



Wo kommt der Umsatz her?

Olympus implementiert mithilfe von Cognos-Software europaweit ein bedienfreundliches Marketing-Informationssystem.



Die japanische Firma Olympus zählt mit 18.000 Mitarbeitern zu den weltweit führenden Unternehmen der Optoelektronik. Der Name Olympus steht für Fotokameras, Bürogeräte und zahlreiche andere Hightech-Produkte. Das Unternehmen ist jedoch auch bei medizinischen Instrumenten marktprägend und kann bei Endoskopie-Geräten die führende Position für sich in Anspruch nehmen.

Die Endoscope Division von Olympus in Hamburg ist für den Vertrieb in 27 europäischen Ländern verantwortlich. Daraus ergeben sich komplexe Strukturen und Abläufe. Um einen möglichst hohen Grad an Transparenz und Aktualität der Informationen zu erreichen, hat die Endoscope Division ein modernes Marketing-Informationssystem eingeführt, dessen Kernelement, im Hinblick auf die Auswertung und Analyse der Daten, die Cognos BI-Lösungen Impromptu und PowerPlay bilden.

„Ein wesentliches Anliegen“, so Claudine Ahrens, Department Manager Knowledge Management Europe, „bestand darin, nicht nur einen einheitlichen Datenpool zu schaffen, sondern neben Standardauswertungen auch individuelle Analysen und Berichte zu ermöglichen“. Ein einfaches Loading, die übersichtliche Darstellung der Analyse- und Auswertungsergebnisse sowie ein weiterführendes Data Mining gehörten ebenfalls zu den Anforderungen. „PowerPlay und Impromptu von Cognos sind in jeder Hinsicht diesen Kriterien gerecht geworden. Wir setzen außerdem auch den Webserver von Cognos ein, weil wir unsere Daten nicht nur über das Intranet, sondern auch über das Internet publizieren. Alle diese Möglichkeiten bot keine andere Lösung“, resümiert Ahrens.