



Die Zukunft liegt in der Beständigkeit

SQL

SAP BusinessObjects™

Die „Mitteldeutsche Zeitung“ ist die größte Regionalzeitung im südlichen Teil Sachsen-Anhalts. Das Unternehmen ist 1990 aus der Fusion der ehemaligen Bezirkszeitung "Freiheit" und dem dazugehörigen Druckhaus hervorgegangen. Seit 1990 gehört die Mitteldeutsche Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG zu der Mediengruppe M. DuMont Schauberg in Köln.

Zum Unternehmen

In der Mediengruppe M. DuMont Schauberg (MDS) erscheinen unter anderem die Abozeitungen Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau, Kaufzeitung EXPRESS sowie die Mitteldeutsche Zeitung. Außerdem hält die Gruppe Anteile an der Druck- und Verlagshaus Frankfurt am Main GmbH (Frankfurter Rundschau), der israelischen Ha'aretz-Gruppe, Tel Aviv und hat im Januar 2009 von der britischen Mecom-Gruppe deren deutsche Aktivitäten für die "Berliner Zeitung", den "Berliner Kurier" und die "Hamburger Morgenpost" übernommen.



Mit der Übernahme durch die Mediengruppe M. DuMont Schauberg im Jahre 1991 und der damit verbundenen Vereinheitlichung der Organisation und Systemlandschaft stand die Frage, welches Business Intelligence (BI)-Werkzeug perspektivisch eingesetzt werden soll.

Die Entscheidung für SAP® BusinessObjects™

Die Mediengruppe konnte durch die SQL Projekt AG von den Vorteilen der SAP® BusinessObjects™ (BusinessObjects) Produktpalette überzeugt werden, mit Argumenten wie:

- Echtzeitüberwachung erfolgskritischer Kennzahlen,
- einheitliche Administration,
- Nutzerfreundlichkeit durch Nutzung von Universen (leistungsfähige semantische Zwischenschicht zur Abschirmung vor der Komplexität der Datenbank),
- vereinheitlichte Sicht auf heterogene Daten,
- interne Berichtsveröffentlichung über BO-Plattform oder per PDF an Partner,
- Standardberichte sowie Ad-Hoc-Abfragen
- sowie durch eine Web-basierte Abfrageerstellung.

Das Vorgehen

Im Projekt „ISIS“ (Integriertes Statistisches Informationssystem) wurde die bisherige Excel-basierte BI-Struktur der Mitteldeutschen Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG auf BusinessObjects umgestellt.

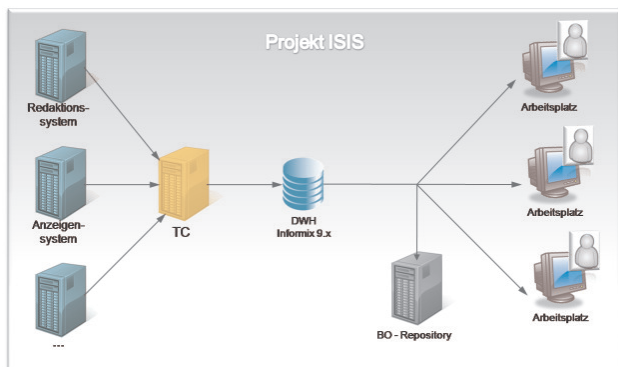
„Von der Einführung bis heute war BusinessObjects über alle Systeme hinweg immer das zentrale Reportingwerkzeug des Mitteldeutschen Druck- und Verlagshauses und das soll auch in Zukunft so sein.“

Systemtechniker, Henrik Teuscher
Mitteldeutsches Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG

Die SQL Projekt AG war dem Mitteldeutschen Druck- und Verlagshaus aus anderen erfolgreichen Projekten bekannt. Zentraler Bestandteil des Projektes war das von der Mitteldeutschen Zeitung entworfene DataWarehouse, welches als Datenbasis für alle Auswertungen genutzt werden sollte.

Die Befüllung und Datenbereinigung des DataWarehouse aus den verschiedenen Systemen (bspw. Verlagssystem, Redaktionssystem, ...) wurde mit Hilfe des Integrationsproduktes „TransConnect®“ der SQL Projekt AG realisiert. Nach dem Aufbau des DataWarehouse folgte das Design des Universums, das als semantische Zwischenschicht eine Teilansicht der Datenbank mit den gebräuchlichen Begriffen der Nutzer darstellt.

Zum Projektstart gab es 5 BusinessObjects-User, die ihre Auswertungen und Reports mit dem System realisierten. Diese Nutzer erstellten Auswertungen für andere Mitarbeiter und versendeten diese als PDF oder exportiert in Excel an den entsprechenden Mitarbeiterkreis.



Mit der Einführung des neuen Verlagssystems „VIVA“ war ein Ausbau des bisherigen BusinessObjects-Systems notwendig und das Thema gewann erneut an Bedeutung.

Zunächst wurde VIVA mittels TransConnect® an das zentrale DataWarehouse „SAP-BusinessWarehouse“ angebunden, um die Daten zu übergeben. Im nächsten Schritt wurde das Universum entworfen, um im Anschluss die ersten Standardberichte zu realisieren.

Heute arbeiten allein im Mitteldeutschen Druck- und Verlagshaus mehr als 20 Mitarbeiter mit BusinessObjects. Momentan existieren 21 Universen und es werden unter anderem folgende Fragestellungen geklärt:

- Verhältnis von kommerziell und redaktionell genutzter Flächen einer Zeitung hinsichtlich Bild- und Textbeiträgen,
- Auswertung der Anzeigeflächen und Klassifizierung,
- Auswertung von Relationen von Brutto- und Netto-Flächen,
- Relation der Produktions-, Druck- und Verbrauchskosten zu Anzeige- und Abonnement-Erlösen,
- Kunden- und Abonnenten-Umsatz-Klassifizierung.

Um die Einheitlichkeit des Analysewerkzeuges in der Gruppe und vor allem im Mitteldeutschen Druck- und Verlagshaus voran zu treiben, sind Anwenderschulungen geplant. Weiterhin soll das System um eine zeitgesteuerte Berichterstellung erweitert werden und zusätzliche Standardberichte zu den führenden Fragestellungen erarbeitet werden. BusinessObjects hat sich in der Vergangenheit bewährt und wird auch zukünftig das Business Intelligence-Werkzeug des Mitteldeutschen Druck- und Verlagshaus und der Mediengruppe M. DuMont Schauberg sein.

