



Hahn Air

Analysen in weniger als 6 Sekunden - Hahn Air setzt bei Deckungsbeitragsanalysen auf Exasol

Hahn Air Lines ist eine ganz besondere Fluggesellschaft mit ganz besonderen Anforderungen an Datenanalyse-Tools und Lösungen zur Errechnung von Deckungsbeiträgen. Die kleinste IATA-Fluggesellschaft bietet exklusive Linienflüge zwischen den Flughäfen Düsseldorf und Luxemburg. Darüber hinaus ist das Unternehmen seit mehr als 20 Jahren Marktführer für Ticketing-Lösungen für Reisebüros und Vertriebsdienstleistungen für andere Fluggesellschaften.



Herausforderung

Stark wachsende Datenmenge; lange Antwortzeiten ließen keine Ad-hoc-Analysen zu



Lösung

Exasol als Analytics-Datenbank für Self-Service BI-Analysen im Controlling, HR, IT sowie Marketing und Vertrieb im Einsatz



Vorteile

Exaktere Datengrundlage für bessere Entscheidungen, Ad-hoc-Analysen in Sekunden, erhebliche Zeitersparnis



„Wir haben mit unserer neuen Datenstruktur genau das erreicht, was wir wollten: Ad-hoc-Analysen in kürzester Zeit durchführen zu können, die uns die richtigen Entscheidungen ermöglichen. Wir freuen uns immer noch über die Antwortzeiten. Was früher 60 bis 70 Sekunden dauerte, braucht in Exasol nur 3 bis 5 Sekunden.“

Kirsten Lenz, Head of Controlling bei Hahn Air

350
Partner-
Fluggesellschaften

100.000
Reisebüro-
Partnern

190
verschiedene
Märkte

3-5
Sekunden
Antwortzeiten

Das Hahn-Air-Netzwerk ist mit mehr als 350 Partner-Fluggesellschaften das größte der Welt. Mehr als 100.000 Reisebüros weltweit können ihre Flüge auf Hahn Air Tickets ausstellen. Sämtliche Daten rund um die weltweiten Ticketverkäufe laufen in der leistungsstarken In-Memory-Analytics-Datenbank von Exasol zusammen. Die Daten werden über Nacht eingespielt und für Analyse Zwecke genutzt.

Die Herausforderung: große Datenmengen und Ad-hoc-Analysen

Fluggesellschaften stehen vor enormen Herausforderungen. Das veränderte Reiseverhalten der Passagiere, Überkapazitäten, Kostensteigerungen und ein starker Konkurrenzdruck sind nur einige davon. Deshalb ist der stete Blick auf das Business wichtig, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. Beim Marktführer Hahn Air kommt dazu, dass hier das Angebot der mehr als 350 Partner-Fluggesellschaften und das Buchungsverhalten von mehr als 100.000 Reisebüro-Partnern in 190 Märkten analysiert werden müssen. Ziel des Unternehmens war es, in Zukunft stärker datengetrieben zu agieren, um noch besser auf die sich stets ändernden Märkte reagieren zu können. Unter anderem sollte ein neues Deckungsbeitrags-Tool entwickelt werden, das anhand bestimmter KPIs schnell Aufschluss darüber geben kann, wie rentabel das Geschäft mit den verschiedenen Airlines, Reisebüros und Märkten ist.

Um Deckungsbeiträge errechnen zu können, müssen komplexe und detaillierte

Datenmengen schnell verfügbar sein, um sie anschließend analysieren zu können. Mit dem dafür eingesetzten Microsoft SQL Server war dies zwar technisch realisierbar, die Antwortzeiten waren aber so lang, dass die von der Geschäftsführung gewünschten Ad-hoc-Analysen praktisch nicht möglich waren. Nach einem Proof of Concept (PoC) entschied sich Hahn Air deshalb für die Einführung der analytischen Datenbank von Exasol, die als zusätzliche Datenquelle ins vorhandene Infor BI-System eingebunden werden sollte.

Die Lösung: Fachabteilungen greifen selbst auf die Datenbank zu

Die Auswahl des Systems sowie die Einführung der Exasol-Datenbank wurde begleitet von der digit Dienstleistungs- und Ingenieurgesellschaft für Informationstechnik mbH. Seit dem Jahr 2013 ist das Team um David Mallon, Geschäftsführer des Unternehmens, ein verlässlicher Partner des Ticketingspezialisten.

„Digit unterstützt uns bei der Implementierung unseres Reporting-Systems auf Basis von Infor BI zur schnellen Analyse der Finanzdaten, sowie der Erfassung der Plandaten. Wir arbeiten seit vielen Jahren intensiv zusammen“, sagt Kirsten Lenz, Head of Controlling bei Hahn Air. „Das Reporting-System ist immer weiter gewachsen, letztlich kam die Anforderung der komplexen Deckungsbeitragsanalyse hinzu, für deren Realisierung wir Exasol vorgeschlagen haben“, ergänzt David Mallon.

„Exasol hat uns im PoC überzeugt.

Wir haben uns vor allem wegen der Performance und dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis dafür entschieden“, erklärt Kirsten Lenz. „Zudem musste dank der User Defined Functions niemand eine neue Programmiersprache lernen, um Exasol bedienen zu können. Jeder, der SQL codieren kann, kommt auch mit Exasol klar. Darüber hinaus ist die online-basierte Lernplattform Exacademy sehr hilfreich für alle, die mit Exasol arbeiten.“

Heute gestaltet sich die Arbeit mit der Analytics-Datenbank so, dass die Fachabteilungen selbst darauf zugreifen. Genutzt wird die Lösung nahezu vom ganzen Unternehmen, hauptsächlich vom Controlling, aber auch von der IT, Vertrieb und Marketing sowie dem Bereich HR. Kurze Zeit nach der Einführung der Datenbank entschied sich Hahn Air zusätzlich für den Einsatz der Visualisierungs-Software Tableau. „Beide Systeme harmonieren gut miteinander. Wir haben die Prozesse für die Sales-Daten in Tableau angepasst. Die hohe Geschwindigkeit ist auch hier ein großes Thema, da Vertriebs-Analysen sehr komplex und detailliert sind. Antwortzeiten waren hier eines der wichtigsten Kriterien. Exasol in Verbindung mit dem BI-System Tableau hat uns überzeugt. Mit dem Wechsel von der Single- zur Multi-Node-Umgebung konnten wir die kurzen Antwortzeiten sicherstellen“, so Kirsten Lenz.

digit
smart business intelligence



**Der Nutzen:
Ad-hoc-Analysen ebnen
den Weg zu datenbasierten
Entscheidungen**

„Die Reports im BI-System können die meisten unserer Fragen beantworten. Bei sehr detaillierten Spezialfragen schauen wir direkt in die Tabellen und ziehen uns ad hoc die Daten heraus. Wir können auf dieser Basis heute sehr schnell Fragen beantworten wie zum Beispiel:

- Wo wurden die Tickets mit dem größten/kleinsten Deckungsbeitrag verkauft und warum?
- Welche Kombinationen aus Airline und Reisebüro bringen den größten/kleinsten Deckungsbeitrag?
- In welchen Märkten haben wir welche marktspezifischen Kosten und was bedeutet das für jedes verkaufte Ticket in diesem Markt?

Dabei können wir jeweils die individuellen Kosten, die in manchen Ländern anfallen, sehr exakt berücksichtigen“, erläutert Kirsten Lenz.

David Mallon ergänzt: „Die Datengrundlage, mit der Entscheidungen gefällt werden, ist heute viel genauer als vor der Nutzung von Exasol. Die Mitarbeiter von Hahn Air können

nun exakter die Vertriebsdaten analysieren, und erhalten Antworten auf Fragen wie: Über welche Buchungsplattform wurde das Ticket gebucht, und wurde cash oder per Kreditkarte bezahlt? Auch sehen sie ganz genau, welche Kosten an welcher Stelle anfallen. Die Buchung von Tickets in Reisebüros verursacht beispielsweise andere Kosten als die Buchung über Online-Reiseplattformen. Kurz: All dies führt zu Kosten, die nun ad hoc herausgefiltert und ausgewertet werden können und für die dann ein ABC-Ranking angefertigt werden kann.“

Auf diese Weise lässt sich jede Airline betrachten. Auf einen Blick ist nun sichtbar, wohin die Tickets verkauft werden, was dies genau kostet, welche Deckungsbeiträge dabei gelten. Auch lässt sich ablesen, welche Märkte besonders stark und welche eher schwach sind, und wie sich das Geschäft optimieren lässt, um insgesamt einen besseren Deckungsbeitrag zu erreichen. „Wir haben mit unserer neuen Datenstruktur genau das erreicht, was wir wollten: Ad-hoc-Analysen in kürzester Zeit durchführen zu können, die uns die richtigen Entscheidungen ermöglichen“, zieht Kirsten Lenz ein Fazit.

„Und wir freuen uns immer noch über die Antwortzeiten. Was früher 60 bis 70

Sekunden dauerte, braucht in Exasol nur 3 bis 5 Sekunden.“

Zukünftig ist geplant, weitere Datenquellen zu integrieren. So wäre es beispielsweise eine Möglichkeit, Flugpläne mit den Hahn-Air-Daten in Verbindung zu bringen.

Mehr über unseren Kunden erfahren Sie [hier](#).



best-of-breed tools for superior solutions
www.digitmbh.com



David Mallon
Geschäftsführer bei digit mbH

