HENGSTENBERG SIEHT MIT XPRESSPSA KLARER

Bei den Jahresgesprächen fordert der Handel von seinen Lieferanten deutliche Konditionenverbesserungen - obwohl viele Rohstoffe für die Hersteller teurer geworden sind. Hinzu kommt, dass Handelskonzerne zunehmend mit Konditionsmanagement-Systemen aufrüsten, um Verträge mit Lieferanten über alle Länder transparent und vergleichbar zu machen. Für Lieferanten gewinnt ein vergleichbares Konditionsmanagement-System an Bedeutung, wollen sie ein Verhandlungspartner auf Augenhöhe sein. In der Regel verlassen sich Konsumgüterhersteller in ihren Planungsprozessen auf historisch gewachsene „flying Excel“. Ein integriertes System, mit dem vielfältige Planungs- und Simulationsmöglichkeiten von Konditionen, Absatz und Umsatz zur Verfügung stehen, wird in der Konsumgüterindustrie in Deutschland nur selten eingesetzt. Nicht so im Hause Hengstenberg: Das Unternehmen plant und simuliert seinen Absatz, Umsatz sowie die einzusetzenden Rabatte und Konditionen integriert mit dem Branchentemplate xpressPSA.

DER KUNDE

Hengstenberg - gegründet 1876 in Esslingen am Neckar - beschäftigt heute in Deutschland über 550 Beschäftigte an den Standorten Esslingen, Fritzlar und Bad Friedrichshall. Neben der Marke Hengstenberg vertreibt das Unternehmen auch die Marke „ORO di Parma“. Das Sortiment umfasst, neben Sauerkraut, Rotkohl und Gurken auch Essig, Senf, feinsaure Gemüsekonserven und Tomatenprodukte.

DIE HERAUSFORDERUNG

In der Regel verlassen sich Konsumgüterhersteller in ihren Planungsprozessen auf historisch gewachsene „flying Excel“. Dabei haben sie mit vielen Herausforderungen zu kämpfen: Die Konsolidierung der Einzelplanungen zu einer Gesamtplanung ist ein aufwändiger Prozess im Controlling. Die konsistente Durchrechnung verschiedener Szenarien ist aufgrund des Arbeitsaufwands bei den Beteiligten nahezu unmöglich. Der Vergleich der Marketing- und Vertriebsplanung bereitet Unternehmen aufgrund unterschiedlicher Granularitäten immer wieder Probleme. Ein integriertes System, mit dem vielfältige Planungs- und Simulationsmöglichkeiten von Konditionen, Absatz und Umsatz zur Verfügung stehen, wird in der Konsumgüterindustrie in Deutschland nur

© Reply 2011
www.reply.eu

selten eingesetzt. Nicht so im Hause Hengstenberg: Das Unternehmen plant und simuliert seinen Absatz, Umsatz sowie die einzusetzenden Rabatte und Konditionen integriert mit dem Branchentemplate xpressPSA.

Die Konditionen für die Produkte des Unternehmens sowie deren Absatz und Umsatz planten die Key Accounter in der Vergangenheit mit Excel. Damit waren jedoch der Abstimmungsaufwand sowie der Pflege- und Administrationsaufwand bei Änderungen hoch. Verschiedene Hochrechnungen waren im Excel nur schwer vergleichbar. Das Unternehmen entschied, diese Schwachstellen durch ein integriertes Planungs- und Simulationssystem zu beheben und entwickelte gemeinsam mit dem IT-Dienstleister is4 das Branchentemplate xpressPSA. Für den Template-Ansatz sprachen der enge Bezug zur täglichen Arbeitspraxis der Endanwender und damit eine große Akzeptanz des Systems nach dessen Einführung. Seit einigen Monaten setzt Hengstenberg xpressPSA produktiv ein.

DIE LÖSUNG

Inhaltlich unterscheidet xpressPSA zwischen vier Typen der Planung; der Marketing-Planung, der Vertriebs- oder Key-Account-Planung, der dazugehörigen Konditions-planung sowie einer operativen Absatzplanung. Die wesentlichen Unterschiede der einzelnen Planungen liegen in der Zielsetzung, der Granularität und den zu beplanenden Kennzahlen. Während in der Marketing- sowie in der operativen Absatz-planung auf einer aggregierten Kundenebene geplant wird, plant der einzelne Key Account Manager in der Key-Account-Planung sowie in der Konditionsplanung seine Kunden. Auf Kennzahlebene wird in der Marketing- und Key-Account-Planung entlang des DB-Schemas bis zum Netto-Netto (Absatz, Preis, Rabatte, Konditionen) geplant. Dagegen plant man in der operativen Absatzplanung lediglich den Absatz. Die Konditionsplanung berücksichtigt flexibel konfigurierbare Abzugsschemata, auf die sich die Einzelkonditionen beziehen. Obwohl die vier unterschiedlichen Planungstypen in unterschiedlicher Granularität vorliegen, können die Planungen im xpressPSA miteinander verglichen werden, so dass am Ende eines Planungsprozesses ein abgestimmter Planungsstand vorliegt.

Den Mittelpunkt der Planung in xpressPSA bildet das Zusammenwirken der Key-Account-Planung und der Konditionsplanung. Nach der Planung von Absatz und Preis in der Key-Account-Planung, hinterlegt Hengstenberg in der Konditionsplanung Rabatte und Konditionen auf beliebigen Stufen der Produkthierarchie. Dabei sind prozentuale und absolute Konditionen sowie Stückvergütungen möglich. Nach der Pflege können die Planer dann auf Knopfdruck das DB-Schema für die Konditionen berechnen. Dabei werden der aktuell hinterlegte Planabsatz und Planumsatz einer Version aus der Key-Account-Planung sowie ein im System hinterlegtes Konditionsschema zur Anwendung der Abzugsreihenfolge und zur Bestimmung von Zwischenstufen berücksichtigt.

Um konsistente Artikel-DB-Betrachtungen zu ermöglichen, rechnet xpressPSA jede Kondition bis auf den Einzelartikel herunter, wobei der Gültigkeitszeitraum der Kondition berücksichtigt wird. Nach dem Durchrechnen wird automatisch die Key-

Account-Planung mit den neuen Rabatt- und Konditionsdaten aktualisiert. Durch verschiedene Simulationsstände in jeder Planung ist es bei Hengstenberg möglich, alternative Szenarien durchzuspielen, um Auswirkungen besser beurteilen zu können. So sind Key Account Manager optimal auf Handelsgespräche vorbereitet

IHR NUTZEN

Die Planungsanwendungen von xpressPSA sind in das SAP Portal integriert. In diese einheitliche, webbasierte Oberfläche sind auch alle Reports und Administrationsmöglichkeiten der Planung eingebunden. Die verschiedenen Administrationstools von xpressPSA sind so gestaltet, dass sie direkt im Fachbereich bedient werden können. Statt aufwändiger Anlageprozesse für Stamm- und Bewegungsdaten innerhalb der SAPGui, die zur Initialisierung einer neuen Planungsversion erforderlich sind, können berechtigte Benutzer bei Hengstenberg innerhalb des Portals über Web-Dynpro-Anwendungen auf Knopfdruck alle Vorbereitungen treffen, so dass die Planenden mit minimalem Aufwand ihre Planung erzeugen können. Ebenfalls möglich ist ein Tracking des Planungsstatus der einzelnen Planungsaufgaben aller Key-Account-Manager. Hier sieht der Administrator, welche Planungsaufgaben von den Key-Account-Managern schon abgeschlossen wurden und welche noch offen sind. Jederzeit können die Kunden-Einzelplanungen innerhalb des Reportings zu einem Gesamtplan verdichtet werden. Obwohl die eigentliche Granularität der Planungen unterschiedlich ist, wird dadurch eine Vergleichbarkeit der Marketingplanung und der Key-Account-Planung erreicht. So verfügt das Unternehmen am Ende eines Planungsprozesses über einen konsolidierten und abgestimmten Planungsstand beider Bereiche. Zum Lieferumfang von xpressPSA gehört auch ein Berechtigungssystem. Hierdurch kann gesteuert werden, welcher Key-Account-Manager welche Kundenknoten planen darf.

Technisch ist xpressPSA mit der Integrierten Planung des SAP BW realisiert. Neben der Integration in die SAP-Welt sprachen die im Unternehmen vorhandenen Lizenzen, das in der IT vorhandene SAP-Know-how und die Einsparungen von Kosten für zusätzliche Hardware, die bei Einsatz einer proprietären Lösung erforderlich geworden wären, für eine SAP NetWeaver BW-basierte Planung. Die Kosten für die Einführung von xpressPSA waren zwar vergleichbar mit den Kosten für die Implementierung einer proprietären Planungslösung. Unter Betrachtung der Total Cost of Ownership (TCO) schnitt jedoch xpressPSA deutlich günstiger ab. Da xpressPSA ein vorentwickeltes System ist, das auf Best Practises der Branche basiert, konnte Hengstenberg seine Projektkosten und Projektrisiken minimieren. Das Template deckt bereits 80 bis 90 Prozent der typischen Anforderungen in der Konsumgüterindustrie ab. In einer Blueprint-Phase wurden lediglich die für den individuellen Geschäftsablauf notwendigen Anpassungen implementiert. „Die gesamte Planungs-, Reporting- und Administrationsoberfläche ist in das SAP NetWeaver Portal eingebunden. So haben wir ein anwenderfreundliches, einheitliches und webbasiertes „Look & Feel" für alle Planungen, Reports und Administrationsaufgaben erreicht", berichtet Matthias Pfeifer, Key Account Manager bei Hengstenberg, der das Projekt zur Einführung der Anwendung geleitet hat.

4brands Reply berät Unternehmen aus der Konsumgüterindustrie umfassend in der Gestaltung ihrer Geschäftsprozesse nach dem ECR-Prinzip und implementiert Softwarelösungen, die die Unternehmensziele ihrer Kunden nachhaltig unterstützen. Dabei folgt 4brands Reply dem bewährten Konzept, Softwarekomponenten von Technologieführern wie SAP, Accenture CAS oder Microsoft zu kundenindividuellen Lösungen zu integrieren. Die Kunden von 4brands Reply profitieren von innovativen, individuell auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Lösungen, fundierten Branchenkenntnissen der Berater und einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit. 4brands Reply wurde Ende 2001 als Joint Venture mit der Melitta-Gruppe gegründet. Die Reply Deutschland AG hält 51 Prozent der Anteile. Die Einbindung in das Netzwerk des europaweit agierenden IT-Dienstleisters Reply eröffnet 4brands Reply den Zugriff auf das Know-how von über 3.000 IT-Experten. Das Unternehmensnetzwerk Reply erwirtschaftete 2010 in seinen Hauptniederlassungen in Italien, Deutschland und im Vereinigten Königreich einen Umsatz von über 384 Millionen Euro.

4brands Reply
www.reply.de