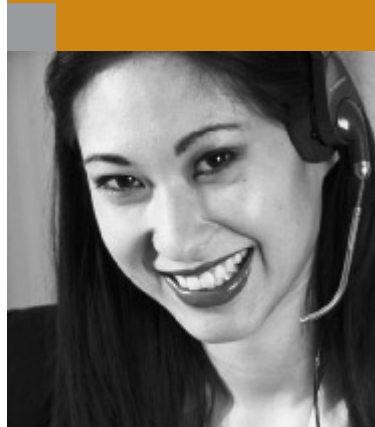


SAP Customer Success Story Retail



Helle Farben und offene Tresen beherrschen die Szenerie in den neuen Filialen der **Deutschen Post**. Freundliche, serviceorientierte Mitarbeiter sorgen dafür, dass Briefe, Päckchen und Paket-sendungen auf den Weg gebracht werden. Außerdem bieten sie Finanz- und Telekommunikationsdienstleistungen an. En passant decken die Kunden ihren Bedarf an Schreibwaren und Büromaterial. Zug um Zug wird das Angebot erweitert und den Wünschen der Verbraucher angepasst. Hinter den Kulissen sorgt die Branchenlösung **SAP® for Retail** für den Nachschub in den Filialen.

Deutsche Post 



DEUTSCHE POST

MIT SAP® FOR RETAIL DIE RICHTIGEN ARTIKEL AM RICHTIGEN ORT

LEISTUNGSSTARKER DIENSTLEISTER MIT KUNDENNÄHE

Mit modernen Produkten und Services ist aus der Deutschen Post ein leistungsstarkes Dienstleistungsunternehmen geworden, das sich in einem kontinuierlichen Umbildungsprozess konsequent an Kundenbedürfnissen ausrichtet. 72 Millionen Briefsendungen werden täglich bewegt, wobei insbesondere der Bereich Direktmarketing für hohe Zuwachsraten sorgt. Damit ist die Deutsche Post im Kerngeschäft Brief deutscher Marktführer. Im europäischen Vergleich besetzt sie in diesem Geschäftsbereich einen führenden Rang. 230.000 Mitarbeiter sorgen für den Ausbau dieser starken Marktposition. Über das flächendeckende Filialnetz wird ein umfassendes Sortiment an Post-, Finanz- und Telekommunikationsdienstleistungen angeboten.

WARENWIRTSCHAFT WECHSELT DIE PLATTFORM

Rund 2.000 Artikel sind im Standardsortiment der Filialen gelistet. Dabei handelt es sich um Handels- und Agenturware, die auf Rechnung der Deutschen Post in den rund 13.500 Außenstellen verkauft wird. Ca. 5.500 dieser Servicepunkte sind mit eigenen Mitarbeitern besetzt, die restlichen rd. 8.000 sind Partner-Filialen. Zentrale Erfolgsfaktoren in einem Filialnetz dieser Größenordnung sind Bestandsführung und Warenwirtschaft. In beiden Punkten hatte das etablierte IT-System seine Grenzen erreicht. Eine Evaluierung ergab, dass die alte Individuallösung nur bedingt und mit beträchtlichem Aufwand an die gestiegenen Anforderungen angepasst werden kann.

Im Zuge der konsequenten marktwirtschaftlichen Ausrichtung trennte sich die Deutsche Post von „alten Zöpfen“: Die Strategen beschlossen die Einführung der leistungsfähigen Standardbranchenlösung des Preferred Partners SAP. Von dem Wechsel versprach


**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

 Neurottstraße 15a
 69190 Walldorf
 T 08 00/5 34 34 24*
 F 08 00/5 34 34 20*

* gebührenfrei in Deutschland

 T +49/18 05/34 34 24**
 F +49/18 05/34 34 20**

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.comwww.sap.de/bi

Kostenloser Online Newsletter

www.sap.de/sapimfokus

sich der im steten Wandel begriffene Konzern die größtmögliche Flexibilität in der Reaktion auf zukünftige Marktveränderungen. Bei der Einführung von SAP® for Retail im Bereich Filialen standen drei Primärziele im Fokus: die Entwicklung einer komfortablen

„Mit der Bestandsführung und der Warenwirtschaft innerhalb von SAP® for Retail und dem SAP Data Warehouse steuern wir die optimale Versorgung unserer Filialen. Der transparente Überblick ermöglicht uns einen tiefen Einblick in das Vor-Ort-Geschehen und die weitreichende Analyse weiterer Verbesserungspotenziale.“

Volker Schüßel, Gesamtprojektleiter Warenwirtschaft

und transparenten Bestandsführung, der Aufbau eines modernen Warenwirtschaftsystems mit geschlossenem Warenkreislauf sowie die Automatisierung und Vereinheitlichung sämtlicher damit verbundener Prozesse.

EXZELLENTER TEAMARBEIT

Ein Jahr lang arbeitete ein hochkarätig besetztes Projektteam aus SAP-Mitarbeitern, ITS- und Deutsche Post Verantwortlichen an der Umsetzung der ehrgeizigen Pläne. Eine der größten Herausforderungen war die Integration von SAP for Retail in eine hochkomplexe Gesamtarchitektur mit 12 verschiedenen Systemen und nahezu 60 Schnittstellen. Das Projekt wurde trotz enger Zeitvorgaben und der nachträglichen Erweiterung um das Business Warehouse aus mySAP™ Business Intelligence (BI) erfolgreich realisiert. Volker Schüßel, Gesamtprojektleiter Warenwirtschaft: „Alle Beteiligten haben konstruktiv zusammen gearbeitet. Es war exzellente Teamarbeit.“ Nach ausgiebiger Testphase und einem

Pilotbetrieb mit 800 Filialen gab die Deutsche Post am 15. November 2003 grünes Licht für den bundesweiten Start. Das neue System ging mit aktuellen Inventurdaten in den reibungslosen Produktivbetrieb.

TIEFGREIFENDE PROZESSOPTIMIERUNG

Die Einführung von SAP for Retail wurde mit zahlreichen organisatorischen Neuerungen verknüpft. Eine einschneidende Veränderung ist die Zentralisierung der Warenwirtschaft. Dabei konnten 25 Distributions- und Lagerstätten der Deutschen Post auf eine einzige zentrale Stelle reduziert und die Bestellabläufe für das komplette Sortiment standardisiert werden. Jeder Wareneingang wird automatisch und zeitnah mit dem Eingang des Lieferavis vom Lieferanten erfasst. Der Warenfluss wird über einen geschlossenen Kreislauf gesteuert. Thomas Scholtes, verantwortlich für die SAP Retail Einführung: „In der neuen Bestandsführung ist unser komplettes Sortiment abgebildet. Heute ist jeder Wareneingang und jede Disposition ausnahmslos im System erfasst.“ Die Änderungen führten zu konsistenten und einheitlichen Produktstammdaten, verbesserten Abläufen und einer optimierten Bestandsübersicht.

STEUERUNGSMITTEL GEWONNEN

Eine der wesentlichen Verbesserungen durch SAP for Retail betrifft das Geschäft mit den Partner-Filialen. Auch diese Filialen erhalten am Ende eines jeden Monats eine leicht nachvollziehbare Zusammenstellung, eine Art Kontoauszug, auf der sämtliche Warenbewegungen und kumulierte Umsätze transparent ausgewiesen werden. Damit kann jede Warenlieferung detailliert überprüft werden. Daneben hat die Deutsche Post ein hervorragendes Steuerungsinstrument für die Sortimentsgestaltung und Vertriebspolitik gewonnen. Denn die lückenlose Bestandsübersicht sowie das umfassende und anwendergerechte Reporting aus dem Data Warehouse liefern fundierte Entscheidungsgrundlagen. Durch die Reduzierung der Lagerbestände und das verbesserte Warenhandling erwartet der Filialbereich nicht zuletzt auch deutliche Kosteneinsparungen.