

360°-MARKETING // DUE DILIGENCE

# SUCCESS STORY

KIND Hörgeräte

## QUICKFACTS:

- Stammdatenplattform mit mehreren hunderttausend Datensätzen
- Gesicherte Datenbasis für erfolgreiche Marketingaktivitäten
- Datenbestandsanalysen im Rahmen der Due Diligence bei Übernahme von Fachgeschäften



## KIND STORY

KIND Hörgeräte ist mit insgesamt über 700 Fachgeschäften und über 3.000 Mitarbeitern das führende Familienunternehmen der Hörgeräteakustik, gehört zu den weltweit erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branche und ist auch im Augenoptikgeschäft präsent. Um diesen erfolgreichen Weg auch in Zukunft fortzusetzen, ist eine unternehmensweite, qualitativ hochwertige Basis der Kundendaten wichtig.



## UNISERV SOLUTION

Unter dem Projektnamen "Phoenix" entwickelt KIND gemeinsam mit implexis, einem Spezialisten für die Einführung und Optimierung von ERP-Lösungen, eine Plattform für Kundenstammdaten. Innerhalb dieser Plattform sichern Analyzing und Cleansing von Uniserv die Datenqualität und schaffen eine verlässliche 360-Grad-Sicht auf jeden einzelnen Kunden, als Fundament für weitere Marketing-Aktivitäten.



## COMMON SUCCESS

Im Rahmen des Projektes "Phoenix" profitiert KIND insbesondere von noch besseren Marketingmaßnahmen. Seine Entscheidungen über den Kauf weiterer Fachgeschäfte für Hörgeräteakustik und Augenoptik sichert KIND in Due-Diligence-Prüfungen mit der ebenfalls lizenzierten Data Quality Batch Suite von Uniserv durch Check der Werthaltigkeit der jeweiligen Datenbestände ab.

**KIND**

 **UNISERV**



# ICH HAB MEIN **KIND** IM OHR

## SOLIDES WACHSTUM

– bisher und auch in der Zukunft

---

Als eines der weltweit führenden Familienunternehmen auf dem Gebiet der Hörgeräteakustik und der Augenoptik blickt KIND auf eine lange, äußerst erfolgreiche Unternehmensgeschichte zurück. Im Zuge des damit einhergehenden Wachstums auf über 700 Fachgeschäfte und rund 3.000 Mitarbeiter ist auch die Menge an Kundendaten enorm gestiegen. Sie beläuft sich mittlerweile auf mehrere hunderttausend Stammdatensätze. Entsprechend war die Qualität des Datenbestandes nicht optimal, insbesondere was Vollständigkeit, Korrektheit und Aktualität der Daten anbelangte. Dies erschwerte beispielsweise strategische Analysen im Bereich der Business Intelligence sowie Predictive Analytics für zum Beispiel die Entwicklung neuer Vertriebs- und Geschäftsmodelle im Rahmen der digitalen Transformation.

Für die Fortsetzung des erfolgreichen Unternehmenskurses ist es jedoch eine wichtige Voraussetzung, die Daten vollumfänglich im Blick zu haben, sich an neue Gegebenheiten schnell anpassen zu können sowie seine Kosten und Risiken im Griff zu haben. Paul Themann, Bereichsleiter IT bei KIND, erläutert: „Unser erklärtes Ziel war es daher, die Daten konsolidiert und für das gesamte Unternehmen bereitzustellen.“

Vor diesem Hintergrund entschieden die Verantwortlichen bei KIND, eine eigene Kundendatenlösung als zentrale Stammdatenplattform aufzubauen. In dieser Umgebung sollten sämtliche Kundendaten zusammengeführt und konsolidiert werden, für eine einheitliche Sicht auf jeden einzelnen Kunden und Partner, die so genannte 360-Grad-Sicht.



„In punkto **Datenqualität** haben wir Uniserv gewählt, weil das Unternehmen auf eine jahrzehntelange Historie in der Datenqualität mit **erfolgreichen Projekten** zurückblickt.“

---

PAUL THEMANN, IT-EXPERTE, KIND

Als Name für dieses Projekt mit konstitutivem Charakter wurde der bezeichnende und sprechende Titel „Phoenix“ gewählt. Als ausführender Projektpartner wurde die Firma implexis, ein Spezialist für die Einführung und Optimierung von ERP-Lösungen, mit ins Boot geholt. „In punkto Datenqualität haben wir Uniserv gewählt“, begründet IT-Experte Paul Themann die Entscheidung, „weil das Unternehmen auf eine jahrzehntelange Historie in der Datenqualität mit erfolgreichen Projekten zurückblickt und die Zusammenarbeit mit den Kollegen von implexis von Anfang an hervorragend in unserem Sinne funktionierte.“

#### QUICK **FACTS**:



**GESCHÄFTSFELD:**  
Hörgeräteakustik und Optik



**GESCHÄFTSUMFELD:**  
national / international



**DATENBASIS:**  
Stammdatenplattform mit mehreren hunderttausend Datensätzen



**ANFORDERUNG:**  
gesicherte 360-Grad-Sicht auf alle Daten



# SCHRITT FÜR SCHRITT

## zu einer gesicherten Datenbasis

Um das Ziel der einheitlichen, unternehmensweiten Stammdatenplattform zu erreichen, ist KIND gemeinsam mit implexis und Uniserv Schritt für Schritt vorgegangen, vor allem, was die Qualität der Daten anbelangt.

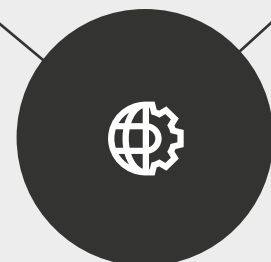


### 1. DATA **CLEANSING**

Zu Beginn hat Uniserv in einem ersten Schritt im Rahmen seiner Rechenzentrumsdienstleistung den vollständigen, mehrere hunderttausend Datensätze umfassenden Bestand von KIND initial analysiert, postalisch geprüft und bereinigt. Damit wurde die wesentliche Voraussetzung dafür geschaffen, dass die in die Stammdatenplattform zu übernehmenden Daten postalisch korrekt, vollständig und vor allem auch aktuell waren.

### 2. FIRST TIME **RIGHT**

Im Anschluss daran wurden mit der Data Quality Batch Suite, kurz DQBT, von Uniserv regelmäßige sequentielle Abgleiche (Batch-Verfahren) initiiert und implementiert. Damit wurde und wird sichergestellt, dass die einmal erreichte Datenqualität aus der initialen Rechenzentrumsdienstleistung auch dauerhaft erhalten bleibt, sprich es wird der Datenalterung entgegengewirkt. Jedes Jahr werden rund 45.000 Straßen umbenannt und es ändern sich rund 1.850 Ortsnamen. Werden diese Änderungen nicht nachvollzogen, altert ein Datenbestand quasi automatisch.



## QUICK **FACTS**:

- Optimierte Datenqualität für effiziente und gewinnbringende Kundenstammdaten
- 360-Grad-Sicht
- Daten, wie sie das Business für die Prozesse erfordert
- Betreuung während des gesamten Projekts durch erfahrene Berater
- Begleitung im Change-Prozess im Rahmen des Projekts



### 3. UNISERV**RELOCATION**

Ganz zu schweigen von den jährlich etwa 8 Millionen Umzügen. Vor diesem Hintergrund übernimmt Uniserv im Rahmen eines dritten Schrittes als Rechenzentrumsservice regelmäßige Abgleiche gegen die Umzugs- und Verstorbenendatei. Und gerade das Nachvollziehen der Sterbefälle ist besonders heikel. Denn nichts ist für ein positives Unternehmensimage schädlicher als einmaliges oder womöglich fortdauerndes Anschreiben von Verstorbenen. Man bedenke nur, was dies für die Hinterbliebenen bedeutet.



### 4. AUTO-**COMPLETION**

Last but not least – und um den Kreis aus dauerhaft gesicherter Datenqualität zu schließen, hat KIND zusätzlich die Funktion Auto-Completion lizenziert. Denn es werden alle KIND-Fachgeschäfte an die zentrale Stammdatenplattform angeschlossen, so dass die Mitarbeiter vor Ort Kunden- und Adressdaten direkt eingeben können und diese im Sinne von „First Time Right“ schon beim Daten Entry korrekt übernommen und angelegt werden. Mit Auto-Completion wird bei jeder Eingabe oder Änderung eines Adresselements ein Drop-Down-Menü geöffnet, sobald ein Mitarbeiter mit der Eingabe beginnt. Dieses Menü ist mit Vorschlägen gefüllt, die mit der bisherigen Eingabe korrespondieren. Daraus kann der Mitarbeiter auswählen und den begonnenen Eintrag per Mausklick oder Verwendung der Tastatur vervollständigen und keine Tippfehler begehen. So wird verhindert, dass die Daten im Nachgang sukzessive wieder verschmutzen.

Torsten Katthöfer, Managing Director Sales & Marketing bei implexis fasst zusammen: „Im Rahmen der hervorragenden Zusammenarbeit mit den Spezialisten von Uniserv haben wir mit diesem Vorgehen eine qualitätsorientierte Stammdatenplattform geschaffen, die unseren gemeinsamen Kunden KIND künftig in die Lage versetzt, insbesondere verbesserte Marketingkampagnen durchzuführen, aber auch strategische Analysen im Rahmen der Business Intelligence sowie Predictive Analytics.“

# UMFASSENDE MEHRWERTE

und mehr

---



## VERBESSERTEN MARKETING- MASSNAHMEN UND ANALYSEN

Auf Grundlage dieser jetzt qualitätsgesicherten Datenbasis profitierte KIND von vielfachen Mehrwerten, schlägt quasi „zwei Fliegen mit einer Klappe“. Denn im Rahmen des Projektes „Phoenix“ profitiert KIND insbesondere von verbesserten Marketingmaßnahmen auf der Grundlage des qualitativ hochwertigen Datenbestandes und kann – darüber hinaus – entsprechend die gewünschten strategischen Analysen im Rahmen der Business Intelligence sowie Predictive Analytics präziser durchführen. Und darüber hinaus jetzt seine Kunden und Interessenten entlang der Buyer's Journey personalisiert ansprechen.



## KAUFENTSCHEIDUNGEN ABSICHERN

Im Rahmen des erfolgreichen Projektverlaufes hat sich, bezogen auf den Einsatz der DQBT von Uniserv, ein weiteres, strategisch äußerst bedeutsames und gewinnbringendes Einsatzszenario herauskristallisiert, wie Geschäftsführer Dr. Alexander Kind erläutert: „Für die künftige Absicherung unseres Wachstumskurses ist natürlich die konsolidierte Stammdatenbank von entscheidender Bedeutung. Allerdings forcieren wir unser Wachstum auch durch den Zukauf weiterer Fachgeschäfte für Hören und Sehen. Die Kaufentscheidungen sichern wir im Rahmen der Due Diligence, indem wir mit der DQBT von Uniserv die Werthaltigkeit der Datenbestände der jeweiligen Fachgeschäfte bewerten. Das ist von unschätzbarem Wert für uns.“

---

„Unsere **Kaufentscheidungen** sichern wir im Rahmen der Due Diligence, indem wir mit der **DQBT von Uniserv** die Werthaltigkeit der Datenbestände der jeweiligen Fachgeschäfte bewerten. Das ist von **unschätzbarem Wert** für uns.“

---

DR. ALEXANDER KIND, GESCHÄFTSFÜHRER, KIND



## WAS IST DUE DILIGENCE?

Eine Due-Diligence-Prüfung, entsprechend der englischen Rechts- und Geschäftssprache oft verkürzt zu Due Diligence (DD), bezeichnet eine mit „gebotener Sorgfalt“ durchgeführte Risikoprüfung, die grundsätzlich durch den Käufer beim Kauf von Unternehmensbeteiligungen oder Immobilien sowie bei einem Börsengang erfolgt. Due-Diligence-Prüfungen (sinngemäß übersetzt als „im Verkehr gebotene Sorgfalt“) analysieren Stärken und Schwächen des Objekts sowie die entsprechenden Risiken und spielen daher eine wichtige Rolle bei der Wertfindung des Objektes.

Im Rahmen der Due-Diligence-Prüfungen bei Kind wird beispielsweise untersucht, wie viele Datensätze vorhanden sind, wie hoch der Anteil an doppelt oder mehrfach vorhandenen Datensätzen ist, wie vollständig und aktuell die Daten sind. Auch kann ggfs. die Überschneidung zu dem konsolidierten KIND-Datenbestand überprüft werden, um den Anteil neuer Datensätze zu quantifizieren.

Insgesamt lässt sich sagen, dass der manuelle Aufwand zur Datenbereinigung und -pflege minimiert wird, die operativen Prozesse hingegen werden optimiert und beschleunigt. Es existiert jetzt eine einheitliche Sicht auf die Daten. Das aus dieser Datenbasis resultierende Wissen ist die Voraussetzung für effektive Geschäftsabläufe und Umsatzwachstum. Darüber hinaus ist jetzt eine verbesserte Customer Journey möglich, mit personalisierten Angeboten für eine positive Customer Experience.

## QUICK **FACTS**:



Eindeutige und einheitliche Datensätze  
in der eigenen Kundendatenlösung



Klare Sicht auf klare Daten –  
KIND kann sich auf seine Daten verlassen



Zielgerichtetes Marketing –  
Für eine verbesserte Customer Journey



Due Diligence –  
Risikoprüfung durch Datenanalyse bei  
Geschäftsübernahmen

# ENGE PARTNERSCHAFT

auf Augenhöhe

---

## ÜBER KIND

---

KIND ist das führende Familienunternehmen der Hörgeräteakustik und mittlerweile auch im Bereich Optik präsent. Mit insgesamt über 700 Fachgeschäften und über 3.000 Mitarbeitern gehört KIND zu den weltweit erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branche. Seine hohen Qualitätsstandards entwickelt KIND in enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Hals-Nasen-Ohren-Ärzten und Krankenkassen kontinuierlich weiter.

Besondere Verantwortung trägt KIND als größter Ausbilder der Hörgeräteakustik. Die Mitarbeiter des Unternehmens gehören zu den qualifiziertesten der Branche.

audifon, ein Unternehmen der KIND Gruppe, entwickelt und produziert zudem moderne und leistungsstarke Hörgeräte in Kölleda/Thüringen. Der weltweite Vertrieb der Produkte erfolgt über eigene Vertriebsgesellschaften sowie Distributionspartner in über 65 Ländern.

Mit KIND Optik erleben Menschen auch bestes Sehen und Aussehen neu: Dank individueller Beratung durch KIND Augenoptiker, modernster Technik und bestem Preis-Leistungsverhältnis.

Mehr Information im Internet unter [www.kind.com](http://www.kind.com).





## ÜBER IMPLEXIS

---

Die implexis GmbH ist IT-Spezialist für nachhaltige Business-Lösungen auf Basis von Microsoft Technologien. Deutschlandweit zählt das Unternehmen 200 Mitarbeiter. An seinen sechs Standorten Nürnberg, Ansbach, Braunschweig, Hamburg, Leipzig und Stuttgart in Deutschland und einem in der USA fördert implexis Innovation, Beschäftigung und wirtschaftliches Wachstum.

Über 80 Großunternehmen und Mittelständler vertrauen inzwischen weltweit auf die zukunftssicheren Business-Lösungen aus den vier implexis Competence Centern IO & ERP Systems, Future Workplace & Collaboration, Custom Solutions und Managed Services. Grundlage der Lösungen sind Microsoft Dynamics AX sowie SharePoint- und .Net-Technologien in Verbindung mit Microsoft Server-Infrastrukturen. Die Erfahrung von mehr als 25 Jahren und das Know-how aus über 950 Projekten machen implexis zu einem IT-Spezialisten für den Handel, nicht umsonst zählt implexis zu den führenden Microsoft Partnern deutschlandweit.

Mehr Information im Internet unter [www.implexis-solutions.com](http://www.implexis-solutions.com).

# CUSTOMER DATA MANAGEMENT

## vom europäischen Marktführer

Uniserv ist Experte für erfolgreiches Kundendatenmanagement. In seinen Customer Data Management- und Data Quality-Lösungen für Kundenstamm- und Bewegungsdaten vereint Uniserv Datenqualitätssicherung und Datenintegration zu einem ganzheitlichen Ansatz. Kundendaten stehen im Mittelpunkt von Initiativen für Master Data Management, Datenqualität, Datenmigration und Data Warehousing, beispielsweise im Umfeld von CRM-Anwendungen, eBusiness, Direct- und Database-Marketing, CDI/MDM-Anwendungen und Business Intelligence.

Mit mehreren Tausend Installationen weltweit bedient Uniserv die Erwartungshaltung einer ganzheitlichen Lösung für alle Geschäfts- und Kundendaten über den gesamten Datenlebenszyklus hinweg. Am Stammsitz in Pforzheim sowie in den Niederlassungen in Paris, Frankreich, und

Amsterdam, Niederlande, beschäftigt das Unternehmen über 130 Mitarbeiter und zählt branchenübergreifend und international zahlreiche renommierte Unternehmen wie beispielsweise Allianz, Deutsche Bank, eBay, EDEKA, E.ON, France Telecom, Lufthansa, Otto, Siemens, Time Warner sowie TUI und VOLKSWAGEN zu seinen Kunden. Der Landesdatenschutzbeauftragte für Baden-Württemberg hat kürzlich bestätigt, dass Uniserv seine Geschäftsprozesse datenschutzgerecht gestaltet. Zudem hat das Unternehmen kürzlich erneut das Qualitätssiegel Datenverarbeitung des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V. für das Jahr 2017 erhalten.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:  
[www.uniserv.com](http://www.uniserv.com)



### UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Deutschland

T: +49 7231 936 - 0

F: +49 7231 936 - 3002

E: [info@uniserv.com](mailto:info@uniserv.com)

[www.uniserv.com](http://www.uniserv.com)

© Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

