lösung, die sie bei der Entscheidungsfindung unterstützt.

Die SAS Lösung der REWE Touristik liefert dem Einkauf detaillierte und präzise Reports und Analysen, die einen Rückblick auf die vergangenen Saisons ermöglichen und sehr deutlich darstellen, welche Regionen und welche Hotels in der Vergangenheit gut und welche weniger gut liefen. Mit solchen Analysen sind die Einkäufer des Unternehmens bestens vorbereitet für die Verhandlungen mit Hotelpartnern: Sie können Kontingente exakt in dem Maße einkaufen, wie sie in der kommenden Saison benötigt werden, und Preise vereinbaren, die der zu erwartenden Nachfrage entsprechen. „Die mit SAS erstellten Analysen unterstützen uns sowohl bei der Planung als auch in den Verhandlungen mit Hoteliers“, meint Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der REWE Touristik.

Darüber hinaus lassen sich mit SAS auch Trends und Moden am Reisemarkt frühzeitig erkennen. Dank Business Analytics von SAS können die Einkäufer der REWE Touristik solche bevorstehenden Entwicklungen frühzeitig aufgreifen – und so zu optimalen Preisen attraktive Angebote für die Kunden sichern.

„SAS liefert Reports und Analysen, mit denen die Einkäufer frühzeitig akkurat planen und gut vorbereitet in die Verhandlungen mit Hoteliers gehen können.“



Auf zu neuen Ufern

Eine Business Intelligence-Landschaft entwickelt sich in der Regel langsam und kontinuierlich, für Außenstehende fast unbemerkt, weiter. Von Zeit zu Zeit gibt es aber auch Anlass für größere Modernisierungsschritte. Bei der REWE Touristik kam ein solcher Moment im Jahr 2009: Von der Migration auf die aktuelle SAS Version 9.2 versprach sich das Unternehmen eine Beschleunigung des Reportings bei einfacherer, intuitiver Bedienbarkeit und neuen Auswertungsmöglichkeiten. „Wir haben diese Gelegenheit auch genutzt, um unsere Business Intelligence-Strategie insgesamt auf den Prüfstand zu stellen“, erinnert sich Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der REWE Touristik. „Wir waren mit SAS äußerst zufrieden, wollten aber dennoch wissen, ob es vielleicht andere Lösungen gibt, die uns vergleichbare oder sogar bessere Ergebnisse liefern können.“ Dafür nahm die REWE Touristik die Angebote verschiedener Softwarehersteller genau unter die Lupe und führte schließlich einen intensiven Vergleich zwischen SAS und MicroStrategy durch. Mit eindeutigem Ergebnis, wie Christina Drskovic erklärt: „Keine der untersuchten Lösungen hat den Umfang der SAS Lösung abgedeckt. Wir waren uns nach der Evaluation ganz sicher, dass wir mit SAS auf den richtigen Partner setzen – und wir wussten genau, welche Baustellen wir angehen mussten, um das System an unsere gestiegenen Anforderungen anzupassen.“

Für die Migration wurde ein Projektteam, bestehend aus Mitarbeitern der IT der REWE Touristik und SAS-Beratern, gebildet, das in einem Workshop zunächst den Migrationspfad aus technischer und fachlicher Sicht festlegte.

Da sich die Basisarchitektur des Systems über die Jahre bewährt hatte und es keinerlei Notwendigkeit für einen grundlegenden Umbau der Strukturen gab, entschied man sich an dieser Stelle für eine 1:1-Migration. „In dem Team kam eine Menge Know-how und Erfahrung zusammen“, meint Christina Drskovic. „Deswegen waren wir uns sicher, die Installation und Migration bei entsprechender Vorbereitung in ein bis zwei Tagen vollziehen zu können.“ Weitere zwei Tage wurden für Konfiguration und Validierung kalkuliert.

Der Plan ging auf: Nachdem die verschiedenen Migrationspakete erstellt, dokumentiert und in die Planung übernommen worden waren, klappte die Migration wie geplant reibungslos. „Montags haben wir begonnen, am Donnerstag war die Validierung abgeschlossen und das System lief“, so Christina Drskovic. Kleinere Bugs und Unstimmigkeiten sammelte die REWE Touristik in den kommenden vier Wochen – und sie wurden von SAS schließlich en bloc behoben.

Mit dem Ergebnis der Migration ist die REWE Touristik sehr zufrieden. Die Mitarbeiter in den Fachabteilungen schätzen die neuen Funktionen von SAS® 9.2 und die Möglichkeit, auch komplexe Auswertungen problemlos selbst durchführen zu können. Das entlastet die IT der REWE Touristik – und verschafft den Experten hier neue Freiräume zur Beratung und Weiterbildung von Power-Usern und für die Weiterentwicklung des Systems. Ein wichtiger Grund für die breite Akzeptanz der modernisierten Lösung ist nicht zuletzt die erhebliche Beschleunigung, die das Reporting mit SAS® 9.2 erlebt hat. Über 90 Prozent schneller sind manche Abfragen heute: „Wir bekommen einen Report, der früher vier Minuten gebraucht hat, heute in 15 Sekunden“, berichtet Christina Drskovic. „Das ist eine Verbesserung, die jeder Anwender wirklich merkt und die ihm hilft, seine Aufgaben effizienter und intensiver zu lösen. Allein dafür hat die Migration sich schon gelohnt.“

v.l.n.r. Michael de Haan,
Christina Drskovic,
Britta Röhring,
Emmanuel Papst –
Anwendungsbetreuung
bei der REWE Touristik



Schnelle Schulungen

Das Jahr 2009 brachte für die Business Intelligence-Umgebung der REWE Touristik zwei wesentliche Neuerungen: die Migration auf SAS® 9.2 und zugleich den Umstieg auf die neueste Version 4.2 von SAS® Web Report Studio. Von vornherein war klar, dass dafür nicht nur die Technik, sondern auch die Anwender auf den neuesten Stand gebracht werden mussten. Keine triviale Aufgabe angesichts des sehr großen Nutzerkreises: 300 Mitarbeiter brauchten eine SAS® 9.2-Schulung, und aus dieser Gruppe waren noch einmal 150 mit SAS Web Report Studio 4.2 vertraut zu machen. „Hinzu kam, dass wir nur sehr wenig Zeit hatten und sicherstellen mussten, dass jeder Anwender das Potenzial der Lösungen sofort voll ausschöpfen kann“, erinnert sich Christina Drskovic, Leiterin Management- & Supportsysteme bei der REWE Touristik.

Um die SAS Anwender mit den erweiterten Möglichkeiten von SAS® 9.2 und SAS Web Report Studio 4.2 vertraut zu machen, entwickelte SAS gemeinsam mit der REWE Touristik spezielle Kurse für „normale“ Anwender und für Power-User. Dabei lieferte die REWE Touristik die inhaltlichen Aspekte, SAS Training steuerte das methodisch-didaktische Konzept bei. Ziel: die Nutzer in kurzen, intensiven Praxiskursen direkt am neuen System in der echten Arbeitsumgebung an die neue SAS Lösung heranzuführen. So reichte beispielsweise für die normalen Anwender von SAS Web Report Studio eine Kursdauer von nur zwei Stunden aus. Und auch die Kurse für die Power-User ließen sich in vier Stunden sehr schnell absolvieren. „Wir haben die Schulungen intensiv vorbereitet, um alles Wichtige in kürzester Zeit vermitteln zu können“, so Christina



„Bei den Schulungen kam Trainern und Anwendern die intuitive Bedienbarkeit von SAS zugute.“

Drskovic. „Dabei kam uns und den Anwendern die intuitive Bedienbarkeit von SAS zugute.“

Trainer der REWE Touristik und von SAS wechselten sich ab und konnten so täglich drei Schulungsblöcke durchführen. Ergänzt durch gute inhaltliche und didaktische Vorbereitung und eine perfekte Organisation ließen sich die SAS Web Report Studio-Schulungen für alle 150 Anwender in nur sechs Tagen durchführen. Entscheidend dabei: Qualität und Intensität waren hoch, wie die Teilnehmer bestätigten. Sie alle fühlten sich nach ihrem Kurs perfekt vorbereitet auf die Arbeit mit der neuen SAS Lösung. Und auch aus SAS Sicht

ist das Schulungsprojekt bei der REWE Touristik ein Paradebeispiel für erfolgreiches Software-Training. „Die Zusammenarbeit mit der REWE Touristik lief wirklich hervorragend“, erinnert sich Karin Gross, Manager Education Services bei SAS Deutschland. „Sehr partnerschaftlich, sehr pragmatisch, zielorientiert und menschlich – nur so ließ sich ein solches Vorhaben in so kurzer Zeit absolvieren.“ Und so liest sich der Zeitrahmen des Projekts in der Tat beeindruckend: Gerade einmal drei Wochen dauerte es vom Start der Kursentwicklung bis zum Abschluss der letzten Schulung.



THE
POWER
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany
Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145 www.sas.de

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2011, SAS Institute Inc. All rights reserved.