

## Betriebe

Bei den operativen Einheiten eines Handelsunternehmens handelt es sich im allgemeinen um Verteilzentren oder Filialen. Auf einer entsprechend hohen Betrachtungsebene wird ihre funktionale Deckungsgleichheit deutlich. Beide fordern Ware bei einem Lieferanten an, beide erhalten Ware von diesem Lieferanten. Beide erhalten Bestellungen von Abnehmern, beide liefern und verkaufen ihre Ware an die Abnehmer. Die Tatsache, daß ein Kunde die Ware direkt dem Regal des Verkaufsraums entnimmt, stellt dabei lediglich eine Spezialisierung des allgemeinen Falles dar.

Aus diesem Grund existiert im R/3 Retail das Konstrukt des Betriebs. In ihm sind die Bereiche Verteilzentrum sowie Filialen systemtechnisch vereint. Dies erleichtert und vereinfacht die Datenpflege.

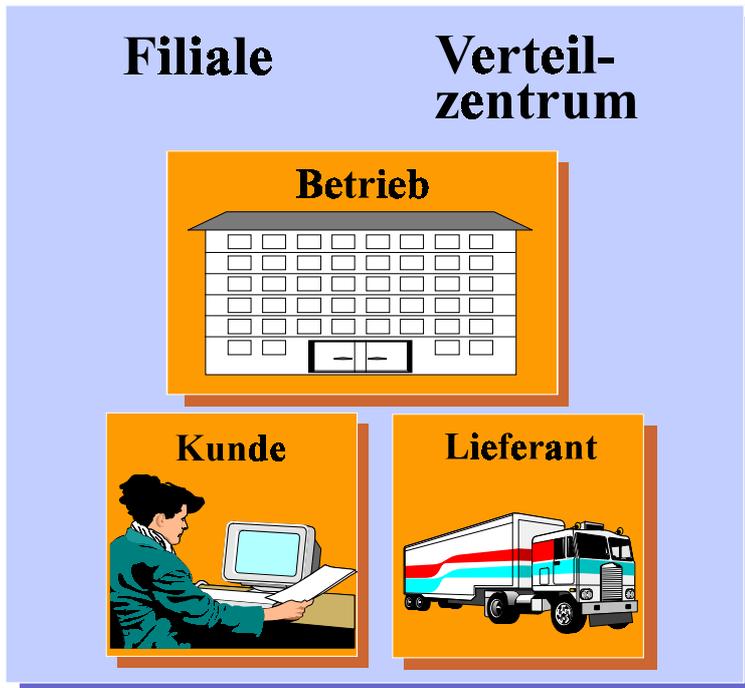


Abb. 4-18: Betriebe

Im gewöhnlichen Umgang mit diesen Bereichen können jedoch zwei Aussagen getroffen werden, die zur funktionalen Abgrenzung beitragen:

- Verteilzentrum  
dient zur Bereitstellung von Waren für andere Betriebe und/oder Kunden
- Filiale  
dient zur Präsentation und zum Verkauf von Waren an den Endverbraucher

**Betriebstypen und Vertriebslinien**

Eine Grundanforderung an ein Standardwarenwirtschaftssystem ist die geeignete Abbildung von Unternehmenshierarchien und -strukturen. Neben der Abbildung reiner Organisationsformen (wie z.B. Zentrale, Regionalläger und Filialen) kommt in der Regel die Definition von Vertriebsstrukturen aus marketingstrategischen und verkaufspolitischen Anforderungen hinzu, z.B.:

- Verbrauchermarktkette mit gleichem Signet
- Baumärkte eines Unternehmens
- Großhandelsschiene eines Unternehmens

Im R/3 Retail werden diese Anforderungen durch die Bildung von Vertriebslinien abgedeckt (siehe hierzu auch Kapitel 2: Organisationselemente im R/3 Retail). Die Betriebe im R/3 Retail können solchen Vertriebslinien zugeordnet werden. Dabei gelten folgende Regeln:

- Verteilzentren  
beliefern eine oder mehrere Vertriebslinien. Optional kann ein Verteilzentrum einer Vertriebslinie zugeordnet werden.
- Filialen  
gehören immer zu einer Vertriebslinie. Um auf einfache Art und Weise auf eine Strukturänderung reagieren zu können, ist diese Zuordnung jederzeit änderbar. Trotz der Zuordnung einer Filiale zu einem Verteilzentrum ist die Belieferung durch andere Verteilzentren aus unterschiedlichen Vertriebslinien möglich.

**Betriebsprofile**

Wie bereits gesagt, findet zwischen den Betrieben eines Unternehmens ein permanenter Waren- und Dienstleistungsaustausch statt, sowohl zwischen Verteilzentren und Filialen, als auch zwischen Filialen direkt. Dabei stellt sich sofort die Frage der Verrechnung dieser Waren- und Dienstleistungsströme. Über die Definition von Betriebsprofilen kann die Art der Verrechnung definiert werden:

- ohne interne Verrechnung
- mit interner Verrechnung

Betriebe eines Handelsunternehmens müssen nicht zwangsläufig auch in dessen Besitz sein (z.B. Franchising). Darum existiert die dritte Variante:

- mit externer Verrechnung.

**Aufbau eines Betriebs**

Aus logistischer Sicht ist der Aufbau eines Betriebs von großem Interesse. Für jeden Betrieb des Unternehmens ist es abhängig von seinem Betriebstyp erforderlich, eine Reihe von Definitionen und Festlegungen zu treffen, z.B.:

- Bestimmung der Lagerorte in den Verteilzentren

- ❑ Definition der Warengruppen je Filiale
- ❑ Festlegung von Abteilungen in den Filialen
- ❑ Zuordnung von Abladestellen und Empfangsstellen

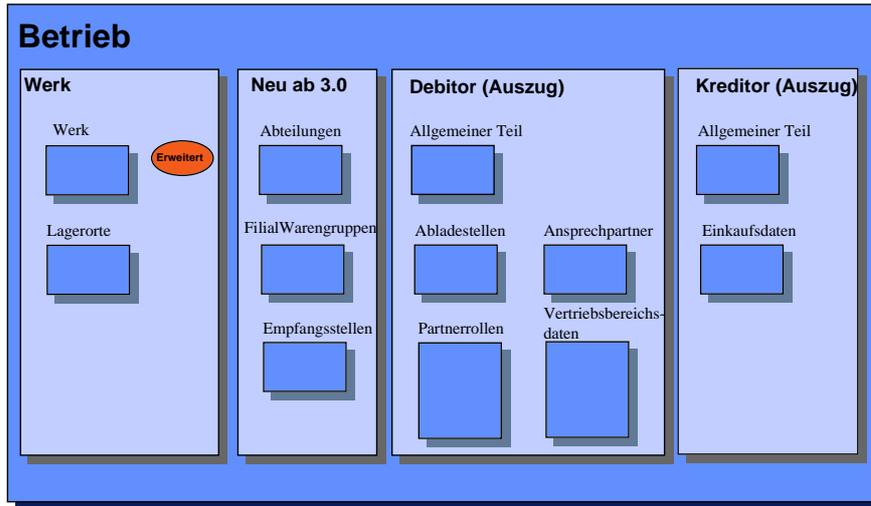


Abb. 4-19: Aufbau eines Betriebs (Logistik)

Um den Warennachschub in die Filialen gezielter steuern zu können, bietet R/3 Retail die Möglichkeit, Ablade- und Empfangsstellen zu definieren. Über sie kann bereits bei der Lieferungsbearbeitung im Verteilzentrum der genaue Bestimmungsort definiert werden.

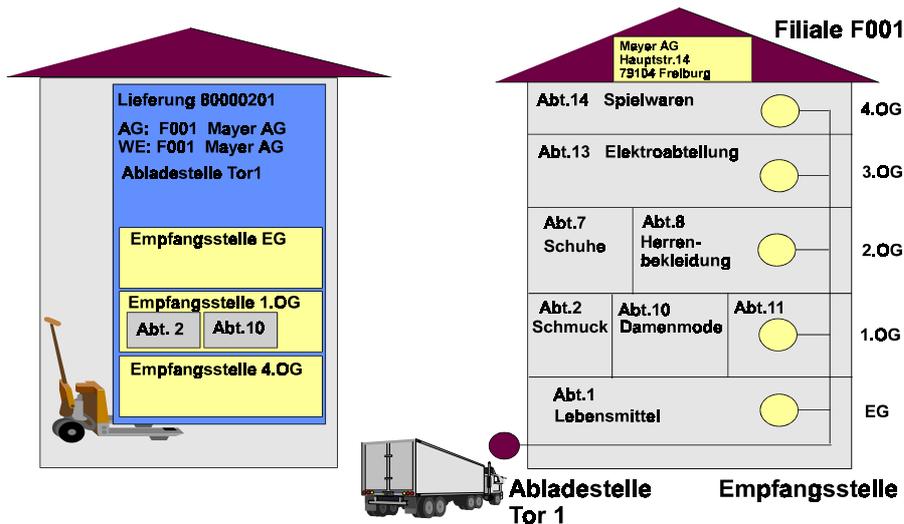


Abb. 4-20: Filialnachschub

Layout

Von den Filialen einer Vertriebslinie wird erwartet, daß sie sich in der Präsentation ihres Warenangebots und in ihrem Regalaufbau weitestgehend gleichen. Dies führt zu einem höheren Wiedererkennungseffekt, einer besseren Orientierungsmöglichkeit und damit zu einer größeren Kundenzufriedenheit.

R/3 Retail unterstützt dies durch die Definition von Filiallayouts. Die in den Filialen geführten Artikel können zu Plazierungsbereichen zusammengefaßt werden. Für jeden dieser Plazierungsbereiche können nunmehr unterschiedliche Variationen von Regallayouts definiert und den Filialen zugeordnet werden.



Abb. 4-21: Filiallayout

Wodurch zeichnet sich die Verwaltung von Verteilzentren und Filialen im R/3 Retail aus?

- Einheitliche Darstellung von Verteilzentren und Filialen als Betriebe
- Einfache und praxisgerechte Zuordnungsmöglichkeit von Betriebstypen in handelstypische Organisationsformen
- Betriebsprofile zur Festlegung der Filialverrechnung
- Unterstützung der logistischen Anforderungen an Betriebe

## Bezugswege

Für jede Beschaffung von gelisteten Waren muß für den jeweiligen Betrieb die zutreffende Quelle eindeutig festgelegt werden. Diesem Zweck dient die Bezugswegfindung.

### Bezugswegfindung

Die Entscheidung über den Beschaffungsweg vom Lieferanten über die Verteilzentren bis zum Betrieb wird über die Bezugswegparameter ermittelt. Bereits bei der Artikel-Stammdatenpflege kann durch die Wahl des Bezugswegschlüssels entschieden werden, ob der Artikel generell bzw. als Default über Lager zu beziehen ist. Ebenso ist es möglich, den Artikel generell für den Streckenbezug vorzusehen oder die Optionen offen zu lassen.

Neben der Festlegung der Bezugswegparameter auf Artikelebene kann auf der Ebene Warengruppe/Filiale ein bestimmtes Verteilzentrum für die Beschaffung ausgezeichnet werden. Damit wird die Bildung von Speziallägern für besondere Waren unterstützt.

Schließlich besteht die Möglichkeit, mittels des Orderbuchs für einen einzelnen Betrieb die Beschaffungsmöglichkeit bzw. den Lieferanten zeitabhängig zu fixieren. Hierbei können auch Quotierungen oder bestimmte Kontrakte zugewiesen werden.

Die Bezugswegfindung unterliegt einem hierarchischen Algorithmus, der die jeweiligen Parameter auswertet. Wird keine gültige Bezugsquelle gefunden, erfolgt eine Warnmeldung zur Durchführung einer manuellen Bestellung. Ist hingegen das Ergebnis der Bezugswegfindung nicht eindeutig, wird dem Benutzer ein Auswahlbildschirm angeboten.

### Verfahren

Die Parameter werden mit Bezug auf den Lieferanten in folgender Reihenfolge ausgewertet:

1. Eintrag im Orderbuch
2. Bezugswegschlüssel im Artikelstamm:
  - a = Lager, b = Strecke, c = optional
3. a) Selektion Verteilzentrum nach Warengruppe
  - b) Selektion Einkaufsinfosatz
  - c) Vorschlag: Lagerbezug, sonst Benutzerdialog
4. Setzen der Bezugsquelle bei Eindeutigkeit

Die Bestellanforderung kann nach Fixierung der Lieferanten dem automatischen Bestellverfahren übergeben werden.

## Warengruppen

Die Warengruppe ist die im Handel üblicherweise genutzte Methode, das gesamte Warenangebot in seiner Breite und Tiefe zu definieren und zu klassifizieren. Für die Warengruppenbearbeitung im R/3 Retail können dabei folgende grundsätzliche Aussagen getroffen werden:

- Ein Artikel ist unternehmensweit eindeutig einer Warengruppe zugeordnet.
- Oberhalb der Warengruppe sind beliebig viele Hierarchiestufen abbildbar.
- Die Warengruppe ist eindeutig einer Filialabteilung zugeordnet.
- Die Warengruppe kann Defaultwerte für die Anlage eines Artikels bereitstellen.
- Abhängig von der Warengruppe können bestimmte klassifizierende und variantenbildende Muß- und Kannfelder definiert werden, die bei der Artikelanlage von Bedeutung sind.
- Nicht artikelgenaue Verkäufe können über die Warengruppe vorgenommen werden.

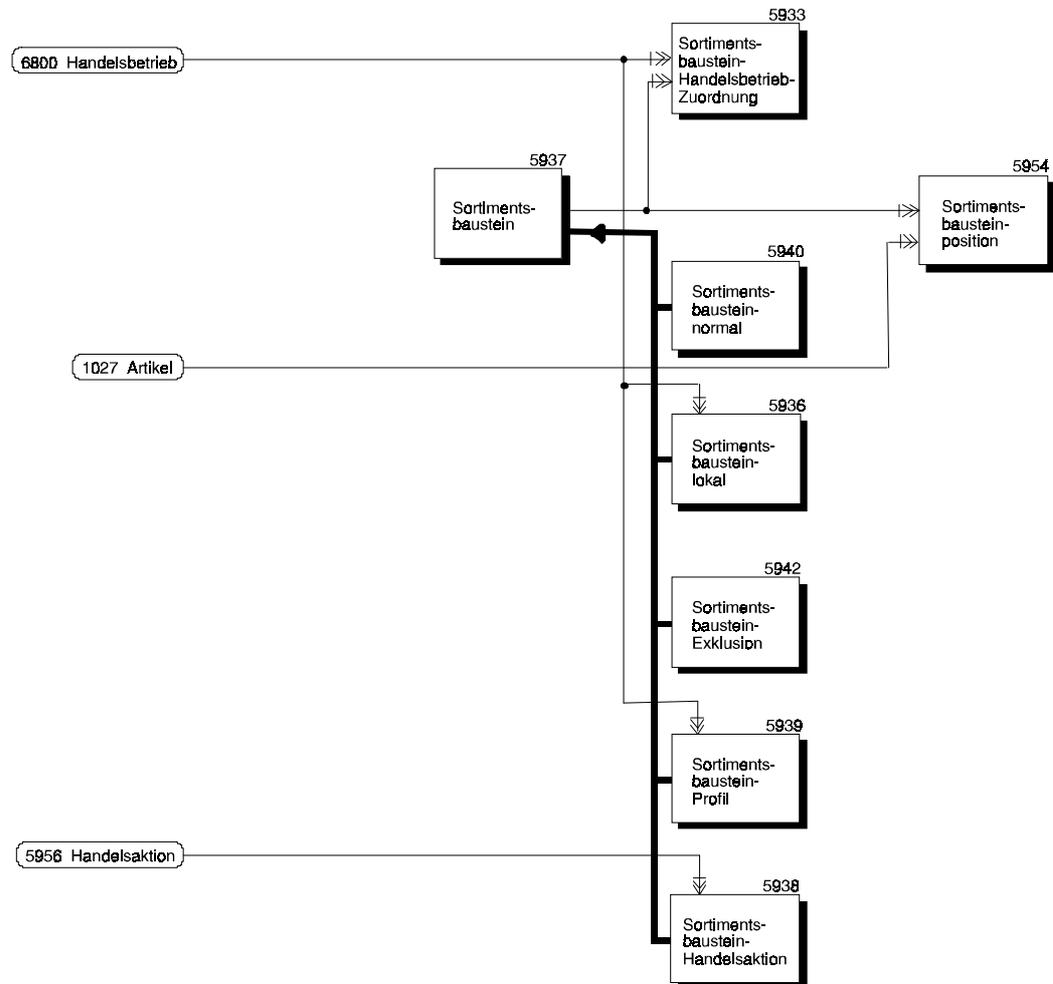
**Basiswarengruppe** Die einem Artikel direkt zuzuordnende Warengruppe heißt Basiswarengruppe. Innerhalb einer Warengruppenhierarchie stellt die Basiswarengruppe stets die unterste Hierarchiestufe dar. Oberhalb der Basiswarengruppe können weitere Hierarchiestufen gebildet werden. Jede untere Hierarchiestufe hat dabei eine eindeutige Beziehung zu genau einer übergeordneten Hierarchiestufe.

**Merkmalsprofile** Zu einer Basiswarengruppe können Merkmalsprofile angelegt werden. In einem solchen Merkmalsprofil werden differenzierte Steuerungsinformationen zur Pflege zugeordneter Artikel abgelegt. Ein Merkmalsprofil kann z.B. genutzt werden, um die klassifizierenden Merkmale eines Sammelartikels (z.B. Konfektionsgröße und Farbe bei Damenoberbekleidung) festzulegen oder abweichende Pflichtfelder zu definieren.

SAP-Begriff	Kundenbegriff (Beispiel)	Inhalt
Merkmalsprofil 1	<b>Warenuntergruppe</b>	<b>Elektromesser</b>
WG-Hierarchiestufe 0 = Basiswarengruppe	<b>Warengruppe</b>	<b>Küchenmaschinen</b>
WG-Hierarchiestufe 1 = Warengruppe 1	<b>Warenhauptgruppe</b>	<b>Elektrokleingeräte</b>
WG-Hierarchiestufe 2 = Warengruppe 2	<b>Sortimentsgruppe</b>	<b>Haushaltswaren</b>
WG-Hierarchiestufe 3 = Warengruppe 3	<b>Sortimentsbereich</b>	<b>Non Food</b>

Abb. 4-22: Warengruppenhierarchie und Merkmalsprofil

## Sortimente



**Abb. 4-23: Datenmodell Sortimente (vereinfachter Ausschnitt)**

Die Sortimentsgestaltung ist bei Handelsunternehmen ein wichtiges Steuerungsinstrument, besonders wenn unterschiedliche Vertriebstypen und Filialgrößen betrieben werden. Mit dem Sortiment wird je Betrieb bzw. je Artikel festgelegt, von welchem Betrieb in welcher Zeit ein konkreter Artikel zu bewirtschaften ist.

Die wesentlichen Aufgaben der Sortimentsgestaltung sind somit:

- die Verteilzentren festzulegen, über die der Artikel bei Distribution über Lager verteilt werden soll;
- die Filialen festzulegen, in denen der Artikel letztlich am Point-of-Sale verkauft werden soll.

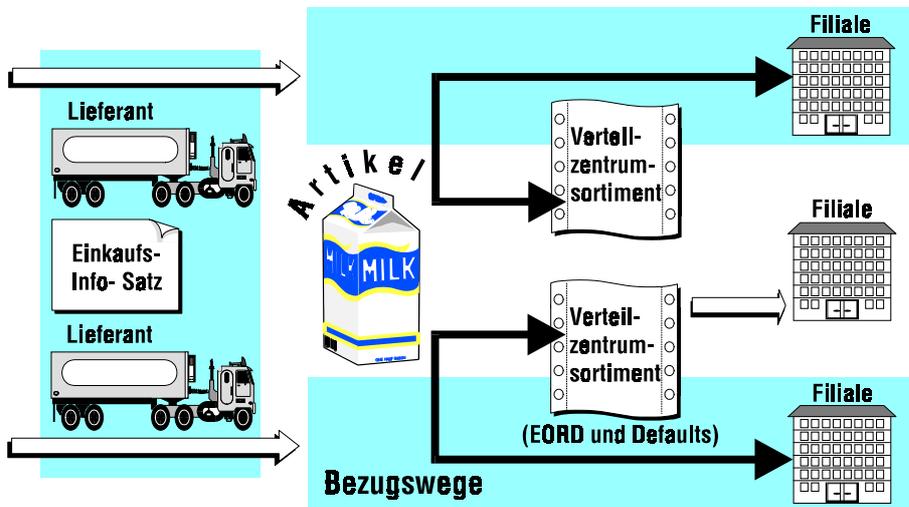


Abb. 4-24: Sortimentsgestaltung

Durch die bewußte logische Unabhängigkeit der Sortimentsgestaltung von Einkaufs- bzw. Lieferantenbeziehungen sowie den möglichen Warenflüssen und Bezugswegen konnten folgende Anforderungen gelöst werden:

- Eigenständige Arbeit einer (zentralen) Einkaufsfirma im Unternehmen, ohne direkte Einbindung in Warenflüsse und Marketing einzelner Vertriebslinien
- Differenzierte Vertriebsstrategien unabhängig von einer (zentralen) Einkaufspolitik
- Lokale Eigenständigkeiten in allen Bereichen
- Unterstützung flexibler Bezugswege

Sortimente im R/3 Retail sind demnach:

- Zeitlich differenzierte Zuordnungen von Artikeln zu Filialen zum Zweck der Präsentation und des Verkaufs an anonyme oder identifizierte Kunden
- Zeitlich differenzierte Zuordnungen von Artikeln zu Verteilzentren zum Zweck der Lagerführung und Weitergabe an die Filialen bzw. Kunden (z.B. im Großhandelsbereich)
- Die für einen Zeitabschnitt vorgesehenen Artikel in ihrer Gesamtheit je Filiale bzw. Verteilzentrum

Im Handel gibt es vielfältige Anforderungen zur differenzierten Sortimentsgestaltung. Dies reicht von völlig einheitlichen Sortimenten in allen Filialen bis hin zu unikaten Sortimenten in jeder einzelnen Filiale. Auf diese Anforderungen nimmt die Sortimentsgestaltung im R/3 Retail Rücksicht und bietet eine Vielzahl von Werkzeugen zur Ausprägung beliebig differenzierter Sortimente in Filialen und Verteilzentren an.

## Sortimentsgestaltung

Artikel können auf unterschiedliche Weise für Betriebe bzw. Vertriebslinien gelistet werden:

- durch direkten Anstoß aus der integrierten Artikelpflege
- durch eigene Funktionen zur gezielten manuellen Pflege von Sortimenten
- durch implizite Listung im Rahmen der Aufteilung bzw. Aktionen
- durch Änderung von Filialparametern beeinflussender Sortimentsgestaltung

Neben den Artikeln insgesamt (also mit allen ihren verfügbaren Mengeneinheiten) besteht im R/3 Retail die Möglichkeit, einzelne Mengeneinheiten eines Artikels aus den Sortimenten auszuschließen. Damit kann auf logistische Besonderheiten in Filialen, wie z.B. Regalgröße usw., Rücksicht genommen werden.

Normalerweise sind mit einer Listung immer alle Mengeneinheiten eines Artikels Sortimenten zugeordnet. Im Aktionsfall kann jedoch auch gezielt nur eine Mengeneinheit gelistet werden.

Ohne Listung kann ein Artikel in einem Betrieb nicht bewirtschaftet werden, da er weder im Bestellbuch bzw. der Filialwarenwirtschaft noch im POS-System existiert.

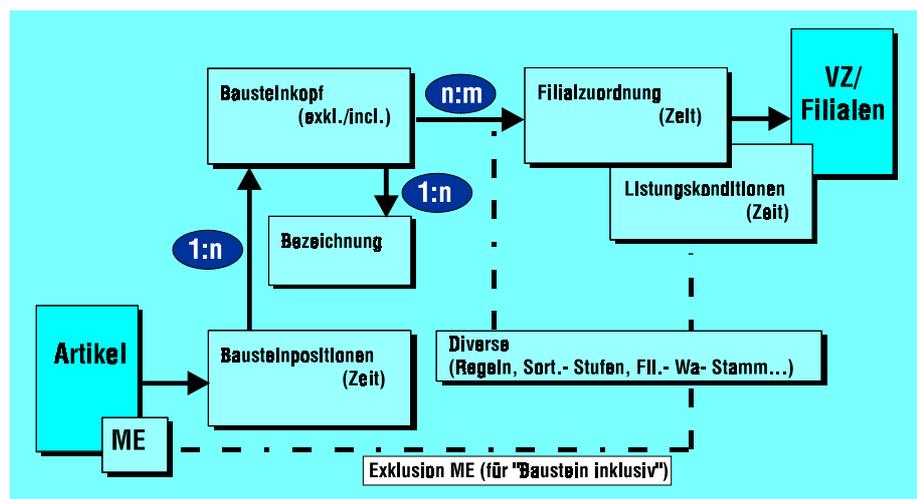


Abb. 4-25: Strukturen der Sortimente im R/3 Retail

## Sortimentsbausteine

Grundvoraussetzung für die Aufnahme eines Artikels in ein bzw. in verschiedene Filial- oder Verteilzentrumssortimente ist die Zuordnung des Artikels zu einem Sortimentsbaustein. Erst die Zuordnung eines solchen Bausteins zu einem Betrieb definiert die in ihm enthaltenen Artikel als Bestandteile des Filial- bzw. Verteilzentrumssortiments. Dadurch wird eine sofortige Gruppierung und Klassifizierung der Artikel-Filialzuordnung nach unterschiedlichen Gesichtspunkten erreicht. Ferner können dadurch die für die Sortimentsgestaltung definierten Regeln und allgemeine Zeitsteuerungen eingehalten werden. Verschiedene Bausteintypen gewährleisten eine hohe Flexibilität.

Artikel werden nach frei wählbaren Kriterien zu Normalbausteinen zusammengefaßt, die beliebigen Filialen zugeordnet werden können. Üblicherweise werden Normalbausteine verwendet, um relativ langfristig geführte und weitgehend einheitlich zu listende Artikel (z.B. Markenartikel) zu definieren. Eintragen eines Sammelartikels bedeutet, daß alle zugeordneten Varianten berücksichtigt werden. Eine Differenzierung je Variante ist möglich.

### Normalbaustein

Lokale Bausteine sind eine Spezialform der Normalbausteine. Sie gelten jedoch nur für genau eine Filiale bzw. ein Verteilzentrum und können keiner anderen Filiale bzw. keinem Verteilzentrum zugeordnet werden. Artikel, die z.B. durch Umlagerung in eine Filiale ohne vorherige Listung gelangt sind und dort verkauft werden, listet das System automatisch mit einer speziellen Form eines lokalen Bausteins.

### Lokaler Baustein

Um für nicht gewollte Zuordnungen eine Listung zu verhindern, besteht die Möglichkeit, mittels der Exklusionsbausteine jede Listung außer Kraft zu setzen. Wird ein Artikel in eine Exklusionsbaustein-Position eingestellt, so bedeutet das eine Nicht-Listung von allen im Exklusionsbaustein zugeordneten Filialen im dazugehörigen Gültigkeitszeitraum.

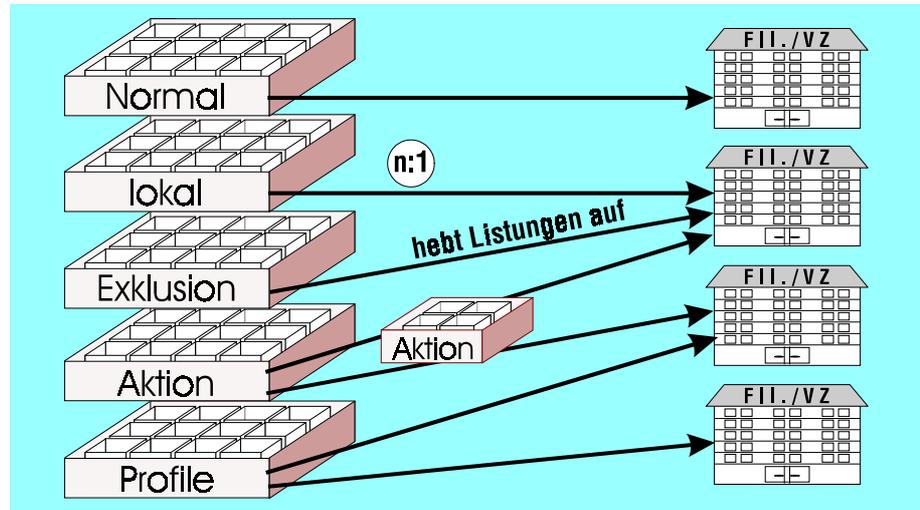
### Exklusionsbaustein

Artikel, die gemeinsam in einer Aktion behandelt werden sollen, können in einem Aktionsbaustein zusammengefaßt werden. Einer Aktion können mehrere Bausteine zugewiesen sein, die jedoch eigenständig zu Filialen zugeordnet werden können. Damit läßt sich z.B. eine unterschiedliche regionale Zeitstafel der Aktion abbilden. Für Aktionen können auch gezielt einzelne (Verkaufs-) Mengeneinheiten „inklusive“ gelistet werden. Nur diese Mengeneinheiten werden dann in die Listungskonditionen übernommen.

### Aktionsbaustein

Profilbausteine entstehen nicht „manuell“, sondern ausschließlich aus der integrativen Artikelpflege heraus. Sie können jedoch in eingeschränkter Form manuell gepflegt werden, um ggf. auftretende Fehlzuordnungen zu beseitigen. Es ist möglich, Positionen dieser Bausteine bzw. den Baustein insgesamt gezielt zu löschen. Je Filiale (bzw. Verteilzentrum) und Basiswarengruppe entsteht genau ein solcher Profilbaustein.

### Profilbaustein



**Abb. 4-26: Sortimentszuordnung**

In den Positionen eines Bausteins können sowohl Einzelartikel als auch Sammelartikel oder Varianten eines Sammelartikels eingetragen werden. Durch den Eintrag eines Sammelartikels werden auch alle seine Varianten in den Baustein übernommen, sofern nicht eine Variante speziell behandelt werden soll. In diesem Fall wird der Sammelartikel mit der Kennzeichnung „abweichende Variantenlistung“ versehen und die Variante erhält einen eigenen Eintrag im Sortimentsbaustein. Beim gezielten Listen einer Variante prüft das System, ob nicht genau diese Variante bereits als Bestandteil eines Sammelartikels im Baustein existiert.

#### Listungskonditionen

Grundsätzlich erfolgt die Zuordnung von Betrieben auf Gesamtbaustein-ebene. Einzelne Positionen des Bausteins können jedoch im Zeitrahmen oder der Priorität von dieser Gesamtzuordnung abweichen. Aus diesem Grund wird die tatsächliche Zuordnung von Artikeln zu Betrieben in den sogenannten Listungskonditionen vermerkt. In diesen Listungskonditionen wird unter anderem abgelegt:

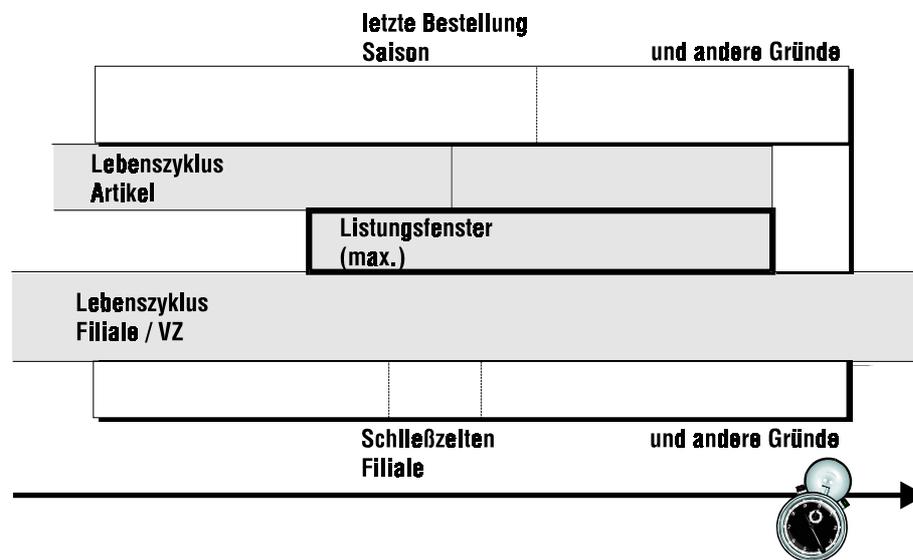
- die zeitlich differenzierte Zuordnung des Artikels zum Betrieb
- inklusive oder exklusive Zuordnungen
- die Exklusion von Mengeneinheiten eines Artikels in einem Betrieb
- die Nummer des genutzten Bausteins
- ob die Listung eine Aktionslistung ist
- die Anzahl von Mehrfachzuordnungen einschließlich der zuletzt genutzten Bausteinnummer

Der Zeitraum, in dem ein Artikel für einen Betrieb gelistet ist, wird als **Listungsfenster** bezeichnet. Er wird begrenzt durch:

- das „gültig-ab-Datum“ des Artikels als absolutes Minimum
- das Liquidationsdatum des Artikels als absolutes Maximum

Dazwischen können abweichende Zeiträume über die Bausteinpositionspflege oder die integrierte Artikelpflege definiert werden.

Das Listungsfenster begrenzt die Verfügbarkeit eines Artikels im Betrieb (z.B. für Bestellzwecke).



**Abb. 4-27: Listungsfenster**

Das Listungsverfahren legt den Ablauf der Zuordnungsprüfung von Bausteinen zu Filialen bzw. Verteilzentren fest. Bei der Artikelpflege oder gezielten Sortimentspflege wird festgelegt, ob eine manuelle oder automatische Bausteinzusortierung erfolgen soll. Somit wird über die Listungsverfahren das Ergebnis des Listungsvorgangs gesteuert. Über sie wird eine hohe Variabilität bei der Sortimentsgestaltung erreicht. Um den Umgang mit den vom System angebotenen Listungsverfahren zu vereinfachen, können folgende Voreinstellungen getroffen werden:

- Ein Listungsverfahren kann als Standardverfahren definiert werden. Dieses Verfahren wird dem Anwender dann automatisch vorgeschlagen.
- Es kann genau ein Verfahren für die Listung von Aktionen definiert werden.

## Listungsverfahren

- In den Stammdaten des Benutzers kann ein benutzerindividuelles Verfahren eingestellt werden.
- Jedes Listungsverfahren kann mit eigenen Berechtigungen versehen werden.

Grundsätzlich werden zwei Arten von Listungsverfahren unterschieden:

- die manuelle Zuordnung von Sortimentsbausteinen zu Betrieben
- die automatische Zuordnung über zuvor festgelegte Regeln

<b>manuelle Bausteinzuordnung</b>	<b>automatische Bausteinzuordnung</b>
<p>- zu <b>allen Betrieben</b> Immer ("Holzhammer-Methode")</p> <p>- <b>gezielte</b> Nach-Selektion (z.B. über Exclusion oder (später) Betriebsstreichung aus Auswahl-Liste)</p>	<p>a) Auswahl über <b>Betriebs-WaGru-Stamm</b> <span style="float: right;">Profil-Bausteine</span></p> <p>b) Auswahl über klassif. <b>Übereinstimmung</b> Artikel- und <b>Betriebsmerkmalswerte</b></p> <p>c) <b>Layout-Abgleich</b></p> <p>- <b>gezielte</b> Nachselektion</p> <p><b>a + b : Bausteinfindung</b></p> <p><b>c : Regel-Abgleich</b></p>
<p><b>Betrieb</b> &lt;-----&gt; <b>Baustein</b> &lt;-----&gt; <b>Artikel</b></p> <p style="text-align: center;">cn : 1                      cn : 1</p>	<p><b>Betrieb</b> &lt;-----&gt; <b>Baustein</b> &lt;-----&gt; <b>Artikel</b></p> <p><b>WaGru</b>                      1 : 1                      cn : 1</p>

Abb. 4-28: Listungsverfahren

#### Automatische Sortimentskorrektur

Änderungen von Betriebs- oder Warengruppenstammdaten (z.B. Änderung einer Sortimentsstufe, Neuaufnahme oder Löschung einer Warengruppe) machen es erforderlich, auch die entsprechende Artikellistung zu korrigieren. Im R/3 Retail geschieht dies weitestgehend automatisch zum Zeitpunkt der entsprechenden Änderung. Im Falle der Sortimentsstufenänderung geschieht dies jedoch nur für Artikel-Filial-Listungen, die auf diesem Wege entstanden sind, also die Sortimentsstufe in ihren Listungskonditionen vermerkt haben. Listungen, die mit Absicht „entgegen allen Regeln“ gesetzt wurden, bleiben somit unberührt.

Was sind die Besonderheiten der Sortimentsgestaltung im R/3 Retail?

- In die Artikelstammpflege integrierte Sortimentsbildung
- Sonderfunktion zur Steuerung von Aktionssortimenten
- Bausteine als Träger der beabsichtigten Sortimentsstrategie
- Manuelle und automatische Listungsverfahren zur Filial-Bausteinzuordnung

## Aktionen

Die Aktion ist eine verkaufsfördernde Marketingmaßnahme, die neben der vom Kunden sichtbaren Verkaufsseite auch die Einkaufsseite betrifft, da diese Maßnahmen von den Lieferanten oft mit entsprechenden Konditionen (z.B. Werbekostenzuschuß) unterstützt werden. Für den Wettbewerb im Handel sind Aktionen ein wichtiges Differenzierungsmerkmal. Besonders im preisaggressiven Wettbewerb stellen sie einen wichtigen Aspekt für den Erfolg des Unternehmens dar.

Während die Aktion im Bereich von Herstellern und Lieferanten nur auf der Vertriebsseite behandelt wird, ist sie beim Handelsunternehmen sowohl auf der Einkaufs- als auch auf der Verkaufsseite zu betrachten.

Im einzelnen umfaßt die Aktion:

- die Festlegung der betroffenen Artikel (Preise, Konditionen, Geltungsbereich)
- die Beschaffung der Aktionsware
- die Bestandsabgrenzung gegenüber der Normalware
- die zugehörige Versorgung von Filialen und Großhandelskunden mit Aktionsware
- die Verkaufsabwicklung am POS
- die Aktionserfolgsrechnung



Abb. 4-29: Aktionsbearbeitung

**Aktion anlegen** Die eindeutige Aktionsnummer kann intern ermittelt, aber auch durch externe Vorgabe festgelegt werden. Wesentliche Aktionsdaten neben der Aktionsnummer sind z.B.

- Aktionsart (Beschreibung der Aktion, steuert Folgebearbeitung)
- Aktionstyp (z.B. Werbung, Verkaufsförderung, Preisgestaltung)
- Werbemittel (z.B. Prospekt, Zeitung, Lautsprecher)
- Themen (z.B. Haushalt, Foto, Wohnen usw.)
- Geltungsbereich mit unterschiedlichen Gültigkeitszeiträumen für Filialen oder Filialgruppen (z.B. Ferienaktionen)
- Bearbeitungsstatus
- Datumsangaben für Verkaufsbeginn/-ende (eventuell unterschiedlich je Filialgruppe)
- Termine aufgrund Verkaufszeitraum mit Vor-, Nachlaufzeiten

Nach der Erfassung von Verkaufszeiträumen je Filialgruppe werden aufgrund der eingepflegten Vor- bzw. Nachlaufzeiten (Default in Aktionsartentabelle) unterschiedliche Termine ermittelt. Der Einkaufs-Konditionszeitraum wird vom frühesten bis zum spätesten Verkaufsdatum ermittelt und als Vorschlagswert bei der Pflege von Einkaufskonditionen übernommen.

**Aktion ändern Übersicht Schnellerfassung**

Aktion Bearbeiten Artikel Detail Zuordnen Umfeld System Hilfe

Aktionsgrunddaten Aktionsplandaten Mengenplanung Preisplanung Log. Steuerung Preispflege

Aktionsart 0001

Betriebsgruppe F01 Filiale 01 3

UK-Kondit.ab 15.03.1995 bis 20.03.1995 UP-Währung

EK-Kondit.ab 01.03.1995 bis 18.03.1995 Logist.ME PAL

Aktion 0100000014 Aktion Kalenderwoche 11/12 1995

Aktionspositionen

S	Artikel	Planmenge	ME	Aktions-UP	
<input checked="" type="checkbox"/>	UHG-PILS	1.536,000	FL	3,80	Rolinck Pilsener
<input type="checkbox"/>	DSMOST	1.000,000	L	1,55	Most aus Äpfel und B
<input type="checkbox"/>	DSOBST	500,000	FL	12,99	Obstler aus dem Krai
<input type="checkbox"/>	WWS-BIER	1.000,000	ST	2,57	Bier
<input type="checkbox"/>	1101	200,000	ST	88,00	Schneeketten 78x98
<input type="checkbox"/>	1101	300,000	KAR	827,96	Schneeketten 78x98
<input type="checkbox"/>	1101	100,000	PAL	2.500,00	Schneeketten 78x98
<input type="checkbox"/>	182544	10,000	KG	12,50	Emmentaler
<input type="checkbox"/>	182544	20,000	6PK	50,00	Emmentaler
<input type="checkbox"/>	182544	1,000	KAR	57,90	Emmentaler
<input type="checkbox"/>	182544	2,000	PAL	222,33	Emmentaler

Eintrag 1 / 18

K11 (1) | hs1043 | INS | 17:07

Abb. 4-30: Aktion - Schnellerfassung

Die in einer Aktion bewirtschafteten Artikel werden als Positionen den Aktionskopfdaten zugeordnet. Eine Pflegefunktion, in der Artikel nach verschiedenen Kriterien selektiert werden können, unterstützt die Zuordnung und bietet die Möglichkeit, direkt in die integrierte Artikelpflege zu verzweigen um neue Artikel oder Konditionen anzulegen. Auch das Kopieren bereits vorhandener Aktionsdaten mit anschließender Überarbeitung ist auf verschiedene Ebenen (z.B. Aktion, Baustein, Position) möglich.

Alle Artikel einer Aktion werden in einem oder mehreren Aktionsbausteinen zusammengefaßt (z.B. mehrere Themen oder unterschiedliche Sortimente je Filialgruppe). Die Bausteinnummer kann manuell oder maschinell vergeben werden. Aufgrund dieser Aktionsbausteine erfolgt die Sortimentszuordnung der Artikel zu Filialen, die u. U. eine bestehende Nicht-Listung für den Aktionszeitraum überschreibt. Dadurch können die notwendigen Informationen (Bestellbuch, POS, Etikettierung) für die Filialen automatisch bereitgestellt werden.

Zur Unterstützung der Aktionsplanung und -auswertung können Aktionen in ein oder mehrere Themen gegliedert werden. Solche Themen können beispielsweise nach Sortimentsstrukturen oder Marketingüberlegungen gebildet werden. Sie ermöglichen die Gruppierung von Artikeln innerhalb einer Aktion.

**Themen**

Mögliche Themen sind z.B.:

- Haushaltswaren
- Fotoartikel
- Modernes Wohnen
- Alles fürs Kind

Zur Information der Filialen über die bevorstehende Aktion wird die Aktionsbekanntmachung gedruckt und verteilt. In dieser Benachrichtigung sind u.a. die Aktionsdaten und Artikeldaten, die Dispositionsdaten, die Lieferantendaten und ggf. Aufteilungsmengen aus der Aufteilung enthalten.

**Aktionsdurchführung**

Bei der Bereitstellung der Aktionsverkaufspreise für POS-Systeme werden neben dem Verkaufspreis die Aktionsnummer und das Thema mitgegeben. In den Abverkaufsdaten werden, falls entsprechende Kassensysteme installiert sind, diese Informationen gesondert ausgewiesen.

Zu Beginn der Aktion kann die Etikettierung der Aktionsware automatisch angestoßen werden. Der Etikettendruck erfolgt gemäß der Etikettierungsvorschrift im Artikelstamm oder der aktionsspezifischen Festlegung in den Aktionspositionsdaten.

Die Aktionsendebearbeitung umfaßt folgende Aktivitäten:

- Versorgung POS mit Normalpreisen
- Normaletiketten/Regalpreisschilder

- Umbewertung Aktionspartien auf Normal-VKP
- Erfolgskontrolle
- Übersicht Aktionsrestbestände inkl. Rückgabemöglichkeit
- Löschvormerkung für reine Aktionsartikel (Zeitverzug)

**Disposition / Bestellung** Die Verantwortung für Disposition und Bestellung kann für Aktionen von der Normalverantwortung abweichen. Mit der Aktionsbekanntmachung werden die Filialen u.a. auch über Disposition und Bestellung informiert.

Dem verantwortlichen Disponenten werden die Aktionsartikel (je Filiale) automatisch in seinen Dispositions-vorrat gestellt. Mit Übergabe der Aktionsnummer in die Bestellposition wird die Nutzung der Aktionskondition wirksam. In der Normaldisposition werden die Verbräuche der zurückliegenden Perioden zur Bedarfsermittlung herangezogen. Durch optionales Ausblenden der Aktionszeiträume aus der Bedarfsrechnung kann der Aktionsumsatz unberücksichtigt bleiben.

**Aktion und Aufteiler** Grundsätzlich werden alle Beschaffungsvorgänge für die Ersteindeckung von Aktionsware über die R/3-Retail-Funktion Aufteilung abgewickelt. Dabei werden folgende Varianten vom System unterstützt.

- Zentrale Aufteilung vom Verteilzentrum an die Filialen
- Streckenbelieferung vom Lieferanten an die Filialen
- Zentrale Beschaffung beim Lieferanten und Transit über das Verteilzentrum
- Mischformen der oben genannten Varianten

Im Dialog können aus den Aktionsgrunddaten die entsprechenden Aufteiler generiert werden. Es ist nicht zwingend erforderlich, alle Artikel einer Aktion zentral über eine Aufteilung zu verteilen.

**Bestandsführung** Im R/3 Retail wird die Festlegung der Bestandsführung über Bewertungs-segmente und die Bewertungsart festgelegt.

Aktionsbestände können prinzipiell auf folgende Arten geführt werden:

- keine nach Aktionen getrennte mengen- und wertmäßige Bestandsführung
- Normalbestandsführung und kummulierte Aktionsbestandsführung
- Normalbestandsführung und Einzelbewertung pro Aktion
- Partienführung innerhalb der Einzelaktion

Welche der angebotenen Alternativen für welchen Artikel in Frage kommen soll, wird durch die Bewertungsart festgelegt. In der integrierten Artikelpflege kann der Anwender durch die Vergabe der Bewertungsarten „Normal“ oder „Aktion“ die wert- und mengenmäßige Bestandsführung des Artikels festlegen.

Beim Wareneingang ist Aktionsware über ihre Aktionsnummer sofort in der Bestellung erkennbar. Enthält ein Wareneingang sowohl Aktions- als auch Normalware wird dem Benutzer ein entsprechender Online-Hinweis auf die Aktionsware in der Lieferung gegeben. Durch die beim Artikel festgelegte Bewertungsart ist das System in der Lage, entsprechend der festgelegten Bewertungsalternative, die Artikelbestände fortzuschreiben.

Bestandsabgänge werden durch POS-Abverkäufe, Verteilzentrumslieferungen, Umlagerungen sowie sonstige Bewegungsarten wie Verschrottung, Inventurdifferenz usw. ausgelöst. Über die Aktionsfindung wird die jeweils richtige Bewertungsart ermittelt, so daß die korrekte wert- und mengenmäßige Bestandsfortschreibung gewährleistet ist.

Für die Aktionsplanung kann je Aktion

- ein Gesamtumsatz zu Einkaufspreis und Verkaufspreis
- die Anzahl der Artikel
- der Absatz in Verkaufseinheiten
- die Gesamtmenge und die genutzte Logistikeinheit (z.B. Palette)

in den Aktionskopfdaten gespeichert werden. Andere Aktionen können zum Vergleich referenziert werden.

Für jeden Aktionsartikel kann eine Aktions-Absatzmenge geplant werden, aus der zusammen mit dem Aktions-Verkaufspreis und dem Mengenumrechnungsfaktor (Artikelstamm) der Planumsatz und die Menge in Logistikeinheiten errechnet wird.

Die aufsummierte Werte der Detailplanung werden den erfaßten Planwerten je Aktion gegenübergestellt, um zu prüfen, ob der geplante Aktionsumsatz erreicht werden kann.

Aktionsumsätze werden im Warenwirtschaftsinformationssystem in einer eigenen Informationsstruktur fortgeschrieben. Dabei gilt folgende Verdichtungshierarchie:

## Aktionsplanung

## Aktionsauswertung

- Filiale oder Verteilzentrum
- Warengruppenhierarchien bzw. Warengruppen
- Artikel
- Aktionen
- Aktionstypen
- Aktionsthemen

Die fortgeschriebenen Kennzahlen sind dabei:

- Aktionsumsatz
- Summe der Wareneingänge pro Lieferant
- Bestellvolumen
- erreichte WE-Marge sowie die Umsatz- und Bestellmarge

Alle Kennzahlen werden sowohl zum Einkaufspreis als auch zum Verkaufspreis sowie netto und brutto fortgeschrieben.

Über die Funktionalitäten des Warenwirtschaftsinformationssystems lassen sich diese Kennzahlen allen Verdichtungsstufen zuordnen bzw. beliebig kombinieren, sodaß auf einfache Weise individuelle Auswertungsreports zusammengestellt werden können.

Wodurch zeichnet sich die Aktionsverwaltung im R/3 Retail aus?

- Einfache Pflegeoberflächen zur Aktionsverwaltung
- Möglichkeit zur Strukturierung von Aktionen nach Themengebieten
- Integration der Aktionsverwaltung mit den Funktionen der Disposition, des Bestellwesens, der Aufteilung usw.
- Weitreichende Auswertungsfunktionen