

Daten direkt in Karten analysieren

Geomarketing-Anbieter Cubeware arbeitet mit Lutum + Tappert und Geo Marketing zusammen

Der Business Intelligence-Spezialist **Cubeware** hat die dritte Version seines Frontends **Cubeware Cockpit V6pro** vorgestellt. Besondere Neuheit ist die Integration von Geoinformatik: Anwender können ihre Daten in Berichten und Dashboards mit Hilfe von Karten visualisieren und analysieren. Im Zuge dieser Neuerung hat Cubeware die beiden Geomarketing-Anbieter **Lutum+Tappert** aus Bonn sowie **Geo Marketing** aus dem österreichischen St. Pölten als Partner gewonnen. Beide Häuser bieten den Cubeware-Kunden ihr Kartenportfolio für den Einsatz in Cubeware-Software zu Sonderkonditionen an. Das Kartenangebot reicht von Deutschland, Österreich oder der Schweiz über ganz Europa bis zu einer kompletten Weltkarte und berücksichtigt dabei die für Cubeware typischen Multiuser-Umgebungen. So können auch große Anwendergruppen mit Karten arbeiten und analysieren. Das Kartenmaterial wird von Kunden unmittelbar über die jeweiligen Anbieter bezogen. Das für Cubeware Cockpit V6pro neu verfügbare Produkt-Feature „Interaktive Kartenunterstützung“ ermöglicht die dynamische Darstellung und Ad-hoc-Analyse von Daten im Positionskontext von Karten. Regionale und zeitliche Beziehungen können so identifiziert und Trends abgeleitet werden, die aus dem reinen Datenmaterial nicht oder nur schwer ersichtlich wären. Die Kartenanalysen können direkt in ein Business Intelligence Dashboard integriert oder mit weiteren Berichten verbunden werden. Zudem unterstützt das System die Anwender dabei, Karten mit Daten, Ampeln oder geopositionierten Symbolen und Linien zu

versehen und individuelle Bereichskombinationen einer Karte, sogenannte „Supershapes“, zum Beispiel für Vertriebsgebiete, zu definieren.

Besonders gut einsetzen lässt sich die interaktive Datenanalyse laut Cubeware mit Karten im Vertrieb, um beispielsweise Umsatzvergleiche, Varianten- und Zeitreihenanalysen, zeitliche Betrachtung von Betreuungs- und Versandstrukturen sowie Abweichungsanalysen geographisch und gebietsbezogen durchzuführen. Aber auch in anderen Bereichen wie beispielsweise

der Produktion oder Logistik sind der örtlichen Darstellung und Analyse von Daten keine Grenzen gesetzt. Denn neben geographischen Landkarten lassen sich in Cubeware Cockpit V6pro auch andere Visualisierungs-Vorlagen wie Aufrisse für Gebäude oder Produktionsanlagen nutzen. Einzige Voraussetzung: Sie müssen im gängigen Shape-Format vorliegen.

Die 1997 gegründete Softwarefirma Cubeware hat ihren Hauptsitz in Rosenheim und Niederlassungen in Berlin, Darmstadt, Düsseldorf und Ham-

burg sowie Tochtergesellschaften in Österreich und der Schweiz. Das Produktportfolio umfasst das BI-Frontend „Cubeware Cockpit V6pro“, ein ETL-Tool „Cubeware Importer“ sowie eine spezialisierte Schnittstelle zu SAP „Cubeware Connectivity for SAP Solutions“. Cubeware Software ist speziell für den Einsatz in Mittelstand und Fachabteilungen gemacht. Cubeware beschäftigt heute über 100 Mitarbeiter und gehört zum internationalen Firmenverbund von Cranes Software.

www.cubeware.de

Fünf Fragen an...

... **Bob Taylor, Produktmanager bei Cubeware, zu Geoinformationen und Business Intelligence:**

Herr Taylor, welche Rolle spielen denn ortsbezogene Informationen bei BI?

Vor allem im Rahmen von Vertriebs- und Logistik-Controlling sind geographische Zusammenhänge eine Grundlage für zentrale Kenngrößen wie den Umsatz je Region oder auch die Auslastung im Verhältnis zum Angebotsort.

Gehen die Möglichkeiten der Karteneinbindung denn auch über eine reine Visualisierung der Ergebnisse hinaus?

Über Landkarten die Ergebnisse von Analysen darzustellen, ist eine weit verbreitete Funktionalität. Neu ist jedoch unser Ansatz, digitale Landkarten in die Umgebung einer BI-Lösung einzubetten. So können

Karten für die Analyse genutzt werden.

Wie kann man sich das konkret vorstellen?

Nun, stellen Sie sich ein Vertriebsunternehmen vor. Dieses kann auf einer Landkarte die Entwicklung von Umsätzen und Deckungsbeiträgen in den einzelnen Vertriebsgebieten analysieren und dabei auch die neu gewonnenen Kunden mit darstellen.

Welches Kartenmaterial lässt sich grundsätzlich in Ihr BI-Frontend einbinden, und wie können die Anwender mit ihren eigenen, individuellen Visualisierungsideen umgehen?

Entscheidend ist, dass die Karten im Shape-Format vorliegen, einem Standard im Umfeld von grafischen Informationssystemen.



Diese Shapes können unsere Anwender entweder selbst erstellen oder bei spezialisierten Anbietern kaufen. Wir haben Rahmenvereinbarungen mit Geomarketing-Spezialisten wie Lutum+Tappert in Bonn und Geo Marketing in

St. Pölten getroffen, um unseren Anwendern deren Kartenportfolio speziell für den Einsatz in der Cubeware-Software und zu Sonderkonditionen zugänglich zu machen.

Wie schätzen Sie die Entwicklung ein: Werden sich diese Ansätze auf breiterer Front etablieren?

Wir sind überzeugt davon, dass der Markt interaktive Karten für Business Intelligence-Analysen gut annimmt, und wer einmal mit ihnen gearbeitet hat, wird sie auch nicht mehr missen wollen.