

Infozoom bei der Tele Columbus

Datentransparenz als wesentliche Voraussetzung
für erfolgreiches BI

Das Unternehmen Tele Columbus



Kombi-Angebote Fernsehen Internet Telefon Produktberatung Hilfe & Service

Sauber sparen mit unseren Doppelflats.

▶ Jetzt sparen!

128 Mbit/s
64 Mbit/s
16 Mbit/s
32 Mbit/s

2er Kombi Internet- und Telefon-Flatrate ab 19,99 €⁹⁹/mtl.

Fernsehen	Internet	Telefon	Kombi-Angebote
▶ ab 4,99 ⁹⁹ € _{mtl.}	▶ ab 14,99 ⁹⁹ € _{mtl.}	▶ 14,99 ⁹⁹ € _{mtl.}	▶ ab 19,99 ⁹⁹ € _{mtl.}

Die 2er Kombi + Sky für nur 39,99⁹⁹ € mtl. nur bis 31.12.2011!
▶ Jetzt bestellen

Mit rund 2,3 Millionen angeschlossenen Haushalten zählt die Tele Columbus Gruppe zu den wichtigsten Kabelnetzbetreibern in Deutschland. Als größter Anbieter der haushaltsnahen Netzebene versorgt Tele Columbus die Privathaushalte mit dem TV-Signal und immer mehr Kunden auch mit Internet-Zugang und Telefonanschluss per Kabel.

Als nationaler Anbieter mit regionalem Fokus ist Tele Columbus in zahlreichen westdeutschen Schwerpunktregionen und in großen Gebieten Ostdeutschlands präsent. Der hohe Marktanteil von lokal bis zu 70 Prozent der Kabelhaushalte stützt den raschen Ausbau der Netze auf den jeweils modernsten Stand und die intensive Betreuung der Kunden.

Die Tele Columbus Gruppe ist aus der Zusammenführung einzelner regionaler Kabelnetzbetreiber heraus entstanden und hat so eine Firmengeschichte, die bis in das Jahr 1972 – in Deutschland das Startjahr für das Fernsehkabel überhaupt – zurückreicht.

Die Geschichte der Tele Columbus Gruppe

Ausschnitt aus der Firmengeschichte

1972: Erste Kabel-Versuchsnetze werden von der Bundespost in Hamburg und Nürnberg eingerichtet, die spätere Tele-Columbus-Tochter ewt wird gegründet.

1985: Die Tele Columbus GmbH wird als Tochter der Schweizer Motor Columbus AG gegründet.

1994: Die VEBA AG kauft Motor Columbus, das Unternehmen wird als Tochter der Vebacom geführt. In der Folge werden mehr als 20 weitere Kabelbetreiber der Netzebene 4 übernommen.

1997: ewt übernimmt das Fernseh kabelgeschäft von Siemens

1997: Tele Columbus übernimmt die Urbana-Gruppe

2004: ewt übernimmt die MDCC in Magdeburg

2005: ewt übernimmt das Fernseh kabelgeschäft von Bosch.

2005: Unity Media übernimmt Tele Columbus.

2005: Ein Konsortium aus namhaften Investmentfirmen und Banken gründet die Orion Cable GmbH alle Anteile der ewt.

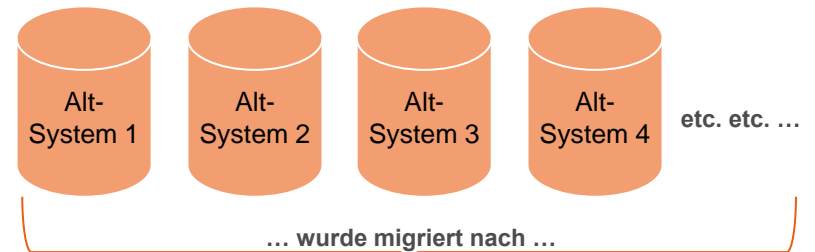
2006: Orion Cable übernimmt die Tele Columbus Gruppe von Unity Media; ein Teil der Gruppe geht an die Regionalbetreiber ish und KabelBW.

2007: Tele Columbus und ewt treten gegenüber den Kunden unter einem einheitlichen Markendesign auf, erweitern das Produktprogramm und ändern ihre Ausrichtung vom technisch orientierten Infrastrukturbetreiber zum kundenzentrierten Telekommunikationsdienstleister.

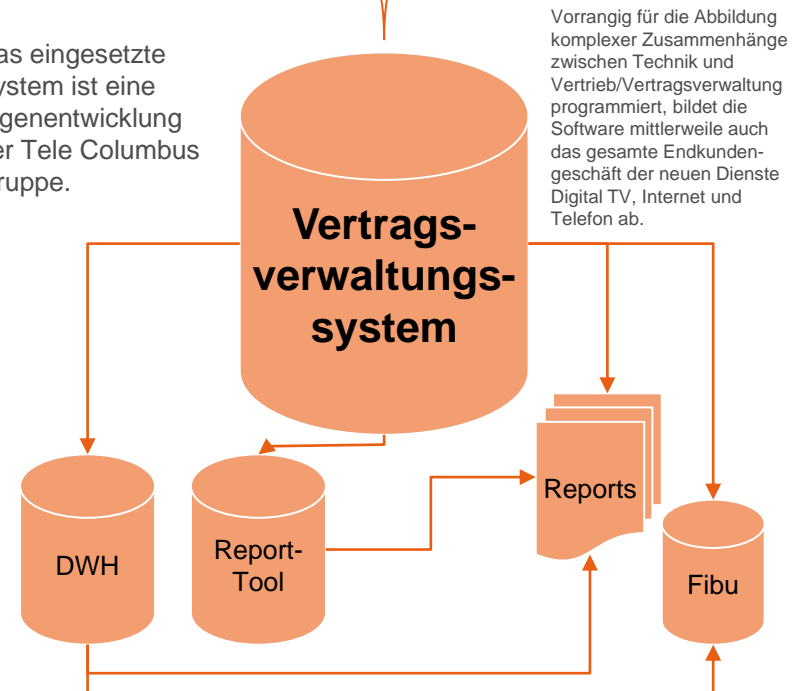
2008: Die Tele Columbus Gruppe kooperiert mit Eutelsat und entwickelt bei der Signalverteilung Eigenständigkeit gegenüber übergeordneten Netzebenen.

2008: 19,5 Millionen Haushalte in Deutschland nutzen den Kabelanschluss, das sind 54 Prozent aller Fernsehhaushalte. Das Kabel ist damit der mit Abstand wichtigste Verbreitungsweg für Fernsehen.

Konsequenzen für die IT-Landschaft



Das eingesetzte System ist eine Eigenentwicklung der Tele Columbus Gruppe.



Auslöser für das Projekt “Data Transparency”

Migrationsbezogene Schwierigkeiten

Informationen aus unterschiedlichen Systemen mussten in eine **einheitliche Plattform** zusammengeführt werden.

- Logiken Altsystem <> Logiken Neusystem
- Besondere Programmteile der Altsysteme konnten teilweise nicht übernommen werden
- Fehler bei der Migration

Wichtiges **Mitarbeiter-Knowhow** ging bei den diversen Unternehmens-Zusammenschlüssen verloren.

Entwicklungsbedingte Schwierigkeiten

Die Abbildung aller vertraglichen Vereinbarungen eines typischen Kundenverhältnisses ist **komplexer** geworden.

Umstellung von (Quasi-)Einzelgeschäft B2B auf **Massengeschäft mit Endkunden (B2C)**

Gerade das Geschäft mit den neuen Diensten ist sehr **schnellebig**.

- Regelmäßige Anpassung der Produktpalette
- Reaktion auf Marktveränderungen
- Technische Weiterentwicklung etc. etc.

Auswirkungen auf das Tagesgeschäft

In den Anfangstagen der Nutzung der einheitlichen Vertragsverwaltungs-Software konnten **Berichte aus der direkten Systemumgebung** erzeugt werden.

Mit wachsender Zahl unterschiedlicher Mandanten wurde der Aufbau einer **komplexen Data Warehouse-Umgebung** notwendig.

Dieses DWH musste immer wieder auf die unterschiedlichen **Veränderungen der Systemlandschaft** angepasst werden (Nachhalten der Migrationen etc.).

Veränderungen im Zuge der Unternehmensentwicklung spiegelten sich auch immer wieder in **unterschiedlichen Anforderungen** an die Berichtslandschaft wider.

Vor einigen Jahren wurde sehr erfolgreich die Vermarktung **neuer Dienste** (d.h. Digital TV-, Internet- und Telefon-Pakete) gestartet. Der Abgleich zwischen Vertriebs-erfolgen und den im Vertragsverwaltungssystem erfassten Positionen ergab **Abweichungen**.

Zudem war es datentechnisch schwierig, diese Vertriebs-erfolge auch den **steigenden Umsätzen** in der Finanzbuchhaltung **korrekt zuzuordnen**.

Das Projekt “Data Transparency”

Projekt-Kickoff

Gründung einer funktionsübergreifenden Task Force mit Mitgliedern aus der **IT, Controlling, Vertrieb, Marketing und Daten- und Prozessmanagement**

Ausführliche Analyse der datentechnischen Vorgänge bei der Vertragserfassung und im DWH sowie der dabei verwendeten Schnittstellen

Detaillierte Feinanalyse der kompletten Vertragsbasis in B2B- und B2C-Bereich auf Vertrags-Positions-Ebene

Verwendete Hilfsmittel

Typische SQL-Werkzeuge

MS Access

MS Excel (alte Version mit Beschränkung auf 65K Zeilen!)

Eigens für das Projekt programmierte Tools

INFOZOOM

Wandel bei der Vorgehensweise

Die Grundidee war, auf Basis bestehender Berichte die dahinter liegenden Logiken zu analysieren und dann neu zu strukturieren.

Schnell war klar, dass ohne eine intensive Detailanalyse keine kurzfristigen Erfolge erzielt werden konnten.

Mit der **Einbindung von Infozoom** in das Projektumfeld waren wir erstmalig in der Lage, tiefe Detailkenntnisse aus den z.T. historischen Vertragspositionen zu erfahren.

Ohne diese Analyse auf „Bit- und Byte-Ebene“ wären die Verbesserungsansätze schnell wieder verpufft.

Warum ist **Infozoom** für die Unterstützung derartiger Projekte aus meiner Sicht das **perfekte Werkzeug**?

Durch seine Übersichtlichkeit und die Möglichkeit, Daten zielgerichtet zu manipulieren oder zu ergänzen, gibt Infozoom **Antworten auf wichtige Fragen, die man sich ohne den Einsatz der Software vielleicht gar nicht gestellt hätte!**

Details zur Verwendung von Infozoom

InfoZoom Business 6.40 - [DWE Gültige Positionen für Infozoom]

Datei Bearbeiten Ansicht Tabelle Attribute Objekte Report Extras Fenster Hilfe

347.785 von 347.785 Obj. 32 Attribute

Kennung																																	
Kundennr.																																	
Auftragsnr.																																	
Kampagne	A..	E..	K..	M..	Q..	S..	X..																										
Vertriebskanal	A..	F.. H..	I..	K..	O..	S..	W..	X..																									
Point of Sale	O..	3..	A..	B..	C..	D..	E.. F.. G.. H..	I..	K..	M.. P.. T..	X..	Z..																					
Promoter	A..	B..	C..	D..	I..	K..	M..	P.. S.. T..	X..	Z..																							
Vertragsabschluss																																	
Vertragsbeginn																																	
Vertragsende																																	
Mandantennr.	6	7	28	39	46	50	92	95	950																								
Vertragsnr.																																	
Vertragsposition	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																							
Artikelnr.																																	
Produktcode	1747	1918	2306	3772	3780	4585																											
Anzahl	1										2										3												
Vertragerfassung	2008-07-11																																
Positionserfassung	2008-07-11																																
Positionsbeginn																																	
Positionsende																																	
Kündigungsgrund	K4..																																
Produktlinie	10	11	20	94																													
Produktleistung	20	23	94																														
Artikeltext	2..	B..	D..	I..	K..	P..	S..	T..																									
Artikelzusatz	A..	B..	C..	D..	F.. I..	K..	M..	N..	P..	T..	V..																						
Produktart	DIGI Basis DIGI Basis ph DIGI Pay DI Double Internet Telefon Tri																																
Entgelt netto	0,00	2,44	4,19	6,71	8,39	10,92	12,60	16,80																									
Name 1	A..	B..	C..	D..	E..	F..	G..	H..	I..	J..	K..	L..	M..	N..	O..	P..	R..	S..	T..	U..	V..	W..	Z..										
Name 2	A..	B..	C..	D..	E..	F..	G..	H..	J..	K..	L..	M..	N..	O..	P..	R..	S..	T..	U..	V..	W..	Z..											
Liegenschaftsnr.																																	
PLZ																																	
Ort	B..	C..	D..	E..	F..	H..	J..	K..	L..	M..	P..	S.. T.. W..	Z..																				

NUM

Ergebnisse des Projekts und der Folge-Initiativen

Überarbeitung der **Artikellogik**

- deutliche Reduzierung der Anzahl der Artikel durch Schaffung eindeutiger Produkt-IDs statt gleicher Artikel in verschiedenen Mandanten (Datenbasis ca. 350.000 Positionen, Reduzierung der Produkt-IDs um 1/3)

Einführung einer **aussagekräftigen Vertriebs-ID**

- Marketing-Kampagnen (nach Art und Umfang)
- Vertriebskanal (selbsterklärende Kürzel)
- Points of Sale (unterschiedlicher Art)
- Vertriebs-Partner/Promoter (ggf. als Dummy bei externen Partnern)

Schaffung einer eindeutigen **Auftrags-/Positions-ID**

Programmierung eines intuitiv bedienbaren **Online-Vertriebspartner-Portals** sowie Berücksichtigung der o.e. Logiken bei der Abbildung im **Webshop** und bei **Out-/Inbound-Partnern**

Weitere Einsatzgebiete für Infozoom

Netzstruktur-Datei

Technische und kaufmännische Informationen zur aktuellen Netzinfrastruktur der Tele Columbus-Gruppe

Monatliche Reports

Detaillierte Informationen zu Verträgen und Kunden

Datenqualitäts-Reports

Regelmäßige Analysen zur Verbesserung der operativen Abläufe

Penetrations-Matrix

Kaufmännische und technische Informationen zum Vermarktungspotenzial in den verschiedenen Regionen

Definitionen und Regeln

Aktualisierung der wichtigsten Begriffsdefinitionen und Kennzahlen für die interne und externe Darstellung

Kontaktetails

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit!

Detlef Wendling
Leiter Business Process Improvement

Tele Columbus GmbH
Schillerstraße 58
10627 Berlin



Telefon: 030 3388 1864
Telefax: 030 3388 91864
E-Mail: detlef.wendling@telecolumbus.de
www.telecolumbus.de