

TUI startet in die Reisezukunft – mit New Intelligence von IBM

Überblick

■ Die Aufgaben:

- *Schnelleres, stabileres Informationsmanagement für neues Geschäftsmodell*
- *Web-basierter Zugriff auf systemübergreifende, einheitliche Informationen*
- *Integration der Business Intelligence in operative Anwendungen*
- *Optimale Entscheidungsgrundlagen für marktgerechtes Produktangebot, CRM, Yield Management, strategische Steuerung*
- *Unterstützung sämtlicher entscheidungsrelevanten Unternehmensprozesse*

■ Die Lösung:

- *IBM® Cognos® 8 BI*
- *IBM® InfoSphere® Balanced Warehouse*
- *IBM® InfoSphere® Datawarehouse*

■ Die Vorteile:

- *Mehr Agilität durch umfassende, konsolidierte Nahe-Echtzeit-Informationen*
- *Kürzere Produktzyklen und mehr Flexibilität*
- *Geringere Kosten durch ein integriertes, unternehmensweites und dennoch schlankes System*
- *Fundiertere Entscheidungen und Simulationen*



„Wer aufhört, besser zu werden, hört auf, gut zu sein.“ Diese Maxime gilt ganz besonders im volatilen Touristikmarkt. Der Global Player TUI hat bereits früh erkannt, dass Agilität wesentlich von einem ganzheitlichen Informationsmanagement abhängt. Bereits 1996 implementierte die TUI Deutschland eine Business-Intelligence-Lösung (BI). Doch die Unternehmens-Evolution steht nicht still: Der Touristikriese startet mit der Einführung eines neuen, flexibleren Geschäftsmodells in die Zukunft. Eine tragende Säule bildet dabei die effiziente Nahe-Echtzeit-Auswertung der Geschäftsdaten. IBM Software Group Services beriet TUI Deutschland bei der Konzeption und

Einrichtung der nötigen system- und bereichsübergreifenden Architektur. Die BI der neuen Generation formt aus heterogenen Daten zuverlässige und konsistente Informationen, die jederzeit an jedem Ort für vielfältige operative, taktische und strategische Entscheidungen bereitstehen. So werden Produktion und Abwicklung wesentlich gestrafft, die kurz- und langfristige Steuerung erhält ein solides Fundament.

Mit 5,2 Mrd. Euro Umsatz und einem Marktanteil von rund 22 Prozent ist die TUI Deutschland mit großem Abstand Marktführer in Deutschland. Der Reiseveranstalter ist eine Tochter der TUI Travel PLC. Das Unternehmen

vereint Reiseveranstalter, Airlines, Reisebüros und Zielgebiets-Agenturen und spricht damit über 30 Millionen Kunden an. Der Quellmarkt Europa Mitte (D-A-CH und Osteuropa) wird von der TUI Deutschland GmbH verantwortet. Eine Vielzahl bekannter Marken werden von ihr gemanagt: TUI, airtours, 1-2-Fly, Dr. Tigges, Gebeco, I'tur und Berge & Meer, um nur einige zu nennen.

Die Größe der TUI Deutschland und die Komplexität des Marktes stellen für jedwede BI-Strategie eine Herausforderung dar: Verschiedenartige Systemlandschaften werfen enorme Datenmassen aus, tausende Mitarbeiter und Partner, dazu viele Millionen Kunden und verkaufte Produkte müssen koordiniert und zu einem reibungslosen Ganzen gefügt werden. „Ohne ein Enterprise Data Warehouse wäre die TUI Deutschland heute blind“, unterstreicht Matthias Wunderlich, Head of Business Intelligence der TUI Deutschland, die enorme Bedeutung eines umfassenden, integrierten Informationsmanagements. Bereits 2002 wurde das Unternehmen mit dem IMIS Best Practice Award für die gelungenste deutschsprachige BI-Lösung ausgezeichnet.

**Neues Geschäftsmodell:
Viel mehr Daten in viel kürzerer Zeit**

Doch der Markt steht nicht still: Flexibilität, Spontaneität und Individualität werden auch im Tourismus zu immer wichtigeren

Faktoren bei der Kaufentscheidung. Urlauber wollen sich häufig ihr persönliches Reiseerlebnis selbst flexibel kombinieren. Um auch zukünftig erste Wahl der Kunden zu sein, begann die TUI Deutschland daher 2007 – zunächst für das Hauptsegment Kanaren-Badeurlaub – mit der Einführung eines Geschäftsmodells, das dem Buchenden völlig frei Wahl gewährt. „Alle Komponenten können dabei in Echtzeit zusammengestellt, bepreist und gebucht werden. Dieses ‚Dynamic Packaging‘-Prinzip erfordert aber nicht nur veränderte Management-Strukturen und Prozesse. Es ist darauf angewiesen, dass wesentlich mehr Informationen wesentlich schneller konsolidiert zur Verfügung stehen als bisher“, erläutert Wunderlich. Jedem Entscheidungsträger müssen stets alle Informationen, die er benötigt, in höchster Qualität vorliegen. Kein leichtes Unterfangen: „Wir reden hier über Hunderte Millionen Datensätze, die verarbeitet und integriert werden müssen“, umreißt Wunderlich die Dimension der BI-Aufgabe.

Die vorhandene BI-Infrastruktur war dem neuen Geschäftsmodell daher nicht mehr gewachsen. Die bisher verwendeten Power-Play-Cubes waren an ihre Kapazitätsgrenzen gelangt. Nach jahrelangem Wachstum wies die BI einen Komplexitätsgrad auf, der nicht nur die Kosten nach oben trieb; auch Performance und Stabilität ließen

„*Wir suchten nach einer Informationsmanagement-Lösung, die mit unseren ambitionierten unternehmerischen Zielen wächst und gleichzeitig die IT-Kosten niedrig hält. Skalierbare und leistungsstarke BI-Funktionen sollten die Grundlagen für schnellere, wissensbasierte Entscheidungen liefern – operativ, taktisch und strategisch. Die ganzheitliche, quellsystemübergreifende IBM-Lösung liefert uns heute zuverlässige und aktuelle Informationen aus dem ganzen Unternehmen und darüber hinaus.*“

*Matthias Wunderlich,
Head of Business Intelligence
der TUI Deutschland*

angesichts steigender Datenmengen nach. „Keine gute Basis für schnelle Entscheidungen, die für das Dynamic Packaging allerdings unabdingbar sind. Auch eine unternehmensweite konsolidierte Sicht für ein zentrales Reporting hätte die alte BI-Landschaft nicht mehr zeitnah realisieren können“, führt Wunderlich aus. Erforderlich war eine End-to-End-Lösung, die in dispositive Systeme eingebettet ist und Nahe-Echtzeit-Informationen liefert. Jeder Nutzer soll jederzeit am gesamten Unternehmenswissen partizipieren und, Berechtigung vorausgesetzt, zu seiner Mehrung beitragen können.

New Intelligence für bessere Performance

Anfang 2008 konsultierte TUI Deutschland die BI-Spezialisten IBM Software Group, um die vorhandene Architektur zu analysieren und ein zukunftsfestes strategisches Zielkonzept samt Roadmap für die mittelfristige sukzessive Umsetzung zu entwerfen. Ausschlaggebend für die Wahl IBMs waren nicht nur die guten Erfahrungen, die bei früheren Kooperationen gemacht wurden. Das Beratungs- und IT-Unternehmen überzeugte mit einem Ansatz, der auf einer integrativen Informations-Agenda fußt:

Drei bis September 2009 errichtete Grundpfeiler tragen die neue BI: Auf Infrastrukturebene wurde mit IBM Balanced Warehouse ein integriertes, skalierbares Hardwarepaket

installiert. Die vormals verwendete Datenbank wurde durch IBM InfoSphere Warehouse ersetzt, eine einheitliche Informationsplattform zur Integration, Verwaltung und Analyse verschiedenartiger Daten und Inhalte. Auf der Aufbereitungs- und Präsentationsebene schließlich wurde die vorhandene Cognos-BI-Lösung in die deutlich leistungsfähigere Version 8.5 überführt, die webbasierten Zugriff auf alle Daten ermöglicht. Das IBM Konzept des Dynamic Warehousing wurde adaptiert und die alten gewachsenen Warehouse-Strukturen in eine Schichtenarchitektur überführt, die es ermöglicht, in kürzerer Zeit eine hohe Anzahl an Daten konsolidiert zur Verfügung zu stellen und damit letztlich auch die Komplexität der Datenaufbereitung und -aggregation erheblich reduziert. Mit der Migration geht die teilweise Umstellung auf eine ROLAP-Architektur einher (Relational OnLine Analytical Processing). „Analysen greifen dabei jeweils direkt auf das Data Warehouse zu, während zuvor beim MOLAP-Verfahren zunächst eigens physische Datencubes aufbereitet werden mussten. Erste Erfahrungen belegen eine Beschleunigung der Abfragen um den Faktor 5-20“, beziffert Wunderlich die Effizienzsteigerung.

Die implementierte BI integriert systemübergreifend alle Datenbestände in eine Komplettlösung

und sorgt damit für maximale Vernetzung aller Akteure und Faktoren. Operative Anwendungen können zukünftig automatisch mit sämtlichen relevanten Informationen in Nahe-Echtzeit versorgt werden – ohne dass die User den Quantensprung bemerken, denn die BI erledigt ihre Aufgabe diskret im Hintergrund. Dabei werden verschiedenste Quellsysteme, die zuvor nur isoliert ausgewertet werden konnten, zu einem Gesamtbild zusammengeführt. Erfassung und Strukturierung der Daten folgen weiterhin unternehmensweit einer universellen Logik, womit die Qualität der Daten garantiert ist. Die Logik, die dazu angewendet werden muss, ist nun an einer zentralen Stelle konzentriert und nicht mehr über das gesamte BI-System verteilt.

So konnte etwa die Performance des Yield Managements deutlich gesteigert werden. Yield Manager kümmern sich um die Kapazitäts-, Risiko- und Ertragssteuerung, müssen also auf der Basis von Nachfrageschätzungen Flug- und Bettenkontingente ein- und verkaufen. Entwickelt sich die Nachfrage anders als erwartet, besteht das Risiko, bezahlte Kapazitäten nicht verwenden zu können oder für Nachbuchungen Aufschläge in Kauf nehmen zu müssen. Nur zeitnahe Informationen ermöglichen hier eine schnelle, rentabilitätssteigernde Reaktionsfähigkeit. Die neue BI

stellt den Yield Managern alle erforderlichen Daten, Analysen und Auswertungen, eingebettet in die operativen Anwendungen und in Nahe-Echtzeit, zur Verfügung. Dabei werden neben den Buchungssystemen auch andere relevante Quellsysteme wie das CRM mit einbezogen. Auf dieser informationellen Basis können die Yield Manager, sobald eine Soll-Abweichung erkennbar wird, früh gegensteuern, sei es mit Nachverhandlungen oder mit einer Nachfrageanregung. Dabei stehen auch Ad-hoc-Analysen zur variablen, tiefergehenden Auswertung aktueller Daten zur Verfügung. Gleichzeitig fließen wiederum die Aktivitäten des Yield Managements zeitnah in die Steuerung anderer betrieblicher Bereiche wie des Marketings ein. Die Vernetzung aller Systeme und Nutzer macht die unternehmensweite Gesamtsituation en gros wie en détail für alle Beteiligten transparent.

Smarte Entscheidungen garantiert

Auch taktische Aufgaben wie die Portfolioanalyse und -planung fußen auf aktuellen und vertrauenswürdigen Informationen. Aufgrund von Preis- und Nachfragetendenzen, einschließlich der Preisgestaltung der Wettbewerber, können die Entscheider zeitnah das TUI-Angebot gezielt verändern oder aufstocken sowie das Pricing rentabel und wettbewerbsfähig halten. Neue Produktlinien können

nach Bedarf flexibel in geplante Angebotsmodelle integriert werden. Ebenso wird das historische Unternehmenswissen einbezogen. Zentrale Größe bei der Portfolioplanung ist natürlich der Kunde: Indem die BI alle kundenbezogenen Daten etwa aus Transaktions- und Stammdatensystemen zusammenbringt und verdichtet, entsteht ein 360-Grad-Blick auf seine Vorlieben. So lässt er sich gezielter ansprechen und nachhaltiger an das Unternehmen binden, nicht nur über Loyalty-Programme. Denn die Planer können das TUI-Angebot näher an der realen Nachfrage ausrichten. Mit der Integration der Kostenfaktoren bietet sich den Managern die Möglichkeit, verschiedene Portfoliovarianten durchzuspielen, um Chancen und Risiken gegeneinander abzuwägen.

Auf deutlich breiterer Grundlage können nun auch strategische Weichenstellungen vorgenommen werden. Ein zuverlässiges Reporting, das die Daten aller Unternehmensbereiche zusammenfasst und auswertet, ist ja nicht nur für gesetzliche Berichtspflichten bedeutsam. Es verschafft auch und vor allem dem Senior Management eine valide Entscheidungsbasis. Wo sich die Unternehmensstrategen zuvor mit Datenfragmenten auseinandersetzen mussten, die es für ein Gesamtbild

zu einem Mosaik zusammenzufügen galt, stehen alle unternehmerischen Kennzahlen und Parameter in einem integrierten System zur Verfügung. Welche Bereiche entwickeln sich nach Plan, wo gibt es Abweichungen? Welche Korrelationen sind erkennbar, welche Entwicklung kann daraus resultieren? Was würde geschehen, wenn wir an dieser oder jener Stellschraube drehen? So haben die TUI-Lenker einen umfassenden Überblick über Lage und Zusammenhänge im Konzern. Zukünftige Szenarien lassen sich simulieren, genauso wie mögliche strategische Neuausrichtungen.

Die IBM-Komplettlösung sorgt für einen deutlichen Wettbewerbsvorsprung durch mehr Schnelligkeit, Zuverlässigkeit und Variabilität in der BI. „Zudem wird das Informationsmanagement wesentlich verschlankt und damit nicht nur effektiver, sondern auch kostengünstiger und ist ohne spezifisches Know-how anwendbar“, hebt Wunderlich hervor. Die IBM-Lösung entspricht der Smarter Planet-Idee: TUI Deutschland ist heute wesentlich digitalisierter, vernetzter und intelligenter als vor der Implementierung der neuen BI. Für die Sicherung und den Ausbau der Marktführerschaft sind das beste Voraussetzungen.

Über IBM Cognos BI und Performance-Management

IBM Cognos Business

Intelligence- (BI-) und Performance Management-Lösungen bieten weltweit führende Unternehmensplanungs-, Konsolidierungs- und BI-Software, Unterstützung und Dienstleistungen, die Unternehmen dabei helfen, die finanzielle und operative Performance zu planen, zu verstehen und zu verwalten. IBM Cognos-Lösungen vereinen Technologie, analytische Anwendungen, Best Practices und ein umfangreiches Partnernetzwerk, um den Kunden eine offene, anpassbare und umfassende Performance-Lösung zu bieten. Mehr als 23.000 Kunden in über 135 Ländern auf der ganzen Welt wählen IBM Cognos-Lösungen. Weitere Informationen sowie Kontaktmöglichkeiten finden Sie unter:

www.ibm.com/cognos



IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter: ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation. Cognos ist eine Marke der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicenamen können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt.

IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

© Copyright IBM Corporation 2009

Alle Rechte vorbehalten.