

Anwenderbericht Projekt LOTTO Hamburg von adesso

Autor: Siegfried Spies, Geschäftsführer LOTTO Hamburg

Die richtige Strategie fürs Lottoglück!

LOTTO Hamburg setzt auf flexible Infrastruktur und langfristige Konzepte

Der Lotteriebetrieb hat sich seit den 80er Jahren rasant zu einer stark technologiegerichteten Tätigkeit entwickelt, in der die Informationsbereitstellung und -verarbeitung eine enorm wichtige Rolle einnehmen. Ohne moderne IT-Unterstützung wäre die Arbeit der Lotteriegesellschaften heute unmöglich zu bewältigen. Die Entwicklung geeigneter Spielangebote und der Spielerschutz machen eine klare und moderne IT-Strategie erforderlich. LOTTO Hamburg hat gemeinsam mit dem IT-Dienstleister und Beratungshaus adesso AG ein langfristiges Konzept für den IT-Einsatz im Hamburger Lotteriegeschäft entwickelt und realisiert. Bereits seit Dezember 2006 ist eine zusätzliche Serviceplattform für Kunden und Annahmestellenleiter – der LOTTO JackPoint – im Einsatz und seit Juli 2007 ist ein neues Zentralsystem im Live-Betrieb. Über die SB-Plattform LOTTO JackPoint können Spielaufträge abgegeben, Kundenkarten und Abonnementverträge beantragt und eine Vielzahl von Informationen abgerufen werden. Beim neuen Serviceangebot setzt man dabei auf eine Thin-Client-Strategie, die Wartungs- und Upgrade-Aufwände reduzieren soll.

Der Ausgangspunkt: Neue Terminals

Die Terminals in den Annahmestellen von LOTTO Hamburg gehörten zu den älteren im Deutschen Lottoblock. Da die Ersatzteilversorgung nur bis Ende 2008 gesichert war, entschied man sich vor zwei Jahren, neue, moderne Annahmestellen-Terminals einzuführen. Die Lotterie-Experten der adesso AG sollten den Beschaffungsprozess durch die Ausarbeitung eines Anforderungskatalogs unterstützen und bei der Analyse der eingereichten Angebote beraten. Schon bald wurde allerdings klar, dass der bloße Austausch der veralteten Hardware die sich bietenden Chancen ungenutzt ließe: Zum einen gab es zahlreiche Restriktionen bei der Auswahl der neuen Terminalgeräte aufgrund der Beschaffenheit des bestehenden Zentralsystems, zum anderen bot sich eine ideale Gelegenheit für eine weitergehende Analyse der Geschäftsprozesse und die Entwicklung

einer moderneren IT-Gesamtstrategie. Dabei kam nur eins in Frage: Standardprodukte für die Software und Standardprodukte für die Hardware.

Langfristiges Denken und die Definition zukunftsöffener Strukturen waren erforderlich, um auf Veränderungen im deutschen Lotteriewesen jederzeit reagieren zu können. Ziel war, die bestehenden Systeme grundsätzlich zu analysieren und mit den Fachabteilungen eine Strategie zu entwickeln, die auch bei sich ändernden Rahmenbedingungen Bestand hat. Besonders die Einführung neuer Lotterierprodukte, aber auch neuer Prozesse im Zusammenhang mit der Spielsuchtprävention sollte in Zukunft leichter fallen und mit möglichst geringem Programmieraufwand realisiert werden können.

Die richtige Position finden

Im sehr dynamischen Prozess der IT-Strategiefindung war die Beteiligung der Mitarbeiter aus den Fachabteilungen unerlässlich. Um definieren zu können, wie die IT die Geschäftsstrategie optimal unterstützen kann, wurde eine Vielzahl von Workshops mit den Beteiligten und Verantwortlichen durchgeführt, bei der eine innovative und zugleich realistische neue IT-Gesamtstrategie diskutiert und entwickelt wurde.

Als Ergebnis entstand ein Papier zur strategischen Positionierung, in dem die IT-Abteilung als Dienstleister für alle internen Abteilungen sowie die externen Vertriebspartner definiert wurde. Als Hauptaufgabe wurde die sichere, reibungslose und wirtschaftliche Abwicklung der Lotterien und Wetten sowie der Betrieb von Infrastruktur und Applikationen festgelegt.

Ein eigenes System für das Direktkundengeschäft

Eines der wichtigsten Ergebnisse des Strategieprozesses war die Etablierung eines eigenen Systems für das gesamte Direktkundengeschäft. Bislang waren Transaktion und Verwaltung in einem gemeinsamen System gebündelt, das heißt die technische Unterstützung des Direktkundengeschäfts erfolgte im zentralen Lotteriesystem. Die erklärte Maxime der neuen IT-Strategie ist jetzt, dass das Lotteriesystem sich auf die Verarbeitung der reinen Spieltransaktionen konzentrieren soll. Als logische Konsequenz fiel die Entscheidung, eine eigene Business-to-Consumer-Landschaft für alle Direktkunden zu etablieren. Im Direktkundensystem ist das Management der Abo-Kunden, von Dauerspielaufträgen sowie der neu eingeführten Kundenkarten zusammengeführt.

Die Abrechnung von Annahmestellen-Vergütungen erfolgt ebenfalls nicht mehr im Lotteriesystem, sondern wird über Microsoft Navision abgewickelt. Auch hier wurde konsequent dem Kernkompetenz-Gedanken Rechnung getragen: Das Lotteriesystem soll sich als schlankes Transaktionssystem auf die wesentlichen fachlichen Komponenten zur Spielauftragsverarbeitung, Gewinnverarbeitung etc. beschränken. Zudem ist die notwendige Einbindung in die gesamten Buchungs- und Abrechnungsvorgänge mit Microsoft Navision wesentlich besser erfüllt. Indem Funktionen, die normalerweise komplett im Zentralsystem liegen, auf mehrere Systeme verschiedener Anbieter verteilt werden, wird die Abhängigkeit von einem einzelnen Lieferanten deutlich reduziert.

Mehr Service am LOTTO JackPoint

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist die Einführung einer zusätzlichen Serviceplattform auf neu aufgestellten Kunden-SB-Terminals. Über das neue Kiosksystem der Serviceplattform bietet LOTTO Hamburg Service und Unterstützung für die Annahmestellen, Wartungstechniker, aber vor allem auch für den Endkunden, der sich gerade in der Annahmestelle aufhält. Dieser erhält über das seit Dezember 2006 live geschaltete Serviceterminal LOTTO JackPoint lotterieproduktspezifische Informationen, die das Informationsangebot in der Annahmestelle erweitern und so den Servicegedanken eines modernen Lotteriedienstleisters abrunden. Zusätzlich werden Dienste von Drittanbietern wie beispielsweise Veranstaltungstickets oder seit Kurzem auch Lose der NKL angeboten. Im Endkundenmodus zeigt die Serviceplattform flashbasierte, so genannte Attract-Loops, beispielsweise Produktinformationen und Hinweise zu Spielsuchtprävention und Jugendschutz. Außerdem werden unterstützende Dienste angeboten, z. B. Anträge für eine Kundenkarte oder Abonnementspiel und Ausfüllhilfen für Oddset-Wettscheine mit hinterlegten Spielplänen sowie aktuelle Sportinformationen.

Daneben versorgt ein Service-to-Business genannter Extranet-Bereich die Vertriebspartner in den Annahmestellen gezielt mit Informationen und gibt ihnen die notwendige Marketing- und Vertriebsunterstützung. Hier finden sich die individuellen Annahmestellen-Abrechnungen, Umsatz- und Produktstatistiken, Oddset-Listen, Quotenänderungen und wichtiges Informations- und Schulungsmaterial. Die Service-to-Business Anwendung ist damit der wichtigste Kommunikationskanal zwischen Lotteriezentrale und Annahmestelle, der 24 Stunden am Tag verfügbar ist. Die Informationsverwaltung erfolgt dabei über ein webbasiertes Content Management System.

Bei der Serviceplattform fiel die Entscheidung für eine Thin-Client-Lösung. Service, Softwareaktualisierung und die wichtige Schaltung im Regieplan sind mit dieser Variante einfach durch remote ablaufende Standardmechanismen durchführbar – bei rund 500 Annahmestellen in Hamburg ein wichtiger Kostenfaktor.

Von der Strategie zum Projekt

Aus den Vorgaben der neuen IT-Strategie ergaben sich in der Folge zahlreiche konkrete Einzelprojekte. Seit Mai 2006 ist die neue Business-to-Consumer-Plattform im Live-Betrieb, die Ablösung der Terminals ist abgeschlossen. Anfang Juli 2007 nahmen das neue Zentralsystem und die Service-Plattform JackPoint mit erweiterten Funktionen die Arbeit auf: Der JackPoint bietet die Möglichkeit, direkt über das Spielkonto zu spielen, oder, wenn man die Barzahlung bevorzugt, den LOTTO-Schein als Barcode auszudrucken und beim Annahmestellenpersonal zu spielen - eine Weltneuheit im Lotteriegeschäft.

Die Vorteile der neuen IT-Landschaft für die Kunden und für die Mitarbeiter der Annahmestellen sind groß: Die Kunden spüren die höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit, genießen noch mehr Service, neue Produkte und Angebote und die Sicherheit einer maximalen Spielsuchtprävention und Selbstkontrolle. Dem Händler schließlich steht mit den neuen Terminals nicht nur modernstes High-Tech zur Verfügung, das viele Einzelvorgänge per Touchscreen und Scanner erheblich vereinfacht, er findet in der Serviceplattform auch alle für ihn relevanten Informationen zur Abrechnung, zu Schulungsangeboten, kann E-Mails hierüber versenden und empfangen und vieles mehr.

Neue Produkte – mehr Schutz

Die Flexibilität der neuen IT-Architektur hat LOTTO Hamburg genutzt, um zusätzliche Angebote wie den Quick-Tipp für „BINGO – Die Umwelt-Lotterie“, einen TEAM-Tipp oder den Astro-Tipp und den Geburtstags-Tipp an den Kundenterminals in den Markt zu bringen. Mit der ebenfalls neu eingeführten Kundenkarte sorgt LOTTO Hamburg für zusätzlichen Spielerschutz und erweiterten Service. Über die Kundenkarte besteht beispielsweise die Möglichkeit der Selbstsperrung für den Kunden und das Limitieren von Spieleinsätzen. Gleichzeitig können Gewinne automatisch auf das eigene Bankkonto überwiesen werden, persönliche Glückstipps gespeichert und individuell zusammengestellte Service-Nachrichten per E-Mail oder SMS gespeichert werden.

LOTTO Hamburg ist damit für die zukünftigen Anforderungen an ein Lotterieangebot bestens vorbereitet: Flexibilität in der Infrastruktur durch parametrisierbare Software und Standardkomponenten, die eine weiterhin optimale Wirtschaftlichkeit versprechen.

ca. 9.100 Zeichen

Mit freundlichen Grüßen

NORDWEST LOTTO UND TOTO HAMBURG
Birte Engelken
Pressestelle
Überseering 4, 22297 Hamburg

27.09.2007

für Rückfragen: 040/ 632 05 142
 0172/ 54 58 723
 engelken@lotto-hh.de

www.lotto-hh.de www.spielen-ohne-sucht.de