



ANALYSEN, DIE SPAß MACHEN

„Ein agiles DWH, geht das?“ Und wie! congstars Weg zum datengetriebenen Unternehmen.

2012 stellte congstar ein neues DWH-Team auf. Agil sollte es sein, mit einem klassischen Projektansatz hatte man schlechte Erfahrungen gemacht. Die Fachbereiche sollten alle Informationen bekommen, die sie brauchten. Und zwar sorglos kombinierbar, denn sie sollten diese auch selbstständig auswerten können. Dafür benötigt man natürlich das bestmögliche Reporting Tool. congstar entschied sich für SAP BO 4.0. Dass dieses Tool noch in der Beta Phase war, konnte congstar nicht schrecken. Das Motto „Du willst es – du kriegst es!“ ist nämlich nicht nur eine Werbefloskel, es wird bei congstar in allen Bereichen gelebt. Man wollte ein innovatives Tool – und man hat es auch bekommen. Es wurde eine Umgebung geschaffen, die aus Oracle, Informatica und SAP BO 4.0 bestand. Augenblick ... eine? Nein, gleich fünf. Denn gute und verlässliche Daten muss man testen. Also gab es nun fünf Umgebungen, je eine für Entwicklung, Tests, Deployments, den Live-Betrieb und Hotfixes.

Ein besonderes Team

Nachdem Ziele und technische Fragen geklärt waren, brauchte man noch das passende Team. congstar setzte hierbei auf Diversität. Ein crossfunktionales Team mit Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Unternehmen musste her. Sie sollten entwickeln, testen und mit den Fachbereichen zusammenarbeiten. Motiviert sollten sie sein und nicht vor dem Unbekannten zurückschrecken.

Wir waren begeistert von einer solchen Herausforderung und schickten drei Kolleg:innen ins Rennen. congstar schenkte uns Vertrauen und so konnte dieses spannende Projekt mit uns im Boot starten. Und mit den Jahren stockte man weiter auf.

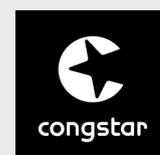
Ein DWH-Projekt agil umsetzen?

Das Team stand direkt vor der ersten großen Herausforderung: Ein agiles DWH? Geht das überhaupt? Agile Projekte kannte man schon. DWH Projekte in dieser Form umzusetzen, war allerdings neu. Wie sollten die Stories aussehen? Geht es, ohne technisch zu schneiden, damit jede Auslieferung einen fachlichen Mehrwert schafft?

Wie sich herausstellte, geht das – und zwar sehr gut! Das DWH wuchs und das Team lieferte ab, sehr zur Freude der Fachbereiche.

Wir betreuten das Produkt – und zwar vollständig. Neben automatisierten Tests und Deployments führten wir DevOps ein. Hand in Hand mit dem Betrieb, kümmerten wir uns über die Jahre um Inbetriebnahmen, Patches, Monitoring, Fehlerbehebungen, Migrationen und vieles mehr.

Auch mit dem neuen Frontend-Tool hatte man sich schnell angefreundet. Die Fachbereiche wurden geschult und es gab Sprechstunden. Klingt nach Arztpraxis? So ähnlich war es auch: Es wurden größere und kleinere „Wehwehchen“ behandelt und Ratschläge gegeben. Ein Kernteam aus allen Fachbereichen teilte sein Wissen und unterstützte sich gegenseitig. Schnell entstanden die ersten Analysen. Jeden Morgen wurden die benötigten Standardberichte automatisch verteilt.



Die congstar GmbH begann 2007 als innovatives Startup in der Telekommunikationsbranche. Mittlerweile sorgt sie mit rund 200 Mitarbeiter:innen dafür, dass über 5 Millionen Kunden in Deutschland mobil telefonieren und surfen können. Ihr Angebot umfasst Smartphone- und Datentarife, sowie Endgeräte und Internettarife für Zuhause.

Neue Regeln für den Datenschutz: DSGVO

Das Projekt lief gut, Team und Fachbereiche waren glücklich, man hatte mit der Zeit eine große Datenlandschaft geschaffen. Neben den Fachbereichen belieferte man weitere Systeme. Das DWH wurde zur zentralen Datendrehscheibe. Es wuchs und gedieh ... Dann kam die EU-DSGVO.

congstar hatte schon immer Wert auf Datenschutz gelegt. Es gab nur anonymisierte Daten in den Testsystemen und auch die Zugriffe auf Objekte waren klar geregelt. Dennoch stellte die neue Rechtslage das Team vor einige Herausforderungen: Kundendaten mussten automatisch gelöscht werden. Die Fachbereiche durften nur noch selektiv auf sensible Daten zugreifen. Vieles musste getrennt und umgebaut werden. Die Fachbereiche stellten ihre Wünsche zurück und bewiesen Geduld, bis sich alles zurechtgerüttelt hatte.

Kampagnen, die ihr Ziel erreichen

Für congstar steht die Kundschaft im Mittelpunkt – und diese soll bestmöglich betreut werden. Täglich und mit möglichst wenig Aufwand. Ein Kampagnen-Tool wurde eingeführt. Es galt, die Daten vom DWH dort hineinzubekommen. Nun konnten täglich Kampagnen gefahren werden. Es wurden Gutscheine versendet, Aktionen ausgespielt und neue Produkte beworben.

Doch wie stellt man sicher, dass man die Menschen auf dem richtigen Fuß antrifft? Wie kann man die gezielt zurückgewinnen, die ihren Vertrag demnächst kündigen wollen? Und wie schafft man es, verschiedene Personen mit den Themen anzusprechen, die sie wirklich interessieren. Ohne sie mit belanglosen Dingen zu nerven. Natürlich könnte man viele Details von Hand auswerten. Aber viel besser wären doch automatisch generierte Kampagnen Scores!

congstar entschied sich für eine Big-Data-Plattform. Hier werden via Machine Learning große Datenmengen auf Trends untersucht und neue Bedürfnisse schon früh erkannt. Die Ergebnisse helfen, Kampagnen gezielter zu steuern. So bekommt auch der Kunde was er will: relevante Informationen.

Analysen, die Spaß machen

Wer kennt es nicht: Man möchte mal eben eine Auswertung machen – doch große Datenmengen verlangsamen Ihre Berichte. Auch bei congstar war es an der Zeit für eine neue Analyse-Datenbank. Das Team machte sich mit allen Neuerungen vertraut. Objekte wurden überführt und man brauchte automatisierte Deployments und Tests. Der Aufwand machte sich bezahlt: Die Abfragen der Reports kamen nun in Sekundenschnelle zurück. Das Warten hatte ein Ende.

Das Projekt auf einen Blick

Wie konnten wir helfen?

- Aufbau einer zentralen Informationsplattform
- Schnelle Time-to-Market durch Agilität und Automatisierung
- Kontinuierliche technische Innovation
- Beratung und Schulung der Fachbereiche zur Nutzung von Self Service BI

Zahlen & Fakten

- Zusammenarbeit seit 2012
- Ca. 100 Anwender
- Ca. 23 Terabyte Daten

Technologie & Methoden

- Oracle, SAP BO, Informatica, Exasol
- Dymatrix DynaCampaign
- Amazon Web Services
- Diverse Machine-Learning-Technologien
- Performance Testing und DevOps
- Scrum, Pair Programming
- Testautomatisierung
- Continuous Integration/Delivery
- Proof of Concepts

... und es geht weiter!

Es macht wieder Spaß, Daten zu analysieren. Und das ist die wichtigste Voraussetzung für die Zukunft – denn congstar entwickelt sich mehr und mehr zur Data Driven Company. Viele weitere Herausforderungen stehen an, die wir gemeinsam mit OPITZ CONSULTING lösen wollen.

Oliver Kelz, Leiter Data & Analytics, congstar GmbH

Sie möchten mehr erfahren? Dann sprechen Sie mich an:



Janine Ellner
Lead Consultant BI & Analytics

+49 2261 6001-1172
janine.ellner@opitz-consulting.com

