



Bild: Domino's Pizza Group Ltd.

Domino's Pizza gehört zu den Großen der Branche, auch dank seines Franchisesystems

# Location Intelligence macht hungrig nach mehr

In ihrer heutigen Form existiert sie seit dem Ende des 19. Jahrhunderts. 30 Mrd. werden nach Schätzungen pro Jahr von ihr gegessen. Und das, obwohl sie im Durchschnitt mit 1 000 Kalorien kein Leichtgewicht für Ernährungsbewusste ist. Die Rede ist von der Pizza. Den weltweiten Siegeszug formten zunächst die Italiener, bevor es das „Arme-Leute-Essen“ von einst zu einem der globalen Spitzenplätze der Fast-Food-Snacks schaffte. Mittlerweile sorgen nicht mehr nur Restaurants für den Italo-Klassiker auf den Tellern, sondern auch Gastronomieketten, wie „Domino's Pizza“. Gerade bei Letzteren muss bei aller Leidenschaft für Pizza der Prozess stimmen. Denn Unternehmen, wie Domino's, gründen ihren Erfolg auch auf eine funktionierende Franchisestrategie. Hilfe verspricht Location Intelligence (LI), um die Franchisegebiete besser zu planen.

Autor: Andreas Eicher

Einer Statistik folgend ist für 22 Prozent der deutschen Männer und 21 Prozent der Frauen die Pizza das beliebteste Fast Food [1]. Nun stammen diese Zahlen zwar aus dem Jahr 2013, doch dürfte sich an der Beliebtheit der Pizza seither nichts geändert haben. Ganz im Gegenteil, bei einem Blick auf die Wachstumswahlen. Das Unternehmen Domino's Deutschland gab Anfang des Jahres bekannt, dass die Zahl der Filialen hierzulande mittlerweile bei 300 liegt. Dazu heißt es auf den Internetseiten: „Während im Oktober 2018 der 250. Store in Offenburg eröffnete, freut sich Domino's Pizza schon vier Monate später über den 300. Standort. Mit dem neuen Store in Magdeburg kommen die Pizza-Profis ihrem langfristigen Ziel von 1000 Stores in Deutschland ein großes Stück näher“ [2]. Weltweit sind es bereits über 12 000 Filialen, die der US-amerikanische Systemgastronom aufweisen kann. Wichtig sind in diesem „Pizza-Imperium“ die Franchisepartner – in Deutschland alleine über 130 – als Garant für das weitere Wachstum des Unternehmens.

### Ungenauer und langwieriger Prozess

„Hungrig nach mehr“ heißt der etwas doppeldeutig zu verstehende Slogan auf den Seiten von Domino's Pizza. Denn neben dem Hunger nach mehr Pizza könnte sich dahinter auch die Ansage nach mehr Erfolg des Unternehmens verbergen. Wie dem auch sei, mit der steigenden Nachfrage nach den Pizzaprodukten von Domino's, neuen Filialen und einer globalen Präsenz nehmen die Herausforderungen für das Unternehmen und dessen Master-Franchise zu.

Mit Blick auf das Franchisesystem und die Master-Franchise Domino's Pizza Enterprises Ltd. in Australien (das ist der australische Master-Franchise-Nehmer für Domino's in Australien, Neuseeland, Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Japan, Deutschland, Luxemburg und Dänemark) bedeutete das in der Vergangenheit, dass das zunehmende Wachstum die Verwaltung von Franchisegebieten immer schwieriger machte und das Risiko ungewollter Gebietsstreitigkeiten zunahm.

Im konkreten Fall heißt das, sobald ein Franchisenehmer in ein neues Geschäft investiert, werden in seinem Vertrag das Gebiet und die Anzahl der Haushalte in diesem Gebiet vorgegeben. Franchisegebiete und zugehörige Kaufpreise werden auf der Grundlage der Anzahl erreichbarer Haushalte und sozioökonomischer Daten festgelegt. Gebietsstreitigkeiten waren innerhalb des Unternehmens und deren Franchisenehmer an der Tagesordnung.

Mehr noch war der Gesamtprozess langwierig. Zur Bestimmung der vom neuen Franchisenehmer zu beliefernden Adressen zog das Unternehmen innerhalb eines Gebiets Straßenverzeichnisse heran. Auf deren Basis plante Domino's Pizza das jeweilige Gebiet und fügte alle Straßen manuell in eine Tabelle ein. Diese Aufgabe beanspruchte mindestens zwei Wochen. Außerdem wurden die Daten selten aktualisiert. Das Personal trug neue Adressen häufig manuell ein. Dies führte dazu, dass viele ungültige Daten zustande kamen. Vor dem Hintergrund eines schnell wachsenden Unternehmens war das keine tragfähige Lösung für die Zukunft – auch deshalb, weil Domino's Pizza dafür sorgen muss, dass die

# RIEGL LASERSCANNER für mittelgroße UAVs



THE COMMERCIAL  
UAV SHOW

Besuchen Sie uns

12.-13. November 2019  
London ExCel | Stand 39

## RIEGL LIDAR WAVEFORM-PROCESSING TECHNOLOGIE FÜR UAV/UAS/RPAS

RIEGL bietet eine breite Palette von LiDAR Sensoren für die Integration in unbemannte Luftfahrzeuge. Wählen Sie den für Ihre Anwendung optimalen Scanner und profitieren Sie von bewährten RIEGL LiDAR Technologien: ausgereiftes Design, Multiple-Time-Around-Signalverarbeitung, Mehrzielfähigkeit, hochpräzise und aussagekräftige Scandaten, großes Sichtfeld, kundenspezifische Konfigurationen und benutzerfreundliche Integrationsmöglichkeiten.



### RIEGL VUX-240

für Korridor-Mapping mit hoher Punktdichte

- bis zu 1800 kHz Laser PRR
- bis zu 2150 m Reichweite @  $p \geq 80\%$
- 75° Sichtfeld
- 20 mm Genauigkeit, Präzision 15 mm
- bis zu 15 Zielechos
- 4,1 kg Gewicht



### RIEGL VQ-840-G

topo-bathymetrischer Scanner  
für die Küstenvermessung

- bis zu 200 kHz Laser PRR
- $\geq 2$  Secchi Tiefen Wasserdurchdringung
- 40° Sichtfeld
- hochauflösende Digitalkamera oder IR-Laserentfernungsmesser optional
- 12 kg Gewicht

Informieren Sie sich auch auf [www.riegl.com](http://www.riegl.com)  
über weitere RIEGL UAV LiDAR Sensoren!

- ▶ RIEGL miniVUX-1 UAV / miniVUX-2 UAV  
für die Integration in die verschiedensten UAVs kleiner Bauart
- ▶ RIEGL miniVUX-1DL „Downward-Looking“  
mit speziellem Design für Korridor-Mapping-Anwendungen
- ▶ RIEGL VUX-1 UAV  
vielseitiger und leistungsstarker LiDAR Sensor für die großflächige, UAV-basierte Vermessung



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



hinterlegten Daten korrekt sind. Denn nur mit einer validen Datenbasis können Franchisenehmer für den Erfolg des Unternehmens sorgen. Auf diesen Umstand verweist Wayne McMahon, CIO bei Domino's Pizza Enterprises: „Angesichts einiger sich schnell entwickelnder und expandierender Gebiete ist es für Domino's von entscheidender Bedeutung, einen aktuellen Überblick über seine Franchisegebiete zu haben.“

**Valide Daten, steigende Produktivität, höhere Umsätze**

Infolgedessen suchte das Unternehmen nach einer zukunftsweisenden Lösung, um Gebietsstreitigkeiten zu vermeiden, Gebiete besser zu erstellen und gleichzeitig die Datenqualität zu verbessern. Fündig wurde Domino's Pizza beim Location-Intelligence-(LI-)Spezialisten Pitney Bowes. Das Unternehmen entwickelte für Domino's Pizza eine maßgeschneiderte Lösung auf Basis der Technologie MapInfo Pro, einer Desktop-GIS-Software, und Spectrum –

einer Enterprise-Data-Management- und Location-Intelligence-Plattform.

Mithilfe von MapInfo Pro lassen sich Vertriebsgebiete schnell und einfach verwalten. Die Spectrum-Technologie-Plattform bietet unter anderem eine umfangreiche und zertifizierte Funktion zur Überprüfung von Adressen. Darüber wird sichergestellt, dass aktuelle und präzise Daten bei der Franchisevergabe berücksichtigt werden, was zukünftig Probleme bei Ausschreibungen und dem Franchisemanagement verhindert. Mit der Lösung

**Kurzinterview mit Burchard Hillmann-Köster, Client Director bei Pitney Bowes**



Bild: Pitney Bowes

Die Location-Intelligence-Lösungen aus Ihrem Haus erleichtern dem Unternehmen Domino's Pizza die Zusammenarbeit mit den Franchisenehmern und bieten Kunden einen besseren Service. In welchen Bereichen setzen Sie zudem auf diese Lösungen? Mit unserer Retail-Analytics-Lösung unterstützen wir global die Wachstumsstrategien vieler Einzelhändler.

Hier kombinieren wir das Thema Standortinformationen mit Maschine-Learning-Modellen zur Vorhersage von Umsätzen. Mobilfunkanbieter nutzen die Lösung zur Analyse der Funknetzabdeckung. Im öffentlichen Sektor wird die Lösung von der Planung über das Asset Management bis hin zu Einzugsgebietsanalysen genutzt.

Nun haben Sie mit der Version „v17“ jede Menge Neuerungen beim Produkt MapInfo Pro einfließen lassen. Was sind die neuen Meilensteine dabei und welche Vorteile versprechen Sie den Kunden damit?

Bei der neuen Version liegt ein großer Schwerpunkt auf der Vereinfachung der Bedienung der Produkte und der Umstellung von der klassischen menügesteuerten Oberfläche auf die neue ribbonbasierte Oberfläche. Ferner gibt es einen einfacheren Zugang zu Erweiterungen über den neuen MapInfo Marketplace und die Integration unserer cloudbasierten Locate APIs. Darüber hinaus wurde der Support von Python integriert, was unseren Anwendern viele neue Möglichkeiten eröffnet.

Haben Sie darüber hinaus in absehbarer Zeit eine Erweiterung der Lösung im Auge? Und wenn ja, in welcher Form?

Wir verbessern die SQL-Engine von MapInfo Pro. Wir adressieren die Benutzeroberfläche bei der Verwendung von SQL zur Abfrage und Bearbeitung von Daten, um diese einfacher zu gestalten.

Wenn wir den Markt für Location Intelligence (LI) anschauen, so bieten sich gerade für Unternehmen im direkten Kundenkontakt viele Vorteile. Wo sehen Sie die Stärken und worauf müssen Unternehmen generell achten, sofern sie einen LI-Einsatz planen?

Die Anreicherung von Daten mit einem räumlichen Kontext, die Durchführung von räumlichen Analysen und die Visualisierung von Daten werden Unternehmen neue Blicke auf ihr Geschäft ermöglichen und potenziell Zusammenhänge und Beziehungen hervorheben, die sie vorher nicht erkennen konnten. Eine der Herausforderungen besteht darin, die bestehenden Geschäftsdaten abbilden oder geocodieren zu können. Dann müssen sie auch berücksichtigen, welche anderen Geodaten für sie nützlich sein könnten, um ein besseres Verständnis zu erhalten und die Trends zu verstehen, die sie in ihren eigenen Geschäftsdaten sehen.

Welche Entwicklungen sehen Sie im LI-Markt in den kommenden Jahren?

Zunächst einmal den Wechsel von Insellösungen zu Lösungen, die eng in die bestehenden Geschäftssysteme integriert sind. Location Intelligence wird zu einem integrierten Bestandteil der Geschäftssysteme. LI muss auch Big Data akzeptieren. Ein entscheidender Bestandteil von Big Data sind auch räumliche Elemente und Unternehmen sowie Verwaltungen müssen in der Lage sein, dieses Element in Ihrer Big-Data-Umgebung zu nutzen.

Ein ausführliches Interview mit Burchard Hillmann-Köster finden Sie auf unserem Blog unter:

[www.gispoint.de/blog](http://www.gispoint.de/blog)  
[↗ Webcode b3146](#)

# RIEGL LASERSCANNER für kleine UAVs



THE COMMERCIAL  
**UAVSHOW**

Besuchen Sie uns

12.-13. November 2019  
London ExCel | **Stand 39**

## RIEGL LIDAR WAVEFORM-PROCESSING TECHNOLOGIE FÜR UAV/UAS/RPAS

RIEGL bietet eine breite Palette von LiDAR Sensoren für die Integration in unbemannte Luftfahrzeuge. Wählen Sie den für Ihre Anwendung optimalen Scanner und profitieren Sie von bewährten RIEGL LiDAR Technologien: ausgereiftes Design, Multiple-Time-Around-Signalverarbeitung, Mehrzielfähigkeit, hochpräzise und aussagekräftige Scandaten, großes Sichtfeld, kundenspezifische Konfigurationen und benutzerfreundliche Integrationsmöglichkeiten.



### RIEGL VUX-1 UAV

vielseitiger und leistungsstarker LiDAR Sensor für die großflächige, UAV-basierte Vermessung

- bis zu 550 kHz Laser PRR
- bis zu 1050 m Reichweite @  $\rho \geq 80\%$
- 330° Sichtfeld
- 10 mm Genauigkeit, Präzision 5 mm
- bis zu 15 Zielechos
- 3,5 kg Gewicht



### RIEGL miniVUX-1 UAV / miniVUX-2 UAV

für die Integration in die verschiedensten UAVs kleiner Bauart

- 360° Sichtfeld
- 15 mm Genauigkeit, Präzision 10 mm
- bis zu 5 Zielechos
- extrem leicht, 1,55 kg Gewicht

RIEGL miniVUX-1 UAV 100 kHz Laser PRR

100 kHz: bis zu 330 m Reichweite @  $\rho \geq 80\%$

RIEGL miniVUX-2 UAV 100 kHz / 200 kHz Laser PRR wählbar

100 kHz: Reichweite wie miniVUX-1 UAV

200 kHz: bis zu 280 m Reichweite @  $\rho \geq 80\%$

Informieren Sie sich auch auf [www.riegl.com](http://www.riegl.com)  
über weitere RIEGL UAV LiDAR Sensoren!

▶ RIEGL miniVUX-1 DL „Downward-Looking“  
mit speziellem Design für Korridor-Mapping-Anwendungen

▶ RIEGL VUX-240  
für Korridor-Mapping mit hoher Punktdichte

▶ RIEGL VQ-840-G  
topo-bathymetrischer Scanner für die Küstenvermessung



QR-Code  
scannen und  
RIEGL Videos  
anschaun!

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

newsroom.riegl.international  
f t in w y



Pizza, schnell zubereitet und geliefert – das Kerngeschäft von Domino's

von Pitney Bowes können Adressen innerhalb eines Gebiets binnen weniger Minuten bestimmt werden, da das System automatisch alle Adressen in einem abgesteckten Gebiet auflistet.

Die Version „v17“ ist zudem mit den meisten Datei-, Daten- und Kartentypen kompatibel. Der sogenannte „PAYG-Webservice“ (Pay As You Go) ermöglicht es, Geocodierungen von Adressen sowie Grenzwerte für Fahrzeiten oder Fahrdistanzen zu erstellen. Mit Blick auf Domino's Pizza kann das Unternehmen durch den Einsatz von MapInfo Pro nunmehr in regelmäßigen Abständen neue Listen generieren. Anhand dieser lassen sich Anpassungen an Gebiete vornehmen, in denen sich die Anzahl der Haushalte veränderte. Und auch dank aktueller Straßenkarten konnte die Lieferreichweite von Domino's merklich erhöht werden. Ein Vorteil: Mit dem Wissen um den Bau oder Abriss von Gebäuden oder um Nutzungsänderungen besitzt das Unternehmen nun eine verlässliche Datenbasis, um zielgerichtet zu werben. Dies wiederum spart Geld bei Direktwerbungen, die nur noch an existierende Adressen gehen. Hinzu kommt, dass neue Adressdaten mit den Telefon- und Onlinebestelldiensten von Domino's verknüpft sind. Damit ist es möglich, nach der Eingabe einer Adresse in das System den Kunden an die nächstgelegene Filiale zu vermitteln. Den Vorteil der Pitney-Bowes-Lösung sieht Wayne McMahon von Domino's nicht nur in einer steigenden Produktivität durch die Zeitersparnis. Für den CIO mündet das Ganze in höheren Umsätzen – sowohl für Domino's als auch für die Franchisenehmer. Somit könnte es auch heißen: Location Intelligence macht hungrig nach mehr.

#### Quellen:

[1] [de.statista.com/infografik/860/das-beliebteste-fast-food-der-deutschen](https://de.statista.com/infografik/860/das-beliebteste-fast-food-der-deutschen)

[2] [www.dominos.de/%C3%BCber-domino-s/presse/februar-19-domino-s-deutschland-eroeffnet-store-300-in-magdeburg](http://www.dominos.de/%C3%BCber-domino-s/presse/februar-19-domino-s-deutschland-eroeffnet-store-300-in-magdeburg)