



JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIESSEN
PROFESSUR BWL – WIRTSCHAFTSINFORMATIK
UNIV.-PROF. DR. AXEL SCHWICKERT

Schwickert, Axel C.; Müller, Laura; Bodenbender, Nicole;
Odermatt, Sven; Klier, Alexander; Mader, Maria; Kirchhof,
Jessica; Stoev, Michail

**Einführung in MS Dynamics NAV 2009 –
Reader zur WBT-Serie**

ARBEITSPAPIERE WIRTSCHAFTSINFORMATIK

Nr. 02/2010
ISSN 1613-6667

Arbeitspapiere WI Nr. 2 / 2010

- Autoren:** Schwickert, Axel C.; Müller, Laura; Bodenbender, Nicole; Odermatt, Sven; Klier, Alexander; Mader, Maria; Kirchhof, Jessica; Stoev, Michail
- Titel:** Einführung in MS Dynamics NAV 2009 – Reader zur WBT-Serie
- Zitation:** Schwickert, Axel C.; Müller, Laura; Bodenbender, Nicole; Odermatt, Sven; Klier, Alexander; Mader, Maria; Kirchhof, Jessica; Stoev, Michail: Einführung in MS Dynamics NAV 2009 – Reader zur WBT-Serie, in: Arbeits-papiere WI, Nr. 2/2010, Hrsg.: Professur BWL – Wirtschaftsinformatik, Justus-Liebig-Universität Gießen 2010, 167 Seiten, ISSN 1613-6667.
- Kurzfassung:** Das vorliegende Arbeitspapier dient als Reader zur WBT-Serie „Einführung in MS Dynamics NAV 2009“, die im E-Campus Wirtschaftsinformatik online zur Verfügung steht. Diese WBT-Serie deckt eine Einführung in ERP- und CRM-Systeme im Unternehmen ab. Zunächst werden Grundlagen von ERP-Systemen erläutert. Anschließend werden anhand eines fiktiven Unternehmens einzelne Fachabteilungen vor dem Hintergrund der Nutzung von MS Dynamics NAV 2009 durchlaufen. Weiterhin erfolgt eine Einführung in SCM- und CRM-Systeme und es werden Unterstützungsfunktionen der Fachabteilungen Vertrieb, Einkauf und Lager aufgezeigt.
- Schlüsselwörter:** Grundlagen des Enterprise Resource Planning, Einsatzgebiete für ERP-Systeme im Unternehmen, Praktische Übungen mit MS Dynamics NAV, Verknüpfungen zum Supply Chain Management und Customer Relationship Management



JUSTUS-LIEBIG-UNIVERSITÄT GIESSEN
ALLG. BWL UND WIRTSCHAFTSINFORMATIK
UNIV.-PROF. DR. AXEL C. SCHWICKERT

Informationen zur WBT-Serie

Einführung in MS Dynamics NAV 2009

Univ.-Prof. Dr. Axel C. Schwickert

A Die Web-Based-Trainings

Der Lernstoff zum Themenbereich „Einführung in MS Dynamics NAV“ wird durch eine Serie von Web-Based-Trainings (WBT) vermittelt. Die WBT bauen inhaltlich aufeinander auf und sollten daher in der angegebenen Reihenfolge werden. Um einen Themenbereich vollständig durchdringen zu können, muss jedes WBT mehrfach absolviert werden, bis die jeweiligen Tests in den einzelnen WBT sicher bestanden werden.

WBT-Nr.	WBT-Bezeichnung	Dauer
1	Einführung in ERP-Systeme	90 Min.
2	Einführung in MS Dynamics NAV 2009 - Vertrieb und Einkauf	90 Min.
3	Einführung in MS Dynamics NAV 2009 - Lager und Produktion	90 Min.
4	Einführung in MS Dynamics NAV 2009 - Finanzwesen	45 Min.
5	Controlling und Reporting	90 Min
6	SCM und CRM	90 Min
7	Einführung in MS Dynamics NAV 2009 - Vertrieb und Einkauf: Unterstützungs- funktionen	45 Min.
8	Einführung in MS Dynamics NAV 2009 - Lager und Produktion: Unterstüt- zungsfunktionen	45 Min.

Tab. 1: Übersicht WBT-Serie

Die Inhalte der einzelnen WBT werden nachfolgend in diesem Dokument gezeigt. Alle WBT stehen Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Sie können jedes WBT beliebig oft durcharbeiten. In jedem WBT sind enthalten:

- Vermittlung des Lernstoffes,
- interaktive Übungen zum Lernstoff,
- abschließende Tests zum Lernstoff.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
A Die Web-Based-Trainings	I
Inhaltsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	XI
1 Die WBT-Serie „Einführung in MS Dynamics NAV 2009“.....	1
2 Einführung in Enterprise Resource Planning-Systeme.....	2
2.1 Enterprise Resource Planning	2
2.1.1 Willkommen in der Cronus AG	2
2.1.2 Abläufe in der Cronus AG	2
2.1.3 Enterprise Resource Planning	5
2.2 Grundlagen von ERP-Systemen.....	6
2.2.1 Die Cronus AG vor Einführung eines ERP-Systems... ..	6
2.2.2 Abgrenzung von ERP-Systemen.....	7
2.2.3 Am Anfang war die Insel-Lösung.....	7
2.2.4 Weg von der Insel-Lösung hin zu integrierten Software-Lösungen	8
2.2.5 Einführung eines ERP-Systems in der Cronus AG.....	9
2.2.6 Funktionsbereiche von ERP-Systemen	9
2.2.7 Wandel der ERP-Systeme	10
2.2.8 Supply Chain Management.....	11
2.2.9 SCM bei Cronus AG	13
2.2.10 Customer Relationship Management	13
2.2.11 CRM bei der Cronus AG.....	14
2.2.12 Unternehmensziele mit ERP	15
2.2.13 Zuordnungsaufgabe.....	15
2.3 Auswahl und Einführung eines ERP-Systems	15
2.3.1 Auswahl eines ERP-Systems: Die richtige Entscheidung treffen.....	15
2.3.2 Auswahl eines ERP-Systems: Alles in Erwägung ziehen.....	16
2.3.3 Auswahlkriterien für ERP-Systeme	17
2.3.4 Übersicht über die Auswahlkriterien	18
2.3.5 ERP-Systemanbieter	18
2.3.6 Auswahl und Einführung eines ERP-Systems in der Cronus AG.....	21
2.4 Abschlusstest.....	22
3 Vertrieb und Einkauf.....	24

3.1	Intro	24
3.1.1	Willkommen zurück.....	24
3.1.2	Die Abteilungen der Cronus AG.....	24
3.1.3	Die Benutzeroberfläche von MS Dynamics NAV 2009	25
3.2	Abteilung Vertrieb.....	28
3.2.1	Die Abteilung Vertrieb.....	28
3.2.2	Die Kernaufgaben des Vertriebs im Überblick.....	28
3.2.3	Zentrale Datenverwaltung (unternehmensweit).....	29
3.2.4	Auftragsabwicklung: Eingang eines Auftrages.....	30
3.2.5	Auftragsabwicklung: Anlegen eines neuen Debitors	30
3.2.6	Auftragsabwicklung: Erstellung eines Angebots	33
3.2.7	Auftragsabwicklung: Erstellung eines Auftrages.....	34
3.2.8	Auftragsabwicklung: Übersicht und folgende Aktivitäten	36
3.2.9	Verabschiedung aus der Abteilung Vertrieb	37
3.3	Abteilung Einkauf	38
3.3.1	Die Abteilung Einkauf	38
3.3.2	Die Kernaufgaben des Einkaufs im Überblick.....	39
3.3.3	Bestellabwicklung: Erstellung einer Bestellung	39
3.3.4	Bestellabwicklung: Kreditorenstamm, Artikelstamm und Einkaufsanfragen.....	42
3.3.5	Bestellabwicklung: Anlegen eines neuen Artikels.....	42
3.3.6	Bestellabwicklung: Erstellung eines Bestellvorschlags	43
3.3.7	Bestellabwicklung: Übersicht und folgende Aktivitäten	46
3.3.8	Verabschiedung aus der Abteilung Einkauf.....	46
3.4	Abschlusstest	48
4	Lager und Produktion	51
4.1	Intro	51
4.1.1	Willkommen zurück.....	51
4.1.2	Die Abteilungen der Cronus AG.....	51
4.2	Abteilung Produktion	52
4.2.1	Die Kernaufgaben der Produktion im Überblick	53
4.2.2	Der Fertigungsprozess.....	53
4.2.3	Produktionsplanung: Koordination von Fertigungsprozessen	54
4.2.4	Abwicklung eines Fertigungsauftrags.....	55
4.2.5	Produktion: Übersicht und folgende Aktivitäten	56
4.2.6	Verabschiedung aus Abteilung Produktion.....	57
4.3	Abteilung Lager.....	57
4.3.1	Die Abteilung Lager.....	57

4.3.2	Die Kernaufgaben des Lagers im Überblick.....	58
4.3.3	Lagerorte der Cronus AG.....	59
4.3.4	Lager-Management	61
4.3.5	Lagerhaltung: Wareneingang und Einlagerung	61
4.3.6	Lagerhaltung: Kommissionierung und Warenausgang.....	64
4.3.7	Lager: Übersicht und folgende Aktivitäten.....	66
4.3.8	Lagerhaltung: Abwicklung eines Umlagerungsauftrags.....	67
4.3.9	Lagerhaltung: Inventur.....	68
4.3.10	Verabschiedung aus der Abteilung Lager.....	68
4.4	Abschlusstest.....	69
5	Finanzwesen.....	72
5.1	Intro	72
5.1.1	Willkommen zurück.....	72
5.1.2	Die Abteilungen der Cronus AG.....	72
5.2	Abteilung Finanzwesen – Auftragsabwicklung	73
5.2.1	Die Abteilung Finanzwesen	73
5.2.2	Die Kernaufgaben des Finanzwesens im Überblick	73
5.2.3	Der Kontenplan der Cronus AG I	73
5.2.4	Zahlungsverkehr: Prüfung des Kreditorensaldos	76
5.2.5	Zahlungsverkehr: Buchung einer Auszahlung	78
5.2.6	Zahlungsverkehr: Prüfung des Debitorensaldos	79
5.2.7	Zahlungsverkehr: Buchung einer Einzahlung.....	80
5.2.8	Der Kontenplan der Cronus AG II.....	81
5.2.9	Zahlungsverkehr: Übersicht.....	82
5.2.10	Verabschiedung aus der Abteilung Finanzwesen	83
6	Controlling und Reporting.....	84
6.1	Intro	84
6.1.1	Einleitung	84
6.1.2	Arbeitsbereiche des Controllings	84
6.2	Abteilung Controlling.....	85
6.2.1	Aufgaben des Conrollings.....	85
6.2.2	Auftrag: Erstellen eines Berichts	86
6.2.3	Betriebliche Vorgänge	86
6.2.4	Bereitstellen von Informationen.....	87
6.2.5	Vorgefertigte Verkaufsberichte.....	88
6.2.6	Erstellung eines Berichts.....	88
6.2.7	Auftrag: Kontrolle, Kosten- und Umsatzanalyse	89

6.2.8	Ergebniskontrolle	89
6.2.9	Beschaffung von Informationen.....	93
6.2.10	Kosten und Umsatzanalyse	94
6.3	Übung.....	94
6.3.1	Übung – Aufgabenstellung	94
6.3.2	Übung I - Erfüllung der Aufgaben	95
6.3.3	Übung II – Erfüllung der Aufgaben	95
6.3.4	Überblick: Was haben Sie gemacht?.....	96
6.4	Abschlusstest.....	97
7	SCM und CRM.....	100
7.1	SCM - Das Zuliefermanagement.....	100
7.1.1	Einleitung	100
7.1.2	Arbeitsbereich des Zuliefermanagements	100
7.1.3	Elektronischer Datenaustausch	101
7.1.4	Auftrag: Aktualisieren eines Produktkataloges.....	102
7.1.5	Importieren des Produktkataloges I	102
7.2	Übung zu SCM.....	103
7.2.1	Übung – Aufgabenstellung	103
7.2.2	Übung I – Erfüllung der Aufgaben	103
7.3	Customer Relationship Management	104
7.3.1	Einleitung	104
7.3.2	Die Bestellung der Möbel-Meller KG.....	104
7.3.3	Die Rabattentscheidung	105
7.3.4	Customer Relationship Management	105
7.3.5	Ziele des Customer Relationship Management.....	107
7.3.6	CRM-Systeme	107
7.3.7	Die Komponenten des CRM	109
7.4	Die Umsetzung des CRM in der Cronus AG	110
7.4.1	Das analytische CRM.....	110
7.4.2	Die ABC-Analyse	111
7.4.3	Die Kundeninformationen in MS Dynamics NAV 2009	112
7.4.4	Das operative CRM.....	112
7.4.5	Auftrag: Anlegen eines Rabattes.....	113
7.4.6	Anlegen eines Rabattes	113
7.4.7	Auftrag: Anlegen einer Marketing-Kampagne	114
7.4.8	Die Marketing-Kampagne der Cronus AG	114
7.4.9	Das kommunikative CRM.....	114
7.4.10	Auftrag: Informieren der Kunden	115

7.4.11	Kundenansprache mit MS Dynamics NAV 2009	116
7.4.12	Überblick: Was haben Sie gemacht?.....	116
7.5	Abschlusstest	117
8	Vertrieb und Einkauf: Unterstützungsfunktionen	120
8.1	Intro	120
8.1.1	Willkommen zurück.....	120
8.2	Abteilung Vertrieb – Unterstützungsfunktionen	120
8.2.1	Die Abteilung Vertrieb: weitere Aufgaben	120
8.2.2	Zur Erinnerung: Die Kernaufgaben des Vertriebs im Überblick	121
8.2.3	Auftragsabwicklung: Erstellung einer Verkaufsreklamation.....	121
8.2.4	Preisberechnungsfunktionen: Überblick	122
8.2.5	Preisberechnungsfunktionen: Verkaufspreise	123
8.2.6	Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte	124
8.2.7	Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte	125
8.2.8	Preisberechnungsfunktionen auf Gruppenebene.....	125
8.2.9	Verabschiedung aus der Abteilung Vertrieb	126
8.3	Abteilung Einkauf – Unterstützungsfunktionen.....	126
8.3.1	Die Abteilung Einkauf: weitere Aufgaben.....	126
8.3.2	Zur Erinnerung: Die Kernaufgaben des Einkaufs im Überblick.....	127
8.3.3	Bestellabwicklung: Erstellung einer Einkaufsreklamation	127
8.3.4	Preisberechnungsfunktionen: Überblick	128
8.3.5	Preisberechnungsfunktionen: Einkaufspreise	129
8.3.6	Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte	130
8.3.7	Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte	130
8.3.8	Verabschiedung aus der Abteilung Einkauf.....	131
9	Lager: Unterstützungsfunktionen	132
9.1	Intro	132
9.1.1	Willkommen zurück.....	132
9.2	Abteilung Lager: Unterstützungsfunktionen	132
9.2.1	Die Abteilung Lager: weitere Aufgaben	132
9.2.2	Zur Erinnerung: Lagerorte der Cronus AG.....	133
9.2.3	Lagereinrichtung: Anlegen eines Lagerorts und der Lagerzonen	135
9.2.4	Lagereinrichtung: Anlegen von Lagerplätzen.....	136
9.2.5	Verabschiedung aus der Abteilung Lager	137
	Anhang	XII

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb. 1: Logo des Unternehmens „Cronus AG“	2
Abb. 2: Abteilungen der „Cronus AG“	2
Abb. 3: Die Abteilung Lager der „Cronus AG“	3
Abb. 4: Auftragsbearbeitungsprozess der „Cronus AG“ (Animation).....	4
Abb. 5: Das Begleichen der Rechnung (Animation).....	5
Abb. 6: Insel-Systeme	6
Abb. 7: ERP-System und einzelne Abteilungen	8
Abb. 8: Funktionsbereiche von ERP-Systemen	9
Abb. 9: ERP I-Systeme	11
Abb. 10: ERP II-Systeme (Einbezug von CRM und SCM).....	11
Abb. 11: SCM-System	13
Abb. 12: CRM-System.....	14
Abb. 13: Zuordnungsaufgabe.....	15
Abb. 14: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010	19
Abb. 15: SAP-Logo.....	19
Abb. 16: Kreisdiagramm: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010, SAP-Anteil.....	20
Abb. 17: MS Dynamics-Logo	20
Abb. 18: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010, MS Dynamics-Anteil.....	21
Abb. 19: Logo des Unternehmens „Cronus AG“	24
Abb. 20: Abteilungen „Vertrieb und Einkauf“.....	25
Abb. 21: Benutzeroberfläche: Startseite.....	26
Abb. 22: Benutzeroberfläche: Register „Abteilungen“	26
Abb. 23: Modul „Verkauf und Marketing“, Auftragsabwicklung	27
Abb. 24: Auftragsabwicklung, Funktion „Aufträge“	27
Abb. 25: Abteilung „Vertrieb“	28
Abb. 26: ERP-System, zentrale Datenbank	29
Abb. 27: E-Mail von Michael Bubblee	30
Abb. 28: Anlegen eines neuen Debtors (Video)	31
Abb. 29: Debitorenkarte	32
Abb. 30: Erstellung eines Angebotes (Video).....	33
Abb. 31: E-Mail von Lisa Kugel.....	34
Abb. 32: Erstellung eines Auftrags (Video).....	35
Abb. 33: Verkaufsauftragskarte	35
Abb. 34: Abteilung „Vertrieb“	37
Abb. 35: Abteilung „Einkauf“	38

Abb. 36: Erstellung einer Bestellung (Video).....	41
Abb. 37: Einkaufsbestellung	41
Abb. 38: Anlegen eines neuen Artikels (Video)	43
Abb. 39: Grafik „Lagerbestand“	44
Abb. 40: Erstellung eines Bestellvorschlags II (Video).....	45
Abb. 41: Abteilungen „Lager“ und „Produktion“	52
Abb. 42: Abteilung „Produktion“.....	52
Abb. 43: Abwicklung eines Fertigungsauftrags (Video)	56
Abb. 44: Abteilung „Produktion“.....	56
Abb. 45: Abteilung „Lager“	58
Abb. 46: Lager GIESSEN Typ 3: Hohe Komplexität.....	60
Abb. 47: Kommissionierung und Wareneingang (Video)	65
Abb. 48: Abteilung „Lager“	66
Abb. 49: Abwicklung eines Umlagerungsauftrags (Video).....	67
Abb. 50: Inventur (Video).....	68
Abb. 51: Abteilung „Finanzwesen“	72
Abb. 52: Kontenplan	74
Abb. 53: Sachkontokarte	75
Abb. 54: Sachkontokarte, Ansicht - Sachposten	76
Abb. 55: Kreditorenkarte.....	77
Abb. 56: Kreditorenposten	78
Abb. 57: Buchung einer Auszahlung (Video).....	78
Abb. 58: Debitorenkarte	79
Abb. 59: Debitorenposten	80
Abb. 60: Buchung einer Einzahlung (Video).....	81
Abb. 61: Sachkontokarte: Ansicht „Sachposten“	82
Abb. 62: Zahlungsverkehr (Animation)	83
Abb. 63: Abteilung „Vertrieb“	120
Abb. 64: Erstellung einer Verkaufsreklamation (Video)	122
Abb. 65: Preisberechnungsfunktion: Verkaufspreise.....	123
Abb. 66: Preisberechnungsfunktion: Zeilenrabatte	124
Abb. 67: Preisberechnungsfunktion: Rechnungsrabatte	125
Abb. 68: Abteilung „Einkauf“	126
Abb. 69: Bestellabwicklung: Erstellung einer Einkaufsreklamation (Video).....	128
Abb. 70: Preisberechnungsfunktionen: Einkaufspreise	129
Abb. 71: Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte	130
Abb. 72: Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte.....	131
Abb. 73: Abteilung „Lager“	132

Abb. 74: Lager GIESSEN Typ 3: Hohe Komplexität.....	134
Abb. 75: Lagereinrichtung: Anlegen eines Lagerorts und der Lagerzonen (Video).....	136
Abb. 76: Lagereinrichtung: Anlegen von Lagerplätzen (Video)	137

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 1: Übersicht WBT-Serie.....	I
Tab. 2: Übungsfragen WBT 1 – Einführung in ERP-Systeme	23
Tab. 3: Übungsfragen WBT 2 – Einführung in MS Dynamics NAV 2009 – Vertrieb und Einkauf	50
Tab. 4: Übungsfragen WBT 3 – Einführung in MS Dynamics NAV 2009 – Lager und Produktion	71
Tab. 7: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 1	XIII
Tab. 8: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 2	XVI
Tab. 9: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 3	XVIII

1 Die WBT-Serie „Einführung in MS Dynamics NAV 2009“

Ziel der WBT-Serie „Einführung in MS Dynamics NAV 2009“ ist es, die Einsatzmöglichkeiten von Enterprise-Resource-Planning-Systemen in Unternehmen zu verdeutlichen. Anhand von typischen Anwendungsbeispielen von ERP-Systemen, wie

- Bestellabwicklung im Vertrieb,
- Abwicklung eines Umlagerungsauftrages,
- Erstellung eines Berichts,
- Buchung von Geschäftsvorfällen,
- Liquiditätsplanung,
- Supply Chain Management und Customer Relationship Management,

wird die Nutzung von MS Dynamics NAV 2009 erläutert und aufgezeigt, welchen Beitrag ERP-Systeme zur effizienten Bearbeitung von Geschäftsprozessen leisten können.

Einführend werden zunächst allgemeine Grundlagen zu ERP-Systemen vermittelt. Anhand des Modellunternehmens Cronus AG wird ab dem zweiten WBT verdeutlicht, wie MS Dynamics NAV 2009 bedient wird und welche Daten bei der Bearbeitung des Geschäftsprozesses „Bestellabwicklung im Vertrieb“ in MS Dynamics NAV 2009 erfasst werden müssen. Anschließend werden die Lager- und Produktion-Funktionen mit MS Dynamics NAV 2009 und die dazu nötigen Eingaben im MS Dynamics NAV-System vorgestellt. Des Weiteren folgen die Darstellungen von Buchungen von einzelnen Geschäftsvorfällen im Finanzwesen. Abschließend werden die Funktionalitäten SCM und CRM von ERP-Systemen am Beispiel von MS Dynamics NAV 2009 aufgezeigt.

Vertiefend beschäftigen sich die letzten beiden Kapitel mit den Unterstützungsfunktionen des Vertriebs, Einkaufs und des Lagers.

2 Einführung in Enterprise Resource Planning-Systeme

2.1 Enterprise Resource Planning

2.1.1 Willkommen in der Cronus AG

Hallo! Ich bin Gerhard Bubbl, Vorstandsmitglied in der Cronus AG (Abb. 1). Ich möchte Ihnen kurz unser Unternehmen vorstellen.

Die Cronus AG ist ein mittelständisches Unternehmen der Möbelbranche mit Unternehmensstandort Gießen. Wir stellen Büromöbel her und vertreiben sie direkt an andere Unternehmen (z. B. **Möbelhäuser**) oder auch an Groß- und Einzelhändler.

Nahezu alle Abteilungen der Cronus AG sind an der Abwicklung eines Kundenauftrags vom Auftragseingang bis zur Auslieferung der Ware beteiligt.

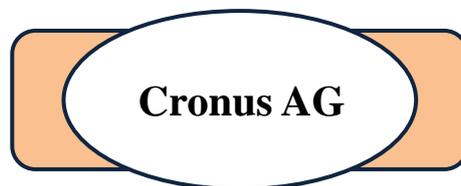


Abb. 1: Logo des Unternehmens „Cronus AG“

2.1.2 Abläufe in der Cronus AG

Die Cronus AG ist in mehrere Abteilungen untergliedert, die sich den primären und sekundären Aktivitäten innerhalb des Wertschöpfungsprozesses zuordnen lassen (Abb. 2).

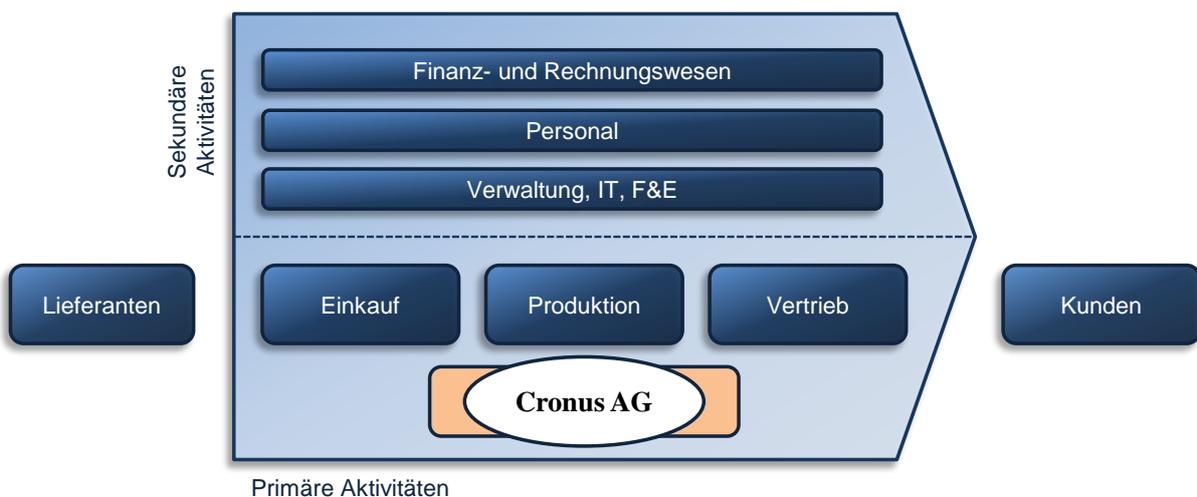


Abb. 2: Abteilungen der „Cronus AG“

Eng mit den primären Aktivitäten Einkauf, Produktion und Vertrieb verknüpft ist in der Cronus AG die Abteilung Lager (Abb. 3).

Zwischen den verschiedenen Abteilungen erfolgen innerhalb des Auftragsbearbeitungsprozesses Informations- bzw. Warenflüsse.

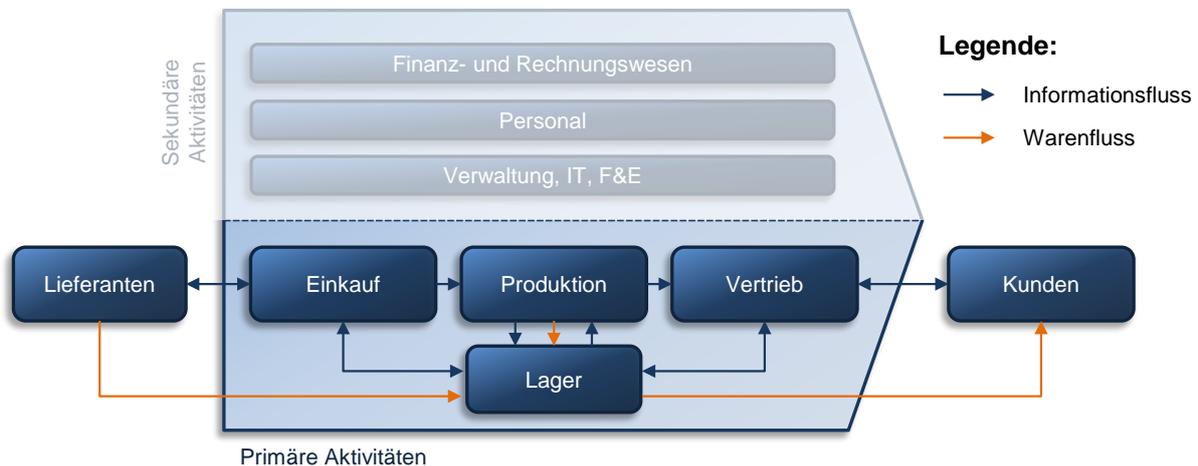


Abb. 3: Die Abteilung Lager der „Cronus AG“

Schauen wir uns doch den Auftragsbearbeitungsprozess in der Cronus AG einmal etwas genauer an.

Die Möbel-Gießen GmbH bestellt bei der Cronus AG mehrere Artikel, 3 Stück des "LONDON Schreibtischstuhl, blau" und 5 Stück des "ROME Gästestuhls, grün":

- Schritt 1: Der Auftrag der Möbel-Gießen GmbH geht in der Vertriebsabteilung ein und wird von einem Vertriebsmitarbeiter erfasst. Die Daten des Auftrags werden anschließend an die Abteilung Lager weitergeleitet.
- Schritt 2: Im Lager wird die Verfügbarkeit der Artikel geprüft. Der Lagermitarbeiter stellt fest, dass die Anzahl der gewünschten Artikel nicht mehr am Lager verfügbar ist. Die "LONDON Schreibtischstühle" sind zu bestellen, die "ROME Gästestühle" müssen in der Abteilung Produktion gefertigt werden. Das Lager leitet die entsprechenden Informationen an die beiden Abteilungen weiter.
- Schritt 3: In der Produktion wird die benötigte Stückzahl der "ROME, Gästestühle" gefertigt. Nach Abschluss der Fertigung wird die Fertigstellung der Artikel durch einen Produktionsmitarbeiter an das Lager gemeldet (Informationsfluss) und die gefertigten Artikel werden im Lager eingelagert (Warenfluss).
- Schritt 4: Der Einkauf hat in der Zwischenzeit die zu beschaffende Stückzahl des Artikels "LONDON, Schreibtischstuhl" bei einem Lieferanten bestellt. Der Lieferant

versendet die Artikel an das Lager der Cronus AG und schickt der Einkaufsabteilung eine Rechnung über die bestellten Artikel.

- Schritt 5: Nachdem nun durch Fertigung und Beschaffung die von der Möbel-Gießen GmbH bestellten Artikel auf Lager verfügbar sind, versendet das Lager die Ware an den Kunden. Der Vertrieb erhält vom Lager eine entsprechende Mitteilung über den Versand. Ein Vertriebsmitarbeiter versendet abschließend eine Rechnung an die Möbel-Gießen GmbH (Abb. 4).

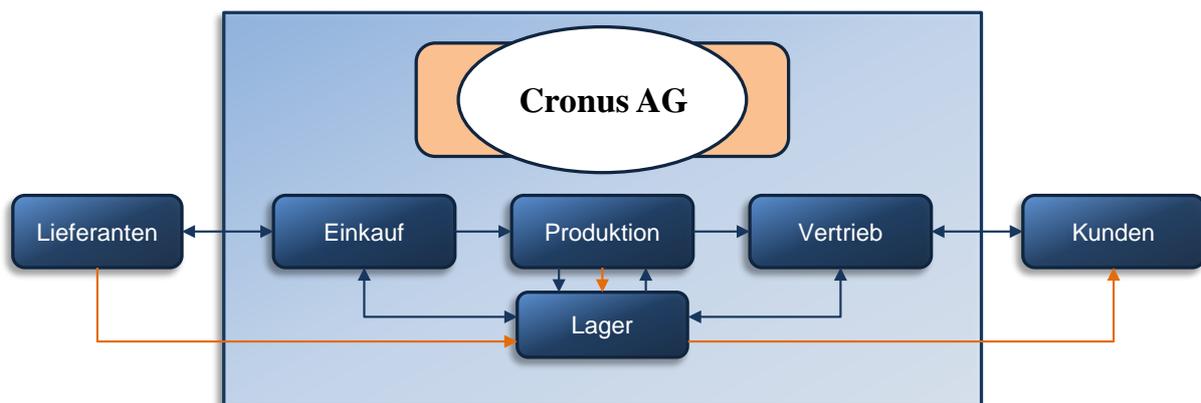


Abb. 4: Auftragsbearbeitungsprozess der „Cronus AG“ (Animation)

Den Auftragsbearbeitungsprozess in der Cronus AG entlang der Wertschöpfungskette haben Sie nun kennengelernt - an dieser Stelle ist der Prozess aber noch nicht komplett abgeschlossen. Zwei Schritte sind noch zu erledigen.

- Schritt 1: Die Rechnung, die unser Lieferant an die Cronus AG geschickt hat, muss an das Finanzwesen weitergegeben und von den zuständigen Mitarbeitern beglichen werden.
- Schritt 2: Nach Versand der Rechnung an den Kunden durch den Vertrieb muss dieser den fälligen Rechnungsbetrag begleichen.



Abb. 5: Das Begleichen der Rechnung (Animation)

2.1.3 Enterprise Resource Planning

Die Abläufe in unserem Unternehmen hinsichtlich des Auftragsbearbeitungsprozesses sind Ihnen nun bekannt.

Selbstverständlich agieren die einzelnen Abteilungen nicht nur "auftragsgetrieben", sondern jede Abteilung hat eigene, spezifische Aufgaben, die in der täglichen Arbeit unabhängig von Auftragsbearbeitungsprozessen immer wiederkehrend erledigt werden müssen. Der Auftragsbearbeitungsprozess, den ich Ihnen auf den vorherigen Seiten vorgestellt habe, dient lediglich als exemplarische Veranschaulichung eines möglichen Geschäftsprozessablaufs in der Gesamtsicht. Die spezifischen Aufgaben, die durch die verschiedenen Abteilungen erledigt werden müssen, werden Ihnen später in dieser WBT-Serie näher erläutert.

Eine Aufgabe, die allen Abteilungen gemein ist, ist die Planung der im Unternehmen vorhandenen Ressourcen (z. B. Kapital, Betriebsmittel, Personal, etc.).

Diese Gesamtaufgabe wird auch als Enterprise Resource Planning (ERP) bezeichnet. Ziel des ERP ist der möglichst effiziente Einsatz von Ressourcen für den betrieblichen Ablauf und damit auch die Optimierung der Steuerung von Geschäftsprozessen.

Die Gesamtaufgabe Enterprise Resource Planning wird in Unternehmen idealerweise durch sogenannte ERP-(Anwendungs-)Systeme unterstützt. Das in der Cronus AG eingesetzte ERP-System "Microsoft Dynamics NAV 2009" ist Gegenstand dieser WBT-Serie.

Bevor Sie aber den Umgang mit MS Dynamics NAV erlernen, werde ich Ihnen eine Einführung in ERP-Systeme im Allgemeinen geben.

2.2 Grundlagen von ERP-Systemen

2.2.1 Die Cronus AG vor Einführung eines ERP-Systems...

Natürlich gab es in der Cronus AG eine Zeit vor Einführung eines ERP-Systems. Damals war die Abwicklung von Aufträgen mit enormen Problemen behaftet, da jede Abteilung der Cronus AG mit einer eigenen Software-Lösung arbeitete, die zwar innerhalb der Abteilung ihre Aufgabe durchaus erfüllte, die Gesamtheit der eingesetzten Software-Lösungen war jedoch nicht abteilungsübergreifend miteinander verbunden.

Nehmen Sie zur Veranschaulichung folgendes Beispiel:

Ein eingehender Kundenauftrag wurde im Vertrieb in einem eigenen Vertriebssystem erfasst, dann aber an das Lager und die Produktion weitergegeben und dort wieder in einer Software-Lösung erfasst.

Wie sie sehen, haben die fachlich untereinander verbundenen Abteilungen technisch unverbundene "Insel-Systeme" betrieben. Bei der Abwicklung eines Kundenauftrages entstanden zwangsläufig Medienbrüche, Mehrfacherfassungen und damit auch Fehlerquellen und unnötiger Zeitaufwand.

Inselsysteme verwalten die Daten bereichsbezogen unabhängig voneinander und sind höchstens durch Schnittstellen miteinander verbunden (Abb. 6)



Abb. 6: Insel-Systeme

Folgende Probleme waren durch den Betrieb von Insel-Systemen besonders häufig:

- **Redundanzen** (Mehrfacherfassungen): Durch die Unverbundenheit der verschiedenen Systeme in den Abteilungen wurden z. B. die Daten zu einem bestimmten Artikel mehrfach in den Datenbanken der einzelnen Insel-Systeme gespeichert.
- **Inkonsistenzen**: Durch die mehrfache Speicherung von Daten konnten z. B. bei einer Änderung der Daten zu einem Artikel (neuer Preis etc.) Widersprüche in den gespeicherten Daten entstehen, insbesondere dann, wenn die Änderung der Daten nicht in allen Insel-Systemen und damit nicht in allen Datenbanken vorgenommen wurde.

Hohe Fehlerhäufigkeit: Die Inkonsistenzen in den mehrfach erfassten Daten führten dazu, dass ein Artikel, der vom Vertrieb zu einem bestimmten Preis angeboten wurde, vom Finanzmanagement mit einem höheren Preis abgerechnet wurde.

2.2.2 Abgrenzung von ERP-Systemen

Aufgrund dieser technischen Probleme, die im Übrigen selbstverständlich auch betriebswirtschaftliche Probleme nach sich zogen, ergab sich für die Cronus AG vor einigen Jahren ein dringender Handlungsbedarf:

"Kein Unternehmen kann die Augen vor neuen Technologien verschließen, mit denen eine Umstrukturierung und die Implementierung von neuen Geschäftswegen möglich sind."

Die Frage lautete hierbei: Wie können die Unternehmen tatsächlich von diesen neuen Technologien profitieren? Um diese Frage zu beantworten, ist es zunächst erforderlich, einen gezielten Blick auf die Geschichte des ERP zu werfen und zu gliedern, was ERP-Anwendungen bedeuten und welche Gründe es für die Implementierung von ERP-Systemen gibt.

2.2.3 Am Anfang war die Insel-Lösung

Als man Anfang der 1960er Jahre begann, Computer in größerem Maßstab in Geschäftsumgebungen einzusetzen, wurden sie zur Automatisierung von einfachen, routinemäßigen Geschäftsaufgaben genutzt. Ein Beispiel für derartige Vorgänge ist das damalige Vorgehen bei der Lohn- und Gehaltsabrechnung:

- Schritt 1: geleistete Arbeitsstunden
- Schritt 2: multiplizieren mit Stundentarif
- Schritt 3: abziehen von Steuern
- Schritt 4: abziehen von Abgaben

Die Feststellung der geleisteten Arbeitsstunden und die Berechnung des Tageslohns der Mitarbeiter mussten mehrere Male pro Woche erfolgen. Steuern und Abgaben wurden monatlich berechnet. Diese Vorgänge waren nicht komplex, mussten aber sehr genau sein. Die Automa-

tisierung innerbetrieblicher Finanzbuchhaltung hatte sich im Laufe der Zeit über das gesamte Unternehmen ausgedehnt. Sämtliche innerbetrieblichen Vorgänge wurden nach und nach durch Computer rationalisiert.

Ein neu angeschaffter PC war einem Unternehmen aber erst dann von Nutzen, wenn die IT-Abteilung des Unternehmens die notwendigen Programme für den PC angepasst hatte.

Die daraus resultierende Konsequenz war, dass in verschiedenen Abteilungen des Unternehmens unterschiedliche Software-Lösungen (Insel-Systeme) verwendet wurden.

Die Vielzahl von Insel-Lösungen glich einem Flickenteppich von Einzelsystemen und führte zu einer nicht vorhandenen organisatorischen Integration.

2.2.4 Weg von der Insel-Lösung hin zu integrierten Software-Lösungen

In den 1970er und 1980er Jahren traten schon die ersten Schwierigkeiten der Insel-Lösungen auf.

Daten waren inkonsistent und teilweise falsch bzw. veraltet in den unterschiedlichen Abteilungen vorhanden. Wäre es nicht einfacher, eine integrierte Software-Lösung für alle zu haben, um vollständige Informationen bei allen Abteilungen sicherzustellen?

Die Grundidee der betriebswirtschaftlichen ERP-Software war entstanden. Die ersten Lösungen beinhalteten ein zentrales System (Abb. 7), das die Daten speicherte und Zugänge zu den einzelnen Abteilungen, die unternehmensintern zeitgleich auf die Daten zugreifen konnten.

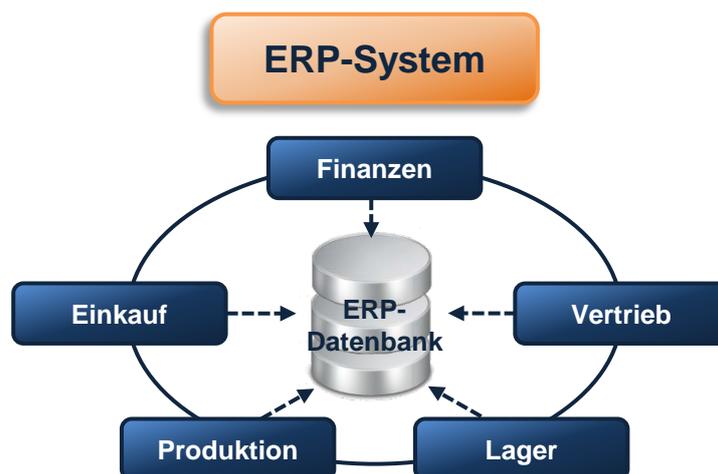


Abb. 7: ERP-System und einzelne Abteilungen

In ERP-Systemen sind die fachlichen Aufgaben der Abteilungen eines Unternehmens auch technisch integriert. Ein Auftrag wird beispielsweise zwischen den fachbezogenen ERP-Modulen Vertrieb, Lager, Produktion und Finanzbuchhaltung ohne Medienbrüche und Mehrfacherfassungen weitergereicht. Damit werden Fehlerquellen eliminiert, die Durchlaufzeiten

verkürzt und es ist jederzeit möglich, alle Geschäftsinformationen im ERP-System transparent abzurufen.

2.2.5 Einführung eines ERP-Systems in der Cronus AG

Wie bereits angesprochen, machte diese Entwicklung auch vor der Cronus AG nicht Halt.

Die Geschäftsführung hat sich bereits vor einigen Jahren entschlossen, ein ERP-System zur Optimierung der Steuerung von Geschäftsprozessen einzuführen. Da die Cronus AG noch keine einschlägigen Erfahrungen auf dem Gebiet des Enterprise Resource Planning mit Hilfe von ERP-Systemen hatte, wurde ein externer Berater engagiert, der den Auswahl- und Einführungsprozess des ERP-Systems in unserem Unternehmen betreut hat.

Die erste Aufgabe des externen Beraters bestand zunächst einmal darin, das Management der Cronus AG mit dem Thema Enterprise Resource Planning vertraut zu machen. Die wichtigsten Folien der Präsentation, die der Berater damals in unserem Unternehmen zu diesem Thema gehalten hat, habe ich Ihnen auf den nächsten Seiten dieses WBTs einmalzusammengestellt.

Nach Verankerung des ERP-Gedankens in den Köpfen des Managements hat sich der Berater mit der Auswahl und Einführung eines für die Cronus AG geeigneten ERP-Systems befasst - auch dazu werde ich Ihnen im Folgenden noch eine Erläuterung geben.

2.2.6 Funktionsbereiche von ERP-Systemen

ERP-Systeme können die Cronus AG in den unterschiedlichsten Funktionen (Abb. 8) unterstützen.

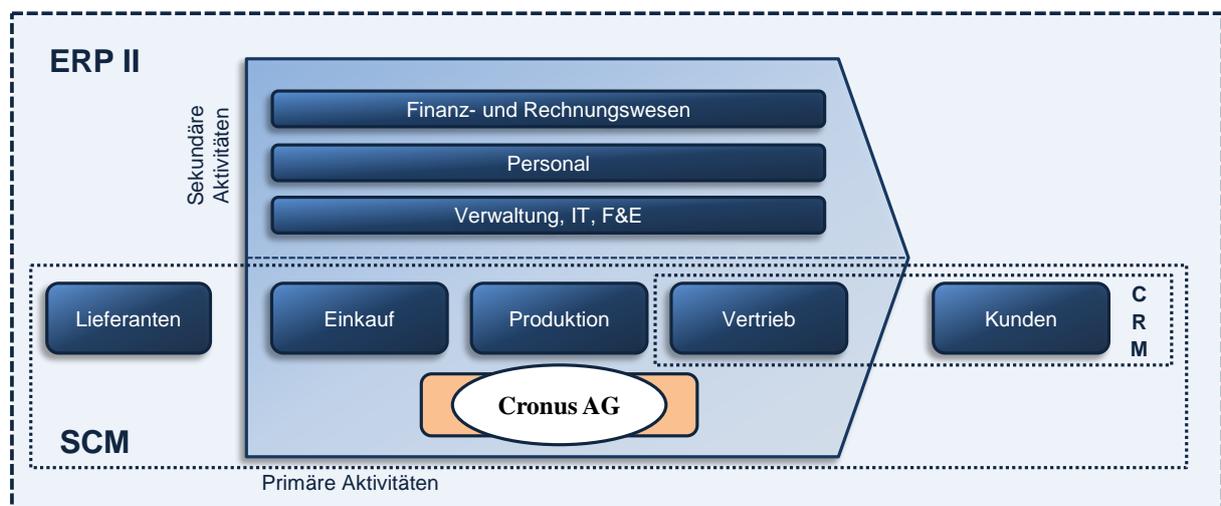


Abb. 8: Funktionsbereiche von ERP-Systemen

- **Finanz- und Rechnungswesen:** Im Finanz- und Rechnungswesen der Cronus AG werden die Buchhaltung, Finanzierung und Kostenrechnung für das Unternehmen abgewickelt. Es können jederzeit z. B. die Guthaben und Schulden von Kreditoren (Gläubiger, wie z. B. Lieferanten, bei denen wir Verbindlichkeiten zu erfüllen haben), sowie der Debitoren (Schuldner, wie zum Beispiel Kunden, an die wir Forderungen stellen) erfasst und ausgewertet werden.
- **Personalwesen:** Im Personalwesen werden die Lohn- und Gehaltszahlungen für die Mitarbeiter der Cronus AG verwaltet. Zudem werden Daten über das Personal, beispielsweise die Arbeitszeit, die Ausbildung, die Qualifikation und die Arbeitsverträge von Mitarbeitern zentral erfasst.
- **Verwaltung, IT, F&E, Organisation:** Verwaltung, IT, F&E und Organisation stellen alle sonstigen Querschnittsfunktionen in der Cronus AG dar.
- **Einkauf:** Im Einkauf unterstützt das ERP-System durch Automatisierung vieler Bearbeitungsvorgänge. Sinkt im Lager der Materialbestand eines bestimmten Artikels unter einen kritischen Bestand, werden automatisch Angebote von Lieferanten über die erforderliche Menge eingeholt und eine Bestellung angestoßen.
- **Produktion:** ERP-Systeme unterstützen auch die Produktionsplanung. Es erfüllt die Funktionen eines Produktionsplanungs- und Steuerungssystems (PPS) und dient dazu, andere Bereiche mit Informationen zu versorgen.
- **Vertrieb:** Mit der Unterstützung von ERP-Systemen können aussagekräftige Daten und Auswertungen als Entscheidungshilfen für Mitarbeiter zur Verfügung gestellt werden. Mitarbeitern ist es damit möglich, Kunden schnell und kompetent Angebote zu unterbreiten.

2.2.7 Wandel der ERP-Systeme

In den 1980er und 1990er Jahren war der Begriff der ERP-Systeme gewachsen und in den Unternehmen flächendeckend abgebildet und integriert.

Im Vergleich zu einer Menge unverbundener Einzelsysteme, machten ERP-Systeme durch die interne Konsolidierung der Daten und Funktionen die Geschäftsprozesse effizienter und kostengünstiger.

Die ersten ERP-Systeme (ERP I-Systeme) beschränken sich auf das Geschehen innerhalb des Unternehmens (Abb. 9).



Abb. 9: ERP I-Systeme

In den darauffolgenden 10 - 15 Jahren fand ein großer Wandel der ERP-Systeme statt. Unternehmen stellten fest, dass sich ERP-Lösungen auch über die Unternehmensgrenzen hinaus einsetzen lassen, zum Beispiel durch Einbezug der Lieferanten auf der einen und der Kunden auf der anderen Seite. Die Idee der ersten ERP-Systeme weitete sich somit auf ERP II-Systeme (Abb. 10) in Einbezug von Supply Chain Management (SCM) und Customer Relationship Management (CRM) aus.

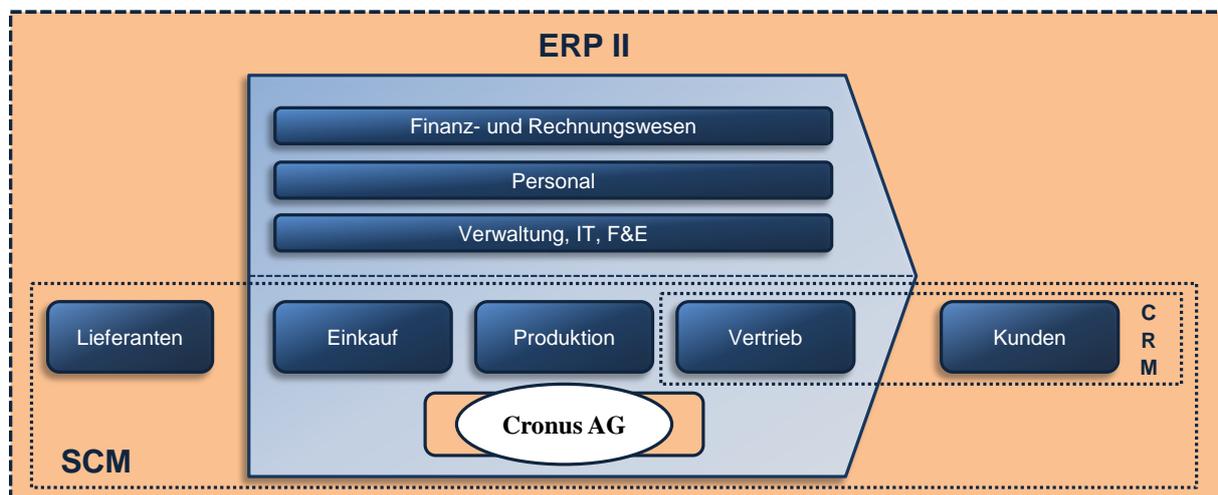


Abb. 10: ERP II-Systeme (Einbezug von CRM und SCM)

2.2.8 Supply Chain Management

Das Supply Chain Management (SCM) (Abb. 11) verfolgt den Gedanken der Integration von Vorlieferanten und Abnehmern mit der Integration aller unternehmensinternen Prozesse. Das SCM kann somit als ein "Lieferanten-Hersteller-Kunden-Verbund" beschrieben werden.

Ein wichtiges Ziel des SCM ist es, die Güterflüsse entlang der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette zu optimieren und die anfallenden Transaktionskosten zu minimieren.

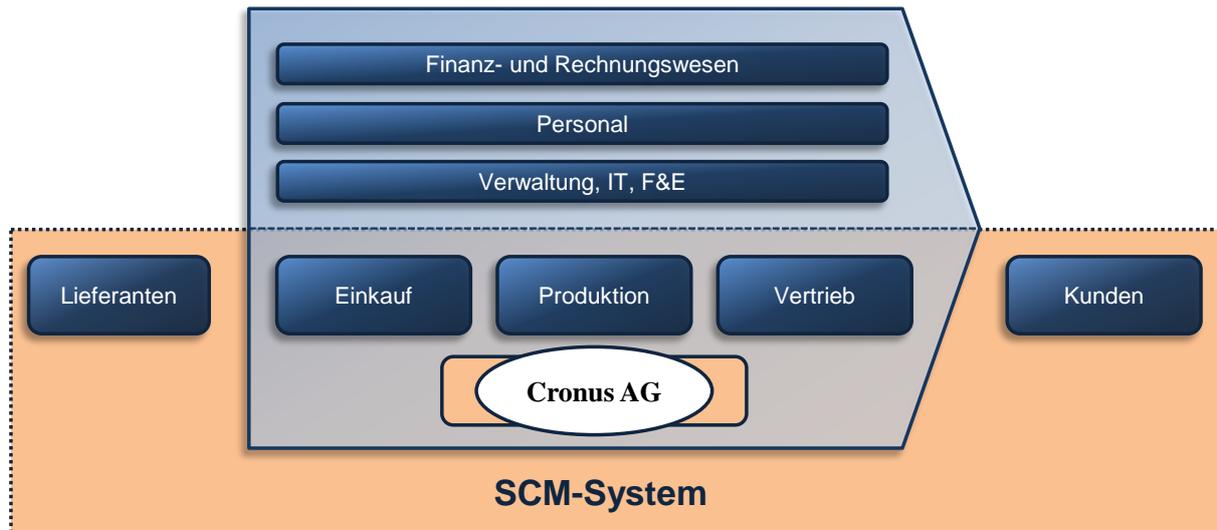


Abb. 11: SCM-System

2.2.9 SCM bei Cronus AG

Das Supply Chain Management (SCM) integriert Materialzugänge und Produktabgänge in einem System, indem es die Lieferanten und die Kunden an den Fluss entlang der Wertschöpfungskette anbindet. Die Cronus AG unterstützt das SCM vor allem darin, die Lagerbestände zu optimieren und möglichst gering zu halten.

- Ohne SCM: Ohne SCM hat die Cronus AG besonders hohe Lagerkosten, da die Lagermengen hoch sind und lange Liegezeiten haben.
- Mit SCM: Mit dem Einsatz von SCM kann die Cronus AG durch Just-in-Time-Lieferungen den Lagerbestand optimieren und somit Lagerkosten senken.

2.2.10 Customer Relationship Management

Unter Customer Relation Management (CRM) versteht man die Kommunikationspolitik eines Unternehmens. Das CRM ist vollständig an den Kundenbedürfnissen ("Support") ausgerichtet (Abb. 12). Entscheidend bei einem erfolgreich umgesetzten CRM ist es, die Kommunikations-, Distributions- und Angebotspolitik nicht losgelöst voneinander zu betrachten, sondern integriert an den Kundenbedürfnissen auszurichten, um sich entscheidende Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.

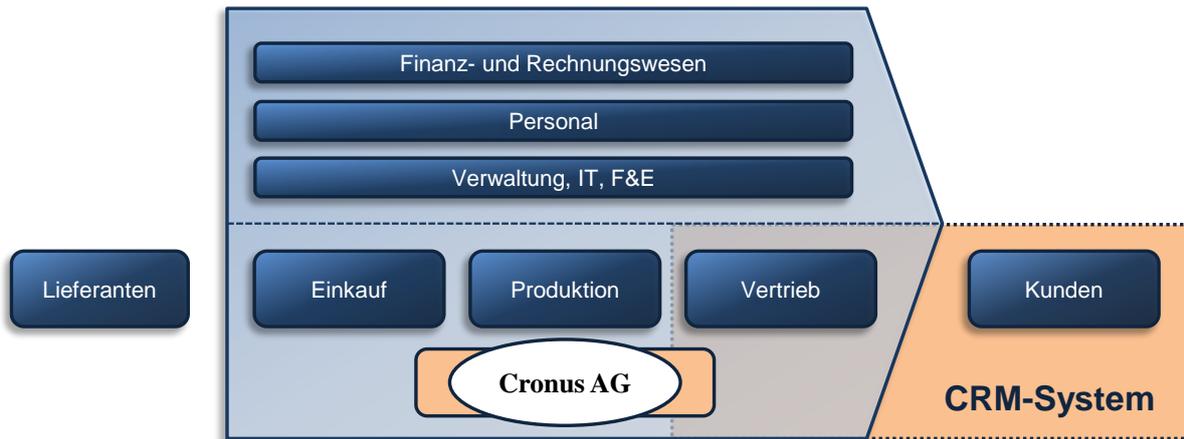


Abb. 12: CRM-System

Eine zentrale Messgröße des CRM-Erfolges ist die Kundenzufriedenheit, die einen Indikator für Kundenbindung darstellt. Die CRM-Software bietet hierzu die technologische Unterstützung.

2.2.11 CRM bei der Cronus AG

Der Einsatz des CRM ermöglicht es der Cronus AG, ihren Kunden speziell auf deren Bedürfnisse zugeschnittene Angebote unterbreiten zu können. Ziel ist es, die Anforderungen der Kunden schneller und besser bewältigen zu können.

Lisa Kugel ist Key-Account-Managerin und zuständig für Großkunden. Mit Hilfe von CRM ist es der Key-Account-Managerin zum Beispiel möglich, der Angel-Design GmbH, einem lokalen, mittelständischem Unternehmen, ein besonders attraktives Angebot für Büromöbel zur Einrichtung der neuen Niederlassung in Gießen zu unterbreiten.

Angebot für Angel-Design GmbH:

- 20 Bürotische "Classic"
- 20 Stühle "Aergonomnic II"
- 4 Bürotische "Chief I"
- 4 Bürosessel "Chief I"

Summe: 40.000 €

Lieferung und Aufbau incl.

2.2.12 Unternehmensziele mit ERP

Die Cronus AG wird nur erfolgreich bestehen können, wenn es dem Unternehmen gelingt, sich durch schnelle Produktmodifikation und Flexibilität im Unternehmen den Marktveränderungen und Kundenwünschen anzupassen und mit seinen Kosten den Marktpreisen zu folgen. Die angestrebten Unternehmensziele können mit ERP-Lösungen besser erreicht werden.

- **Qualität:** Durch die Unterstützung routinemäßiger Bearbeitungsvorgänge durch ERP-Systeme wird die Produktivität gesteigert und zugleich die Fehlerrate gesenkt.
- **Kosten:** Durch Standardisierung der vorgefertigten ERP-Systeme entstehen Kostenreduktionspotenziale.
- **Zeit:** Durch Einsatz von ERP-Systemen werden administrative Zeiten und Liegezeiten erheblich verkürzt.

2.2.13 Zuordnungsaufgabe

Ordnen Sie bitte durch Drag & Drop die untenstehenden Objekte den schraffierten Flächen in der Abbildung richtig zu.

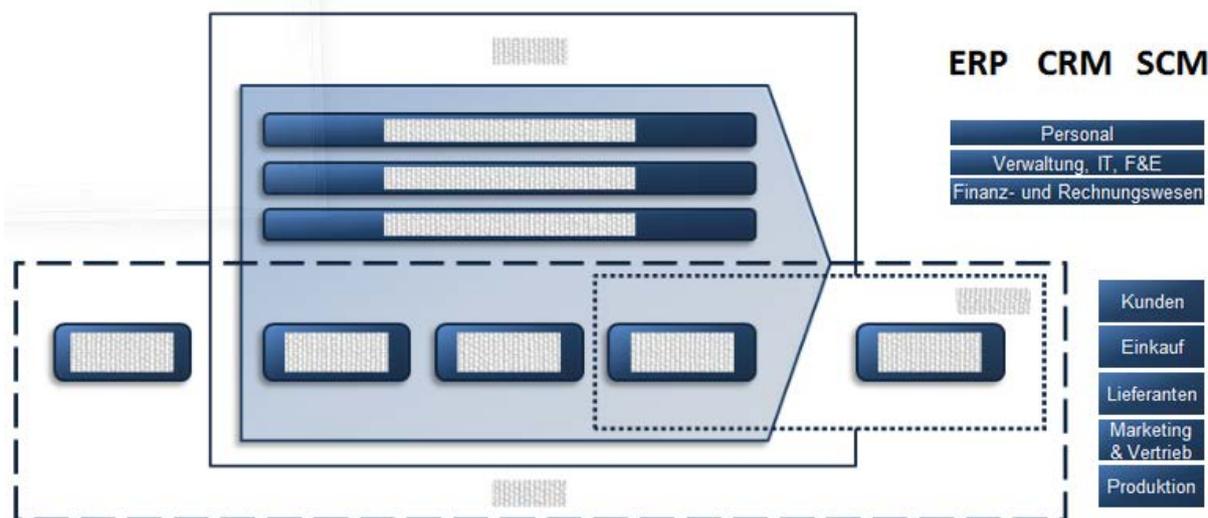


Abb. 13: Zuordnungsaufgabe

2.3 Auswahl und Einführung eines ERP-Systems

2.3.1 Auswahl eines ERP-Systems: Die richtige Entscheidung treffen

Der Begriff "ERP-System" ist Ihnen nun vertraut. Im Folgenden erläutere ich Ihnen noch den Auswahl- und Einführungsprozess des ERP-Systems für die Cronus AG. Unser externer Berater hat damals in einem ersten Schritt gemeinsam mit der Geschäftsführung die wesentlichen

Anforderungen abgeleitet, die von einem in der Cronus AG eingesetzten ERP-System erfüllt werden müssen:

- **Kosten:** Wichtig ist der Cronus AG, die Betriebs- und Wartungskosten für das ERP-System möglichst gering zu halten.
- **Qualität:** Erheblich ist, dass es sich bei der ERP-Lösung um ein qualitativ hochwertiges Produkt handelt, das ausgereift und keine Nischenlösung ist.
- **Wartung:** Das ERP-System soll in der Wartung und Pflege einfach zu handhaben sein und schnell eingeführt werden können.
- **Requirements:** Die fachlichen Requirements an das ERP-System sind, dass es alle innerbetrieblichen Funktionen des Unternehmens unterstützen soll.

2.3.2 Auswahl eines ERP-Systems: Alles in Erwägung ziehen

Nun ist auch noch zu entscheiden, welcher Typ von ERP-Systemen sich für die Cronus AG eignet. Es kann zwischen Standard-ERP-Systemen und Individual-ERP-Systemen unterschieden werden.

- Standard-ERP-Systeme werden für einen weitgehend anonymen Markt entwickelt, einen Markt, der sich durch eine hohe Anzahl von Kunden bzw. Anwendern auszeichnet, deren spezifische Anforderungen die Hersteller nicht kennen. Standard-ERP-Systeme umfassen aus diesem Grund zwar einen großen, aber nur allgemein vordefinierten Funktionsumfang, lassen sich aber in Teilfunktionen konfigurieren (Customizing).
- Individual-ERP-Systeme sind ERP-Systeme, die speziell an die Bedürfnisse und Anforderungen eines Unternehmens angepasst werden, weshalb das Customizing hier entfällt. Sie umfassen daher nicht nur die gängigen Funktionsbereiche, sondern ebenfalls alle Funktionen der Prozesskette, die für die Abwicklung der Geschäftsprozesse eines speziellen Unternehmens benötigt werden. Ein Nachteil sind jedoch die sehr hohen Anschaffungskosten.

Das Customizing ermöglicht es, Standard ERP-Systeme an die Bedürfnisse des jeweiligen Unternehmens anzupassen. Dies ist jedoch nur in begrenztem Umfang möglich und oft sehr kostspielig.

Ergebnis: Für die Cronus AG sind die standardisierten Funktionen eines ERP-Systems ausreichend. Das bedeutet: ein Standard-ERP-System erfüllt die Anforderungen an den Funktionsumfang und ist die kostengünstigere Variante.

2.3.3 Auswahlkriterien für ERP-Systeme

Die Cronus AG steht nun vor der Auswahl einer auf dem Markt vorhandenen Standard-ERP-Lösungen. Im ersten Schritt wurden nur grobe Kriterien festgelegt, die für viele Systeme zutreffen. Nun folgt noch eine individuelle Herangehensweise, mit detaillierten Kriterien. Dies ist ein aufwendiger Prozess, weshalb sich viele Unternehmen für den einfachsten Weg entscheiden und den Marktführer wählen. Die Cronus AG hat sich auf folgende fachliche Anforderungen für ein ERP-System festgelegt.

- **Funktionsumfang:** Der Funktionsumfang ist eines der Kernkriterien bei der Auswahl eines ERP-Systems. Je umfangreicher die Funktionen des ERP-Systems sind, desto mehr Geschäftsabläufe der Unternehmen können erfasst werden. Bei steigenden Anforderungen an das System müssen weniger Module hinzugekauft und in die bestehenden Strukturen integriert werden. Bei einem zu großen Funktionsumfang besteht jedoch die Gefahr, dass das Unternehmen mit Funktionen überladen wird, wodurch die Effizienz sinken kann.
- **Flexibilität:** Eine hohe Flexibilität bei ERP-Systemen verspricht eine bessere Anpassung der Software an die Anforderung der Nutzer. Dadurch haben Mitarbeiter die Möglichkeit, die Benutzeroberfläche ihren Bedürfnissen entsprechend anzupassen oder individuelle Abfragen und Reports zu erstellen. Eine hohe Flexibilität fördert die Motivation der Mitarbeiter und führt zu einer besseren und effizienteren Erfüllung ihrer Aufgaben im Unternehmen.
- **Zukunftsfähigkeit:** Die Zukunftsfähigkeit eines ERP-Systems ist von hoher Bedeutung. Durch den hohen Aufwand und die hohen Kosten, die bei der Einführung eines ERP-Systems entstehen, ist ein häufiger Anbieterwechsel und die damit verbundene Neueinführung für Unternehmen nicht rentabel. ERP-Systeme sollten von den Anbietern ständig weiterentwickelt werden, damit sie zukünftigen Anforderungen gerecht werden.

Bei größeren Unternehmen fällt bei der Auswahl eines ERP-Systems die Entscheidung meist auf die Produkte mit der höchsten Verbreitung.

- **Usability:** Eine hohe Usability ist notwendig, weil sie sowohl die Akzeptanz als auch die Effizienz, die Effektivität und die Bedienbarkeit des Systems erhöht. Die Fehlerrate kann auf diese Weise gesenkt werden. Darüber hinaus erhöhen sich Produktivität und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter.
- **Performance:** Ein weiteres Kriterium stellt die Performance und die Geschwindigkeit des Systems dar. Eine ausreichende Betriebsstabilität bzw. Performance muss gewährleistet sein, damit die Geschäftsabläufe nicht behindert werden. Darüber hinaus ist ei-

ne hohe Geschwindigkeit für eine zeitnahe Auswertung von Daten notwendig, die z. B. die Geschäftsführung für die Steuerung des Unternehmens benötigt.

- **Kosten-Nutzen-Verhältnis:** Das Kosten-Nutzen-Verhältnis stellt ebenfalls ein wichtiges Kriterium dar. Durch ein gutes Verhältnis von Kosten und Nutzen kann das Investitionsrisiko beim Kauf eines ERP-Systems gesenkt werden. Dadurch erhöht sich die Planungssicherheit für die Unternehmen.

2.3.4 Übersicht über die Auswahlkriterien

Die folgende Darstellung soll Ihnen nochmals einen Überblick über die Auswahlkriterien für ERP-Systeme geben:

- **Funktionsumfang:** Durch einen angemessenen Funktionsumfang können Geschäftsabläufe besser und effizienter erfasst werden.
- **Flexibilität:** Eine hohe Flexibilität verspricht eine bessere Anpassung der Software an die Bedürfnisse der Mitarbeiter.
- **Kosten-Nutzen-Verhältnis:** Durch ein gutes Verhältnis von Kosten und Nutzen kann das Investitionsrisiko beim Kauf eines ERP-Systems gesenkt werden.
- **Usability:** Eine hohe Benutzerfreundlichkeit kann die Fehlerrate senken. Darüber hinaus erhöhen sich Produktivität und Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter.
- **Performance:** Eine ausreichende Performance muss gewährleistet sein, damit die Geschäftsabläufe nicht behindert werden.
- **Zukunftsfähigkeit:** Der Anbieter sollte das ERP-System ständig weiterentwickeln, damit es zukünftigen Anforderungen gerecht wird.

2.3.5 ERP-Systemanbieter

Der Markt von ERP-System-Anbietern hat sowohl weltweit als auch in Deutschland eine stark verteilte Struktur. Die Anbieter der gängigsten ERP-Systeme lassen sich wie folgt in 3 Ränge aufteilen.

ERP-Anbieter		
Rang 1 (53%)	Rang 2 (11%)	Rang 3 (36%)
SAP Oracle Microsoft Dynamics	Epicor Sage Infor IFS QAD Lawson Ross	ABAS Activant Solutions Inc. Baan Bowen & Groves Compiere Exact Netsuite Visibilty Blue Cherry Exact HansaWorld Intuitive Syspro

Abb. 14: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010

Zu den meist verbreiteten ERP-Anbietern zählen die Softwarelösungen von SAP, Oracle und Microsoft Dynamics, weswegen diese Anbieter mit 53% der Gesamtmarktanteile den ersten Rang der ERP-Anbieter innehaben.

SAP (Abb. 15) ist mit dem ERP-System "SAP Business Suite" sowohl weltweit als auch in Deutschland der Marktführer (Abb. 16). Der Vorgänger war "SAP/R3", welches durch eine Palette weiterer Produkte zu "SAP Business Suite" wurde. Die Zielgruppe sind Unternehmen mit über 1000 Mitarbeitern, dort gelten die ERP-Systeme von SAP als Standard.

Diese Dominanz rührt von dem frühen Markteintritt her, als von großen Konzernen nur ERP-Systeme von SAP benutzt wurden. SAP kann daher seine Lizenzkosten hoch halten.



Abb. 15: SAP-Logo

Die Zielgruppe von SAP sind nach wie vor Großunternehmen, jedoch versucht SAP zunehmend auch über die Applikationen Business One und Business ByDesign kleine und mittelständische Unternehmen zu erreichen.

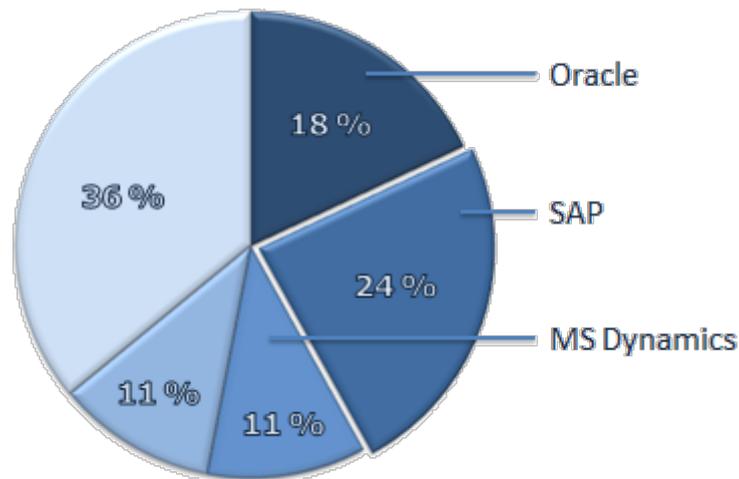


Abb. 16: Kreisdiagramm: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010, SAP-Anteil

Microsoft Dynamics (Abb. 17) bietet vollständig integrierte und einfach zu bedienende Unternehmenssoftware für kleine und mittelständische Firmen sowie größere Organisationen.

Die Lizenzkosten für MS Dynamics NAV sind niedriger als die von SAP angesiedelt (Abb. 18). Dies liegt zum einen an der schwächeren Marktposition, zum anderen aber auch an den unterschiedlichen Zielgruppen, die beide Anbieter umwerben.



Abb. 17: MS Dynamics-Logo

Microsoft Dynamics zielt mit seinem ERP-System Microsoft Dynamics NAV insbesondere auf die Zielgruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen ab. Dagegen ist Microsoft im Großkundensegment in Deutschland kein ernst zu nehmender Wettbewerber für SAP.

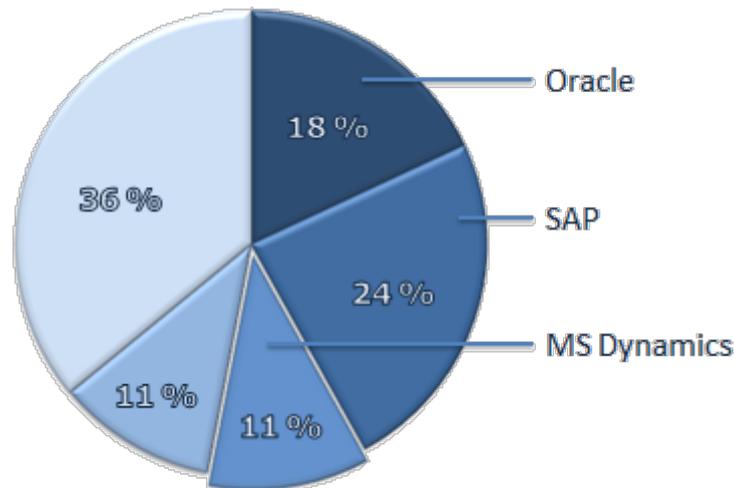


Abb. 18: ERP-Anbieter (57 Länder) 2010, MS Dynamics-Anteil

2.3.6 Auswahl und Einführung eines ERP-Systems in der Cronus AG

Nun kennen Sie Auswahlkriterien für ERP-Systeme und die verschiedenen Standard-ERP-Systeme, die für die Cronus AG in Frage kommen. Gemeinsam mit dem externen Berater hat man sich nach intensiver Auseinandersetzung mit den jeweiligen Vor- und Nachteilen der einzelnen Systeme unter Berücksichtigung der abgeleiteten Anforderungen und Auswahlkriterien in der Cronus AG für die Einführung des ERP-Systems "Microsoft Dynamics NAV" entschieden. MS Dynamics NAV ist als "Mittelstandslösung" für unser mittelständisches Unternehmen am besten geeignet, zumal sich die Lizenzkosten in einem vernünftigen Rahmen bewegen und mit diesem ERP-System das Kosten-Nutzen-Verhältnis für uns am ehesten gewahrt bleibt.

Nachdem man sich in der Cronus AG auf ein ERP-System festgelegt hat, erfolgt im nächsten Schritt die Einführung, sprich die Implementierung des ERP-Systems im Unternehmen. Neben der Installation der Software auf den Servern der Cronus AG sind auch die Clients für die Nutzung durch die Mitarbeiter auf deren PCs zu installieren. Auch hier stand uns der externe Berater erneut zur Seite. Weitaus wichtiger für eine erfolgreiche Einführung einer neuen ERP-Software ist allerdings die Schulung der Mitarbeiter, die das ERP-Systems in Ihrem Geschäftsalltag nutzen werden. Zu diesem Zweck hat die IT-Abteilung gemeinsam mit dem externen Berater ein Schulungskonzept entworfen. Die folgenden Web-Based-Trainings sind Teil dieses Schulungskonzepts. Ich möchte Sie daher bitten, zur Vorbereitung auf die Arbeit in unserem Unternehmen auch die weiteren WBT zu absolvieren, die ich Ihnen zur Verfügung gestellt habe.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!

2.4 Abschlusstest

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Wofür steht die Abkürzung ERP?		
	Enterprise Resource Production		
	Entity Resource Planning		
	Enterprise Resource Planning		
2	Was sind die klassischen Anwendungsbereiche die ein ERP-System abdeckt?		
	Personalwesen		
	Vertrieb		
	Verwaltung		
	Kundendienst		
3	Was gehört zu den ERP-II-Systemen?		
	Customer Relationship Management		
	Enterprise Resource Planning		
	Supply Chain Management		
4	In ERP-Systemen sind die fachlichen Aufgaben der Unternehmensabteilungen technisch nicht integriert.		
	Richtig		
	Falsch		
5	Merkmale des Enterprise Ressource Planning..		
	Mit Hilfe von ERP-Systemen können die Ziele des Enterprise Resource Planning umgesetzt werden.		
	Ressourcen können dabei Mitarbeiter, Materialien, Kapital, aber nicht Informationen sein.Falsch		
	Eine Funktion des ERP ist, dass die zum Einsatz kommenden Materialien zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind.		
	Durch Enterprise Resource Planning versuchen Unternehmen, den Einsatz ihrer Unternehmensressourcen effizienter zu gestalten.		
6	Was ist Customer Relationship Management?		
	Customer Relationship Management beinhaltet das Verwalten, Etablieren und Pflegen von Kundenbeziehungen.		
	Customer Relationship Management gehört zu den ERP-I-Systemen.		
	Customer Relationship Management bildet das Fundament für langfristige Lieferantenbeziehungen.		
	Customer Relationship Management gehört zu den ERP-II-Systemen.		

7	Ein zentrales Merkmal von ERP-Systemen ist, dass mit ihrer Hilfe Unternehmensbereiche verbunden werden und Insellösungen vermieden werden.		
	Richtig		
	Falsch		
8	In der Stammdatenverwaltung können nicht alle Daten zentral verwaltet werden.		
	Richtig		
	Falsch		
9	Welche Aussage ist richtig?		
	Nach den Insellösungen welche in den 1960er Jahren vorherrschten, entstanden in den 1970er und 1980er Jahren die integrierten Lösungen in Form von ERP-Systemen.		
	Insellösungen entstanden aus den ERP I-Systemen.		
10	ERP-Systeme und Unternehmensziele.		
	ERP-Systeme können einen Wettbewerbsnachteil für Unternehmen schaffen.		
	ERP-Systeme unterstützen unter anderem bei der Senkung der Lagerbestände und bei Flexibilitäts- sowie Produktivitätserhöhungen.		
	Routinemäßige Bearbeitungsvorgänge können mit ERP-Systemen nicht automatisiert werden.		

Tab. 2: Übungsfragen WBT 1 – Einführung in ERP-Systeme

3 Vertrieb und Einkauf

3.1 Intro

3.1.1 Willkommen zurück

Die Grundlagen zu ERP und ERP-Systemen haben Sie mittlerweile kennengelernt. Ab jetzt werde ich Sie mit dem in der Cronus AG (Abb. 19) eingesetzten ERP-System "Microsoft Dynamics NAV 2009" vertraut machen. In diesem WBT werden Sie zunächst einmal die Benutzeroberfläche von MS Dynamics NAV kennenlernen und später einen gezielten Blick in die Module "Verkauf und Marketing" sowie "Einkauf" werfen und dabei zum einen in die Rolle eines Vertriebsmitarbeiters und zum anderen in die Rolle eines Mitarbeiters unserer Abteilung Einkauf schlüpfen.

Viel Erfolg!



Abb. 19: Logo des Unternehmens „Cronus AG“

3.1.2 Die Abteilungen der Cronus AG

Wie ein Auftragsbearbeitungsprozess in der Cronus AG aussehen kann, haben Sie ja bereits im vorherigen WBT gesehen. Um eine reibungslose Abwicklung eines Kundenauftrages zu gewährleisten, muss die Bearbeitung der Aufgaben, die in den einzelnen Abteilungen anfallen, möglichst effizient sein. Unser ERP-System Microsoft Dynamics NAV 2009 unterstützt unsere Mitarbeiter dabei.

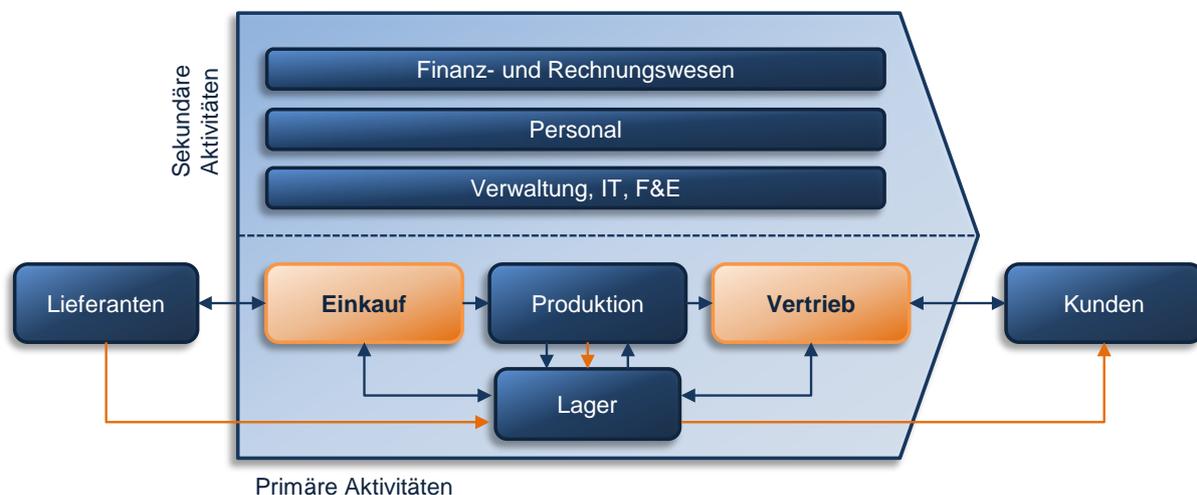


Abb. 20: Abteilungen „Vertrieb und Einkauf“

Im Folgenden lernen Sie nun nacheinander die Abteilungen der Cronus AG kennen, die an einer erfolgreichen Auftragsabwicklung beteiligt sind. In diesem WBT werden Ihnen die Abteilungen Vertrieb und Einkauf (Abb. 20) und die für diese Abteilungen bedeutsamen Module "Verkauf und Marketing" sowie "Einkauf" in MS Dynamics NAV 2009 vorgestellt.

3.1.3 Die Benutzeroberfläche von MS Dynamics NAV 2009

Die Benutzeroberfläche (Abb. 21) von MS Dynamics NAV 2009 lehnt sich stark an die von Microsoft gewohnten Office-Produkte an. Der Wiedererkennungswert erleichtert den Einstieg und die Nutzung von MS Dynamics NAV 2009.

- Die Startseite des rollenbasierten Clients von MS Dynamics NAV 2009 enthält im sogenannten "Rollencenter" eine Übersicht über alle wichtigen Funktionen, die ein Mitarbeiter im Rahmen seiner Rolle (z. B. Vertriebsmitarbeiter) tagtäglich benötigt.
- Im Register Abteilungen werden alle Module aufgeführt, auf die der Mitarbeiter gemäß der ihm zugewiesenen Berechtigungen (rollenabhängig) Zugriff hat.
- In den einzelnen Modulen sind alle zugehörigen Funktionen (z. B. Verkaufsaufträge) aufgeführt, die den (fachlichen) Arbeitsablauf unterstützen.

Da die Oberfläche in hohem Ausmaß individuell konfigurierbar ist, können die dargestellten Elemente je nach individuellen Einstellungen des Benutzers und der ihm zugeordneten Benutzerrolle von der hier dargestellten Abbildung abweichen.

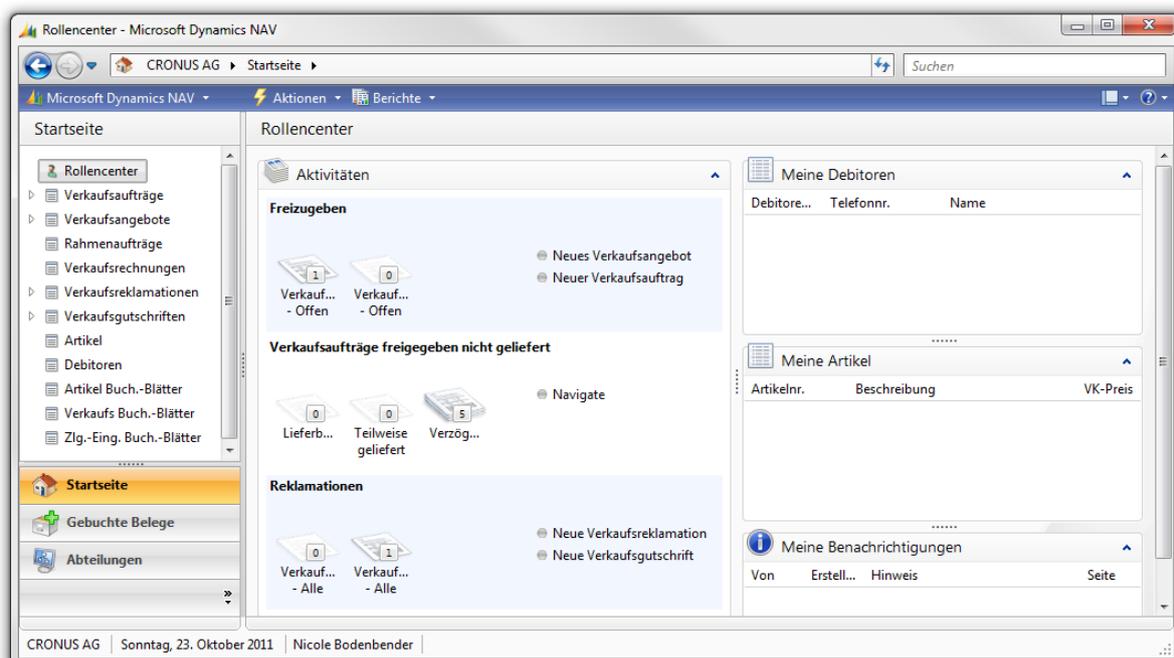


Abb. 21: Benutzeroberfläche: Startseite

„Sie befinden sich nun auf der Startseite des rollenbasierten Clients von Microsoft Dynamics NAV 2009. Auf der linken Seite des Fensters sehen Sie das Rollen-center mit der Übersicht über wichtige Funktionen, die ein Vertriebsmitarbeiter in seiner täglichen Arbeit benötigt.“

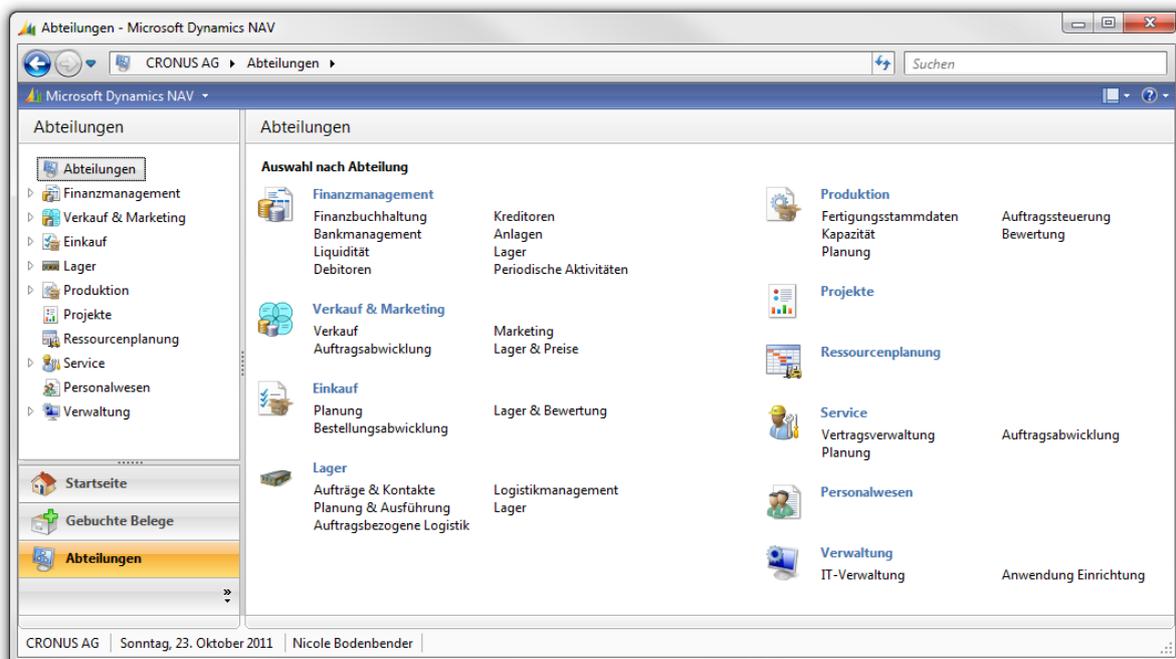


Abb. 22: Benutzeroberfläche: Register „Abteilungen“

Über den Register Abteilungen (Abb. 22) erfolgt der Zugang zu den verschiedenen Modulen von MS Dynamics NAV 2009. Neben der Auswahlmöglichkeit auf der linken Seite des Fensters kann der Zugriff auf die Module auch über das Hauptfenster erfolgen. In der Adressleiste kann der Benutzer des ERP-Systems jederzeit erkennen, wo er sich im Moment befindet.

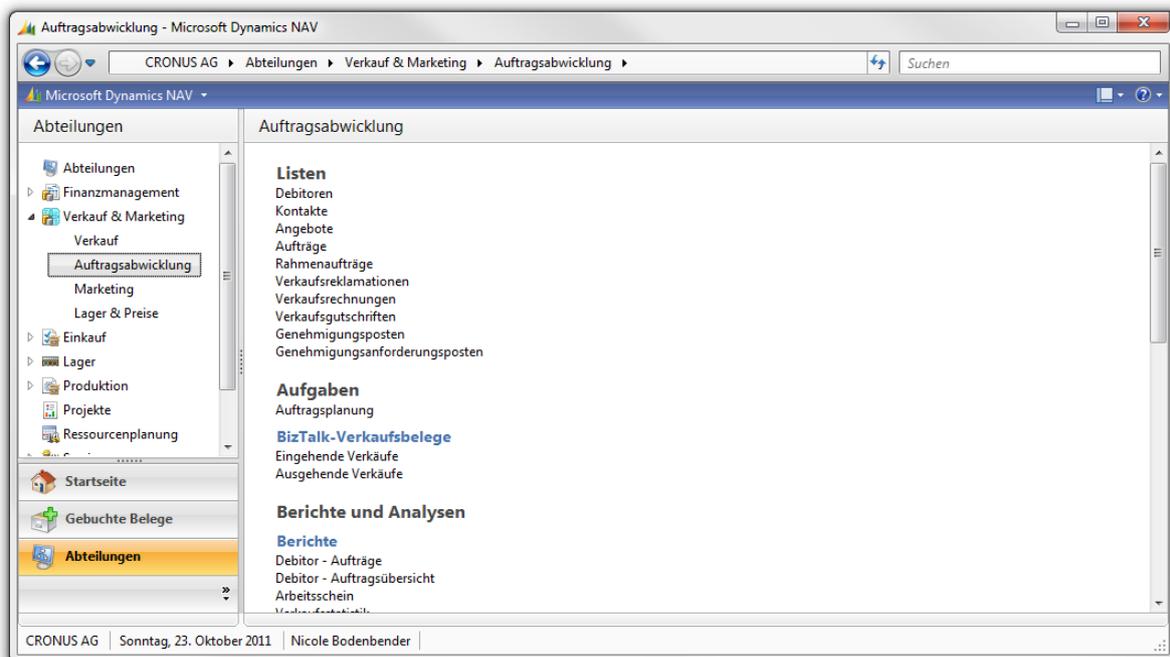


Abb. 23: Modul „Verkauf und Marketing“, Auftragsabwicklung

Sie befinden sich nun im Modul "Verkauf und Marketing" (Abb. 23) in der Auftragsabwicklung. Wählen Sie eine Funktion aus, öffnet sich im Hauptfenster der Arbeitsbereich der zugehörigen Funktion. Dieser Arbeitsbereich enthält alle der Funktion zugehörigen Daten.

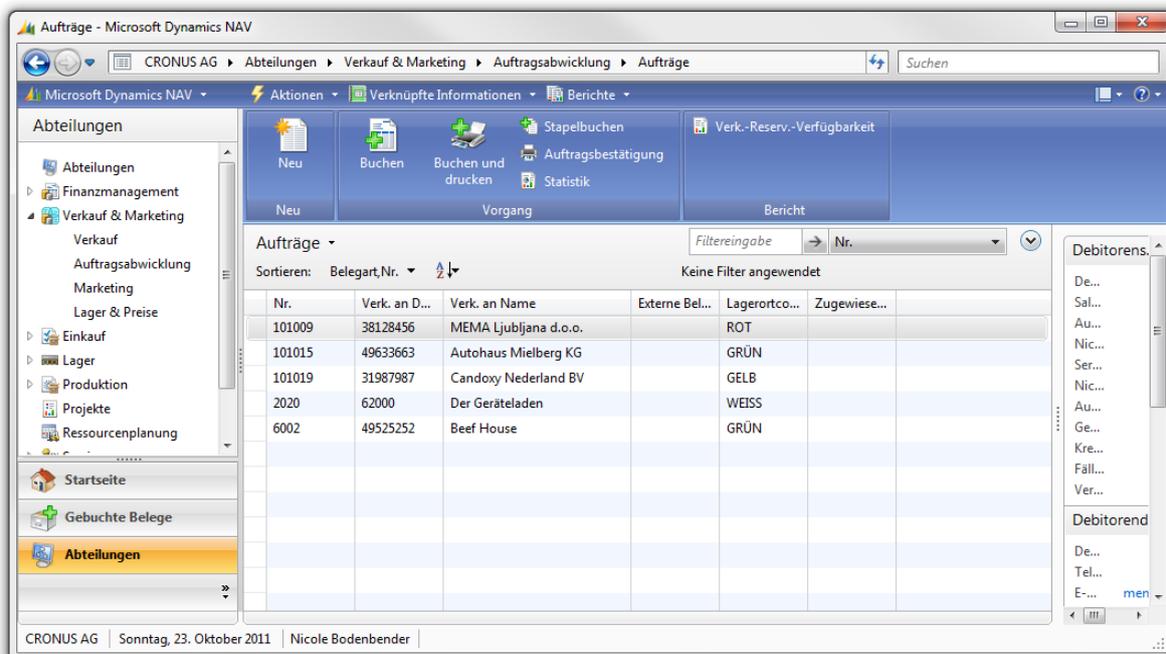


Abb. 24: Auftragsabwicklung, Funktion „Aufträge“

Sie haben die Funktion "Aufträge" (Abb. 24) ausgewählt und der zugehörige Arbeitsbereich mit allen noch nicht abgeschlossenen Aufträgen der Cronus AG hat sich geöffnet. Dieses Vorgehen ist analog für sämtliche Funktionen in MS Dynamics NAV 2009 möglich.

3.2 Abteilung Vertrieb

3.2.1 Die Abteilung Vertrieb

Guten Tag, ich bin Lisa Kugel. Ich werde Ihnen in den nächsten Tagen die Abläufe in unserer Abteilung Vertrieb (Abb. 25) näher bringen und Sie in unsere Arbeit mit Microsoft Dynamics NAV 2009 einführen. Unsere Hauptaufgabe im Tagesgeschäft besteht im Wesentlichen in der Entgegennahme von Aufträgen, die uns von Kunden erteilt werden, aber auch in der Erstellung von Angeboten und der Verhandlung von Verkaufspreisen.

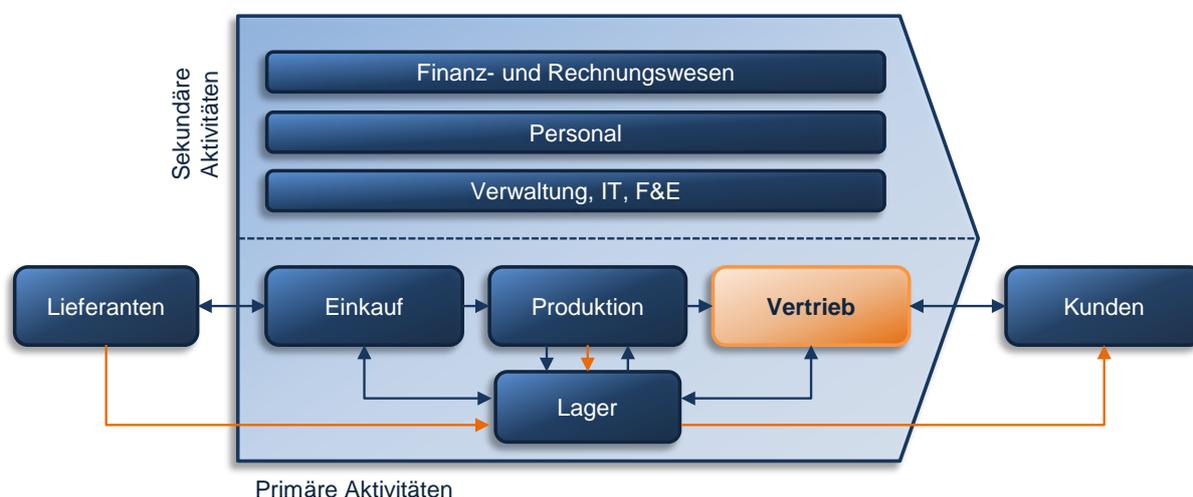


Abb. 25: Abteilung „Vertrieb“

...neben diesen Aufgaben gibt es selbstverständlich noch weitere Aufgaben, die in der Abteilung Vertrieb anfallen. Eine immer wiederkehrende Aufgabe ist beispielsweise auch die Pflege des Debitorenstamms (Kundenstamm).

3.2.2 Die Kernaufgaben des Vertriebs im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben des Vertriebs doch einmal etwas genauer an.

- **Bearbeitung von Aufträgen:** Der Vertrieb ist Ansprechpartner für die Kunden, dementsprechend werden alle Aufträge hier entgegengenommen und vom Auftragseingang bis zur Auslieferung der Ware an den Kunden von einem unserer Mitarbeiter betreut. Für die Auftragsbearbeitung stehen in MS Dynamics NAV eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung, die ich Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen werde.

- Bearbeitung von Verkaufsreklamationen und -gutschriften: Ist ein Kunde mit einer Lieferung der Cronus AG nicht zufrieden oder ergeben sich gar Mängel wie Transportschäden oder ähnliches, ist es Aufgabe des Vertriebs, den Kunden zufriedenzustellen. Auch hierbei werden die Mitarbeiter durch MS Dynamics NAV unterstützt.
- Aktualisierung und Pflege von Debitoren- und Artikelstammdaten: Geht die Cronus AG Geschäftsbeziehungen mit einem neuen Debitor ein oder werden Änderungen an den Daten von Debitoren oder Artikeln erforderlich, ist es Aufgabe der Vertriebsmitarbeiter, neue Stammdaten anzulegen bzw. bestehende Stammdaten zu aktualisieren.

3.2.3 Zentrale Datenverwaltung (unternehmensweit)

Noch mal zur Erinnerung: Die Kundendaten werden, wie auch andere Daten (z. B. die Artikeldaten der Cronus AG) zentral in einer Datenbank (Abb. 26) von MS Dynamics NAV 2009 verwaltet. Dadurch sind die Mitarbeiter in den verschiedenen Abteilungen der Cronus AG in der Lage, die verschiedenen Datensätze bei Bedarf einfach und schnell zu nutzen. Für die Vertriebsmitarbeiter erleichtert das die Kontaktaufnahme zum Kunden und reduziert die Bearbeitungszeit eines Auftrages.

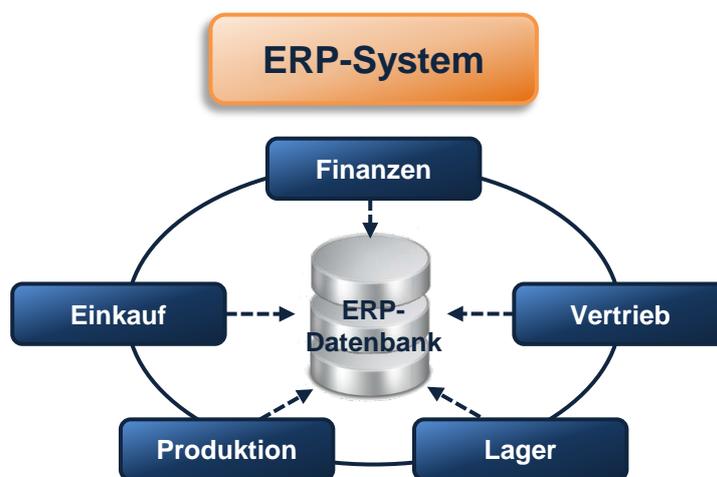


Abb. 26: ERP-System, zentrale Datenbank

Durch eine zentrale Datenhaltung wird die Konsistenz der Daten gewährleistet. Das Risiko falscher Daten, z. B. durch eine doppelte Führung von Kunden und der damit eventuell verbundenen Fehler in der Abwicklung wird reduziert. Zusätzlich ist es dadurch möglich, Informationen aus den verschiedenen Abteilungen zentral zu sammeln und bestimmten Mitarbeitern zugänglich zu machen (durchgängiger Informationsfluss). In der Vertriebsabteilung können dadurch z. B. uns lange bekannten und guten Kunden bessere Konditionen beim Kauf eingeräumt werden als neuen Kunden.

Des Weiteren entfällt durch die zentrale Verwaltung der Daten der Verwaltungs- und Zeitaufwand, der durch das Aufbewahren und Bereitstellen der Daten an verschiedenen Stellen entstehen (Insel-Lösungen) würde. Dadurch können die Kosten gesenkt und der Kundenservice verbessert werden.

3.2.4 Auftragsabwicklung: Eingang eines Auftrages

Guten Tag!

Mein Name ist Michael Bubblee. Ich bin Einkäufer bei der Singstar AG und interessiere mich für einige Möbel aus Ihrem Luxussortiment. Wir, die Singstar AG, sind allerdings noch nicht Kunde der Cronus AG.

Wäre es möglich, dass Sie uns ein Angebot über die gewünschten Möbel zukommen lassen? Ja? Prima, Besten Dank!!

Die Daten unseres Unternehmens und die Angaben zu den gewünschten Möbelstücken werde ich Ihnen dann gleich per E-Mail (Abb. 27) schicken. Auf Wiederhören!



Abb. 27: E-Mail von Michael Bubblee

3.2.5 Auftragsabwicklung: Anlegen eines neuen Debtors

Wie Sie mitbekommen haben, hat ein potenzieller neuer Kunde, die Singstar AG, ein Angebot über eine Auswahl an Artikeln aus unserem Luxussortiment angefordert.

Bevor das gewünschte Angebot erstellt und versendet werden kann, ist der neue Debitor mit seinen Kontaktdaten zunächst im Debitorenstamm von MS Dynamics NAV 2009 zu erfassen.

Das Vorgehen zum Anlegen eines neuen Debtors zeigt die Video-Animation (Abb. 28).

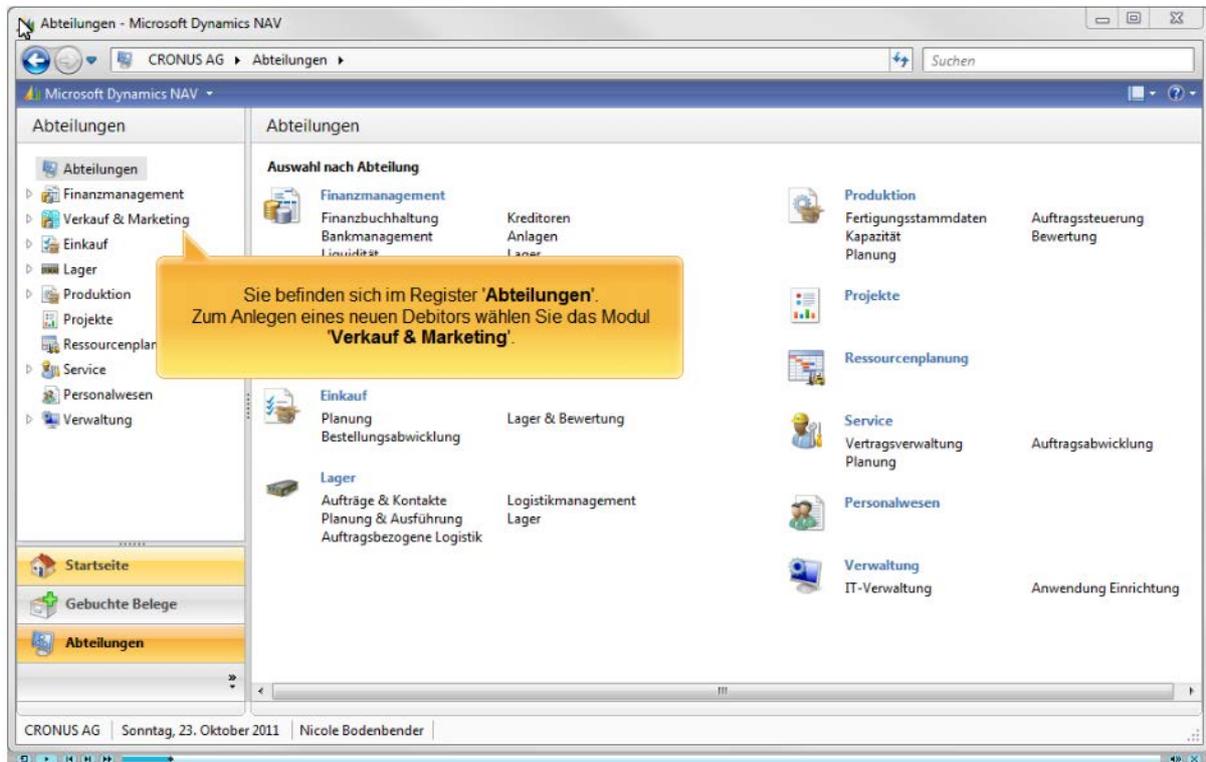


Abb. 28: Anlegen eines neuen Debtors (Video)

Zur Vervollständigung der Debitorenkarte werden weitere Daten in den Registern Fakturierung, Zahlungen, Lieferungen, und Außenhandel erfasst. Die wichtigsten Daten zur Fakturierung, zu Zahlungen und zur Lieferung sollen im Folgenden kurz erläutert werden (Abb. 29).

The screenshot displays the 'Debitorenkarte' for 'D00140 - Singstar AG'. The interface is organized into several sections:

- Allgemein:** D00140 | Singstar AG | 60311 | Michael Bubblee
- Kommunikation:** 069 101 2424 | michael.bubblee@singstar-ag.com
- Fakturierung:**
 - Rech. an Deb.-Nr.: [Empty]
 - Anzahl Rechnungskopien: 0
 - Rechnungsrabattcode: D00140
 - Verk. an Adr. in Ang. v. kop.: Unternehmen
 - Geschäftsbuchungsgruppe: NATIONAL
 - MwSt.-Geschäftsbuchungsgruppe: NATIONAL
 - Debitorenbuchungsgruppe: INLAND
 - Debitorenpreisgruppe: [Empty]
 - Debitorenrabattgruppe: [Empty]
 - Zeilenrabatt zulassen:
 - Preise inkl. MwSt.:
 - Vorauszahlung %: 0
- Zahlungen:**
 - Ausgleichsmethode: Offener Posten
 - Zlg.-Bedingungscode: 21 TAGE
 - Zahlungsformcode: [Empty]
 - Mahnmethodencode: [Empty]
 - Zinskonditionencode: [Empty]
 - Liq. Zlg.-Bedingungscode: [Empty]
 - Kontoauszüge drucken:
 - Letzte Kontoauszugsnr.: 0
 - Zahlungstoleranz sperren:
- Lieferung:**
 - Lagerortcode: GIESSEN
 - Sammelrechnung:
 - Reservieren: Optional
 - Versandanweisung: Teillieferung
 - Lieferbedingungscode: [Empty]
 - Zustellercode: [Empty]
 - Zustellertransportartencode: [Empty]
 - Transportzeit: [Empty]
 - Basiskalendercode: [Empty]
 - Spezifischer Kalender: Nein

On the right side, there are two summary panels:

- Debitorenverkaufshistorie - Verk...:** A list of transactions for Debitor D00140, showing zero values for all categories: Angebote, Rahmenaufträge, Aufträge, Rechnungen, Reklamationen, Gutschriften, Geb. Lieferungen, Geb. Rechnungen, Geb. Retourenbelege, and Geb. Gutschriften.
- Debitorenstatistik - Rech. an Deb.:** A summary of financial data for Debitor D00140, showing zero values for: Saldo (MW), Auftragsbestand (MW), Nicht fakt. Lieferungen (MW), Serviceauftragsbestand (M...), Nicht fakt. Lieferungen, Ausstehende Rechnungen (...), Gesamt (MW), Kreditlimit (MW), Fällige Beträge (MW) per 23..., and Verkauf Vorjahr (MW).

Abb. 29: Debitorenkarte

- Im Fenster **Fakturierung** werden die Bedingungen für die Erstellung der Rechnungen an den Kunden bestimmt. Dort wird unter anderem der Debitor ausgewählt, an den die Rechnung geschickt werden soll. Dieser muss nicht mit dem Debitor identisch sein, an den die Lieferungen gehen. Für die Singstar AG gilt jedoch, dass Rechnungsempfänger und Debitor identisch sind. In der Geschäfts- und Debitorenbuchungsgruppe werden Buchungen auf Sachkonten im Finanzwesen entsprechend der ausgewählten Gruppe, die an dem Geschäftsvorgang beteiligt ist, vorgenommen.
- Im Fenster **Zahlungen** kann die Cronus AG ihren Kunden individuelle Zahlungskonditionen, z. B. unterschiedliche Zahlungsfristen und Skonti einräumen. Diese sind bei guten Kunden relativ großzügig, ganz im Gegensatz zu neuen Kunden wie der Singstar AG, bei denen das Risiko eines Zahlungsausfalls besteht. Aus diesem Grund räumen wir der Singstar AG ein Zahlungsziel von 21 Tagen ein.
- Im Fenster **Lieferung** werden die Lieferbedingungen für unsere Kunden festgelegt. Der Lagerortcode bestimmt das Lager, aus dem der Kunde, hier die Singstar AG, bevorzugt beliefert werden soll. Des Weiteren wird dort festgelegt, ob die bestellten Artikel als Teil- oder Komplettlieferung an den Kunden versendet werden.

3.2.6 Auftragsabwicklung: Erstellung eines Angebots

Nachdem nun der neue Debitor, die Singstar AG, im Debitorenstamm der Cronus AG erfasst wurde, ist im nächsten Schritt das angeforderte Angebot zu erstellen und per E-Mail an die Singstar AG zu versenden. Sofern der Kunde das Angebot akzeptiert, kann es im nächsten Schritt direkt in einen Auftrag umgewandelt werden. Aber zunächst einmal schauen wir uns an, wie ein Angebot mit Hilfe von MS Dynamics NAV erstellt wird.

Das Angebot an die Singstar AG soll folgende Artikel enthalten:

- 1 Stück "Promi-Sofa, rot",
- 4 Stück "Promi-Liegestuhl, schwarz",
- 1 Stück "Promi-Sitzecke, beige".

Da wir die Singstar AG gerne als Neukunden gewinnen möchten, werden wir dem Unternehmen die Artikel zu einem vergünstigten Preis anbieten.

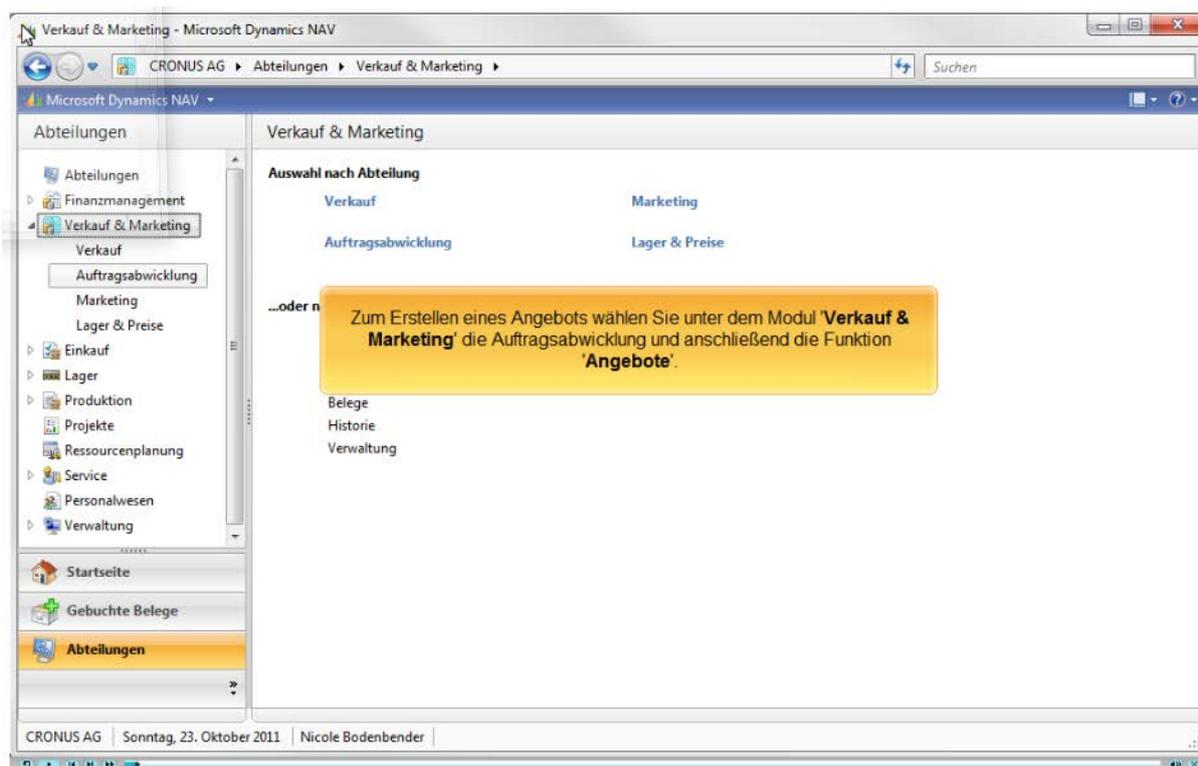


Abb. 30: Erstellung eines Angebotes (Video)

Wir haben nun das gewünschte Angebot erstellt und können es per E-Mail (Abb. 31) mit Datei-Anhang (als PDF-Datei) versenden.

Angebot an die Singstar AG:

Nr.	Beschreibung	Menge	VK-Preis	Rabatt	Betrag
-----	--------------	-------	----------	--------	--------

2024-S	Promi-Sofa, rot	1 Stück	1.800,00 €	5%	1.710,00 €
2028-S	Promi-Liegestuhl, schwarz	4 Stück	900,00 €	5%	3.420,00 €
2032-S	Promi-Sitzecke, beige	1 Stück	3.500,00 €	5%	3.325,00 €
Total EUR ohne MwSt.					8.455,00 €
19 % MwSt.					1.606,45 €
Total EUR inkl. MwSt.					10.061,45 €

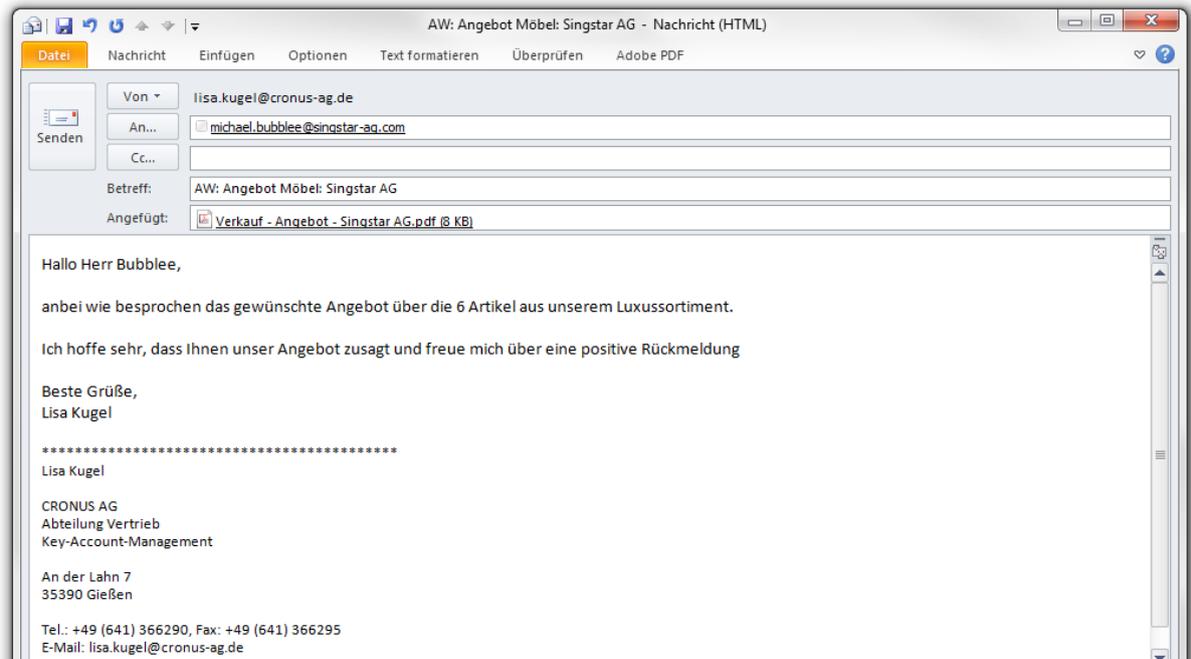


Abb. 31: E-Mail von Lisa Kugel

3.2.7 Auftragsabwicklung: Erstellung eines Auftrages

"Cronus AG, Lisa Kugel am Apparat, was kann ich für Sie tun? Ahhh, Herr Bubblee, einen schönen guten Tag wünsche ich Ihnen!! Haben Sie unser Angebot erhalten?"

Ja, prima, das freut mich. Wenn Sie möchten, wandle ich das Angebot noch heute in einen Auftrag um und veranlasse den Versand der Ware an Ihre Firmenadresse!? Alles klar, somachen wir es, besten Dank. Ich wünsche Ihnen noch eine schöne Woche!! Auf Wiederhören."

So, Herr Bubblee hat soeben das Angebot akzeptiert. Nun können wir das Angebot direkt in einen Auftrag umwandeln. Das Vorgehen dazu zeigt die Video-Animation.

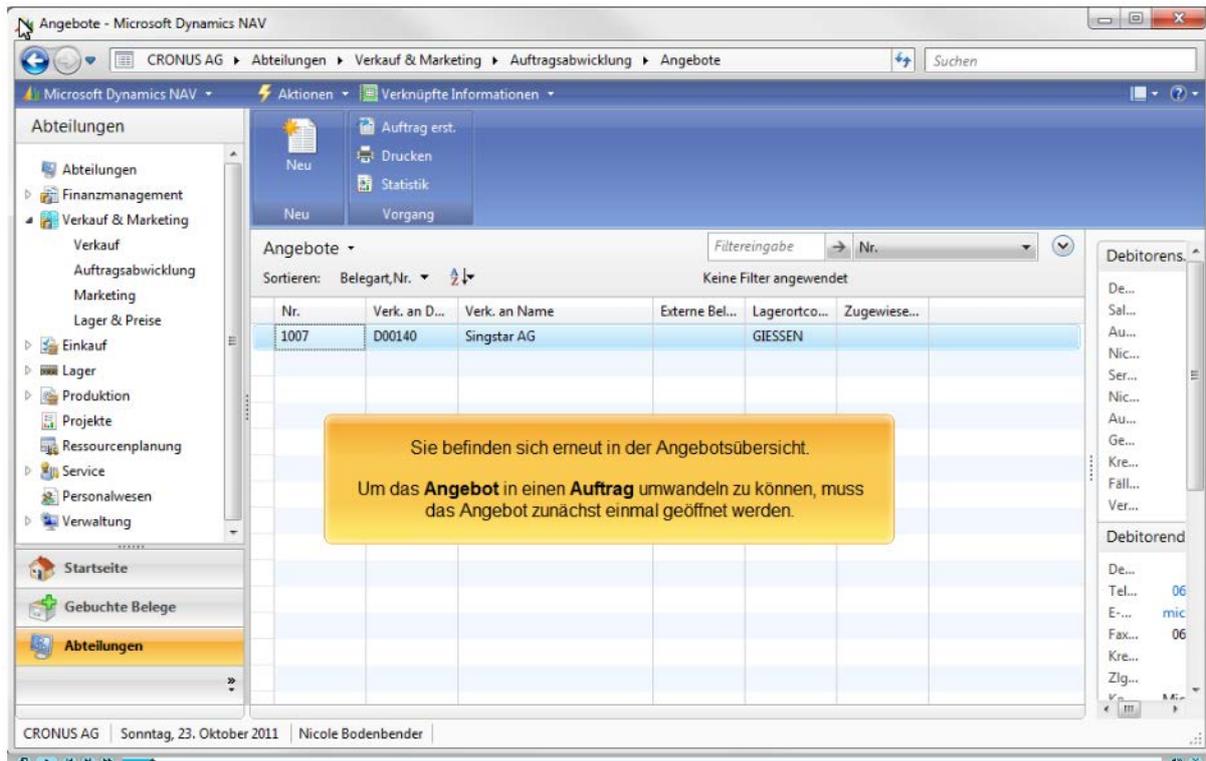


Abb. 32: Erstellung eines Auftrags (Video)

Auf einige wichtige Dinge möchte ich Sie abschließend noch aufmerksam machen. Schauen wir uns dazu die "Verkaufsauftragskarte" (Abb. 33) des soeben erstellten Auftrags doch einmal etwas genauer an.

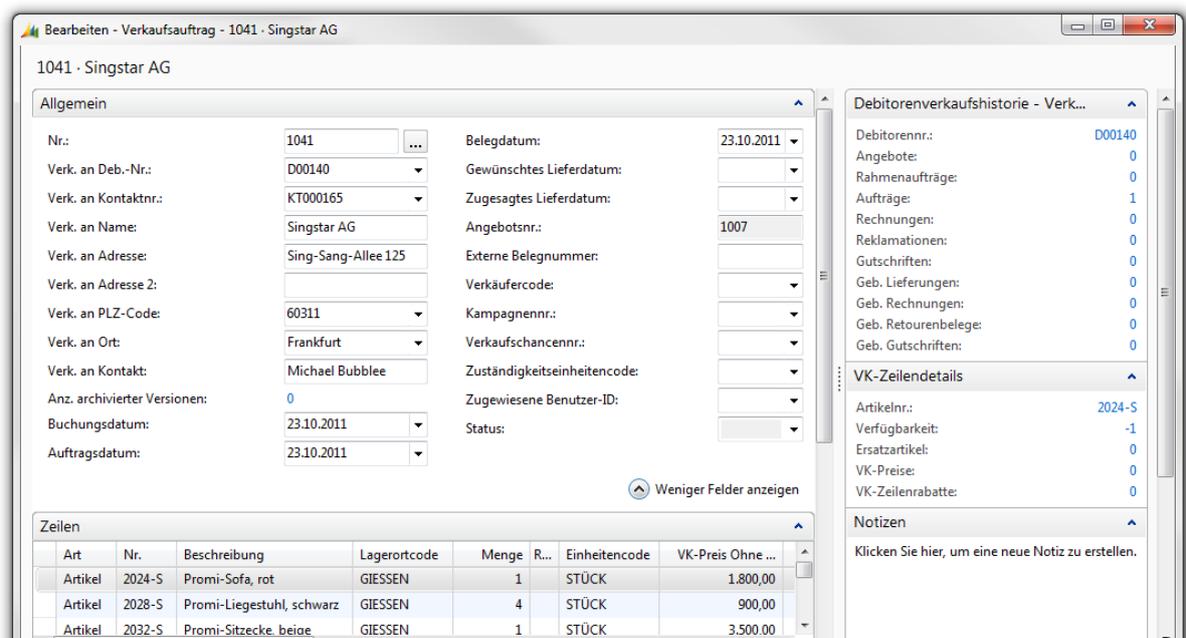


Abb. 33: Verkaufsauftragskarte

- Wenn ein Kundenauftrag eingeht, werden alle über den Kunden vorhandenen Informationen auf der Verkaufsauftragskarte übersichtlich zusammengeführt. Die Bearbeitungszeit für die Bestellung reduziert sich und Änderungswünsche von Kunden können flexibler erfüllt werden, wodurch der Service für die Kunden optimiert werden kann.
- Die Debitorenverkaufshistorie stellt sämtliche Informationen zu allen jemals getätigten Transaktionen zwischen der Cronus AG und der Singstar AG zusammen. Da es sich bei der Singstar AG um einen Neukunden handelt, ist bisher nur dieser eine Auftrag in der Debitorenverkaufshistorie aufgeführt.
- Neben den Informationen zum Kunden enthält die Verkaufsauftragskarte selbstverständlich auch Informationen zu den bestellten Artikeln. Eine wichtige Information ist z. B., aus welchem Lager welche Menge von Artikeln welcher Nr. zu entnehmen ist oder zu welchem VK-Preis die Artikel (hier die Spalte mit dem unrabattierten Preis) verkauft werden.
- Im Fenster "VK-Zeilendetails" werden alle Informationen über den gerade selektierten Artikel zusammengefasst. Hier lässt sich direkt einsehen, dass die Verfügbarkeit des Artikels mit der Nr. 2024-S negativ ist. D. h. es befinden sich mehr Artikel in einem Auftrag, als am Lager verfügbar sind. Der Artikel muss also bestellt oder produziert werden.

3.2.8 Auftragsabwicklung: Übersicht und folgende Aktivitäten

Die verschiedenen Aktivitäten, die vertriebsseitig im Rahmen der Auftragsabwicklung ablaufen, haben Sie nun kennengelernt. Ich möchte Ihnen an dieser Stelle noch einmal eine kurze Übersicht bzw. Zusammenfassung liefern und Sie auf die nun folgenden Aktivitäten (Schritt 3) aufmerksam machen (Abb. 34).

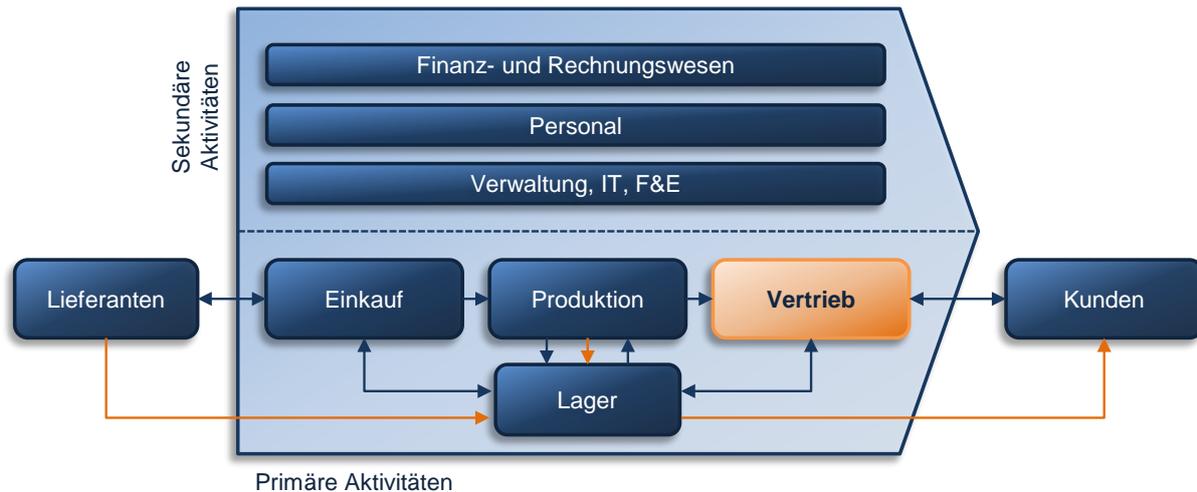


Abb. 34: Abteilung „Vertrieb“

- Schritt 1: Ein potenzieller neuer Kunde, die Singstar AG, bittet per E-Mail um Zusendung eines Angebots über eine Auswahl an Möbeln aus unserem Luxussortiment. Da die Singstar AG noch nicht im Debitorenstamm der Cronus AG vorhanden ist, ist sie zunächst in MS Dynamics NAV anzulegen. Im Falle, dass es sich um einen bereits bestehenden Kunden handelt, entfällt dieser Schritt.
- Schritt 2: Die Vertriebsmitarbeiterin, Lisa Kugel, erstellt das Angebot in MS Dynamics NAV und sendet es per E-Mail an die Singstar AG. Sofern der Kunde das Angebot akzeptiert, wie im Falle der Singstar AG geschehen, kann das Angebot in MS Dynamics NAV direkt in einen Auftrag umgewandelt werden. Die Singstar AG erhält vom Vertrieb eine Auftragsbestätigung.
- Schritt 3: Die Lagermitarbeiter erhalten vom Vertrieb eine Mitteilung, dass in Kürze der Versand der von der Singstar AG bestellten Ware bevorsteht. Die Prüfung der Artikelverfügbarkeit hat ergeben, dass die gewünschten Artikel nicht auf Lager sind. Ein Lagermitarbeiter muss nun prüfen, ob die Artikel beschafft oder selbst hergestellt werden und die betroffenen Abteilungen Einkauf und Produktion informieren.

Hinweis: Der hier beschriebene Schritt 3 ist Gegenstand von WBT 2, Kapitel 2: Abteilung Einkauf und WBT 3, Kapitel 1: Abteilung Produktion.

3.2.9 Verabschiedung aus der Abteilung Vertrieb

Die Zuständigkeit des Vertriebs für die Auftragsabwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG endet zunächst einmal an dieser Stelle.

Wie bereits dargelegt, hat das Lager eine Mitteilung erhalten, dass die Ware des o. g. Auftrags sobald als möglich versendet werden muss. Wie wir aber auch schon gesehen haben, ist mindestens ein Artikel des Auftrags nicht am Lager verfügbar.

Der zuständige Lagermitarbeiter hat mittlerweile die Prüfung der Artikelverfügbarkeit vorgenommen und die weiteren an der Auftragsabwicklung beteiligten Abteilungen Vertrieb und Einkauf informiert.

Ich möchte Sie bitten, nun in die Abteilung Einkauf zu wechseln, dort wird der Auftragsabwicklungsprozess weiter vorangetrieben. Meine Kollegin Amélie Boule ist für die Artikel des Luxussortiments zuständig und wird sich um den Beschaffungsvorgang fehlen der Artikel kümmern - sie ist gerne bereit, Sie in die Vorgänge der Abteilung Einkauf einzuführen.

Viel Spaß!

3.3 Abteilung Einkauf

3.3.1 Die Abteilung Einkauf

Bonjour, ich bin Amélie Boule. Ich bin Einkäuferin in der Cronus AG und vorrangig zuständig für das Luxussortiment. Frau Kugel hat mir bereits berichtet, dass Sie bzgl. der Auftragsabwicklung für die Singstar AG im Bilde sind. Ich werde mich um die Beschaffung der fehlenden Artikel kümmern. Meine Hauptaufgabe im Tagesgeschäft besteht im Wesentlichen in der Beobachtung der Lagerbestände und der Erstellung von Einkaufsbestellungen, sobald die Lagerbestände ein kritisches Maß erreichen. Selbstverständlich gehört auch die Preisverhandlung mit Lieferanten zu meinen Aufgaben (Abb. 35).

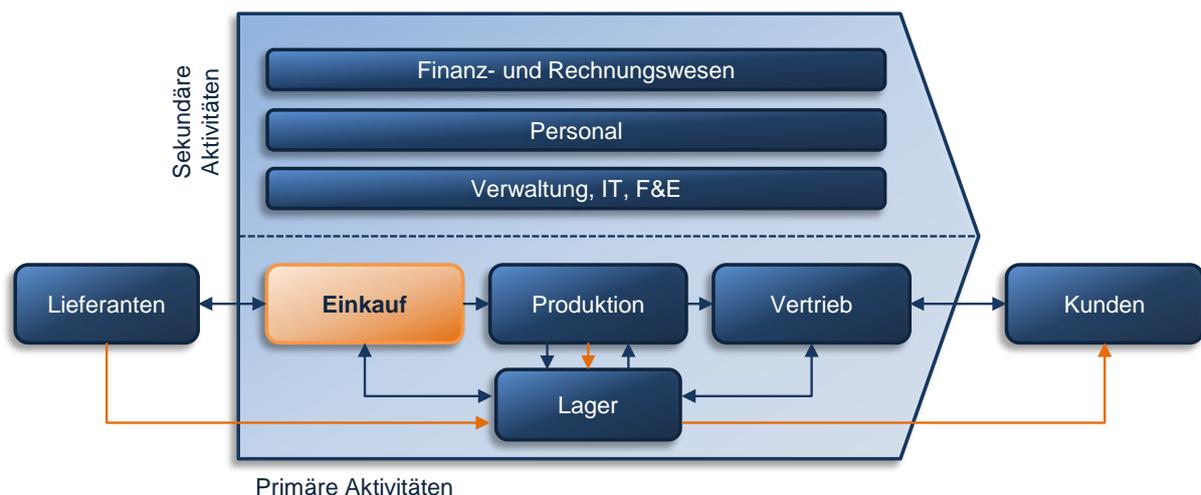


Abb. 35: Abteilung „Einkauf“

3.3.2 Die Kernaufgaben des Einkaufs im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben des Einkaufs doch einmal etwas genauer an.

- **Erstellung von Bestellungen:** Der Einkauf ist zuständig für die Beschaffung von Artikeln und die Kontaktpflege (z. B. für Preisverhandlungen) mit den Lieferanten der Cronus AG. Für die Bestellabwicklung stehen in MS Dynamics NAV eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung, die ich Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen werde.
- **Bearbeitung von Einkaufsreklamationen und -gutschriften:** Ist die Cronus AG mit einer Warenlieferung nicht zufrieden oder liegen gar Mängel vor, wie Transportschäden oder ähnliches, ist es Aufgabe des Einkaufs, die Ware bei den Lieferanten zu reklamieren. Auch hierbei werden die Mitarbeiter durch MS Dynamics NAV unterstützt.
- **Anlage und Pflege von Kreditoren- und Artikelstammdaten:** Geht die Cronus AG Geschäftsbeziehungen mit einem neuen Kreditor ein oder nimmt neue Artikel in das Sortiment auf, ist es Aufgabe der Einkaufsmitarbeiter, neue Stammdaten anzulegen. Auch die Pflege und Aktualisierung dieser Stammdaten gehört zu den Aufgaben des Einkaufs.

3.3.3 Bestellabwicklung: Erstellung einer Bestellung

Der zuständige Mitarbeiter der Abteilung Lager, Mr. David Globe, hat mir mitgeteilt, dass die gesamte Menge der von der Singstar AG bestellten Artikel nicht am Lager verfügbar ist. Ein Blick in MS Dynamics NAV bestätigt dies. Ich werde nun den Beschaffungsvorgang anstoßen. Aber vorher werde ich Ihnen noch ein paar grundlegende Dinge rund um die Beschaffung von Artikeln erläutern.

In der Cronus AG werden die Lieferanten für bestimmte Artikel in der Regel direkt in der Artikelkarte hinterlegt. Dies hat den Vorteil, dass durch Aufruf der Artikelkarte auf einen Blick eingesehen werden kann, welcher Lieferant (standardmäßig) den benötigten Artikel liefern kann. Natürlich ist es möglich, einen bestimmten Artikel auch von anderen Lieferanten zu beziehen, sofern diese den Artikel ebenfalls im Angebot haben.

Folgende Kriterien sind bei der Beschaffung von Artikeln und der Auswahl von Lieferanten besonders wichtig:

- Qualität des Artikels,
- EK-Preis des Artikels,
- Lieferzeit und
- Liefer- und Zahlungsbedingungen der Lieferanten.

Werfen wir nun einen Blick in MS Dynamics NAV. Von den drei verschiedenen Artikeln, die die Singstar AG bei der Cronus AG bestellt hat, werden nur zwei von Lieferanten beschafft, der dritte wird von der Cronus AG selbst hergestellt (Aufgabe der Abteilung Produktion).

Wie ich Ihnen bereits erläutert habe, gibt es für jeden Artikel einen Standard-Lieferanten. Die Artikel des Luxussortiments werden in der Regel von der Angel-Design GmbH bezogen.

Die Cronus AG hat mit der Angel-Design GmbH einen neuen Liefervertrag geschlossen, der u. a. für die beiden Artikel, die wir zur Abwicklung des Auftrags Nr. '1041' einkaufen müssen, günstigere Konditionen vorsieht. Folgende Artikel sind von der Angel-Design GmbH zu beschaffen:

- "Promi-Sofa, rot" und
- "Promi-Sitzecke, beige".

Für den Auftrag der Singstar AG werden jeweils 1 Stück der Artikel benötigt. Der Liefervertrag mit der Angel-Design GmbH sieht vor, dass jeweils ab einer Bestellmenge von 5 Stück der Preis des "Promi-Sofa, rot" von 1.300,00 € auf 1.150,00 € und der Preis der "Promi-Sitzecke, beige" um 5% reduziert wird.

Wir werden also nicht nur die jeweils benötigte Menge von 1 Stück bei der Angel-Design GmbH bestellen, sondern den Liefervertrag ausnutzen und jeweils eine Menge von 5 Stück beschaffen.

Die Erstellung der Bestellung bei der Angel-Design GmbH zeigt die Video-Animation.

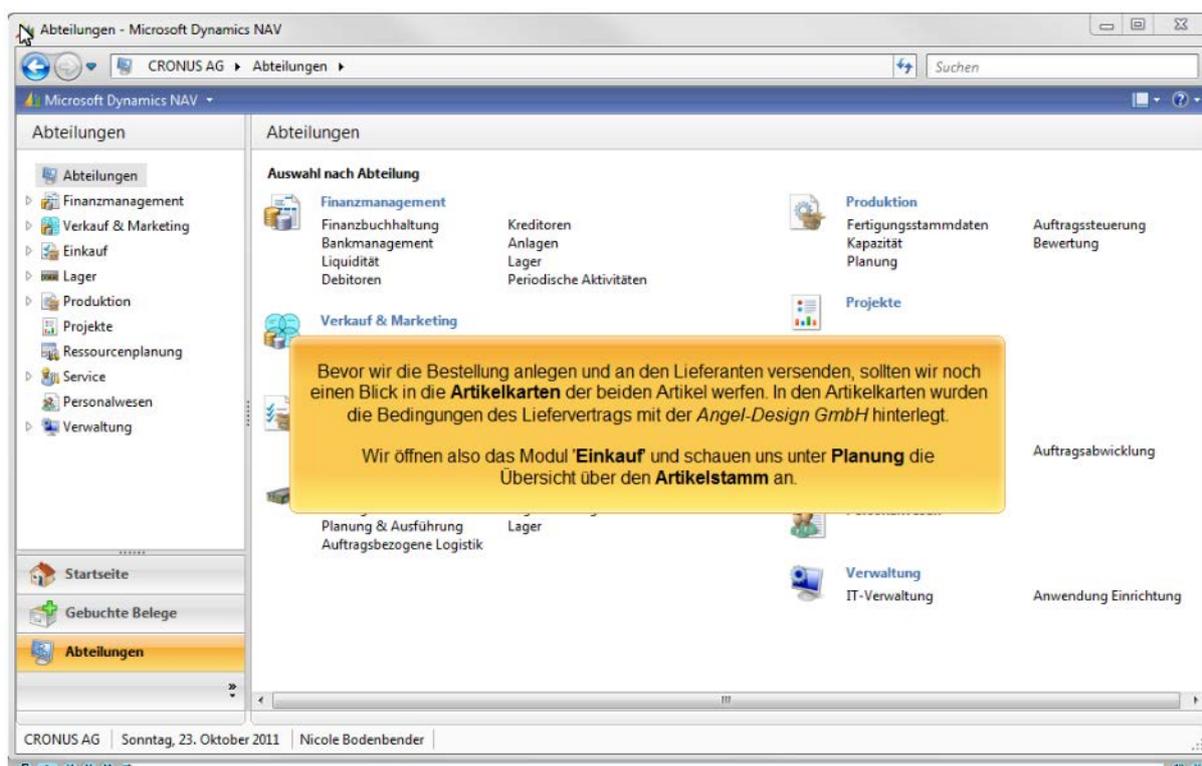


Abb. 36: Erstellung einer Bestellung (Video)

Auf einige wichtige Dinge möchte ich Sie an dieser Stelle noch aufmerksam machen. Schauen wir uns dazu die "Einkaufsbestellung" die wir soeben erstellt haben doch einmal etwas genauer an (Abb. 37).

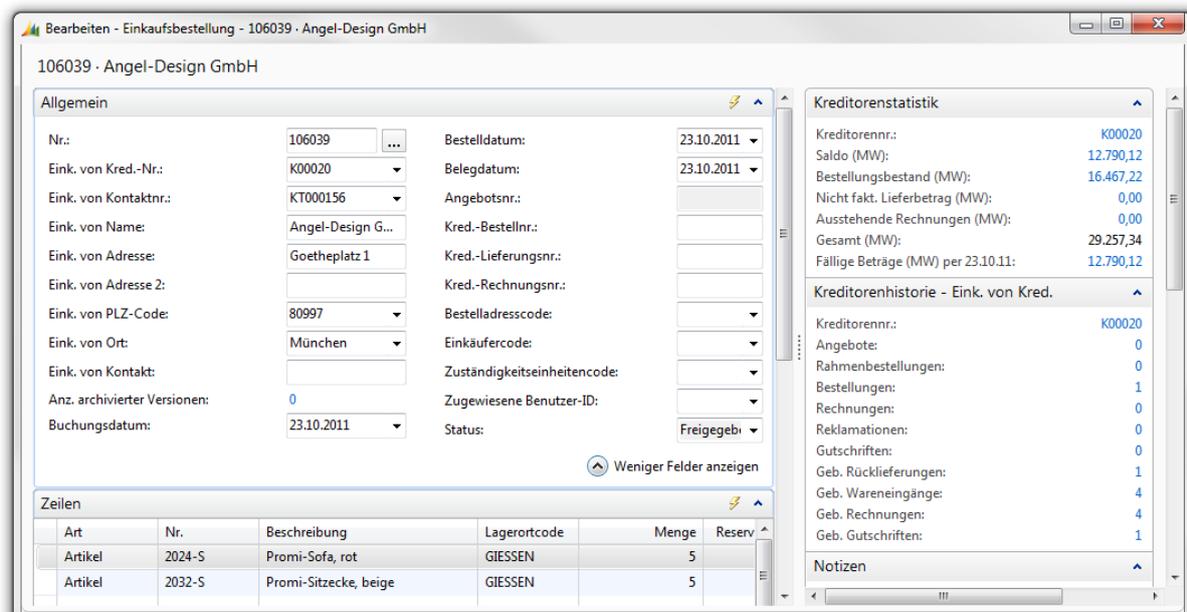


Abb. 37: Einkaufsbestellung

- Wenn eine Einkaufsbestellung aufgegeben wird, werden alle über den Lieferanten vorhandenen Informationen auf der Einkaufsbestellungskarte übersichtlich zusammengeführt, was die Bearbeitungszeit für die Bestellung reduziert.
- Die Kreditorenstatistik stellt die finanzbuchhalterischen Informationen über einen Lieferanten übersichtlich zusammen. Hier kann der Einkäufer auf einen Blick einsehen, wie hoch der aktuelle Saldo des Kreditors ist. Weiterhin ist einsehbar, wie hoch der aktuelle finanzielle Bestand laufender Bestellungen ist, was z. B. als Grundlage für weitere Preisverhandlungen dienen kann.
- Neben den Informationen zum Lieferanten enthält die Verkaufsauftragskarte selbstverständlich auch Informationen zu den bestellten Artikeln. Eine wichtige Information ist z. B., in welches Lager welche Menge von Artikeln welcher Nr. bestellt wurde.
- Die Kreditorenhistorie stellt sämtliche Informationen zu allen jemals getätigten Transaktionen zwischen der Cronus AG und dem Lieferanten zusammen. So ist z. B. die Anzahl derzeit laufender Bestellungen aufgeführt oder die Anzahl der gebuchten Wareneingänge.

Hinweis: Alle blau unterlegten Schriften in MS Dynamics NAV sind klickbar und offenbaren nach einem Klick weiterführende Informationen.

3.3.4 Bestellabwicklung: Kreditorenstamm, Artikelstamm und Einkaufsanfragen

Frau Kugel hat mir berichtet, dass Sie mit ihr bereits einen neuen Debitor in MS Dynamics NAV angelegt haben - nun, das Anlegen eines neuen Kreditors erfolgt analog, nur eben im Kreditorenstamm von MS Dynamics NAV. Ebenfalls analog zum Vertriebswesen können im Einkauf auch Einkaufsanfragen (entspricht einem Verkaufsangebot) an Lieferanten gestellt werden. Auch das brauchen wir uns hier nicht noch einmal im Detail anzuschauen.

Was ich Ihnen aber gerne demonstrieren möchte, ist das Anlegen eines neuen Artikels in MS Dynamics NAV.

3.3.5 Bestellabwicklung: Anlegen eines neuen Artikels

Die Angel-Design GmbH hat uns einen neuen Produktkatalog gesendet. Darin sind einige vielversprechende Artikel für das Luxussortiment enthalten, wie z. B. die "Wohnkombination VIP-Superior". Diesen Artikel möchte ich gerne in unseren Artikelstamm aufnehmen, damit er künftig den Kunden der Cronus AG angeboten werden kann.

Der Artikel "Wohnkombination VIP-Superior" kann von der Angel-Design GmbH zu folgenden Konditionen bezogen werden:

- EK-Preis: 3.400,00 €
- Zeilenrabatt ab einer Menge von 15 Stück: 6%

Als VK-Preis werden erst einmal 4.300,00 € angesetzt. Weitere Informationen, die in der Artikelkarte in jedem Fall angegeben werden müssen, sind z. B. der Basiseinheitencode, die MwSt.-Produktbuchungsgruppe (19%) und die Beschaffungsmethode.

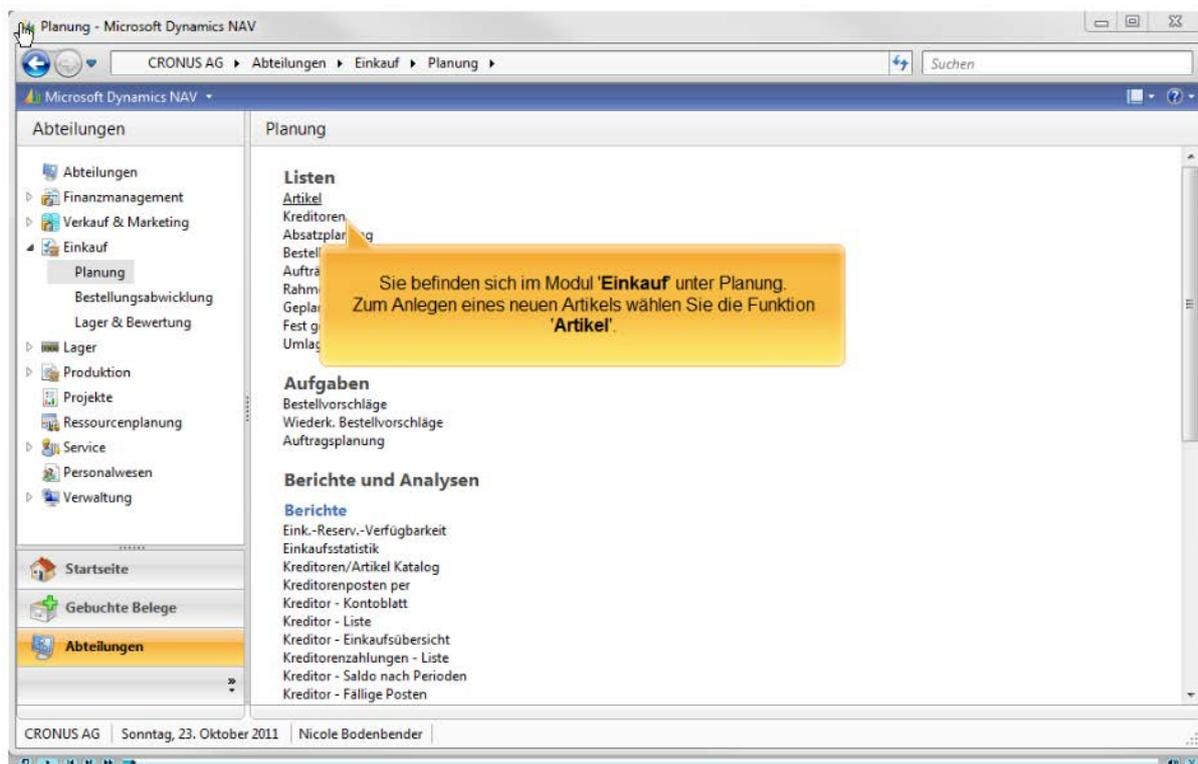


Abb. 38: Anlegen eines neuen Artikels (Video)

3.3.6 Bestellabwicklung: Erstellung eines Bestellvorschlags

MS Dynamics NAV bietet für die Beschaffung von Artikeln vielfältige Möglichkeiten. Neben dem manuellen Anstoßen von Beschaffungsvorgängen (Einzelfall-Bestellungen), das Sie gerade kennengelernt haben, gibt es auch die Möglichkeit, von MS Dynamics NAV automatisch sogenannte Bestellvorschläge erzeugen zu lassen. Der Bestellvorschlag ist quasi eine Vorstufe zur Einkaufsbestellung, die zur Automatisierung von Routinetätigkeiten bei der Ermittlung und Deckung von Artikelbedarfen dient.

Ziel der Cronus AG ist es, die Lagerbestände zu minimieren und gleichzeitig einen Sicherheitsbestand im Lager aufrecht zu erhalten. Beide Ziele stehen allerdings in Gegensatz zueinander, was durch eine Bestandsoptimierung gelöst werden muss.

Der dargestellte Zielkonflikt wird durch MS Dynamics NAV 2009 gemildert, indem die Lagerbestände der Cronus AG durch MS Dynamics NAV 2009 ständig überprüft werden. Erreichen sie einen kritischen Bestand, erhalten die Mitarbeiter automatisch eine Benachrichtigung.

Dies ist allerdings nur möglich, wenn in den Artikelstammdaten sogenannte Planungseinstellungen vorgenommen wurden. Diese Einstellungen legen z. B. einen Sicherheitsbestand und einen Minimalbestand etc. fest, bei deren Erreichen automatisch ein neuer Bestellvorgang angestoßen wird.

Um Ihnen die Bestandsoptimierung einmal zu veranschaulichen, habe ich Ihnen eine Grafik (Abb. 39) vorbereitet, die die verschiedenen "Variablen", die innerhalb der Bestandsoptimierung eine Rolle spielen, erklärt.

Die Mitarbeiter können die Bestellung der benötigten Artikel bei den Kreditoren selbst in die Wege leiten. Dies ist nötig, wenn z. B. ein Artikel dringend außerplanmäßig benötigt wird. Die Bestellung muss dann angelegt, bearbeitet und abgewickelt werden. Daneben können die Mitarbeiter sich aber auch von MS Dynamics NAV 2009 automatisch eine Liste der Artikel anzeigen lassen, die benötigt werden.

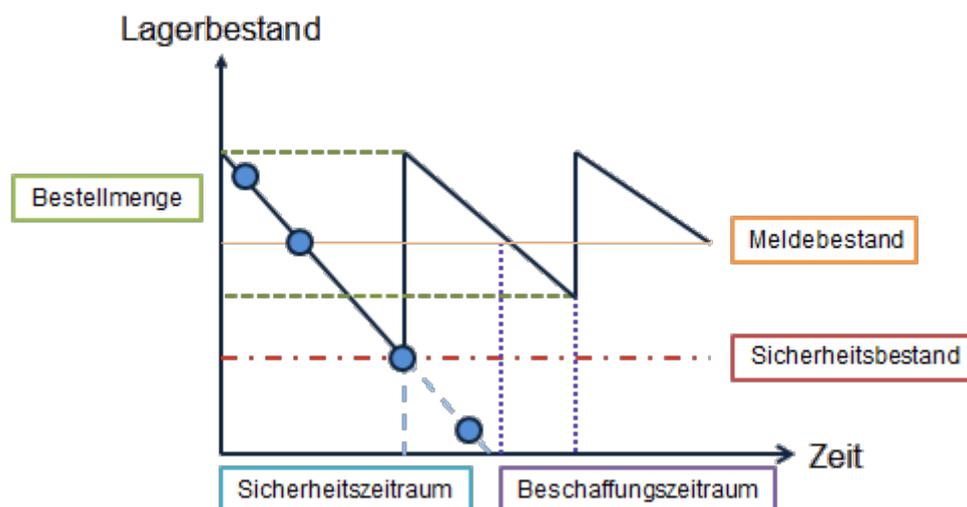


Abb. 39: Grafik „Lagerbestand“

- Die **Bestellmenge** ist abhängig vom Verbrauch, dem Zeitraum, der für die Beschaffung benötigt wird, und von dem Bestellrhythmus. Ziel ist es, durch die bestellte Menge die Lagerabgänge auszugleichen, gleichzeitig jedoch nicht zu viele Bestände aufzubauen.
- Der **Sicherheitszeitraum** ist die Zeit, in der der Lagerbestand unterhalb des Sicherheitsbestandes fällt und somit eine kritische Menge erreicht. Bei anhaltender Lieferverzögerung droht ein Stau in der Auftragsabwicklung und damit hohe Verluste.
- Der **Beschaffungszeitraum** ist der Zeitraum, den ein Artikel vom Einkauf bis zur Ankunft im Lager benötigt. Ziel ist es, die Beschaffung so rechtzeitig einzuleiten, dass keine Artikelengpässe auftreten.
- Der **Sicherheitsbestand** (Mindestbestand) ist der Lagerbestand, der der Cronus AG dazu dient, die mengenmäßigen und terminlichen Schwankungen der Lagerzugänge und -abgänge aufzufangen. Damit kann im Notfall ein Stau in der Auftragsabwicklung vermieden werden.

- Der **Meldebestand** ist der Lagerbestand, bei dem die Mitarbeiter der Cronus AG eine neue Bestellung der Artikel in die Wege leiten müssen. Ziel ist es, unter Berücksichtigung des Beschaffungszeitraumes, rechtzeitig den Lagerbestand wieder aufzubauen.

MS Dynamics NAV 2009 hilft nicht nur die Lagerbestände zu optimieren, sondern vereinfacht den Beschaffungsvorgang und ermöglicht es, Bestellungen ohne Zeitverlust und Kosten zu versenden.

Auch den neuen Artikel "Wohnkombination VIP-Superior" wollen wir in die Bestandsoptimierung aufnehmen. Zu diesem Zweck werden wir die für die Bestellvorschlagsverwaltung benötigten Informationen im Register "Planung" in der Artikelkarte des Artikels mit der Nr. 2036-S ergänzen.

Folgende Planungseinstellungen sollten vorgenommen werden:

- Sicherheitsbestand: 5 Stück
- Minimalbestand (entspricht dem Meldebestand): 10 Stück
- Bestellmenge: 20 Stück

Nachdem die Festlegung der Planungseinstellungen erfolgt ist, kann im nächsten Schritt der Bestellvorschlag erzeugt werden. Die Bestellvorschläge werden von MS Dynamics NAV unter Berücksichtigung von aktuellem Artikelbedarf und Lagerbestand ermittelt. D. h., es werden auch die Daten aus dem Vertrieb (z. B. laufende Aufträge) in die Berechnung mit einbezogen.

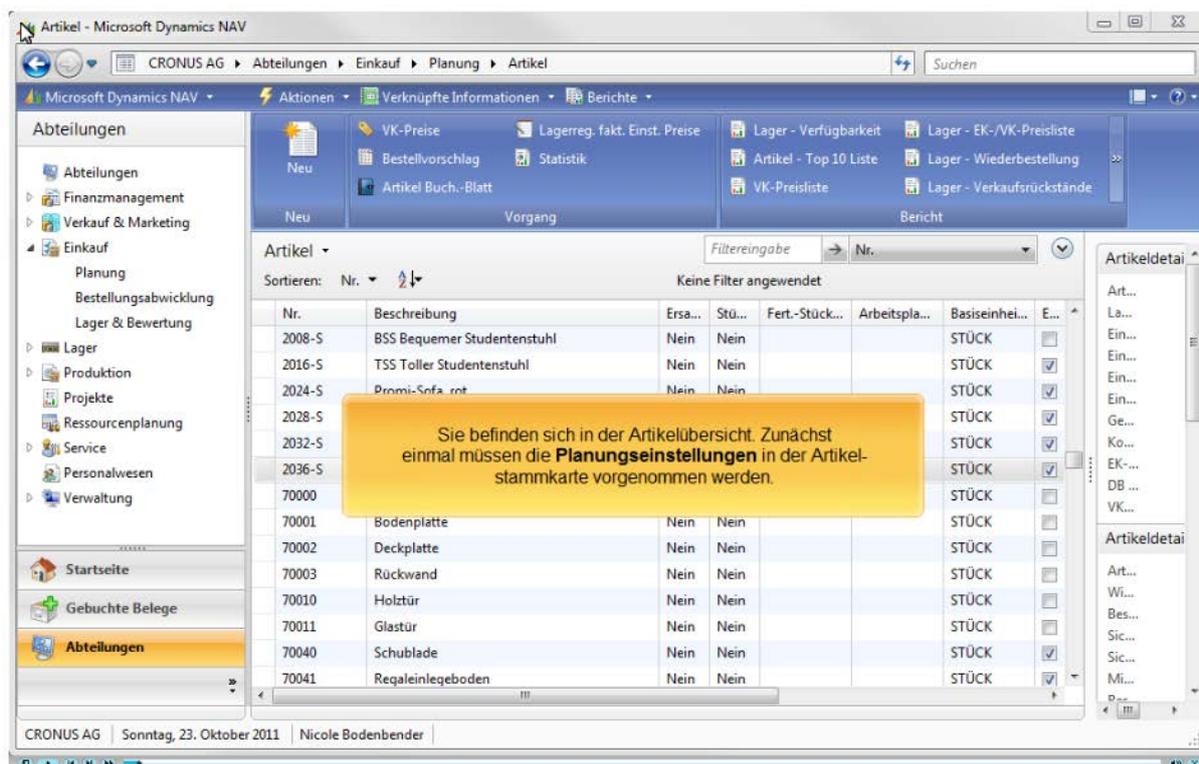


Abb. 40: Erstellung eines Bestellvorschlags II (Video)

3.3.7 Bestellabwicklung: Übersicht und folgende Aktivitäten

Nun zurück zum Auftrag der Singstar AG: die verschiedenen Aktivitäten, die einkaufsseitig im Rahmen der Auftragsabwicklung (und zwar in Form der Bestellabwicklung) ablaufen, haben Sie nun kennengelernt. Ich möchte Ihnen an dieser Stelle noch einmal eine kurze Übersicht bzw. Zusammenfassung liefern und Sie auf die nun folgenden Aktivitäten (Schritte 2 und 3) hinweisen.

- Schritt 1: Die Einkaufsabteilung hat von der Abteilung Lager die Mitteilung erhalten, das für den Auftrag Nr. '1041' zwei Artikel zu beschaffen sind. Ausgehend von dieser Information erstellt Mademoiselle Boule eine Bestellung bei der Angel-Design GmbH der Artikel mit den Nr. "2024-S" und "2032-S" und sendet Sie an den Lieferanten.
- Schritt 2: Die Angel-Design GmbH nimmt die Bestellung der Cronus AG entgegen und bearbeitet sie. Anschließend versendet die bestellte Ware an das Lager in GIESSEN. Der Einkauf erhält eine Rechnung über die gelieferten Artikel.
- Schritt 3: Die Ware wird im Lager GIESSEN eingelagert. Sowohl die Abteilung Vertrieb als auch die Abteilung Einkauf erhalten eine Mitteilung über den Wareneingang der bestellten Artikel. Der Einkauf hat nach Eingang der Rechnung und der Ware im Lager die Aufgabe, die Bestellung zu fakturieren und damit der Abteilung Finanzwesen mitzuteilen, dass die Rechnung zur Bestellung bei der Angel-Design GmbH bezahlt werden muss. Der Vertrieb wartet noch auf die Produktion der verbleibenden Artikel.

Hinweis: Der hier beschriebene Schritt 3 ist Gegenstand von WBT 3, Kapitel 2: Abteilung Lager und WBT 3, Kapitel 1: Abteilung Produktion.

3.3.8 Verabschiedung aus der Abteilung Einkauf

Die Zuständigkeit des Einkaufs für die Auftragsabwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG endet zunächst einmal an dieser Stelle. Wie Sie gesehen haben, haben wir unsere Aufgabe erfüllt und die beiden für den Auftrag benötigten Artikel bei der Angel-Design GmbH bestellt. Sobald der Lieferant die Ware geliefert hat, kann sie nach Prüfung und Einlagerung durch die Mitarbeiter der Abteilung Lager an die Singstar AG versendet werden. Die Abteilung Einkauf wird von der Angel-Design GmbH eine Rechnung erhalten, die dann an das Finanzwesen weitergegeben wird und von den Mitarbeitern dort zu begleichen ist.

Für den Auftrag Nr. '1041' steht allerdings noch die Produktion von 4 Stück des Artikels "Promi-Liegestuhl, schwarz" aus, was von unserer Produktionsabteilung übernommen wird. Sie werden ab morgen in die Abteilung Produktion wechseln und meinem Kollegen Garcia Bola bei der Durchführung eines Fertigungsauftrags über die Schulter schauen.

Ich wünsche Ihnen noch viel Spaß in der Cronus AG!

3.4 Abschlusstest

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Aufgaben des Einkaufs I		
	Verschiedene Möbel gehören zum Sortiment der Cronus AG.		
	Im Einkauf werden Umlagerungsvorgänge von Artikeln von einem Lager in ein anderes Lager vorgenommen.		
	In der Einkaufsabteilung kann auf die Kontaktdaten der Kreditoren zugegriffen werden.		
	Die Bestellabwicklung ermöglicht es der Cronus AG, bei Lieferanten Bestellungen verschiedener Artikel vorzunehmen.		
2	Aufgaben des Vertriebs I		
	Der Vertrieb hat keinen Zugriff auf die im Lager vorhandenen Möbelstücke.		
	Bei der Bewältigung der anfallenden Aufgaben steht die optimale Betreuung und die Zufriedenheit der Kunden im Vordergrund.		
	Nach Abschluss eines Auftrags veranlasst der Vertrieb die mengengerechte Auslieferung der Artikel aus dem Lager an die Kunden.		
	In der Verkaufsabteilung kann auf die Kontaktdaten der Debitoren zurückgegriffen werden.		
3	Zentrale Datenverwaltung I		
	Durch die zentrale Datenverwaltung sind die Mitarbeiter in der Lage, alle Datensätze bei Bedarf einfach und schnell zu nutzen.		
	Nur die Kundendaten werden in der zentralen Datenbank von MS Dynamics NAV 2009 verwaltet.		
	Die Konsistenz der Daten ist eine wichtige Grundlage für einen durchgängigen Informationsfluss.		
	Mehrfach erfasste und gespeicherte Datensätze eines Kunden gewährleisten, dass der durchgängige Informationsfluss nicht gestört wird.		
4	Zentrale Datenverwaltung II		
	Konsistenz der Daten bedeutet Widerspruchsfreiheit der Daten.		
	Durch die zentrale Datenhaltung können Informationen aus den verschiedenen Abteilungen zentral gesammelt und bestimmten Mitarbeitern zugänglich gemacht werden.		

	Das Risiko falscher Daten, z. B. durch eine doppelte Führung von Kunden und der damit eventuell verbundenen Fehler in der Abwicklung wird durch die zentrale Datenhaltung gänzlich vermieden.		
	Durch die zentrale Verwaltung der Daten entfällt der Verwaltungs- und Zeitaufwand, der durch das Aufbewahren und Bereitstellen der Daten an verschiedenen Stellen entstehen würde.		
5	Optimierung der Lagerbestände II.		
	Je geringer der Lagerbestand ist, desto geringer sind Lagerhaltungskosten und die Kapitalbindung.		
	Das Risiko einer Fehlmenge und eines dadurch möglichen Stops in der Auftragsabwicklung wird durch einen ständig existierenden Sicherheitsbestand reduziert.		
	Die Mitarbeiter können sich von MS Dynamics NAV 2009 automatisch eine Liste der Artikel zusammenstellen lassen, die beschafft werden müssen.		
	Der Sicherheitszeitraum ist der Zeitraum, den ein Artikel vom Einkauf bis zur Ankunft im Lager benötigt.		
6	Aufgaben des Einkaufs II		
	Im Einkauf werden Investitionsgüter, z. B. große Maschinen, eingekauft.		
	Die Lagerbestände der Artikel werden von den Mitarbeitern des Einkaufs mit Hilfe von Excel-Sheets überwacht.		
	Kriterien bei der Beschaffung von Artikeln sind nur die Preise sowie die Lieferungsdauer und -bedingungen der Anbieter.		
	Erreichen die Lagerbestände einen kritischen Bestand, erhalten die Mitarbeiter automatisch eine Benachrichtigung von MS Dynamics NAV 2009.		
7	Aufgaben des Vertriebs II		
	Unter Key Account Management wird die intensive Betreuung wichtiger Kunden durch einen bestimmten Mitarbeiter der Cronus AG verstanden.		
	Nachdem ein Auftrag entgegengenommen wurde, werden die Daten des Kreditors in MS Dynamics NAV 2009 aufgenommen.		
	Im Vertrieb werden nur Aufträge von Kunden abgewickelt und betreut.		
	Die Singstar AG stellt einen Kreditor der Cronus AG dar.		
8	Debitorenstammkarte		
	In der Debitorenstammkarte werden nur in den Fenstern Allgemein, Kommunikation, Fakturierung und Zahlung Daten erfasst.		

	Im Fenster Fakturierung wird u. a. der Debitor ausgewählt, an den die Rechnung geschickt werden soll. Dieser ist immer mit dem Debitor identisch, an den die Lieferungen gehen.		
	Im Fenster Allgemein werden Daten z. B. der Adresse, der Telefonnummer und der Zahlungsbedingungen festgelegt.		
	Im Fenster Lieferung werden die Lieferbedingungen für unsere Kunden festgelegt.		
9	Kundenorientierung		
	Durch MS Dynamics NAV 2009 reduziert sich die Bearbeitungszeit für eine Bestellung. Änderungswünsche von Kunden können jedoch nicht erfüllt werden.		
	Die Verfügbarkeit der Artikel in den jeweiligen Lagerorten kann nur von den Mitarbeitern der Lagerhaltung eingesehen werden.		
	Dadurch dass alle über den Kunden vorhandenen Informationen auf der Verkaufsauftragskarte übersichtlich zusammengeführt werden, wird der Zeitaufwand für die Beschaffung von Informationen aus anderen Abteilungen reduziert.		
10	Bearbeitung eines Verkaufsauftrages		
	Um einen Verkaufsauftrag in MS Dynamics NAV 2009 zu erstellen, muss zunächst eine neue Verkaufsauftragskarte geöffnet und anschließend der Debitor ausgewählt werden.		
	Solange der Auftrag den Status "Offen" hat, ist er noch nicht von einem Mitarbeiter abgeschlossen worden.		
	Ist ein Artikel nicht in benötigter Menge im Hauptlagerort verfügbar, sollten zunächst die anderen Lagerorte überprüft werden.		
11	Optimierung der Lagerbestände I		
	Das alleinige Ziel der Cronus AG ist es, die Lagerbestände zu optimieren.		
	Die Bestellmenge ist nur vom Verbrauch, dem Beschaffungszeitraum und dem Bestellrhythmus abhängig.		
	Der Sicherheitsbestand dient dazu, die mengenmäßigen und terminlichen Schwankungen der Lagerzugänge und -abgänge aufzufangen.		
	Der Zielkonflikt zwischen einem zu geringen Lagerbestandes und dem Risiko einer Fehlmenge kann von MS Dynamics NAV 2009 gelöst werden.		

Tab. 3: Übungsfragen WBT 2 – Vertrieb und Einkauf

4 Lager und Produktion

4.1 Intro

4.1.1 Willkommen zurück

Im letzten WBT haben Sie bei der Bearbeitung des Auftrags der Singstar AG bereits die Abteilungen Vertrieb und Einkauf der Cronus AG kennen gelernt. Der Einkauf hat bereits den Beschaffungsvorgang für die Artikel "Promi-Sofa, rot" und "Promi-Sitzecke, beige" in die Wege geleitet. Der dritte Artikel, der für den Abschluss des Auftrags benötigt wird, ist der "Promi-Liegestuhl, schwarz". Dieser Artikel wird von der Cronus AG selbst hergestellt.

Für die Fertigung von Artikeln ist die Abteilung Produktion zuständig. Sie werden in den nächsten Tagen also zunächst einmal unserem Produktionsleiter Garcia Bola bei der Abwicklung des Fertigungsauftrags behilflich sein. Anschließend wechseln Sie in die Abteilung Lager, um die Einlagerung und anschließende Versendung der Ware an den Kunden zu begleiten.

Viel Erfolg!

4.1.2 Die Abteilungen der Cronus AG

Die grundlegenden Aufgaben der Abteilungen Vertrieb und Einkauf haben Sie bereits kennengelernt. Der Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG, den Sie gemeinsam mit Frau Kugel entgegengenommen haben, ist allerdings noch nicht abgeschlossen.

Am Auftragsbearbeitungsprozess sind noch weitere Abteilungen beteiligt.

Die fehlenden Artikel sind noch in der Produktionsabteilung herzustellen. Außerdem müssen die bei der AngelDesign GmbH bestellten Artikel im Lager eingelagert werden. Sobald die gesamte Anzahl der von der Singstar AG bestellten Artikel am Lager verfügbar ist, kann die Ware an den Kunden versendet werden. Um diese Vorgänge kennen zu lernen, werden Sie nun nacheinander in den Abteilungen Produktion und Lager (Abb. 41) eingesetzt und dort mit den Modulen "Produktion" und "Lager" von MS Dynamics NAV 2009 arbeiten.

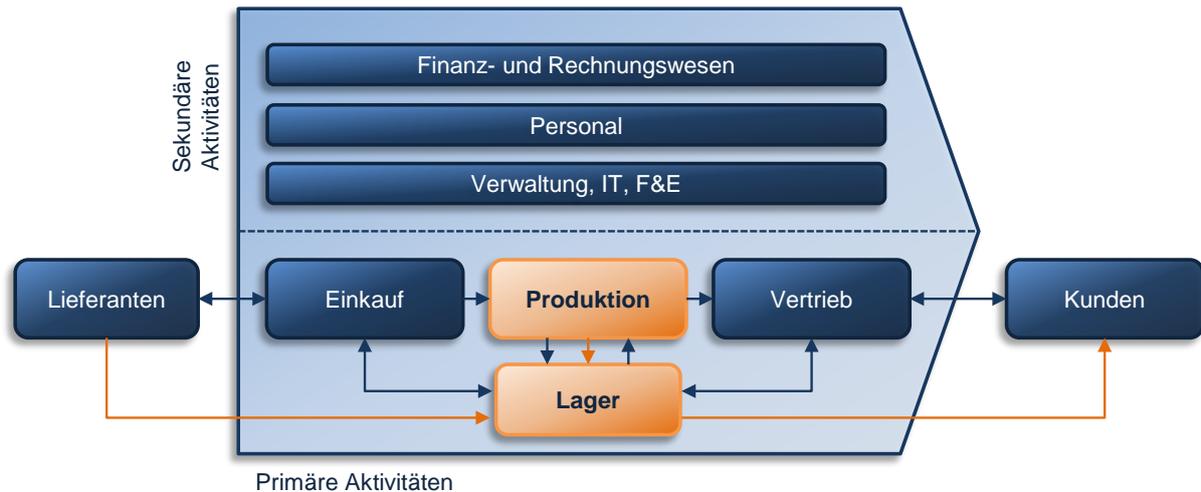


Abb. 41: Abteilungen „Lager“ und „Produktion“

4.2 Abteilung Produktion

Buenos dias, ich bin Garcia Bola. Ich werde Ihnen in den nächsten Tagen die Abläufe in unserer Abteilung Produktion näher bringen und Sie in unsere Arbeit mit Microsoft Dynamics NAV 2009 einführen. Unsere Hauptaufgabe im Tagesgeschäft besteht im Wesentlichen in der Erstellung und Abwicklung von Fertigungsaufträgen, aber auch in der Planung von Produktionskapazitäten sowie der Erstellung von Arbeitsplänen und Stücklisten.

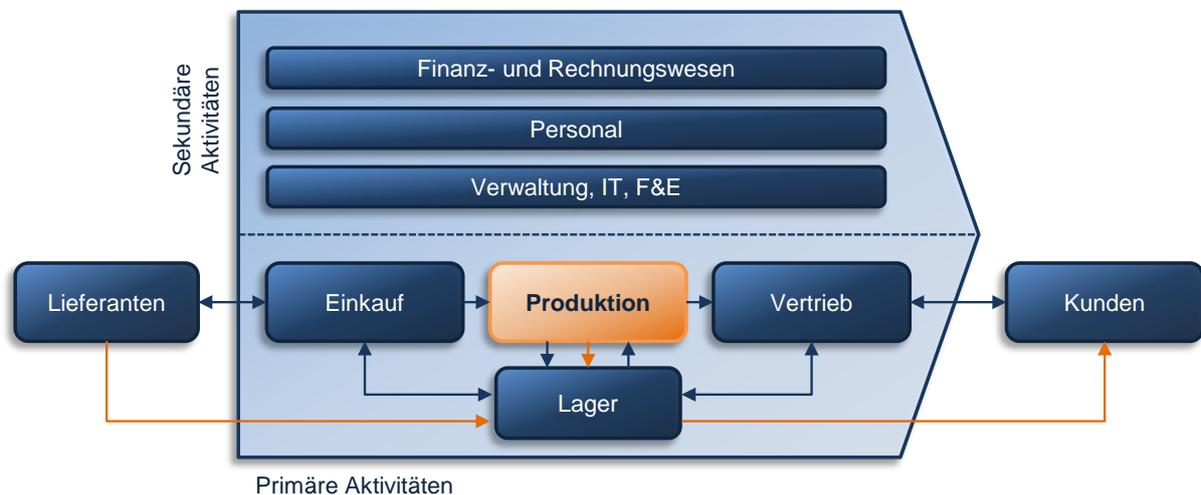


Abb. 42 Fehler! Es wurde keine Folge festgelegt.: Abteilung „Produktion“

4.2.1 Die Kernaufgaben der Produktion im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben der Produktion doch einmal etwas genauer an.

- **Erstellung und Abwicklung von Fertigungsaufträgen:** Das Tagesgeschäft der Abteilung Produktion wird im Wesentlichen durch die Bearbeitung von Fertigungsaufträgen und damit von der Herstellung von Möbeln für die Cronus AG bestimmt.
- **Planung von Produktionskapazitäten:** Um einen reibungslosen Ablauf von Fertigungsaufträgen gewährleisten zu können, müssen die Kapazitäten der an der Fertigung beteiligten Arbeitsplatzgruppen und der einzelnen Arbeitsplätze geplant werden. Die Cronus AG arbeitet im Schichtbetrieb und hat einen Betriebskalender, der genau befolgt werden muss. All dies ist bei der Kapazitätsplanung zu beachten.
- **Erstellung von Arbeitsplänen und Stücklisten:** Arbeitspläne und Stücklisten sind quasi die Stammdaten der Produktionsabteilung. In einem Arbeitsplan für einen Artikel werden die jeweils benötigten Fertigungsschritte (Arbeitsplätze) und die Zeiten für diese Fertigungsschritte festgelegt. Die Fertigungsstückliste ist vergleichbar mit dem "Bauplan" des Artikels, sie enthält die zur Fertigung benötigten Materialien und deren Menge.

4.2.2 Der Fertigungsprozess

Sehen wir uns den Fertigungsprozess einmal etwas genauer an: Die benötigten Materialien werden aus dem Lager entnommen und in der Produktionshalle mit Hilfe von Maschinen und Werkzeugen zu Möbelstücken unserer Angebotspalette gefertigt. Die Materialien, z. B. Stoffe und verschiedene Arten von Holzplatten, durchlaufen im Fertigungsprozess verschiedene Fertigungsstationen.

- Schritt 1: Zunächst müssen die verschiedenen Holzplatten mit Lasern vermessen werden.
- Schritt 2: Danach werden sie automatisch in exakte Formen zugeschnitten, geschliffen und lackiert.
- Schritt 3: Anschließend werden die verschiedenen Bestandteile miteinander verschraubt und weiter bearbeitet, bis eines unserer Möbelstücke entstanden ist.

Damit die Produktion unserer Möbelstücke an keiner Fertigungsstation ins Stocken gerät, müssen sowohl unsere Maschinen- und Personalkapazitäten als auch die verschiedenen Fertigungsschritte geplant werden.

Bevor allerdings ein Fertigungsprozess für einen bestimmten Artikel angestoßen werden kann, sind zunächst einmal die "Stammdaten", die als Grundlage des Fertigungsprozesses dienen, anzulegen.

Für den Artikel "Promi-Liegestuhl, schwarz", der für den Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG gefertigt werden muss, wurden die fertigungsrelevanten Stammdaten bereits angelegt. Die Fertigungsstückliste des Artikels besteht aus zwei Materialien:

- Artikel-Nr. 70078 "Sitzfläche Promi-Liegestuhl" und
- Artikel-Nr. 70079 "Metallfuß Promi-Liegestuhl".

Neben der Fertigungsstückliste ist für manche selbst hergestellten Artikel ein Arbeitsplan zu erstellen. Für unseren Promi-Liegestuhl ist das Anlegen eines Arbeitsplans nicht erforderlich, da hier lediglich die o. g. Komponenten montiert werden.

Die erstellte Fertigungsstückliste und ggf. der Arbeitsplan werden über den Register 'Beschaffung' in der Artikelkarte dem Artikel zugeordnet.

Anschließend kann die Fertigung des Möbelstückes beginnen. Sobald die Fertigung des Möbelstückes abgeschlossen wurde, muss der Status des Fertigungsauftrages entsprechend geändert werden, damit die Lagerhaltung informiert wird.

4.2.3 Produktionsplanung: Koordination von Fertigungsprozessen

Besonders wichtig für die Arbeit in der Produktionsabteilung der Cronus AG ist es, die verschiedenen Fertigungsprozesse effizient zu gestalten. Dazu bedarf es einer genauen und umfassenden Planung, der Produktionsplanung.

Die Produktionsplanung umfasst:

- die **Produktionsprogrammplanung**: In der Produktionsprogrammplanung werden die Arten, die Mengen und der Fertigungszeitraum der zu produzierenden Möbelstücke festgelegt.
- die **Materialbedarfsplanung**: Die Materialbedarfsplanung ermittelt ausgehend von der in der Produktionsprogrammplanung festgelegten zu fertigenden Menge der Möbelstücke, den Bedarf an Materialien und Zwischenprodukten.
- die **Produktionsprozessplanung**: In der Produktionsprozessplanung werden unter anderem die Reihenfolge der Fertigungsschritte eines jeden Möbelstückes sowie Kapazitäten und Zeiträume geplant.

Dadurch ergeben sich kurze Durchlaufzeiten, eine Minimierung der Materialbestände und eine hohe Kapazitätsauslastung für Betriebsmittel und Arbeitskräfte. Als Folge werden die Kosten gesenkt und die Termintreue wird erhöht.

- Mit MS Dynamics NAV 2009 kann die Produktionsplanung der Möbelstücke von unseren Mitarbeitern effizient durchgeführt werden. Dazu gehört die Erstellung von Materialbedarfsplänen für die jeweiligen Möbelstücke. Anhand dieser Bedarfspläne be-

rechnet MS Dynamics NAV 2009 den Verbrauch der Materialien für die Fertigung eines jeden Möbelstückes.

- Des Weiteren werden die Kapazitäten, z. B. der Arbeitskräfte, und die Produktionsprozesse geplant. Dabei werden die einzelnen Fertigungsschritte aufeinander abgestimmt. Hierfür werden in MS Dynamics NAV 2009 die Rüst-, Warte-, Bearbeitungs- und Transportzeiten für jeden einzelnen Fertigungsschritt festgelegt. Solange z. B. der Fertigungsschritt der Lackierung der Bestandteile nicht beendet ist, kann mit dem nächsten Fertigungsschritt, der Montage, nicht begonnen werden.

4.2.4 Abwicklung eines Fertigungsauftrags

Nun zu unserem eigentlichen Fertigungsauftrag. Wie uns Mr. Globe aus dem Lager mitgeteilt hat, sind für den Verkaufsauftrag Nr. '1041' der Singstar AG 4 Stück des Artikels "Promi-Liegestuhls, schwarz" zu fertigen.

Die Fertigungsstückliste wurde bereits in der Artikelkarte hinterlegt. MS Dynamics NAV ist also in der Lage, die benötigten Materialien automatisch zu berechnen.

Unsere Aufgabe besteht also nur noch darin, den Fertigungsauftrag zu erstellen und die Produktion zu überwachen. Nach Abschluss der Produktion ist die Fertigstellung der Artikel zu melden und der Verbrauch der Materialien im System zu erfassen.

Das Vorgehen zur Abwicklung eines Fertigungsauftrags zeigt die Video-Animation.

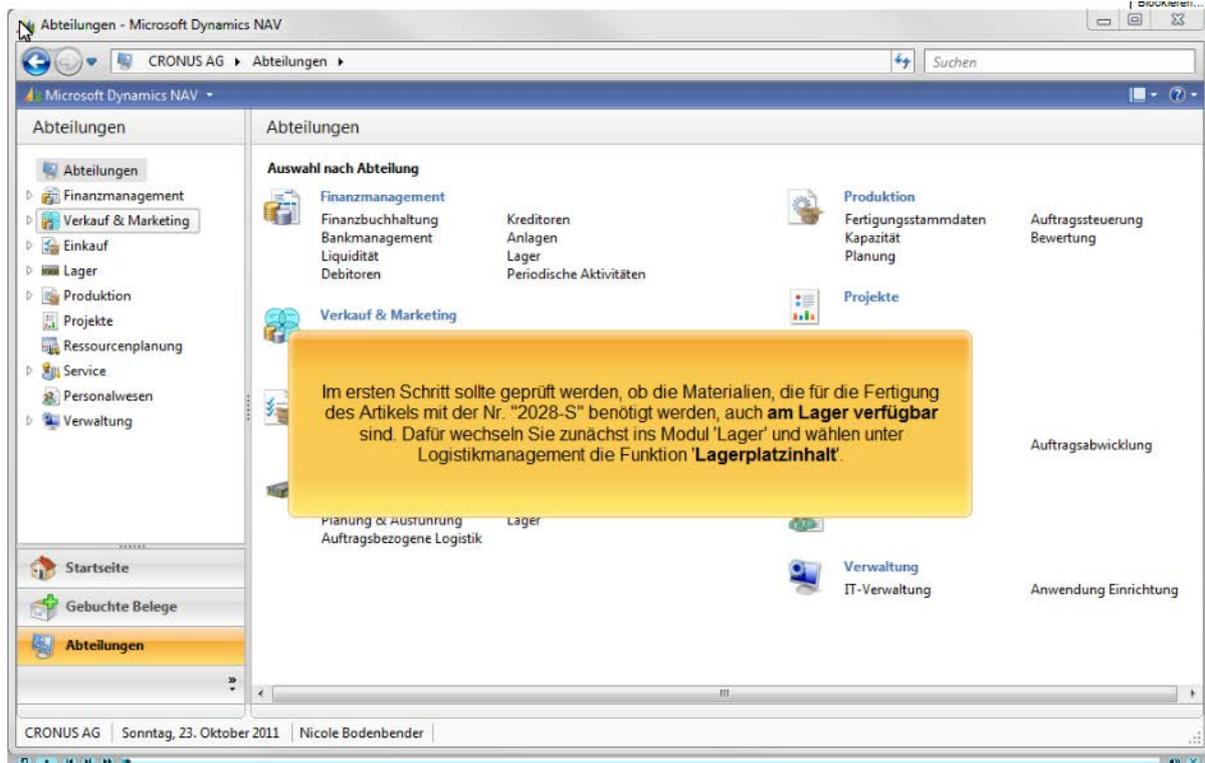


Abb. 43: Abwicklung eines Fertigungsauftrags (Video)

4.2.5 Produktion: Übersicht und folgende Aktivitäten

Die Aktivitäten, die von Seiten der Abteilung Produktion (Abb. 44) im Rahmen der Auftragsabwicklung erfolgen, haben Sie nun kennengelernt. Ich möchte Ihnen an dieser Stelle noch einmal eine kurze Übersicht bzw. Zusammenfassung liefern und Sie auf die nun folgenden Aktivitäten (Schritt 3) hinweisen.

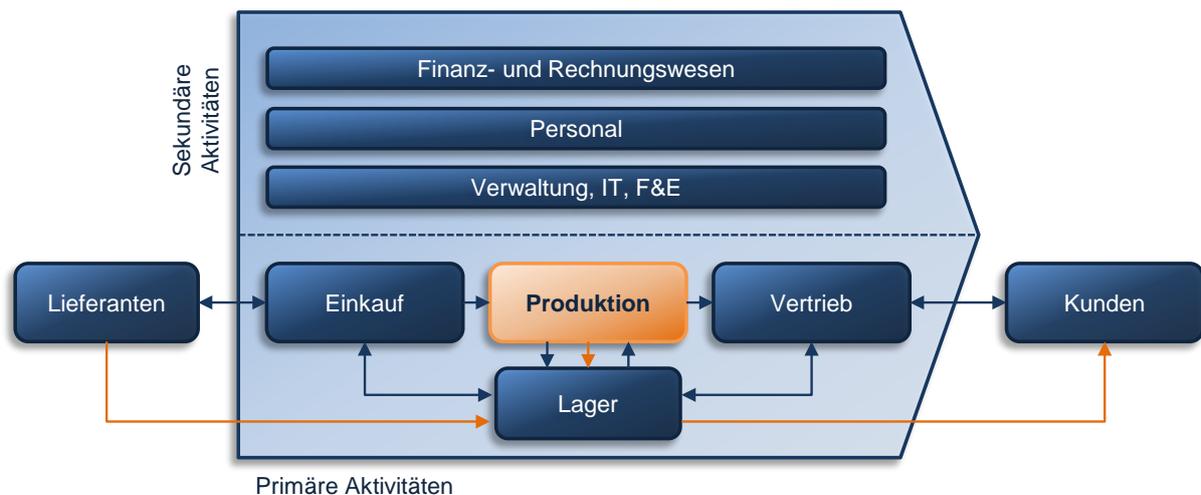


Abb. 44: Abteilung „Produktion“

- Schritt 1: Die Produktionsabteilung hat von der Abteilung Lager die Mitteilung erhalten, dass für den Auftrag Nr. '1041' 4 Stück des Artikels "Promi-Liegestuhl, schwarz" zu fertigen sind. Ausgehend von dieser Information erstellt Signor Bola einen Fertigungsauftrag für den Artikel mit der Nr. "2028-S" und überwacht die Produktion der Artikel.
- Schritt 2: Nach Abschluss der Fertigung sendet die Abteilung Produktion eine Mitteilung an das Lager über die Fertigstellung der benötigten Artikel. Der Materialverbrauch, der bei der Fertigung der Artikel entstanden ist, wird im System erfasst. Die produzierten 4 Stück des Artikels "Promi-Liegestuhl, schwarz" werden im Lager eingelagert und stehen damit für den Versand an die Singstar AG zur Verfügung.
- Schritt 3: Sobald die Einlagerung der beschafften und der produzierten Artikel erfolgt ist, erhält die Abteilung Vertrieb eine Mitteilung, dass die für den Auftrag Nr. '1041' benötigte Ware nun komplett ist und für den Versand zur Verfügung steht.

Hinweis: Der hier beschriebene Schritt 3 ist Gegenstand von WBT 3, Kapitel 2: Abteilung Lager.

4.2.6 Verabschiedung aus Abteilung Produktion

Die Zuständigkeit der Produktionsabteilung für die Auftragsabwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG endet an dieser Stelle. Wie Sie gesehen haben, haben wir unsere Aufgabe erfüllt und die 4 Stück des für den Auftrag benötigten Artikels "Promi-Liegestuhl, schwarz" gefertigt. Sobald auch die bei der Angel-Design GmbH bestellten Artikel im Lager eingetroffen sind, kann die gesamte Anzahl an Artikeln, die von der Singstar AG bestellt wurde, an den Kunden ausgeliefert werden. Im nächsten Schritt werden Sie meinen Kollegen David Globe bei der Einlagerung der Artikel, die von der Angel-Design GmbH geliefert werden, unterstützen. Anschließend werden Sie lernen, wie die Ware für den Versand vorbereitet und an den Kunden verschickt wird.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Spaß!

4.3 Abteilung Lager

4.3.1 Die Abteilung Lager

Hello, my name is David Globe. Ich werde Ihnen in den nächsten Tagen die Abläufe in unserer Abteilung Lager (Abb. 45) näher bringen und Sie in unsere Arbeit mit Microsoft Dynamics NAV 2009 einführen.

Unsere Hauptaufgabe im Tagesgeschäft besteht im Wesentlichen in der Ein-, Aus- und Umlagerung von Artikeln, aber auch in der Kontrolle und Überwachung von Lagerbeständen und der Durchführung von Inventuren.

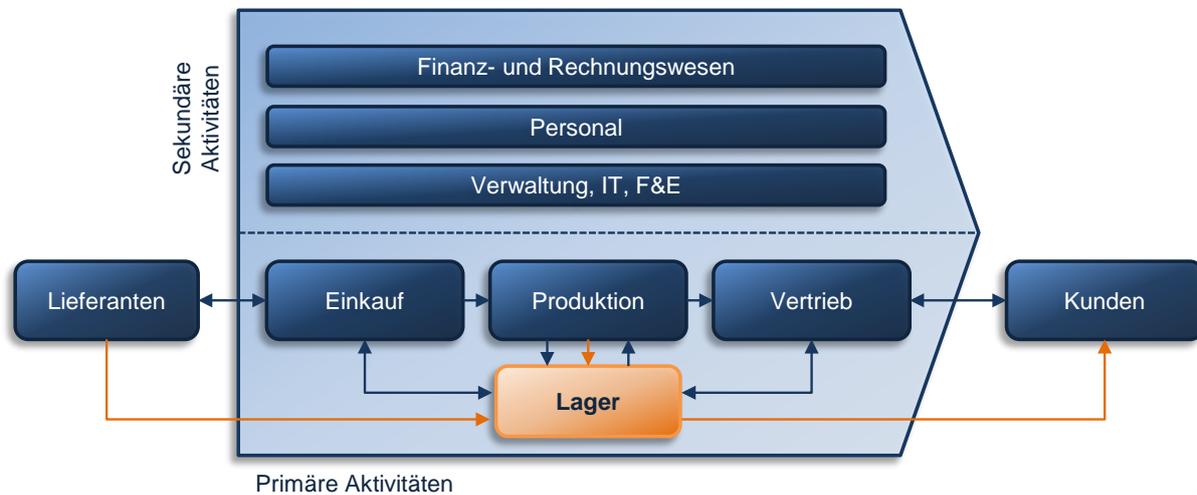


Abb. 45: Abteilung „Lager“

4.3.2 Die Kernaufgaben des Lagers im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben der Abteilung Lager doch einmal etwas genauer an.

- **Ein- und Auslagerung von Waren:** Das Tagesgeschäft der Abteilung Lager wird im Wesentlichen durch die Ein- und Auslagerung von Waren bestimmt, die wir von Lieferanten erhalten bzw. an Kunden versenden.
- **Durchführung von Umlagerungsaufträgen:** Da die Cronus AG intern über mehrere Lagerorte verfügt, sind von Zeit zu Zeit Umlagerungen zwischen den verschiedenen Lagerorten durchzuführen, z. B. wenn bestimmte Artikel für einen Auftrag in einem bestimmten Lagerort benötigt werden, allerdings nur in einem anderen Lagerort verfügbar sind.
- **Überwachung und Kontrolle von Lagerbeständen und Durchführung von Inventuren:** Die Lagerbestandskontrolle ist eine wichtige Aufgabe in der Abteilung Lager, um Lieferverzögerungen zu vermeiden. Eine weitere wichtige Aufgabe in diesem Zusammenhang ist die regelmäßige Durchführung von Inventuren, bei denen Differenzen zwischen den physischen Lagerbeständen und den im System erfassten Bestandsmengen ausgeglichen werden.

4.3.3 Lagerorte der Cronus AG

Die Cronus AG verfügt über mehrere Lagerorte, die sich hinsichtlich der Komplexität ihres Aufbaus unterscheiden. Bei großen Lagerorten ist es z. B. zweckmäßig, die Vorgänge innerhalb des Lagers, sprich die sogenannten Logistikaktivitäten, auch in MS Dynamics NAV abzubilden.

Die verschiedenen Typen von Lagerorten möchte ich Ihnen an dieser Stelle kurz vorstellen.

- Typ 1: Geringe Komplexität

Die einfachste Variante sind Lagerorte ohne Beachtung von Logistikaktivitäten. In Lagerorten dieses Typs wird lediglich die Änderung des Lagerbestands erfasst, ohne Logistikaktivitäten zu dokumentieren (Lager ROT).

- Typ 2: Mittlere Komplexität

Bei Lagerorten mittlerer Komplexität ist es erforderlich, den Warenein- bzw. -ausgang gesondert im System zu verbuchen und damit den Einlagerungs- bzw. Auslagerungsvorgang zu dokumentieren (Lager GELB, GRÜN, BLAU)

- Typ 3: Hohe Komplexität

Die Lagerorte dieses Typs verfügen über verschiedene Lagerzonen, die wiederum in Lagerplätze unterteilt sind. Einlagerung, Kommissionierung und Auslagerung werden detailliert mit dem System überwacht und dokumentiert. So ist es bei der Einlagerung z. B. erforderlich, die Lagerzone und den Lagerplatz anzugeben, auf den die Ware verbracht wird (Lager WEISS und GIESSEN).

Für die Abwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG ist das Lager GIESSEN (Abb. 46) von Bedeutung. Die von der Singstar AG bestellten Artikel sollen aus diesem Lager entnommen werden.

Da die benötigten Artikel nicht am Lager verfügbar waren, hat der Einkauf diejenigen Artikel, die beschafft werden mussten, bei der Angel-Design GmbH in das Lager GIESSEN bestellt und die Produktionsabteilung des Standorts Gießen die entsprechenden Möbelstücke auf Lager gefertigt.

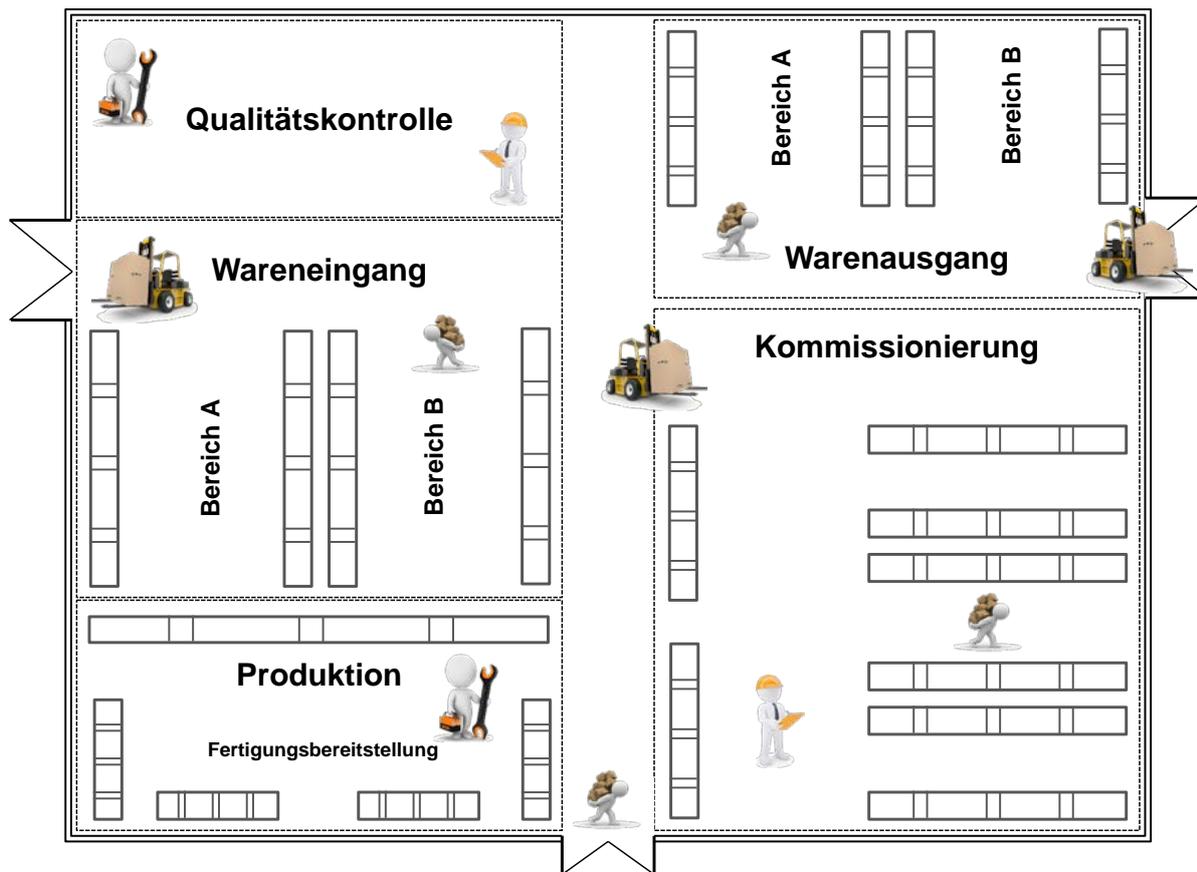


Abb. 46: Lager GIESSEN Typ 3: Hohe Komplexität

- **Wareneingang:** In der Zone Wareneingang werden Lieferungen an die Cronus AG entgegengenommen. Die Lagermitarbeiter packen die Ware aus, kontrollieren sie auf Vollständigkeit und Unversehrtheit und bereiten sie für die dauerhafte Einlagerung vor.
- **Qualitätskontrolle:** In der Zone Qualitätskontrolle werden beschädigte Artikel zwischengelagert und ggf. repariert. Dies kann sowohl von Lieferanten gelieferte Artikel betreffen, die Mängel aufweisen, als auch von Kunden der Cronus AG reklamierte Ware, die repariert oder getauscht werden soll.
- **Produktion:** In der Zone Produktion werden die Materialien, die für die Fertigung und Montage der Möbelstücke benötigt werden, gelagert. Dieser Bereich kann auch als Fertigungsbereitstellungszone bezeichnet werden. Für die Produktion benötigte Materialien, wie z. B. die Komponente "Sitzfläche Promi-Liegestuhl", werden aus dieser Zone entnommen und in die Produktionshalle gebracht, wo die Fertigung der Möbelstücke erfolgt.
- **Kommissionierung:** In der Zone Kommissionierung werden die Artikel der Cronus AG dauerhaft eingelagert. Die Ware wird nach Kontrolle im Wareneingang in die Zo-

ne Kommissionierung verbracht, wo sie gelagert wird, bis sie für den Versand benötigt wird. Auch die selbst hergestellten Artikel aus der Produktion werden nach Fertigstellung in dieser Zone eingelagert.

- **Warenausgang:** In der Zone Warenausgang werden die Artikel der Cronus AG für den Versand vorbereitet. Versendet werden in der Cronus AG die Artikel, die von Kunden bestellt wurden, so z. B. die Lieferung an die Singstar AG. Aber auch bei Lieferanten reklamierte Ware verlässt das Lager GIESSEN über die Zone Warenausgang. Die Artikel, die versendet werden sollen, werden aus der Zone Kommissionierung entnommen und in der Zone Warenausgang entsprechend verpackt.

4.3.4 Lager-Management

Eines der Ziele der Cronus AG ist es, die Betriebsführung der Lagerorte zu optimieren (Lager-Management). Um dieses Ziel zu erreichen, müssen der Waren- und Informationsfluss sowie die Ein- und Auslagerung der Artikel und die Lagerplatzhaltung optimiert werden.

Dadurch werden Fehler sowie der Kosten- und Zeitaufwand, z. B. bei Ein-, Aus- und Umlagevorgängen, reduziert. Auch wird dadurch die innerbetriebliche Anlieferung der Materialien im Just-In-Time-Konzept sowie bei der Auslieferung von Möbelstücken ermöglicht. MS Dynamics NAV 2009 unterstützt die Mitarbeiter der Cronus AG unter anderem in den folgenden drei Bereichen:

- MS Dynamics NAV 2009 unterstützt unsere Mitarbeiter in der Lagerhaltung bei deren Aufgaben. Dies geschieht beispielsweise, indem die Einlagerungsmenge der Materialien oder Möbelstücke in ihrer Anzahl beim Ein- und Ausbuchen im System genau erfasst wird. Dadurch ist der aktuelle Lagerbestand sofort einzusehen.
- Die Mitarbeiter werden außerdem beim Kommissionieren und Umlagern durch MS Dynamics NAV 2009 unterstützt. Dadurch wird ein nahezu verwechslungsfreies Ein- und Auslagern sowie ein schnelles Auffinden der Lagergüter möglich.
- MS Dynamics NAV 2009 ordnet den Materialien und Möbelstücken unter Berücksichtigung der Zugriffshäufigkeit und des Bestandsvolumens die geeigneten Lagerplätze zu. Dadurch werden Lagerhaltungsflächen und -kosten eingespart und die Transportwege für die Ein- und Auslagerung verkürzt.

4.3.5 Lagerhaltung: Wareneingang und Einlagerung

Für den Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG hat Frau Boule die benötigten Artikel bei der Angel-Design GmbH bestellt. Die Ware der Bestellung Nr. '106039' ist heute in unserem Lager GIESSEN eingetroffen und ist nun in MS Dynamics NAV zu erfassen. Zur Erinnerung:

Folgende Artikel wurden bei der Angel-Design GmbH bestellt:

- Stück "Promi-Sofa, rot" und
- Stück "Promi-Sitzecke, beige".

Unsere Logistik kann die Auslieferung der Ware allerdings erst in einer Woche vornehmen. Aus diesem Grund ist es erforderlich, die Ware nach Kontrolle im Wareneingang zunächst einmal in der Zone Kommissionierung einzulagern. Die Abteilung Vertrieb erhält unterdessen von uns eine Mitteilung, dass die Ware nun komplett am Lager verfügbar ist. Das Vorgehen zur Buchung des Wareneingangs und zur Registrierung der Kommissionierung zeigt die Video-Animation.

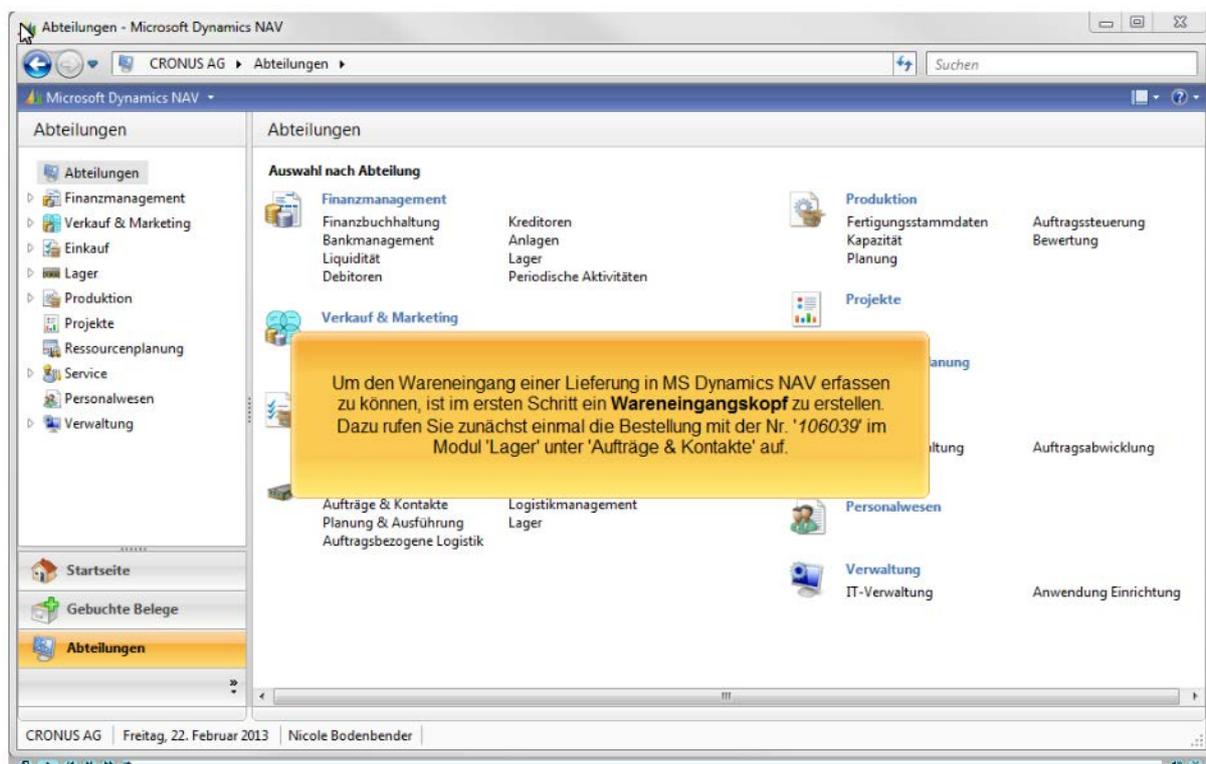


Abb. 11: Wareneingang und Einlagerung (Video)

Wie die Buchung von Wareneingang und die Registrierung der Einlagerung in MS Dynamics NAV von Statten gehen, haben Sie nun gesehen. Ich möchte Ihnen den Vorgang aber gerne nochmal von Seiten der physisch ablaufenden Aktivitäten im Lagerort GIESSEN erläutern.

- Schritt 1: Die Angel-Design GmbH liefert die Ware der Bestellung Nr. '106039' in das Lager GIESSEN. Die Ware wird im Wareneingang entgegengenommen und zu einem Wareneingangslagerplatz gebracht.
- Schritt 2: Dort angekommen wird die Ware vom Leiter der Abteilung Lager, Signor Garcia Bola, auf Vollständigkeit und Unversehrtheit geprüft. Sobald die Prüfung abgeschlossen ist, kann der Wareneingang im System gebucht und damit ein entspre-

chender Einlagerungsbeleg erstellt werden. Bereits durch Buchung des Wareneingangs erhöht sich der Lagerbestand.

- Schritt 3: Nach Prüfung der Ware und Buchung des Wareneingangs wird die Ware in die Zone Kommissionierung gebracht und dort auf Lagerplatz A-1-0001 eingelagert. Zeitgleich dazu erfolgt in MS Dynamics NAV die Registrierung der Einlagerung auf diesem Lagerplatz, wodurch die Ware für den Versand verfügbar gemacht wird.

4.3.6 Lagerhaltung: Kommissionierung und Warenausgang

Für den Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG sind nun alle benötigten Artikel auf Lager: die bei der Angel-Design GmbH bestellte Ware ist eingetroffen und wurde eingelagert, die in der Abteilung Produktion gefertigten Artikel sind ebenfalls in die Zone Kommissionierung verbracht worden.

Die Logistik ist mittlerweile bereit, die bestellte Ware auszuliefern. Wir können uns also daran machen, die eingelagerten Artikel zu kommissionieren und den Warenausgang zu erstellen.

Auftrag Nr. ,1041‘ der Singstar AG:

Nr.	Beschreibung	Menge	VK-Preis	Rabatt	Betrag
2024-S	Promi-Sofa, rot	1 Stück	1.800,00 €	5%	1.710,00 €
2028-S	Promi-Liegestuhl, schwarz	4 Stück	900,00 €	5%	3.420,00 €
2032-S	Promi-Sitzecke, beige	1 Stück	3.500,00 €	5%	3.325,00 €
			Total EUR ohne MwSt.		8.455,00 €
			19 % MwSt.		1.606,45 €
			Total EUR inkl. MwSt.		10.061,45 €

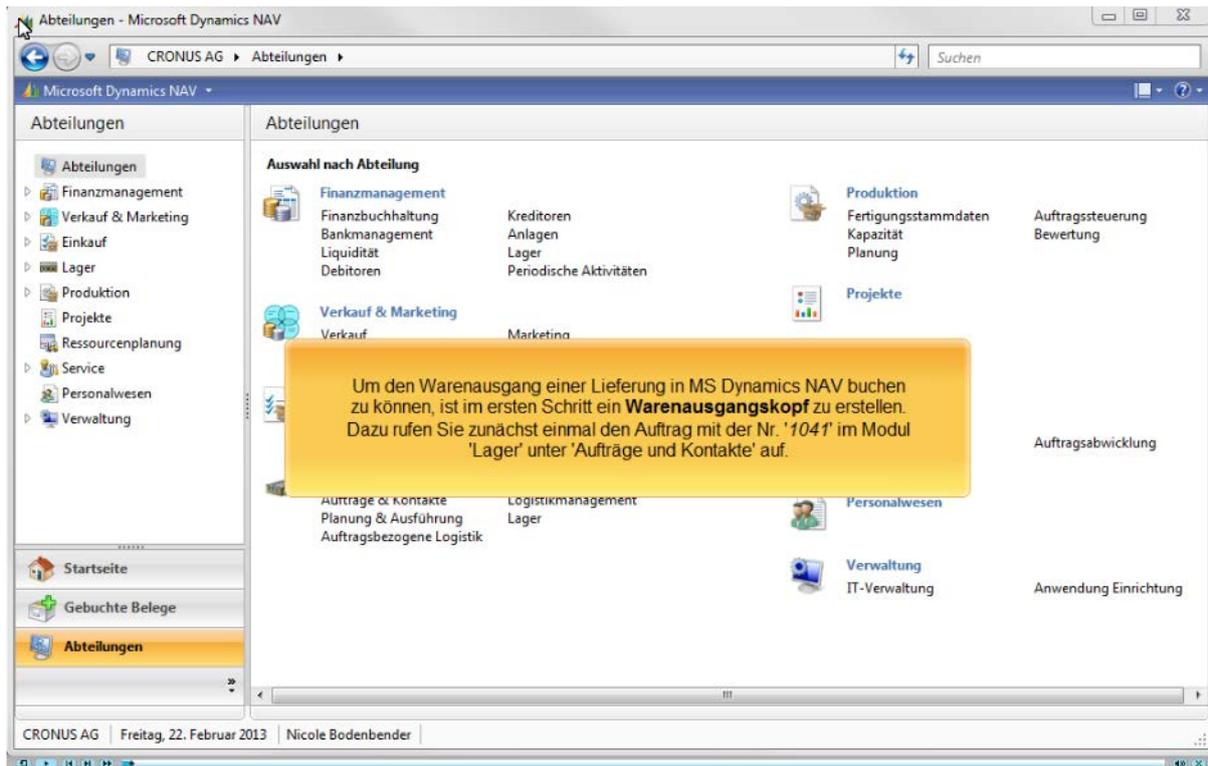


Abb. 47: Kommissionierung und Wareneingang (Video)

Wie die Registrierung der Kommissionierung und die Buchung des Warenausgangs in MS Dynamics NAV von Statten gehen, haben Sie nun gesehen. Ich möchte Ihnen den Vorgang aber gerne nochmal von Seiten der physisch ablaufenden Aktivitäten im Lagerort GIESSEN erläutern.

- Schritt 1: Im ersten Schritt ist die Ware aus der Zone Kommissionierung zu entnehmen und an den im Warenausgangskopf angegebenen Lagerplatz zu transportieren. In MS Dynamics NAV wird zeitgleich die Kommissionierung registriert und erfasst, von welchem Lagerplatz der Kommissionierung die Ware entnommen wurde.
- Schritt 2: Dort angekommen wird die Ware vom Leiter der Abteilung Lager, Signor Garcia Bola, auf Vollständigkeit und Unversehrtheit geprüft. Sobald die Prüfung abgeschlossen ist, wird die Ware für den Versand freigegeben und von den Lagermitarbeitern verpackt.
- Schritt 3: Im dritten Schritt wird die Ware aus dem Warenausgang entnommen und an die Singstar AG versendet. Sobald die Ware das Lager verlassen hat, kann der Warenausgang im System gebucht werden. Durch Buchung des Warenausgangs verringert sich der Lagerbestand.

4.3.7 Lager: Übersicht und folgende Aktivitäten

Die Aktivitäten, die von Seiten der Abteilung Lager (Abb. 48) im Rahmen der Auftragsabwicklung erfolgen, haben Sie nun kennengelernt. Ich möchte Ihnen an dieser Stelle noch einmal eine kurze Übersicht bzw. Zusammenfassung liefern und Sie auf die nun folgenden Aktivitäten (Schritt 3) hinweisen.

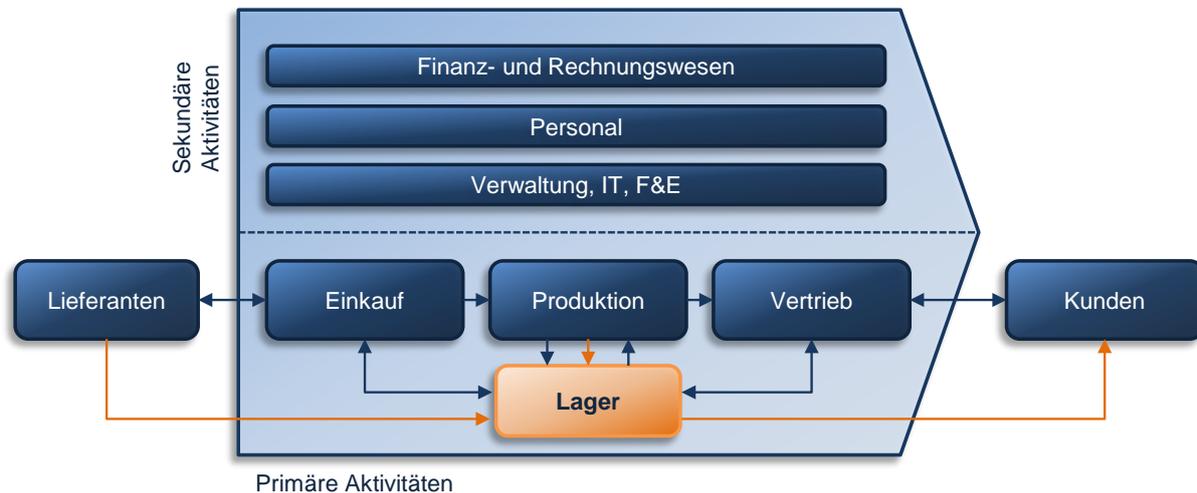


Abb. 48: Abteilung „Lager“

- Schritt 1: Die Mitarbeiter des Lagers haben die von der Angel-Design GmbH gelieferte Ware in der Zone Kommissionierung im Lager GIESSEN eingelagert. Die Vertriebsabteilung hat zeitgleich dazu die Mitteilung erhalten, dass die für den Auftrag Nr. '1041' benötigte Ware nun komplett am Lager verfügbar ist und binnen einer Woche versandt wird.
- Schritt 2: Eine Woche später kann die von der Singstar AG bestellte Ware von der Cronus-AG-Logistik ausgeliefert werden. Der Vertrieb sendet zeitgleich die Rechnung an den Debitor.
- Schritt 3: Sowohl die Bestellung bei der Angel-Design GmbH als auch der Auftrag der Singstar AG sind damit nahezu abgeschlossen. Der Einkauf der Cronus AG hat eine Rechnung von der Angel-Design GmbH erhalten und der Vertrieb hat ebenfalls eine Rechnung an die Singstar AG gesendet. Um Bestellung und Auftrag endgültig abzuschließen, muss der bei der Angel-Design GmbH fällige Rechnungsbetrag beglichen werden und die Singstar AG muss ihrerseits den fälligen Rechnungsbetrag an die Cronus AG überweisen. Dies wird in der Abteilung Finanzmanagement bearbeitet.

Hinweis: Der hier beschriebene Schritt 3 ist Gegenstand von WBT 4, Finanzmanagement.

4.3.8 Lagerhaltung: Abwicklung eines Umlagerungsauftrags

Bevor Sie die Abteilung Lager verlassen, können Sie mich noch bei zwei kleinen Aufgaben unterstützen! Zur ersten Aufgabe: Wie Sie sich vielleicht erinnern, hat Frau Boule bei der Angel-Design GmbH 20 Stück des Artikels "Wohnkombination VIP-Superior" bestellt. Die Lieferung ist mittlerweile im Lager GIESSEN eingetroffen; der Wareneingang wurde bereits gebucht und die Kommissionierung wurde registriert. Die Einlagerung im Lager GIESSEN ist also abgeschlossen.

Ein Kunde möchte nun 5 Stück des Artikels "Wohnkombination VIP-Superior" direkt im Lager GRÜN abholen. Da die Artikel aber nur am Lager GIESSEN verfügbar sind, müssen die 5 Stück, die benötigt werden, per Umlagerungsauftrag vom Lager GIESSEN in das Lager GRÜN umgelagert werden.

Folgende Informationen sind für die Erstellung des Umlagerungsauftrags von Bedeutung:

- Die Umlagerung erfolgt vom Lager GIESSEN (Typ 3) in das Lager GRÜN (Typ 2).
- Für diese Umlagerung steht ein LKW unserer Logistik-Tochter "Cronus-AG-Logistik" zur Verfügung - die Umlagerung wird also mit 'EIGEN-LOG.' durchgeführt.

Das Vorgehen zur Abwicklung eines Umlagerungsauftrags zeigt die Video-Animation.

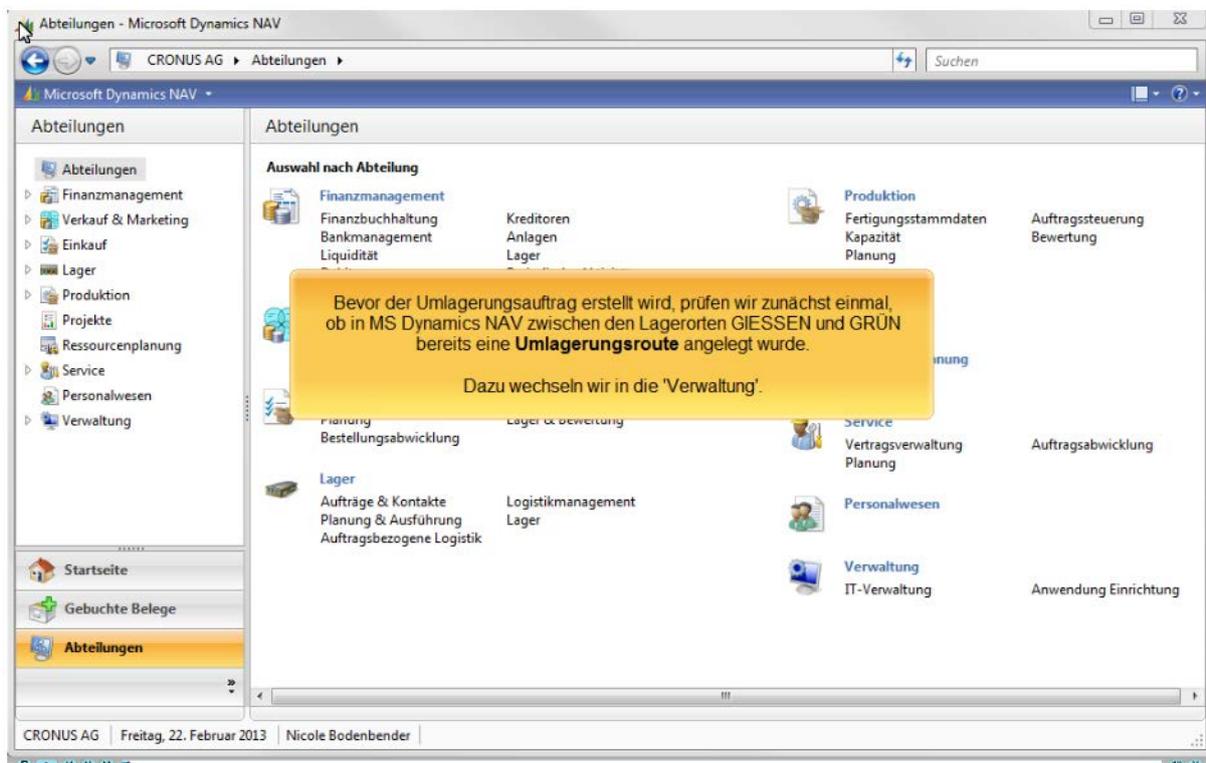


Abb. 49: Abwicklung eines Umlagerungsauftrags (Video)

4.3.9 Lagerhaltung: Inventur

Die Umlagerung wurde erfolgreich abgewickelt. Nun steht die alljährliche Inventur an. Dabei haben meine Mitarbeiter festgestellt, dass vom Artikel Nr. '2036-S', der "Wohnkombination VIP-Superior" statt der im System erfassten 15 Stück nur noch 14 Stück physisch am Lager verfügbar sind.

Diese abweichende Inventurmenge ist ebenfalls im System zu erfassen und der Artikelabgang von 1 Stück zu buchen.

Folgende Informationen von der Inventur im Lager GIESSEN liegen vor:

- Berechnete Menge (systemseitig) Artikel Nr. '2036-S': 15 Stück
- Inventurmenge (physisch erfasst) Artikel Nr. '2036-S': 14 Stück

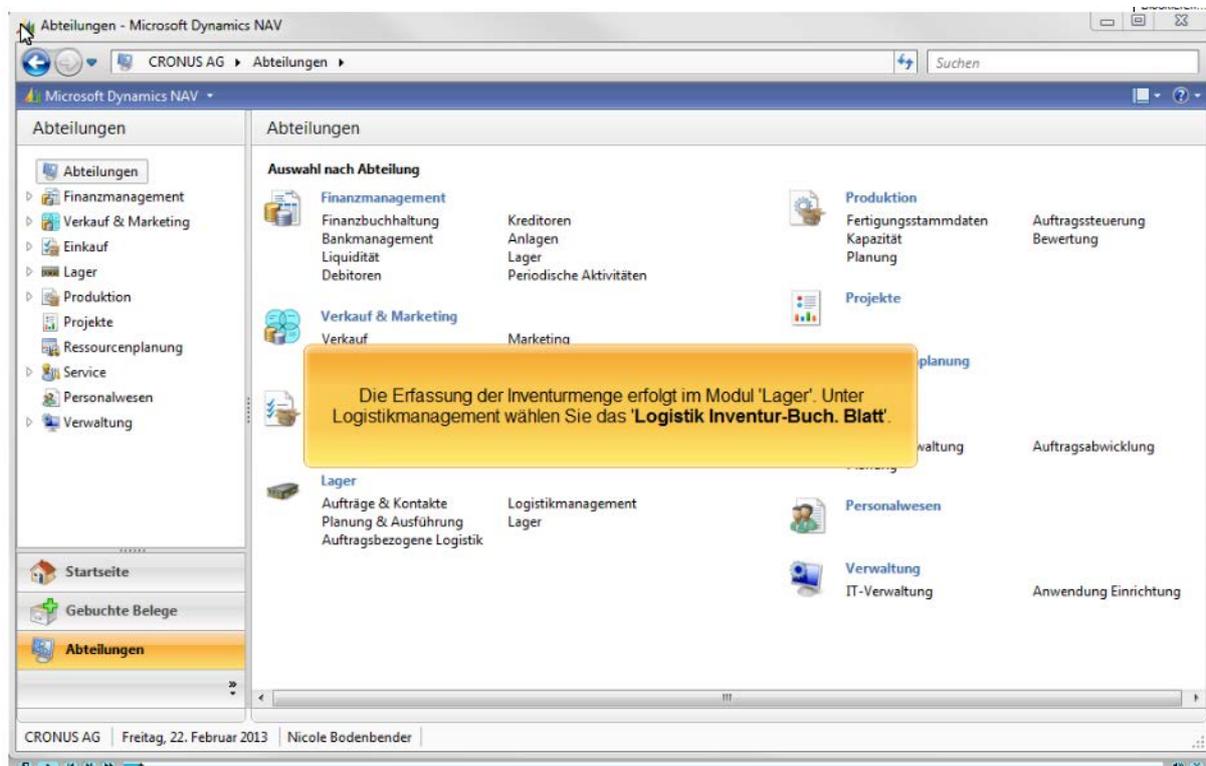


Abb. 50: Inventur (Video)

4.3.10 Verabschiedung aus der Abteilung Lager

Die Zuständigkeit der Abteilung Lager für die Auftragsabwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG endet zunächst einmal an dieser Stelle.

Wie Sie gesehen haben, haben wir unsere Aufgabe erfüllt und die von der Singstar AG bestellte Ware nach deren Lieferung zuerst eingelagert und anschließend für den Transport durch unsere Logistik vorbereitet.

Im nächsten Schritt muss das Finanzwesen die Zahlung an unseren Lieferanten, die Angel-Design GmbH vornehmen und den Zahlungseingang für die an die Singstar AG gelieferte Ware überwachen und im System verbuchen.

Auch bei diesen Vorgängen sollen Sie einen unserer Mitarbeiter unterstützen. Melden Sie sich in der kommenden Woche einfach bei meiner Kollegin Mrs. Moneypenny. Sie wird die Zahlung an die Angel-Design GmbH vornehmen und verbuchen und auch den Zahlungseingang von der Singstar AG bearbeiten.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Spaß!

4.4 Abschlusstest

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Aufgaben der Lagerhaltung I		
	Durch Unterstützung bei der Einlagerung werden die Produkte auf geeignete Lagerplätzen gebracht, wodurch ihre Durchlaufzeit reduziert wird.		
	Durch die Lagerhaltungsdaten können Produkte schneller auf ihrem Lagerplatz gefunden werden.		
	In der Lagerhaltung ist das Nachvollziehen von Wareneingängen und -ausgängen nicht mehr möglich, weil alles automatisiert ist.		
	Mitarbeiter in der Lagerhaltung erhalten nur Einblick in die Bestellungen des Einkaufs.		
2	Lager-Management		
	Um die Betriebsführung des Lagers zu optimieren, müssen der Material- und Informationsfluss sowie die Materialeinlagerung und die Lagerplatzhaltung optimiert werden.		
	Die Einlagerungsmenge der Materialien oder Möbelstücke wird in ihrer Anzahl beim Ein- und Ausbuchen in MS Dynamics NAV 2009 genau erfasst.		
	MS Dynamics NAV 2009 ordnet den Materialien und Möbelstücken nur unter Berücksichtigung der Zugriffshäufigkeit die geeigneten Lagerplätze zu.		
	Durch das Lager-Management wird ausschließlich der Kosten- und Zeitaufwand z. B. bei Ein-, Aus- und Umlagerungsvorgängen reduziert.		

3	Produktionsplanung I		
	Die Produktionsplanung dient dazu, die Fertigung der verschiedenen Möbelstücke effizient zu gestalten.		
	Die Produktionsplanung umfasst die Produktionsprogrammplanung, die Materialbedarfsplanung und die Produktionsprozessplanung.		
	Die Produktionsbedarfsplanung ermittelt ausgehend von der in der Produktionsprogrammplanung festgelegten zu fertigenden Menge der Möbelstücke den Bedarf an Materialien und Zwischenprodukten.		
	In der Produktionsprozessplanung werden die Arten, die Mengen und der Fertigungszeitraum der zu produzierenden Möbelstücke festgelegt.		
4	Aufgaben der Produktion II		
	Die verschiedenen Bestandteile eines Möbelstückes werden erst miteinander verschraubt und dann lackiert.		
	Alle Fertigungsschritte können gleichzeitig bearbeitet werden.		
	In der Produktion müssen sowohl Maschinen- und Personalkapazitäten als auch die verschiedenen Fertigungsschritte und Arbeitspläne geplant werden.		
	Die Materialien werden in der Produktionshalle mit Hilfe von Maschinen und Werkzeugen von Mitarbeitern zu Möbelstücken der Angebotspalette gefertigt.		
5	Aufgaben der Produktion I		
	Kapazitätsplanungen können im Produktionsbereich nicht durchgeführt werden.		
	Für die Produktion werden nur Artikel aus der Lagerhaltung entnommen.		
	In der Cronus AG werden in der Fertigung die verschiedenen Holzplatten mit Lasern vermessen.		
	Nachdem die Holzplatten vermessen wurden, werden sie automatisch in exakte Formen zugeschnitten, geschliffen und können danach direkt lackiert werden.		
6	Produktionsplanung II		
	Durch die Produktionsplanung werden die Durchlaufzeiten reduziert, die Kapazitätsauslastung für Betriebsmittel und Arbeitskräfte sowie die Materialbestände jedoch erhöht.		
	In der Produktionsprogrammplanung werden die Reihenfolge der Fertigungsschritte eines jeden Möbelstückes sowie Kapazitäten und Zeiträume geplant.		
Anhand der Materialbedarfspläne berechnet MS Dynamics NAV 2009 den Verbrauch der Materialien für die Fertigung eines jeden Möbelstückes.			

7	Aufgaben der Lagerhaltung II		
	Aufgabe der Lagerhaltung ist es, die Materialien in der richtigen Menge zur der richtigen Zeit an den richtigen Ort zu bringen.		
	Aufgabe der Lagerhaltung ist es ausschließlich, die beschafften Materialien in die verschiedenen Lager einzulagern.		
	MS Dynamics NAV 2009 unterstützt die Mitarbeiter der Cronus AG ausschließlich beim Kommissionieren und Umlagern.		
	In der Lagerhaltung wird die Einlagerungsmenge der Materialien in ihrer Anzahl im System erfasst und die geeigneten Lagerpositionen zuordnet.		

Tab. 4: Übungsfragen WBT 3 – Lager und Produktion

5 Finanzwesen

5.1 Intro

5.1.1 Willkommen zurück

Der Auftragsbearbeitungsprozess, den Sie gemeinsam mit Frau Kugel angestoßen haben, ist nun fast abgeschlossen. Die Singstar AG hat die bei uns bestellte Ware und die zugehörige Rechnung mittlerweile erhalten. Wir warten nun auf den Eingang der Zahlung, die dann in MS Dynamics NAV zu verbuchen ist.

Auf der anderen Seite ist die Rechnung der Angel-Design GmbH von unserer Abteilung Finanzwesen zu bezahlen und der Zahlungsausgang ebenfalls im System zu verbuchen. Sie werden unsere Mitarbeiter wieder bei ihren Aufgaben unterstützen.

Viel Erfolg!

5.1.2 Die Abteilungen der Cronus AG

Sie haben nun die Abteilungen Vertrieb, Einkauf, Produktion und Lager kennengelernt.

Der Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG ist nun fast abgeschlossen. Lediglich der Eingang der Zahlung für die gelieferte Ware steht noch aus. Außerdem muss die unsererseit zur Erfüllung des Auftrags beschaffte Ware bei der Angel-Design GmbH bezahlt werden. Dazu wechseln Sie abschließend noch in die Abteilung Finanzwesen (Abb. 51).

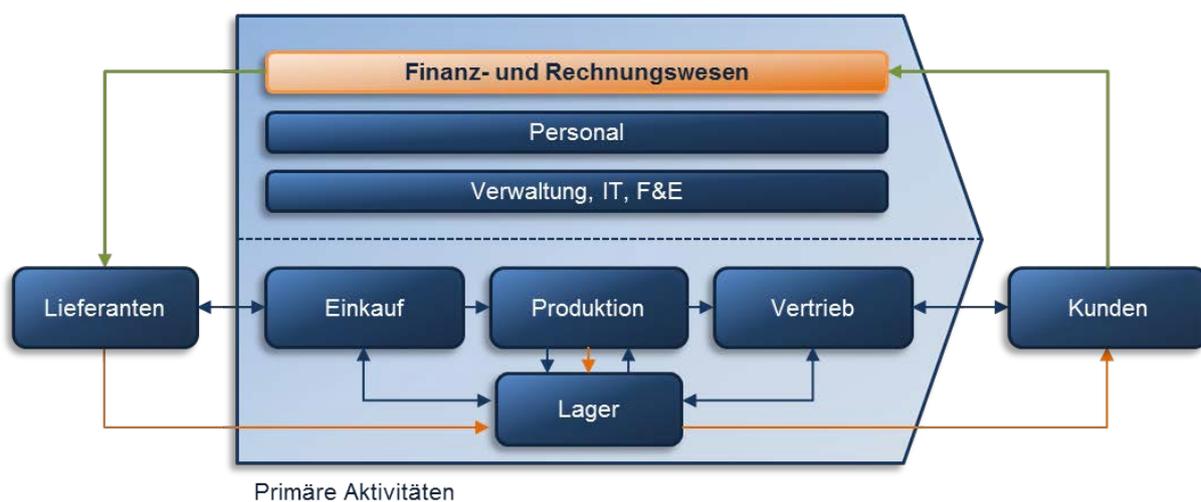


Abb. 51: Abteilung „Finanzwesen“

5.2 Abteilung Finanzwesen – Auftragsabwicklung

5.2.1 Die Abteilung Finanzwesen

Hello, ich bin Jane Money Penny. Ich werde Ihnen in den nächsten Tagen die Abläufe in unserer Abteilung Finanzwesen näher bringen und Sie in unsere Arbeit mit Microsoft Dynamics NAV 2009 einführen. Unsere Hauptaufgabe im Tagesgeschäft besteht im Allgemeinen in der Erfassung von Zahlungsein- und -ausgängen auf den verschiedenen Sach- und Bankkonten der Cronus AG. Durch die Durchführung und Überwachung von Finanztransaktionen wahren wir das finanzielle Gleichgewicht des Unternehmens.

5.2.2 Die Kernaufgaben des Finanzwesens im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben des Finanzwesens doch einmal etwas genauer an.

- **Buchung von Zahlungsein- und -ausgängen:** Das Finanzmanagement überwacht die Kreditoren- und Debitorensalden und sorgt dafür, dass bei Lieferanten fällige Rechnungen bezahlt werden und die Kunden rechtzeitig die von der Cronus AG gestellten Rechnungen begleichen. Hierbei werden die Mitarbeiter durch MS Dynamics NAV unterstützt.
- **Pflege von Sach- und Bankkonten (Kontenplan):** Bei der Buchung von Ein- und Auszahlungen müssen entsprechende Sach- und Bankkonten angegeben werden, auf denen die Finanztransaktionen zu verbuchen sind. Der sogenannte Kontenplan ist von den Mitarbeitern des Finanzwesens zu pflegen und die Salden der Konten sind permanent zu überwachen.
- **Wahrung des finanziellen Gleichgewichts des Unternehmens:** Die Zahlungsströme im Unternehmen sind zu jedem Zeitpunkt so aufeinander abzustimmen, dass Auszahlungen durch Einzahlungen und vorhandene Zahlungsmittelbestände gedeckt werden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Cronus AG nicht zahlungsunfähig (insolvent) wird.

5.2.3 Der Kontenplan der Cronus AG I

Bevor wir uns mit den täglichen Aufgaben, die im Finanzmanagement anfallen, beschäftigen, möchte ich Ihnen kurz den Kontenplan der Cronus AG in MS Dynamics NAV zeigen. Der Kontenplan ist der zentrale Stammdatenbereich und damit Kernelement des ERP-Systems. Die wesentlichen Elemente des Kontenplans sind die Sachkonten (Konten d. Hauptbuchs), die i. d. R. direkt in die Bilanz oder die Gewinn- und Verlustrechnung des Unternehmens eingehen. Schauen wir uns den Kontenplan (Abb. 52) doch einmal etwas genauer an.

Nr.	Name	GuV/Bi...	Kontoart	Z...	B...	G...	P...	Bewegung	Saldo
1200	Bank	Bilanz	Von-Summe						
1210	Bank 1	Bilanz	Konto					-238.339,88	-238.339,88
1220	Bank 2	Bilanz	Konto					425.264,26	425.264,26
1230	Bank 3	Bilanz	Konto					9.833,58	9.833,58
1240	Giro Bankhaus	Bilanz	Konto						
1290	Finanzanl. i.R. kfr. Fin.disp.	Bilanz	Konto					26.166,17	26.166,17
1299	Summe Bank	Bilanz	Bis-Summe	1..				222.924,13	222.924,13
1300	Wechsel aus Lief./Leist.	Bilanz	Konto						
1301	- Restlaufzeit bis 1 Jahr	Bilanz	Konto						
1302	- Restlaufzeit größer 1 Jahr	Bilanz	Konto						
1305	- Bundesbankfähig	Bilanz	Konto						
1310	Besitzwechsel geg.verb.Untern.	Bilanz	Konto						
1311	- Restlaufzeit bis 1 Jahr	Bilanz	Konto						
1312	- Restlaufzeit größer 1 Jahr	Bilanz	Konto						
1315	- Bundesbankfähig	Bilanz	Konto						

Abb. 52: Kontenplan

Der Kontenplan (Kontenrahmen SKR03) ist in Sachkonten (Abb. 53) untergliedert. Diese Sachkonten (z. B. Bank) wiederum werden in sogenannte Gliederungskonten unterteilt. Die Sachkonto-Gruppe Bank, beginnend bei Sachkonto Nr. 1200, hat mehrere Gliederungskonten, deren Salden in Sachkonto Nr. 1299 Summe Bank aufsummiert werden. Die Gliederungskonten sind daran erkennbar, dass sie im Kontenplan eingerückt wurden. Die Sachkonto-Gruppe wird durch die Festlegung der Kontoarten "Von-Summe" und "Bis-Summe" zu anderen Sachkonto-Gruppen abgegrenzt. Gleichzeitig wird dadurch definiert, welche Konten in Sachkonto Nr. 1299 Summe Bank aufsummiert werden sollen.

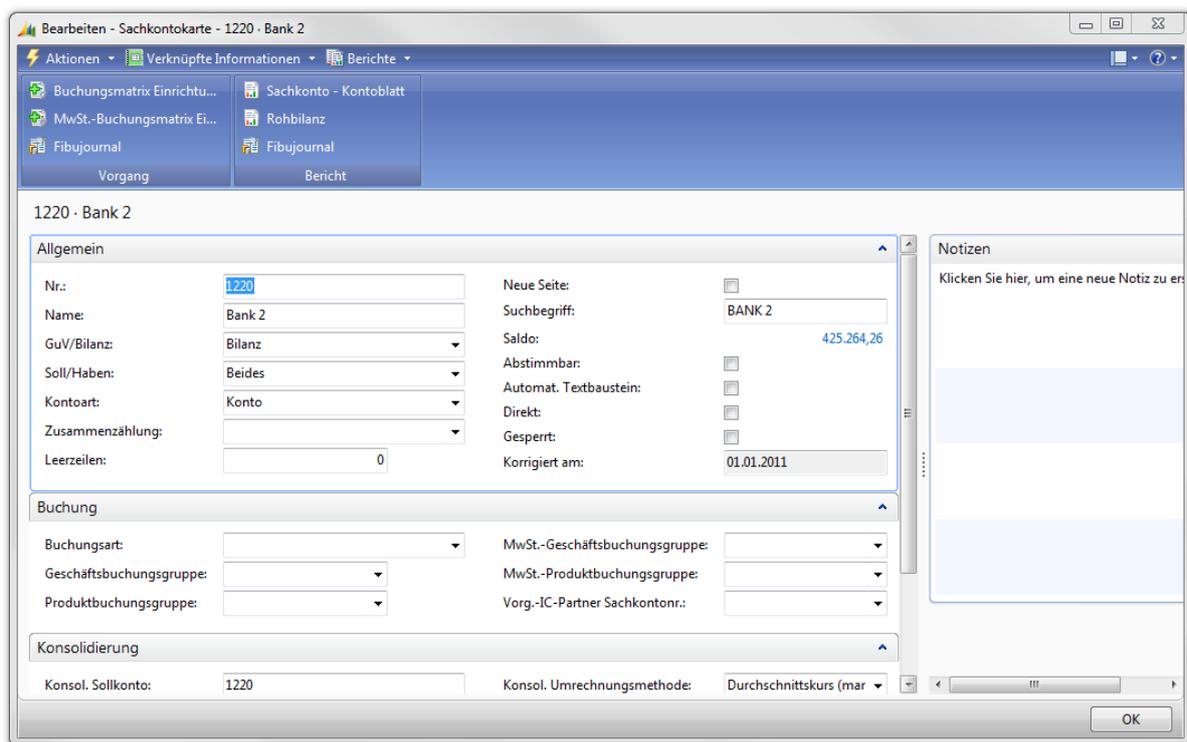


Abb. 53: Sachkontokarte

In der Sachkontokarte werden die Informationen, die zu dem jeweiligen Sachkonto vorliegen, zusammengefasst. Das Sachkonto Nr. 1220 Bank 2 geht direkt in die Bilanz ein und es kann sowohl Soll als auch Haben gebucht werden. Die Kontoart "Konto" definiert, dass es sich bei Sachkonto Nr. 1220 um ein Gliederungskonto handelt.

Neben diesen Informationen ist auch der Saldo des Kontos einsehbar. Durch Klick auf die blau hinterlegte Zahl gelangen Sie direkt zu einer Übersicht der Sachposten (Abb. 54) dieses Kontos.

Buchungs...	Belegart	Belegnr.	Sachkonto...	Beschreibung	B...	G...	P...	Betrag	Gegenkont...	Gegenkont...	Lfd. Nr.
22.02.2013	Zahlung	G04002	1220	Angel-Design GmbH				-4.712,40	Kreditor	K00020	3297
22.02.2013	Zahlung	G04003	1220	Angel-Design GmbH				-7.958,72	Kreditor	K00020	3299
22.02.2013	Zahlung	G04004	1220	Angel-Design GmbH				-2.094,40	Kreditor	K00020	3301
22.02.2013	Zahlung	G04005	1220	Angel-Design GmbH				-2.356,20	Kreditor	K00020	3303
22.02.2013	Zahlung	G04006	1220	Angel-Design GmbH				-2.356,20	Kreditor	K00020	3305
22.02.2013	Zahlung	G04007	1220	Angel-Design GmbH				-119,00	Kreditor	K00020	3307
22.02.2013	Zahlung	G04008	1220	Angel-Design GmbH				-4.476,78	Kreditor	K00020	3309
22.02.2013	Zahlung	G04009	1220	Angel-Design GmbH				-4.712,40	Kreditor	K00020	3311

Abb. 54: Sachkontokarte, Ansicht - Sachposten

In dieser Übersicht werden alle Buchungen aufgeführt, die jemals auf Sachkonto 1220 gebucht wurden. Hier sehen Sie z. B. verschiedene Auszahlungen (negatives Vorzeichen), die an die Angel-Design GmbH getätigt wurden. Bei Buchung der Auszahlung von einem Girokonto (Bankkonto) wird automatisch das mit dem Bankkonto verknüpfte Sachkonto (hier Nr. 1220) belastet. Außerdem wird der gezahlte Betrag auf einem Gegenkonto (hier Kreditor) gegengebucht.

5.2.4 Zahlungsverkehr: Prüfung des Kreditorensaldos

Für die Abwicklung des Auftrags Nr. '1041' hat der Einkauf bei der Angel-Design GmbH mehrere Artikel bestellt (Bestellung Nr. '106039'). Die Ware ist mittlerweile im Lager eingetroffen und wurde bereits an den Kunden, die Singstar AG, versendet. Die Angel-Design GmbH hat der Cronus AG eine Rechnung über die Bestellung geschickt, die nun zu begleichen ist. Wir werden also eine Auszahlung vornehmen. Bevor Sie eine Auszahlung in MS Dynamics NAV buchen, sollten Sie den Kreditorensaldo überprüfen. Dieser ist z. B. über die Kreditorenkarte (Abb. 55) einsehbar.

Allgemein

Nr.: K00020 Kontakt:

Name: Angel-Design GmbH Ort: München

Adresse: Goetheplatz 1 Suchbegriff: ANGEL-DESIGN GM...

Adresse 2: Saldo (MW): 16.467,22

PLZ-Code: 80997 Einkäufercode:

Länder-/Regionscode: DE Zuständigkeitseinheitencode:

Telefonnr.: Gesperrt:

Primäre Kontaktnr.: Korrigiert am: 22.02.2013

Kreditorenstatistik

Kreditorennr.: K00020

Saldo (MW): 0,00

Bestellungsbestand (MW): 0,00

Nicht fakt. Lieferbetrag (MW): 66.937,02

Ausstehende Rechnungen (...): 0,00

Gesamt (MW): 66.937,02

Fällige Beträge (MW) per 22.0...: 0,00

Kreditorenhistorie - Eink. von Kred.

Kreditorennr.: K00020

Angebote: 0

Rahmenbestellungen: 0

Bestellungen: 1

Rechnungen: 0

Reklamationen: 0

Gutschriften: 0

Geb. Rücklieferungen: 1

Geb. Wareneingänge: 11

Geb. Rechnungen: 10

Geb. Gutschriften: 1

Abb. 55: Kreditorenkarte

Der Kreditorensaldo ist in der Kreditorenkarte im Register "Allgemein" einsehbar. Durch Klick auf den blau hinterlegten Text werden nähere Informationen zu den konkreten "Kreditorenposten" (Abb. 56) geöffnet.

Kreditorenposten

Sortieren: Kreditorennr., Buchungsdatum, Währungscode

Filter: K00020 • Ja

Buchungsda...	Belegart	Belegnr.	Externe Bele...	Kreditoren...	Beschreibung
22.02.2013	Rechnung	108050	FER-RE105	K00020	Bestellung 106039

Schließen

Abb. 56: Kreditorenposten

Der Kreditorensaldo von 16.467,22 € resultiert in diesem Fall nur aus der noch nicht bezahlten Rechnung zur Bestellung Nr. '106039', die wir für die Abwicklung des Auftrags Nr. '1041' aufgegeben haben.

Hinweis: Durch Fakturierung der Einkaufsbestellung wird automatisch eine Einkaufsrechnung erstellt und der Kreditorensaldo wird aktualisiert. Die Fakturierung wird durch den Einkaufsmitarbeiter vorgenommen, sobald die Bestellung abgewickelt wurde.

5.2.5 Zahlungsverkehr: Buchung einer Auszahlung

Wie also auf der Kreditorenkarte ersichtlich ist, hat der Einkauf die Bestellung bereits fakturiert und damit dem Finanzmanagement mitgeteilt, dass die Rechnung (Nr. 'FER-RE105') für die Bestellung vorliegt.

Wir können also nun die fällige Rechnung begleichen und die Auszahlung in MS Dynamics NAV buchen. Von dieser Buchung sind drei Konten betroffen: das Sachkonto des Kreditors, auf dem der Rechnungsbetrag ausgeglichen wird, das Girokonto (Bankkonto), von dem die Auszahlung abgeht und das (Gegen-)Sachkonto des Girokontos (hier Sachkonto Nr. 1220).

Das Vorgehen zur Buchung einer Auszahlung zeigt die Video-Animation.

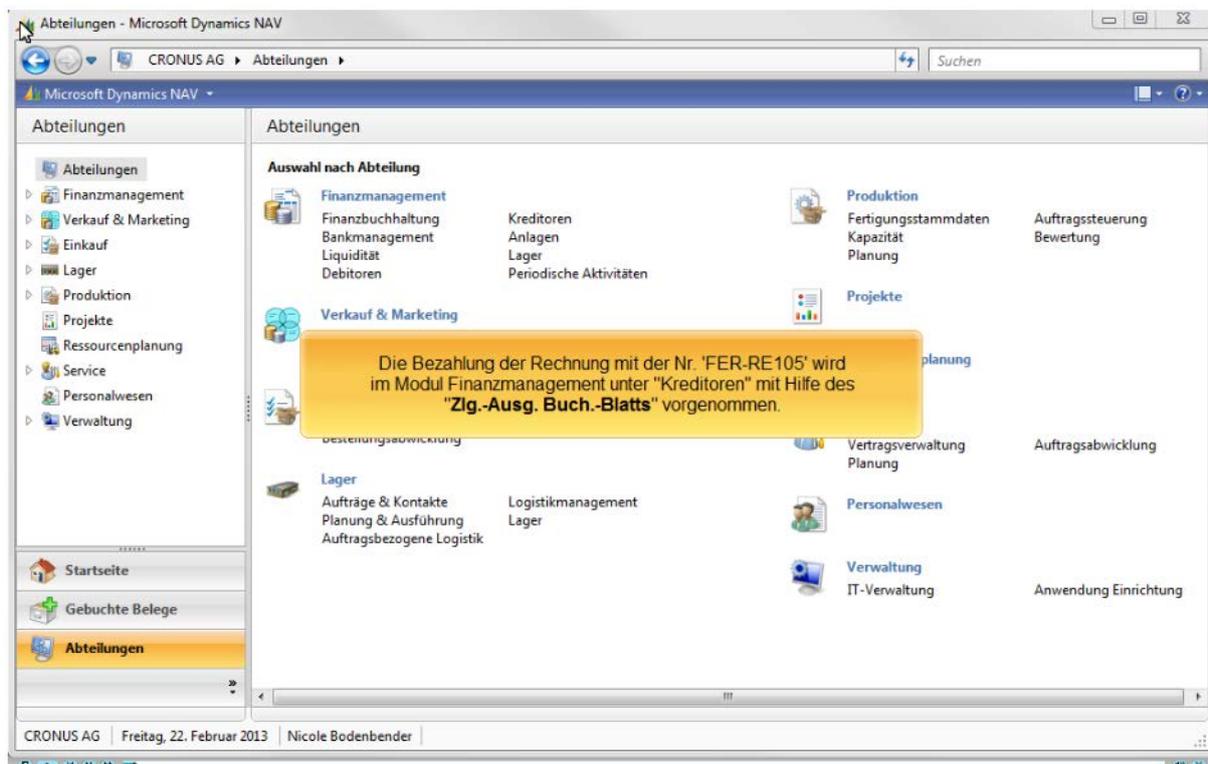


Abb. 57: Buchung einer Auszahlung (Video)

5.2.6 Zahlungsverkehr: Prüfung des Debitorensaldos

Nun sollten wir kontrollieren, ob der fällige Betrag, den die Singstar AG der Cronus AG zu zahlen hat, bereits auf unserem Girokonto eingegangen ist und im nächsten Schritt ggf. den Zahlungseingang buchen. Der Auftrag wurde durch den Vertrieb bereits fakturiert, d. h. es wurde eine entsprechende Verkaufsrechnung erstellt. Zunächst einmal sollten wir auch hier den Debitorensaldo auf der Debitorenkarte (Abb. 58) überprüfen.

The screenshot shows the 'Debitorenkarte' for D00140 - Singstar AG. The 'Allgemein' section contains the following data:

Nr.:	D00140	Kontakt:	Michael Bubblee
Name:	Singstar AG	Suchbegriff:	SINGSTAR AG
Adresse:	Sing-Sang-Allee 125	Saldo (MW):	10.061,45
Adresse 2:		Kreditlimit (MW):	0,00
PLZ-Code:	60311	Verkäufercode:	
Ort:	Frankfurt	Zuständigkeitseinheitencode:	
Länder-/Regionscode:		Servicegebietscode:	
Telefonnr.:	069 101 2424	Gesperrt:	
Primäre Kontaktnr.:	KT000165	Korrigiert am:	18.02.2013

The 'Fakturierung' section shows:

Rech. an Deb.-Nr.:		Debitorenbuchungsgruppe:	INLAND
Anzahl Rechnungskopien:	0	Debitorenpreisgruppe:	
Rechnungsrabattcode:	D00140	Debitorenrabattgruppe:	

The right-hand pane shows the 'Debitorenverkaufshistorie - Verk...' table:

Debitorenrnr.:	D00140
Angebote:	0
Rahmenaufträge:	0
Aufträge:	0
Rechnungen:	0
Reklamationen:	0
Gutschriften:	0
Geb. Lieferungen:	1
Geb. Rechnungen:	1
Geb. Retourenbelege:	0
Geb. Gutschriften:	0

The 'Debitorenstatistik - Rech. an Deb.' section shows:

Debitorenrnr.:	D00140
Saldo (MW):	10.061,45
Auftragsbestand (MW):	0,00
Nicht fakt. Lieferungen (MW):	0,00
Serviceauftragsbestand (M...):	0,00
Nicht fakt. Lieferungen:	0,00

Abb. 58: Debitorenkarte

Der Debitorensaldo ist in der Debitorenkarte im Register "Allgemein" einsehbar.

Durch Klick auf den blau hinterlegten Text werden nähere Informationen zu den konkreten "Debitorenposten" (Abb. 59) geöffnet.

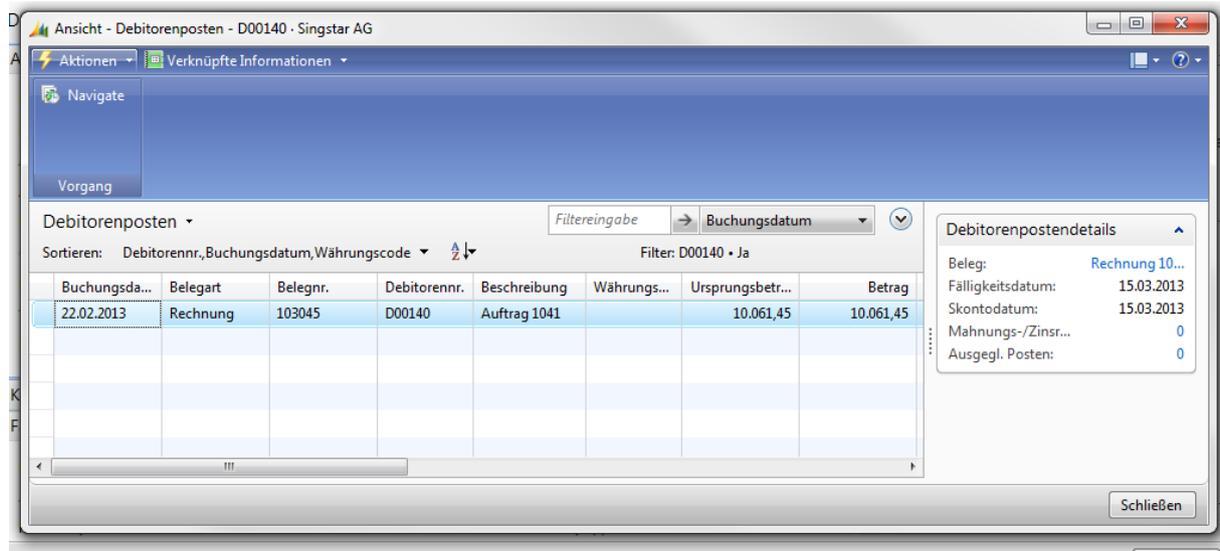


Abb. 59: Debitorenposten

Der Debitorensaldo von 10.061,45 € resultiert auch in diesem Fall nur aus der noch nicht bezahlten Rechnung zu Auftrag Nr. '1041'.

5.2.7 Zahlungsverkehr: Buchung einer Einzahlung

Relativ analog zum Vorgehen bei der Buchung einer Auszahlung, wird auch eine Einzahlung in MS Dynamics NAV erfasst. In diesem Fall ist im Vorfeld zu prüfen, ob die betreffende Einzahlung bereits auf dem Girokonto der Cronus AG eingegangen ist.

Sobald der Zahlungseingang erfolgt ist, ist dieser Vorgang auch in MS Dynamics NAV zu erfassen. Die betroffenen Konten sind auch hier das Debitorenkonto, das Girokonto, auf dem die Zahlung eingegangen ist und das mit dem Bankkonto verbundene Sachkonto Nr. 1220.

Das Vorgehen zur Buchung einer Einzahlung zeigt die Video-Animation.

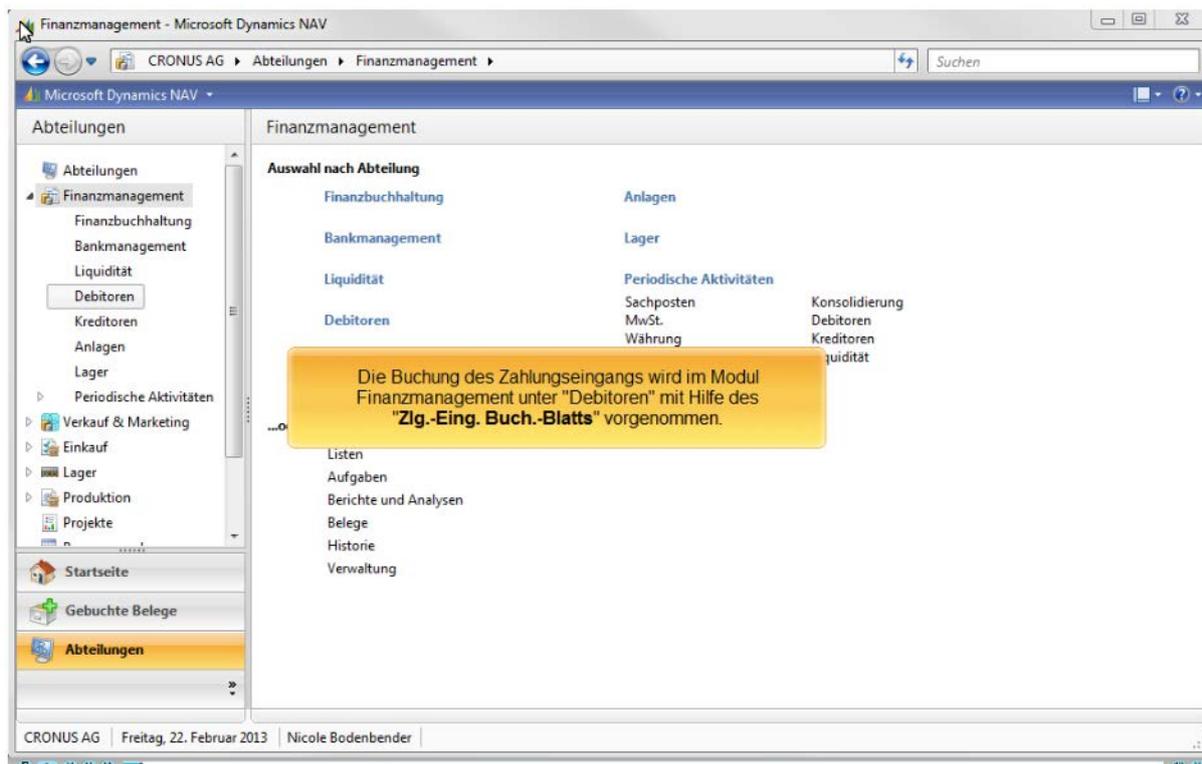


Abb. 60: Buchung einer Einzahlung (Video)

5.2.8 Der Kontenplan der Cronus AG II

Schauen wir abschließend noch mal, ob die beiden Zahlungen, die wir gerade getätigt haben, auch auf unserem Sachkonto (Abb. 61) Nr. 1220 gegengebucht wurden. Zur Erinnerung, die Belegnr. waren:

- Belegnr. G04013 für die Auszahlung an die Angel-Design GmbH und
- Belegnr. G02006 für die Einzahlung der Singstar AG.

The screenshot shows the 'Ansicht - Sachposten' window in Microsoft Dynamics NAV 2009. The window title is 'Ansicht - Sachposten - 1220 Bank 2'. The main area displays a table of transactions for account 1220. The table has the following columns: Buchungsdatum, Belegart, Belegnr., Sachkonto..., Beschreibung, B..., G..., P..., Betrag, Gegenkont..., Gegenkont..., and Lfd. Nr. The transactions are sorted by account number and date. The table shows several payments to Angel-Design GmbH and one payment to Singstar AG.

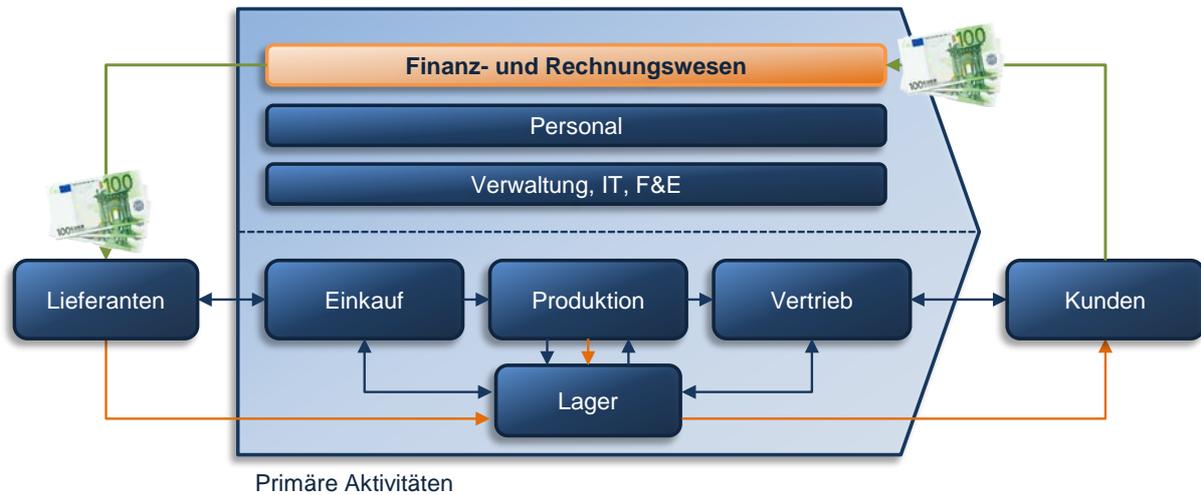
Buchungs...	Belegart	Belegnr.	Sachkonto...	Beschreibung	B...	G...	P...	Betrag	Gegenkont...	Gegenkont...	Lfd. Nr.
22.02.2013	Zahlung	G04007	1220	Angel-Design GmbH				-119,00	Kreditor	K00020	3307
22.02.2013	Zahlung	G04008	1220	Angel-Design GmbH				-4.476,78	Kreditor	K00020	3309
22.02.2013	Zahlung	G04009	1220	Angel-Design GmbH				-4.712,40	Kreditor	K00020	3311
22.02.2013	Zahlung	G04010	1220	Angel-Design GmbH				-1.884,96	Kreditor	K00020	3313
22.02.2013	Zahlung	G04011	1220	Angel-Design GmbH				-3.015,94	Kreditor	K00020	3315
22.02.2013	Zahlung	G04012	1220	Angel-Design GmbH				2.094,40	Kreditor	K00020	3320
22.02.2013	Zahlung	G04013	1220	Angel-Design GmbH				-15.808,53	Kreditor	K00020	3327
22.02.2013	Zahlung	G02006	1220	Singstar AG				10.061,45	Debitor	D00140	3342

Abb. 61: Sachkontokarte: Ansicht „Sachposten“

Sowohl die Auszahlung an die Angel-Design GmbH als auch die Einzahlung der Singstar AG wurden auf dem Sachkonto Nr. 1220 erfasst.

5.2.9 Zahlungsverkehr: Übersicht

Der Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG ist damit vollständig abgeschlossen. Unser Lieferant wurde bezahlt und auch unser Kunde hat den fälligen Betrag auf unser Firmenkonto überwiesen. Sowohl der Kreditoren- als auch der Debitorensaldo wurde ausgeglichen.



Legende:

- ▶ Informationsfluss
- ▶ Warenfluss
- ▶ Geldfluss

Abb. 62: Zahlungsverkehr (Animation)

5.2.10 Verabschiedung aus der Abteilung Finanzwesen

Die Auftragsabwicklung des Auftrags Nr. '1041' der Singstar AG ist an dieser Stelle nun abgeschlossen. Ich möchte mich nun erst einmal von Ihnen verabschieden, aber ich bin sicher, dass wir uns noch einmal sehen werden während Ihres Praktikums!

Ich möchte Sie bitten, nun noch einmal in die Abteilung Vertrieb zu wechseln. Meine Kollegin Amélie Boule hat vorhin angerufen und mir mitgeteilt, dass sie noch weitere Aufgaben zu erledigen hat, bei denen Sie behilflich sein können.

Ich wünsche Ihnen noch viel Spaß in der Cronus AG!

6 Controlling und Reporting

6.1 Intro

6.1.1 Einleitung

Nun werden Sie mit dem Einsatz von MS Dynamics NAV 2009 in der Abteilung Controlling bekannt gemacht.

Dazu werden Ihnen Wege zur Beschaffung von Informationen und die damit verbundenen Kontrollmöglichkeiten in MS Dynamics NAV 2009 aufgezeigt. Zusätzlich lernen Sie, wie Informationen zu aussagekräftigen Berichten aufbereitet werden können.

Viel Erfolg!

6.1.2 Arbeitsbereiche des Controllings

Um Fehlentwicklungen in der Cronus AG bzw. in ihren einzelnen Abteilungen frühzeitig zu erkennen, ist es notwendig, dass die Mitarbeiter der Abteilung Controlling auf die Informationen der anderen Abteilungen der Cronus AG, also Einkauf, Vertrieb, Lagerhaltung, Produktion und Finanzwesen zu Auswertungszwecken zugreifen können.

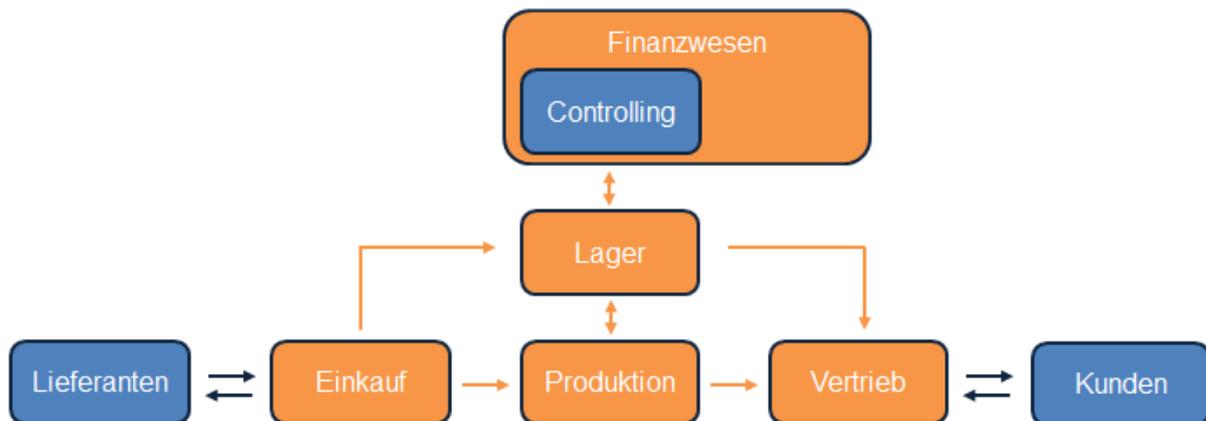


Abb. 63: Abteilung „Controlling“

Im Folgenden werden Ihnen die Funktionen der Abteilung Controlling (Abb. 63) vorgestellt, die zur Überwachung und Kontrolle nötig sind. Dazu werden Informationen aus den Abteilungen Finanzwesen und Vertrieb beschafft.

6.2 Abteilung Controlling

6.2.1 Aufgaben des Conrollings

Im Controlling werden Daten aus allen anderen Abteilungen der Cronus AG gesammelt, aufbereitet und analysiert. Dies dient der Informationsweitergabe für Management und Abteilungsleiter, z. B. über Umsatzentwicklung oder über Basisgrößen, wie den Deckungsbeitrag (= Verkaufserlös - var. Kosten).

Diese Informationen dienen als Unterstützung bei der Planung und als Entscheidungshilfe für geeignete Maßnahmen. Zum anderen unterstützt das Controlling die Umsetzung von Entscheidungen und Maßnahmen auf ihren Erfolg bzw. auf ihre Ziele hin und überwacht diese, z.B. mit der Abweichungsanalyse.

- **Abweichungsanalyse:** Abweichungsanalysen dienen dazu, zu ermitteln, wie stark sich ein zu prüfender Wert von dem Normwert unterscheidet (z. B. ein Soll-Ist-Kosten-Vergleich). Darüber hinaus ermitteln sie auch die Ursachen, die die Differenz bewirken. Dadurch wird ein Verbesserungspotential für die Zukunft eröffnet.

Mit Hilfe der Abweichungsanalyse ist es möglich, frühzeitig Abweichungen zu erkennen und Aufschluss darüber zu geben, ob externe oder interne Gründe Ursachen dieser Abweichungen sind. Ist die Abweichung auf einen internen Grund bzw. eine interne Entwicklung zurückzuführen, können Gegenmaßnahmen (z. B. eine Kostenreduzierung) eingeleitet werden.

Damit die Mitarbeiter der Controlling-Abteilung diese Aufgaben der Cronus AG erfüllen können, müssen zunächst Informationen aus den verschiedenen Abteilungen, z. B. dem Vertrieb, gewonnen werden. Solche Informationen sind z. B. die Verkaufszahlen eines bestimmten Möbelstückes.

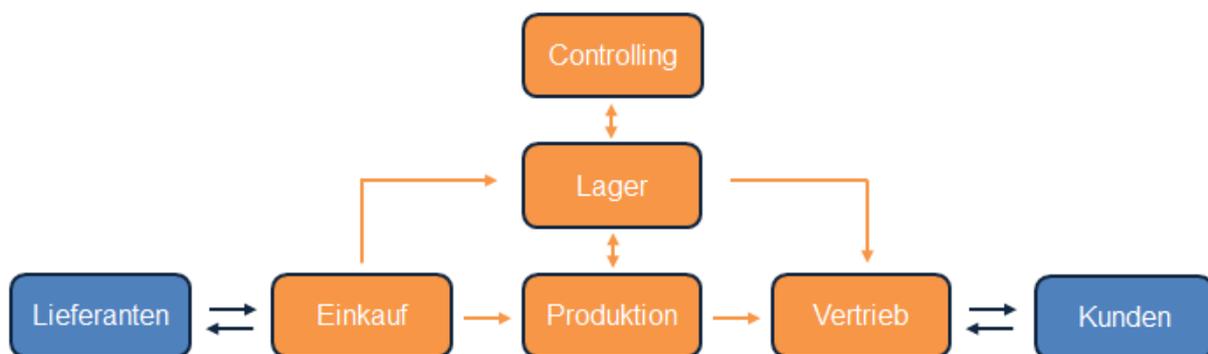


Abb. 64: Aufgaben des Controllings

Die gesammelten Informationen werden ausgewertet, analysiert und verarbeitet. Dabei werden verschiedene Informationen miteinander verknüpft und so in neue Informationen umgewandelt, wichtige Kennzahlen gebildet und Abweichungsanalysen erstellt.

Alle so gewonnenen Daten müssen anschließend in eine geeignete Form gebracht werden. Dies geschieht durch das Erstellen von aussagekräftigen Berichten und Präsentationen.

6.2.2 Auftrag: Erstellen eines Berichts

Das Management der Cronus AG benötigt einen Bericht über die Absatzzahlen und den Umsatz der im Jahr 2001 neu eingeführten Möbelstücke - für den ersten Monat des Jahres 2001 (01.01.2001 bis zum 31.01.2001). Folgende Möbelstücke wurden neu eingeführt:

- Gästestuhl der Variante Paris,
- Bürostuhl der Variante Mexico,
- Regal der Variante Oslo,
- Schreibtischstuhl der Variante Munich,
- Konferenztisch der Variante Antwerp.

Erstellen Sie jedoch zunächst einen einfachen vorgefertigten Verkaufsbericht über den Kunden Lotus AG.

Viel Erfolg!

6.2.3 Betriebliche Vorgänge

Um diesen Auftrag ausführen zu können, müssen zunächst die benötigten Informationen beschafft werden. Dazu müssen folgende Teilaufgaben erledigt werden.

- Zunächst muss ein Bericht über die bisherigen Verkaufsaufträge unseres neu gewonnenen Kunden, die Lotus AG, erstellt werden. Dies ist in MS Dynamics NAV 2009 mit Hilfe von bereits vorgefertigten Berichten möglich.
- Danach wird ein Analysebericht über die neueingeführten Möbelstücke im ersten Monat nach der Einführung verfasst.

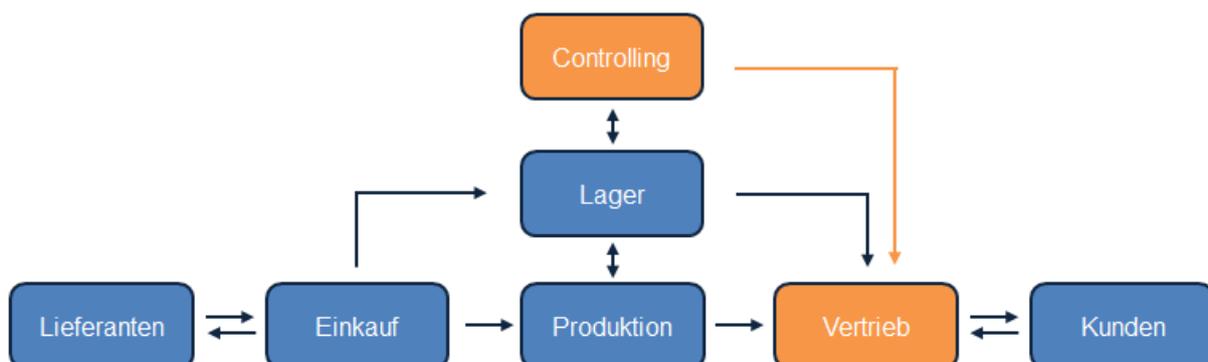


Abb. 65: Controlling, Aufgabenbereich: Vertrieb

6.2.4 Bereitstellen von Informationen

Dass das Management der Cronus AG die richtigen Entscheidungen und die geeigneten Maßnahmen trifft, basiert vor allem auf den Informationen, die ihm aus der Controlling-Abteilung zur Verfügung gestellt werden. Daher hat das Sammeln, Analysieren und Bewerten von Informationen einen hohen Stellenwert (Abb. 66). Neben der Form von Berichten und Präsentationen, in denen die Informationen bereitgestellt werden, ist vor allem deren Qualität wichtig.

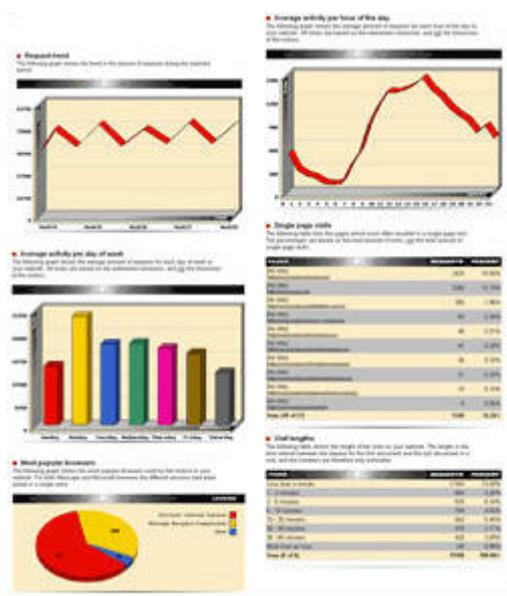


Abb. 66: Grafik: Statistiken

Ein Bericht (Report), ob auf Bildschirm oder Papier, verfügt über eine Zusammenfassung, z. B. als Deckblatt, in der die wesentlichen Aussagen in Kurzform dargestellt sind. In jedem Report muss auf folgende Qualitätskriterien geachtet werden:

- Bereitstellung problemspezifischer Informationen,
- Benutzerfreundlichkeit,
- Wahrheitsgehalt und Objektivität,
- Konsistenz,
- Überprüfbarkeit und Aktualität,
- Wirtschaftlichkeit.

MS Dynamics NAV 2009 unterstützt auch hier die Mitarbeiter der Controlling-Abteilung. Durch den Einsatz der Filterfunktionen können z. B. in den Reports einzelne Informationen, die nicht benötigt werden, weggelassen, oder mit anderen Informationen zusammengeführt werden. Zudem können diese Informationen konsistent und stets aktuell präsentiert werden.

Die Reports sind anhand der in MS Dynamics NAV 2009 vorhandenen Informationen überprüfbar.

6.2.5 Vorgefertigte Verkaufsberichte

Sie befinden sich nun in der "Auftragsabwicklung" und werden als erstes in die Funktion Debitor-Verkaufsübersicht wechseln. Dort müssen Sie über die Debitorennummer den Debitor, Lotus AG, unter den Filterkriterien eintragen. Dadurch stellt MS Dynamics NAV 2009 sämtliche Verkaufsaufträge der Lotus AG in einem Bericht zusammen, den Sie nur noch ausdrucken müssen. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video.

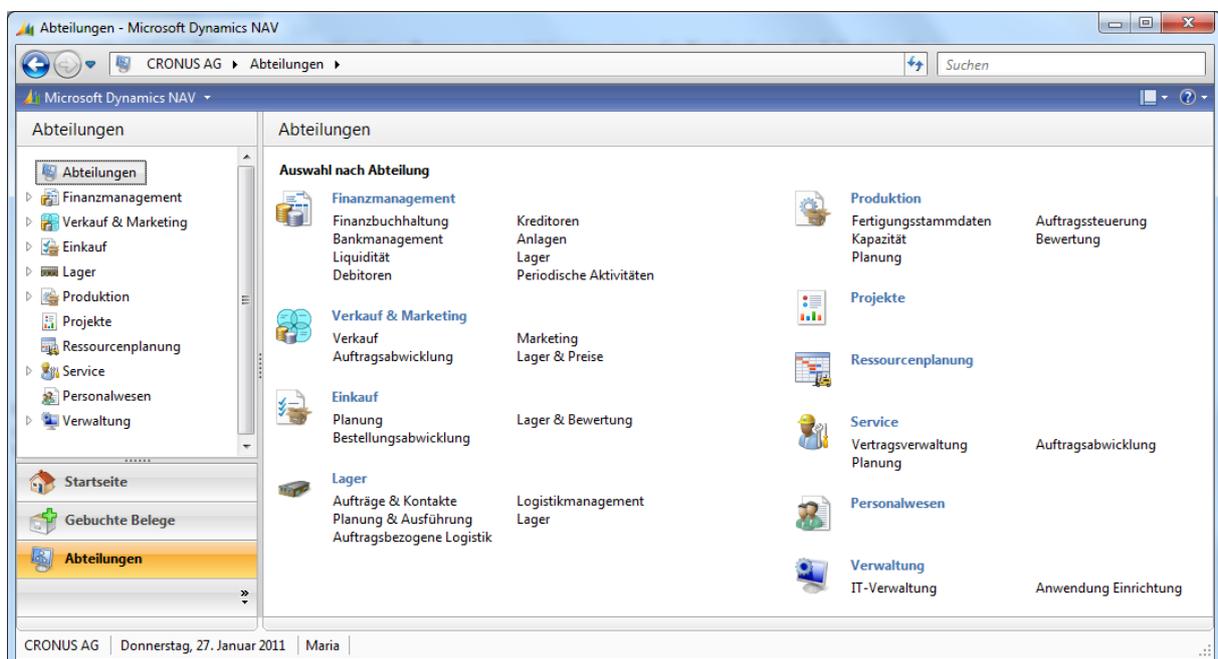


Abb. 67: Abteilungen (Video)

6.2.6 Erstellung eines Berichts

Unter "Analyse & Berichtswesen" und der Funktion "Analyseberichte" können Berichte zur Verkaufsanalyse angefertigt werden. Um einen Bericht über den Absatz und Umsatz der neu eingeführten Möbelstücke anzulegen, müssen Sie zunächst die Berichtsansicht Ihren Bedürfnissen anpassen. Dazu ist es sinnvoll, eine neue Analysevorlage für die ausgewählten Möbelstücke zu erstellen. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video.

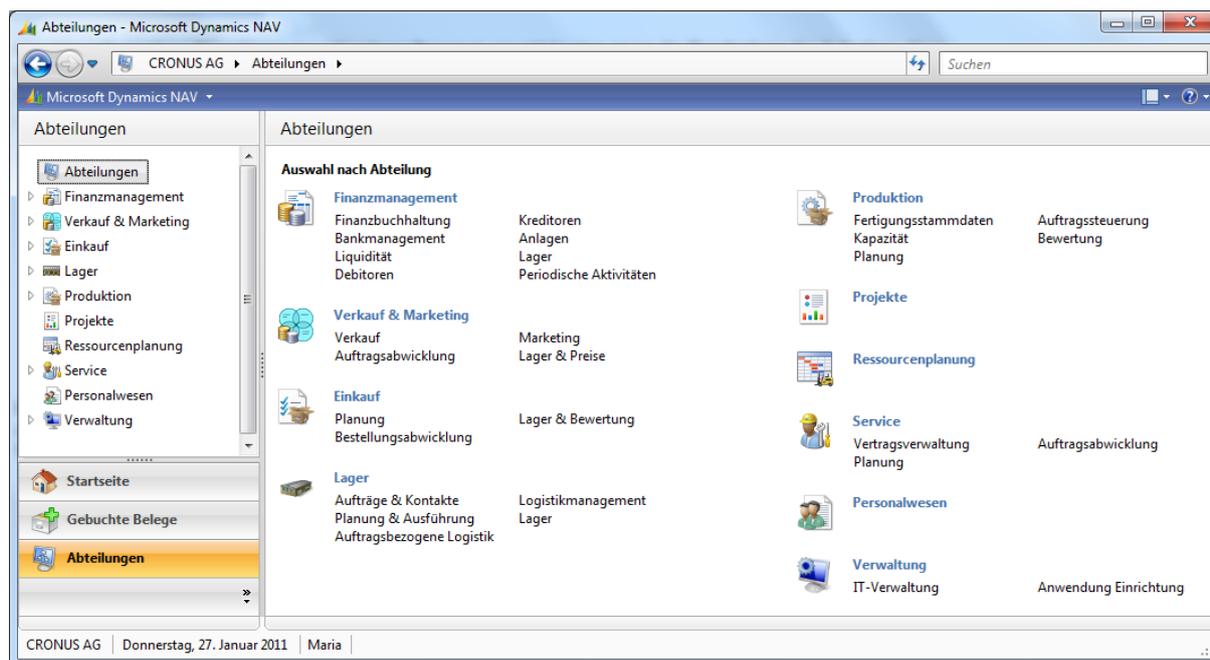


Abb. 68: Erstellung eines Berichts (Video)

6.2.7 Auftrag: Kontrolle, Kosten- und Umsatzanalyse

Nachdem Sie nun den Bericht erfolgreich erstellt haben, suchen Sie als nächstes Informationen über den Auftrag eines Kunden. Bekannt ist, dass der Verkaufsauftrag an einen Kunden innerhalb Deutschlands ging, dass der Auftrag am 25.01.01 gebucht wurde und dass die Rechnung 18.232,90 € betrug.

- Suchen Sie die Rechnung und klären Sie, aus welchen Einzelposten sie besteht.

Anschließend benötigen wir noch folgende Informationen:

- den Handelsumsatz aus den Verkäufen im Inland aus dem Zeitraum vom 01.01.2000 bis zum 31.12.2000,
- die Handelskosten, die beim Einkauf im Inland für 2000 und 2001 angefallen sind.

Viel Erfolg!

Handelskosten sind Kosten, die bei handelsbetrieblicher Tätigkeit anfallen. Handelskosten sind z. B. Zoll-, Transport- oder Verpackungskosten.

6.2.8 Ergebniskontrolle

Eine besonders hohe Bedeutung kommt in der Cronus AG der Überprüfung und Kontrolle zu. Maßnahmen, Entscheidungen, Pläne und Geschäftsprozesse müssen auf ihren Erfolg, ihre Effizienz und auf ihren Erreichungsgrad hin überprüft werden. Dies ist nötig, um beurteilen

zu können, ob Maßnahmen in der Cronus AG greifen, ob die gesetzten Ziele erreicht werden oder ob es zu Abweichungen gegenüber den Plänen kommt.

Für diese Überprüfung werden Soll- und Ist-Daten gegenübergestellt (Abb. 69), um eventuelle Abweichungen festzustellen. Zudem werden Kennzahlen gebildet, wie z. B. die Wirtschaftlichkeit, der Deckungsbeitrag und die Durchlaufzeit. Dadurch ist es frühzeitig möglich, Fehlentwicklungen und deren Ursachen zu erkennen und zu beheben, oder aber die Bestätigung für die Richtigkeit des eingeschlagenen Weges zu erhalten.

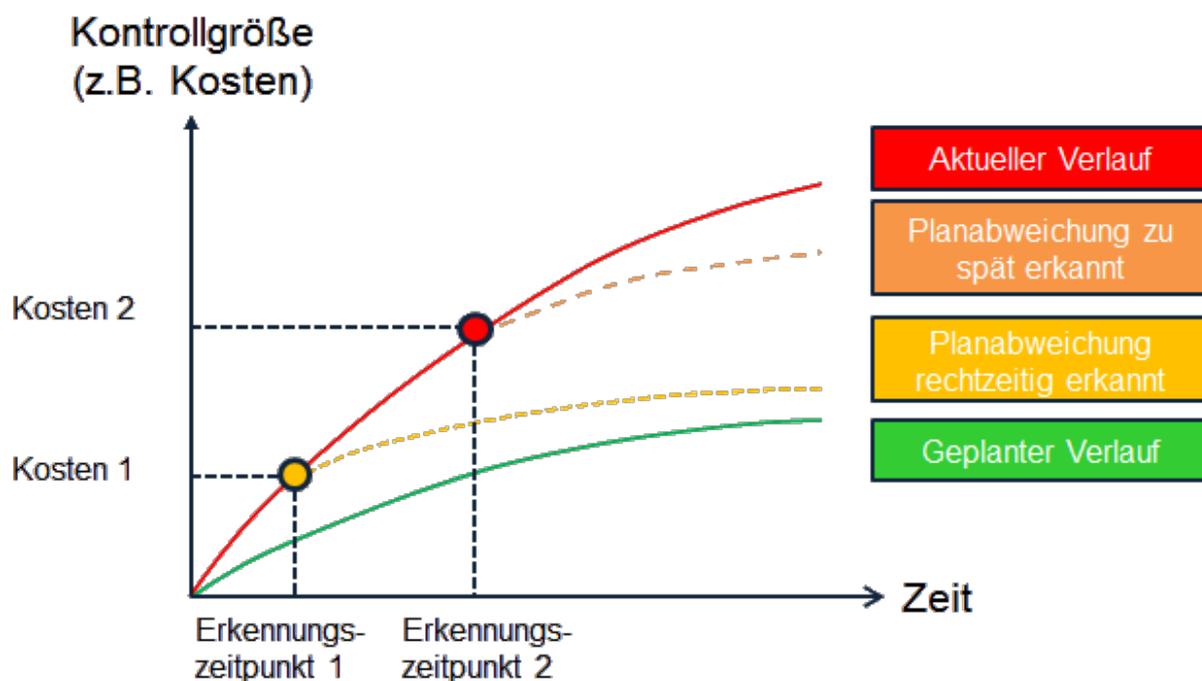


Abb. 69: Zeit-Kontrollgröße-Diagramm

- **Aktueller Verlauf:** In der Situation des aktuellen Verlaufs sind die Kosten in der Cronus AG bereits weit über die der Planungen gestiegen. Die Kosten laufen weiter aus dem Ruder. Solche großen Abweichungen nach oben können z. B. zu Liquiditätsengpässen führen.
- **Planabweichung zu spät erkannt:** Der Kostenverlauf bei einer zu spät erkannten Planabweichung liegt zwar unterhalb des aktuellen Verlaufs und damit der höchsten Kosten. Jedoch läge der Verlauf gleichzeitig noch weit über den geplanten Kosten der Cronus AG. Ein solcher Verlauf ist häufig auf ein schlechtes Controlling zurückzuführen.
- **Planabweichung rechtzeitig erkannt:** Eine rechtzeitig erkannte Planabweichung ist vor allem auf ein erfolgreiches Controlling zurückzuführen. Die Kostenabweichung zu den geplanten Kosten wurde früh erkannt, wodurch die Abweichung begrenzt werden

kann. Im optimalen Fall sind Gegenmaßnahmen stark genug, um die Kosten in den Rahmen des Budgets zurückzuführen.

- Geplanter Verlauf: Der geplante Verlauf spiegelt den Verlauf der Kosten wieder, der von der Cronus AG im Budget eingeplant wurde. Abweichungen von dem geplanten Verlauf sind meistens auf Fehlentwicklungen zurück zu führen. Abweichungen nach unten können z. B. zurückgehaltene Investitionen sein. Diese können unter Umständen zu Kosten in der Zukunft führen.

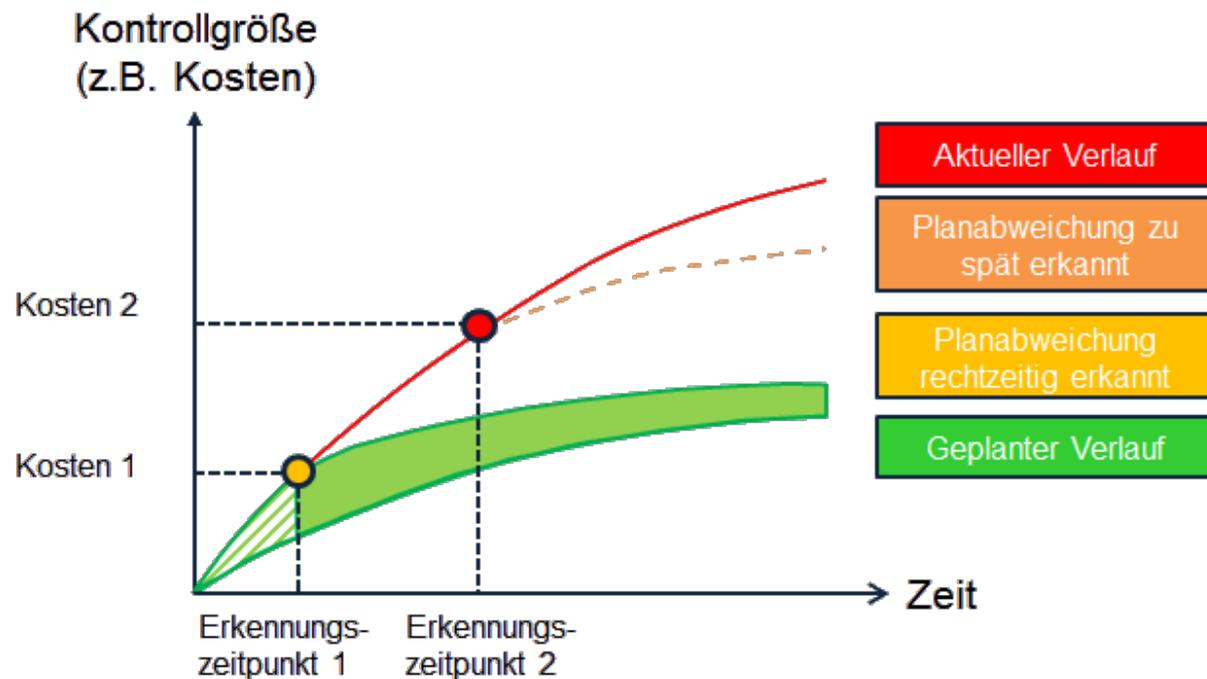


Abb. 70: Erkennungszeitpunkt 1

- Punkt 1: Punkt 1 (Abb. 70) spiegelt den Zeitpunkt wieder, in dem zwar bereits erste zusätzliche Kosten durch die Planabweichung entstanden sind und im Vergleich zu den geplanten Kosten - trotz eingeleiteter Gegenmaßnahmen - auch weiterhin entstehen werden, diese jedoch wieder an das geplante Budget angepasst werden können.

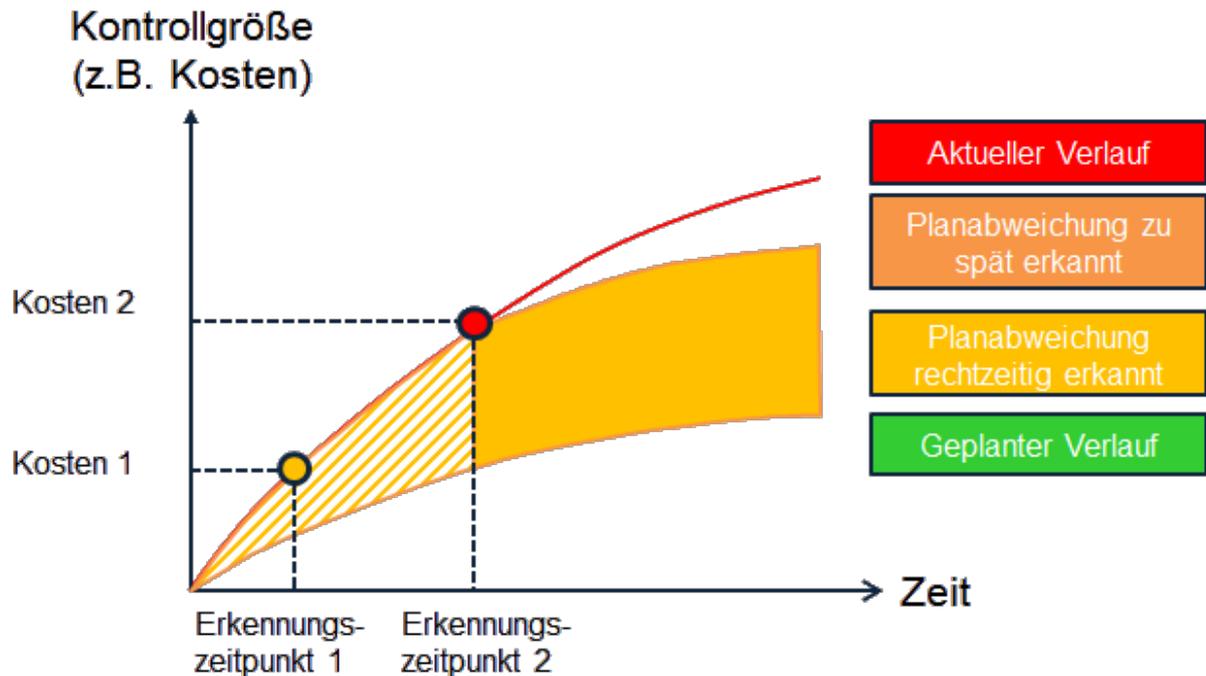


Abb. 71: Erkennungszeitpunkt 2

- Punkt 2: In Punkt 2 (Abb. 71) wurden die Planabweichungen nicht rechtzeitig erkannt, wodurch die bereits entstandenen Kosten höher als das geplante Budget sind. Daher kann das geplante Budget auch nicht mehr durch Gegenmaßnahmen eingehalten werden. Die zusätzlichen Kosten, die in der Zukunft entstehen, sind ebenfalls zu tragen.

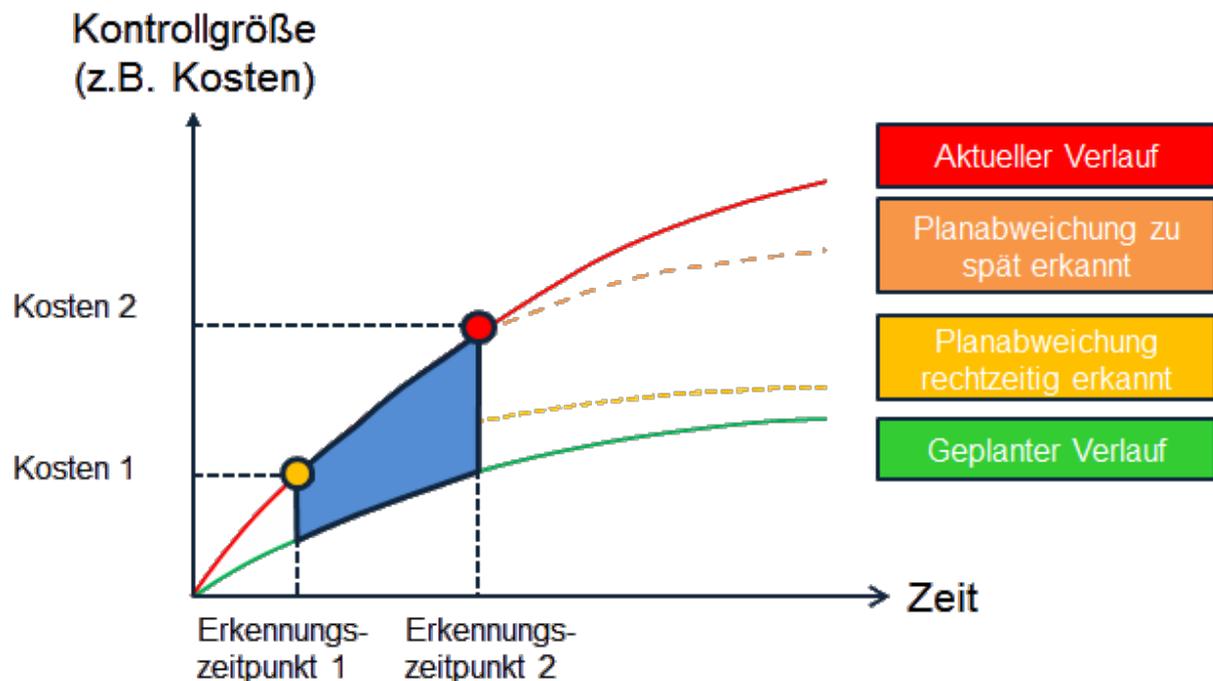


Abb. 72: Verzögerungszeitraum

- **Verzögerungszeitraum:** Der Verzögerungszeitraum (Abb. 72) ist der Zeitraum zwischen der rechtzeitig erkannten und der zu spät erkannten Planabweichung. In diesem Zeitraum, der von einem erfolgreichen bzw. schlechtem Controlling abhängig ist, entstehen zusätzliche Kosten, die die Cronus AG belasten würden. Ein gutes Controlling ist daher von hoher Bedeutung.

MS Dynamics NAV 2009 unterstützt die Mitarbeiter in der Controlling-Abteilung der Cronus AG bei dieser Ergebniskontrolle. So lassen sich zum Beispiel durch den Einsatz von Filtern die verschiedenen Kostensachposten in einer Matrix-Tabelle nach Kostenstellen (zum Beispiel nach Abteilungen) und nach Zeiträumen übersichtlich auflisten.

Zudem können sie dem geplanten Budget gegenüber gestellt und dabei Abweichungen sofort erkannt werden. Weiterhin lassen sich Kosten- und Umsatzsachposten von einem groben Überblick bis auf einzelne Rechnungen bzw. Verkäufe detailliert anzeigen, wodurch die Ursachen für bestimmte Entwicklungen sofort erkennbar sind.

6.2.9 Beschaffung von Informationen

Unter der Funktion "Kontenplan" erhalten Sie einen Überblick über die Sachkonten und deren Salden. Es ist sinnvoll, zunächst nur die benötigten Sachkonten herauszufiltern. Durch Anwählen der Sachkontennummer des Tabellenfilters von MS Dynamics NAV 2009, lassen sich die verschiedenen Sachkonten auflisten. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video.

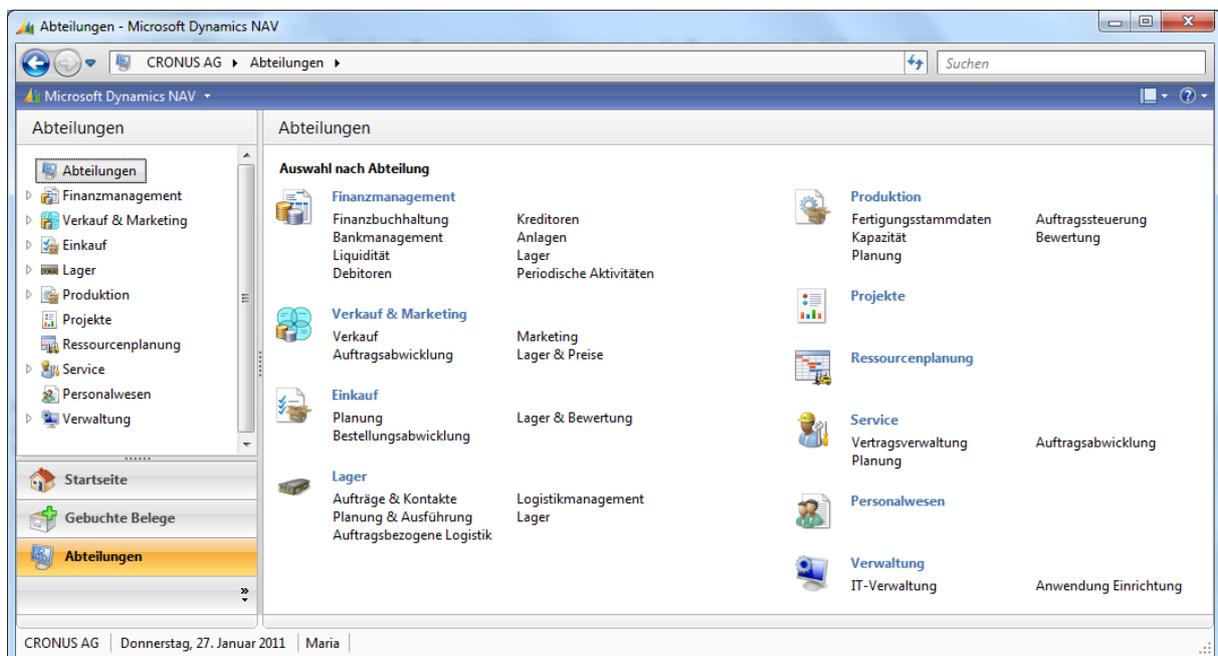


Abb. 73: Sachkonten (Video)

6.2.10 Kosten und Umsatzanalyse

Unter "Analyse & Berichtswesen" in der Funktion "Analyse nach Dimensionen" werden u. a. die Kosten und Umsätze der Cronus AG analysiert. Dazu wird zunächst die Analyseansicht ausgewählt. Sie bestimmt, was analysiert wird, z.B. der Umsatz. Die Wahl der Spalten- und Zeilenansicht bestimmt zudem, welche Dimensionen, z. B. Kostenstelle, in der unteren Berichtansicht angezeigt werden. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video.

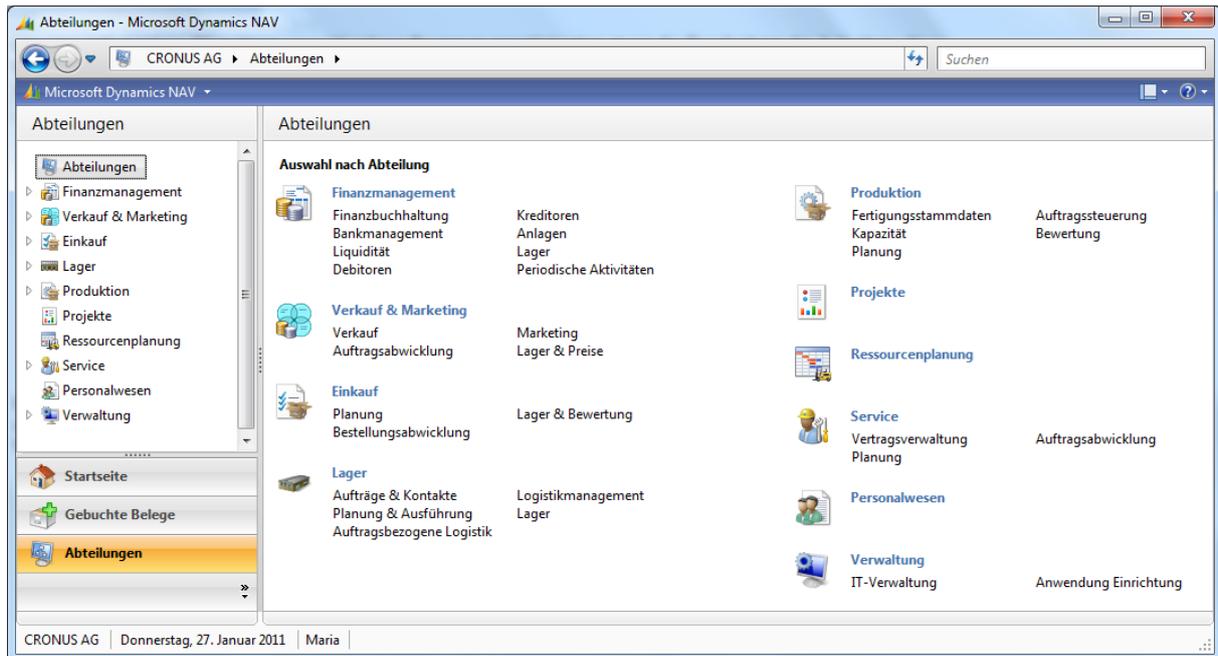


Abb. 74: Analyse & Berichtswesen (Video)

6.3 Übung

6.3.1 Übung – Aufgabenstellung

Nachdem Sie die Arbeit der Controlling-Abteilungen kennen gelernt haben, erledigen Sie bitte eigenständig folgende Aufgaben:

- Aufgabe 1: Beschaffen Sie genauere Informationen über den Unternehmensnamen, die jeweilig bestellten Artikel und Mengen einer Kundenrechnung. Wir haben nur folgende Anhaltspunkte: Der Auftrag wurde am 24.01.11 gebucht; einer der Artikel, die der Kunde bestellt hat, war der Gästestuhl der Variante ROME. Der Verkäufer war Herr Joachim Richter. Hinweis: Benutzen Sie die Verkaufsanalyse nach Dimensionen.
- Aufgabe 2: Erstellen Sie einen Analysebericht über die Debitoren-Verkäufe der Cronus AG des Artikels 1960-S im Zeitraum vom 01.01.11 bis zum 31.12.11. In diesem Bericht sollen alle Debitoren und die Verkäufe gegenübergestellt werden.

Viel Erfolg!

6.3.2 Übung I - Erfüllung der Aufgaben

Beschaffen Sie genauere Informationen über den Unternehmensnamen, die jeweilig bestellten Artikel und Mengen einer Kundenrechnung. Wir haben nur folgende Anhaltspunkte: Der Auftrag wurde am 24.01.11 gebucht; einer der Artikel, die der Kunde bestellt hat, war der Gästestuhl der Variante ROME. Der Verkäufer war Herr Joachim Richter.

Hinweis: Benutzen Sie die Verkaufsanalyse nach Dimensionen.

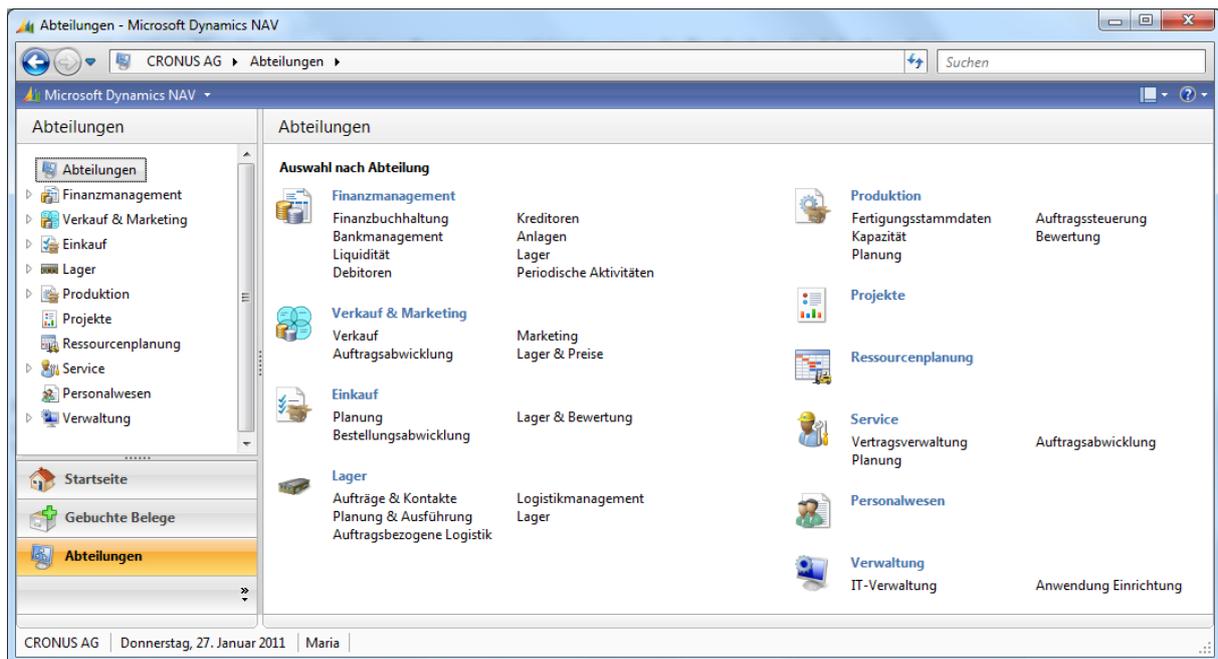


Abb. 75: Übung I (Video)

6.3.3 Übung II – Erfüllung der Aufgaben

Erstellen Sie einen Analysebericht über die Debitoren-Verkäufe der Cronus AG des Artikels 1960-S im Zeitraum vom 01.01.11 bis zum 31.12.11. In diesem Bericht sollen alle Debitoren und die Verkäufe gegenübergestellt werden.

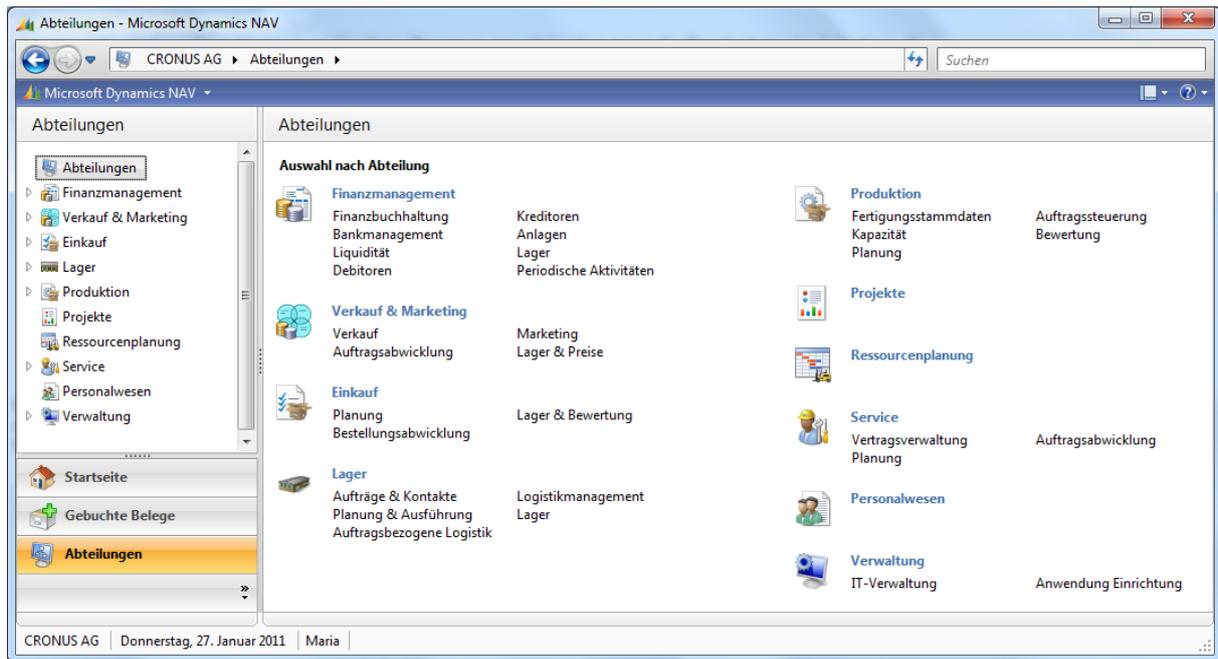


Abb. 76: Übung II (Video)

6.3.4 Überblick: Was haben Sie gemacht?

Hier noch einmal eine übersichtliche Zusammenfassung der betriebswirtschaftlichen Arbeitsschritte, die Sie bewältigt haben.

- Sie haben verschiedene Controlling-Aufgaben kennen gelernt.
- Sie haben die wichtigsten Qualitätskriterien der Informationsbereitstellung kennen gelernt.
- Sie haben bei der Bereitstellung von Informationen mitgewirkt, indem Sie das Management in Form eines Analyseberichtes unterstützt haben.
- Sie haben die Bedeutung der Ergebniskontrolle in Unternehmen verstanden.
- Sie haben gezielt Informationen beschafft und damit bei der Ergebniskontrolle mitgewirkt.
- Sie haben eine Kosten- und Umsatzanalyse durchführt.

6.4 Abschlusstest

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Ergebniskontrolle II		
	Selbst bei einer rechtzeitig erkannten Planabweichung lassen sich auch im optimalen Fall die Kosten nicht mehr in den Rahmen des Budgets zurückführen.		
	Die Ergebniskontrolle ist nötig, um zu überprüfen, ob die gesetzten Ziele erreicht werden oder ob es zu Abweichungen gegenüber den Plänen kommt.		
	Durch den Einsatz von Filtern können die verschiedenen Kostensachposten in einer Berichtsansicht nach Kostenstellen und nach Zeiträumen übersichtlich aufgelistet werden.		
	Kosten- und Umsatzensachposten können nur im groben Überblick angezeigt werden.		
2	Bereitstellen von Informationen I		
	Das Sammeln, Analysieren und Bewerten von Informationen hat einen geringen Stellenwert.		
	Ein Bericht (Report) verfügt nur, wenn ein bestimmtes Medium benutzt wird, über eine Zusammenfassung, in der die wesentlichen Aussagen zusammengefasst sind.		
	Neben der Form der Berichte ist auch deren Qualität wichtig..		
	Qualitätskriterien für Berichte sind u. a.: der Wahrheitsgehalt, die Konsistenz, die Benutzerfreundlichkeit und die Aktualität.		
3	Aufgaben des Controllings I		
	Durch das Controlling soll nur das Management mit Informationen und Basisgrößen versorgt werden.		
	Der Deckungsbeitrag entspricht dem Verkaufserlös abzüglich der fixen Kosten.		
	Sind Abweichungen auf interne Gründe bzw. Entwicklungen zurückzuführen, können Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.		
	Die verschiedenen Informationen werden miteinander verknüpft und so in neue Informationen umgewandelt, wichtige Kennzahlen gebildet und Abweichungsanalysen erstellt.		

4	Kosten- und Umsatzanalyse		
	Die Wahl der Spalten- und Zeilenansicht in der Funktion Analyse nach Dimensionen bestimmt, welche Dimensionen, z. B. Kostenstelle, in der unteren Berichtsansicht angezeigt werden.		
	Der Datumsfilter ermöglicht, dass nur bestimmte Sachkonten, z. B. der Umsatz, betrachtet werden, die in diesem Zeitraum gebucht wurden.		
	Die Kostenanalyse lässt eine detailliertere Ansicht auf die einzelnen Abteilungen nicht zu.		
	In der Kosten- und Umsatzanalyse können nicht nur Umsätze mit Kosten verglichen werden, sondern auch mit den geplanten Budgets.		
5	Ergebniskontrolle III		
	Wurde die Kostenabweichung zu den geplanten Kosten früh erkannt, können die zusätzlichen Kosten begrenzt werden.		
	Durch die Abgleichung von Soll-Ist-Daten ist es frühzeitig möglich, Fehlentwicklungen und deren Ursachen zu erkennen und zu beheben.		
	Sind weniger Kosten angefallen als im Budget geplant, so ist dies grundsätzlich positiv zu beurteilen.		
	Ein nicht vorhandenes Controlling kann bei Fehlentwicklungen zu Liquiditätsengpässen oder gar zum Ruin des Unternehmens führen.		
6	Ergebniskontrolle I		
	Maßnahmen, Entscheidungen, Pläne und Geschäftsprozesse müssen auf ihren Erfolg, ihre Effizienz und auf ihren Erreichungsgrad hin überprüft werden.		
	Um eventuelle Abweichungen in der Ergebniskontrolle festzustellen, werden Soll- und Ist-Daten gegenübergestellt.		
	Der Kostenverlauf bei einer zu spät erkannten Planabweichung ist häufig auf ein gutes Controlling zurückzuführen.		
	Die Größe des Verzögerungszeitraum und der damit zusätzlich verbundenen Kosten ist von einem hochwertigen bzw. schlechten Controlling abhängig.		
7	Bereitstellen von Informationen II		
	Nur die Form, in der Informationen bereitgestellt werden, ist wichtig.		
	Durch den Einsatz der Filterfunktionen können in MS Dynamics NAV 2009 in den Reports einzelne Informationen, die nicht benötigt werden, weggelassen, jedoch nicht mit anderen Informationen zusammengeführt werden.		

	Qualitätskriterien für Berichte sind u. a.: die Bereitstellung von möglichst vielen Informationen, Wahrheitsgehalt und Wirtschaftlichkeit.		
	Die ausgegebenen Reports sind anhand der in MS Dynamics NAV 2009 vorhandenen Daten überprüfbar.		
8	Aufgaben des Controllings II		
	In der Controllingabteilung werden Daten aus allen anderen Abteilungen der Cronus AG nur analysiert.		
	In der Controllingabteilung werden Daten aus allen anderen Abteilungen der Cronus AG nur analysiert.		
	Mit dem Controlling wird die Umsetzung von Entscheidungen und Maßnahmen auf ihren Erfolg bzw. auf ihre Ziele hin überwacht.		
	Abweichungsanalysen dienen dazu, zu ermitteln, wie stark sich ein zu prüfender Wert vom Normwert unterscheidet.		

Tab. 5: Übungsfragen WBT 5 – Controlling & Reporting

7 SCM und CRM

7.1 SCM - Das Zuliefermanagement

7.1.1 Einleitung

Nachdem Sie in der Finanzwesen-Abteilung, MS Dynamics NAV 2009 zur Bewältigung der dort anfallenden Aufgaben kennen gelernt und eingesetzt haben, werden Sie nun mit dem Zuliefermanagement in der Einkaufsabteilung vertraut gemacht.

Zunächst erhalten Sie einen Einblick, wie zwischen der Cronus AG und ihren Lieferanten Produktkataloge ausgetauscht und dadurch Artikel in der Datenbank von MS Dynamics NAV aktualisiert werden. Viel Erfolg!

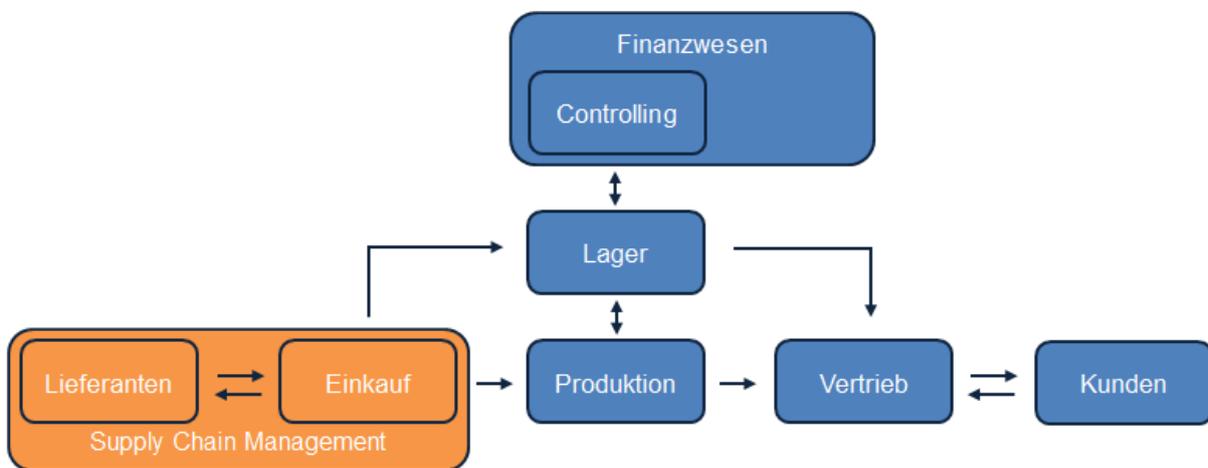


Abb. 77: Abteilung Supply Chain Management

7.1.2 Arbeitsbereich des Zuliefermanagements

Die Cronus AG muss in der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette über leistungsfähige Schnittstellen zu Lieferanten und Abnehmern (Kunden) (Abb. 78) verfügen.

- Das Management der unternehmensübergreifenden Wertschöpfungskette (Supply Chain Management) eröffnet über die Digitalisierung der Schnittstellen hohe Kosten- und Zeiteinsparungspotentiale im Vergleich zu herkömmlichen papier- und personen- gebundenen Geschäftsaktivitäten mit Lieferanten und Abnehmern.
- Aufgaben des Zuliefermanagements sind u. a. die Lieferantenauswahl, die Optimierung der Lieferantenstruktur und die Lieferantenkontrolle.

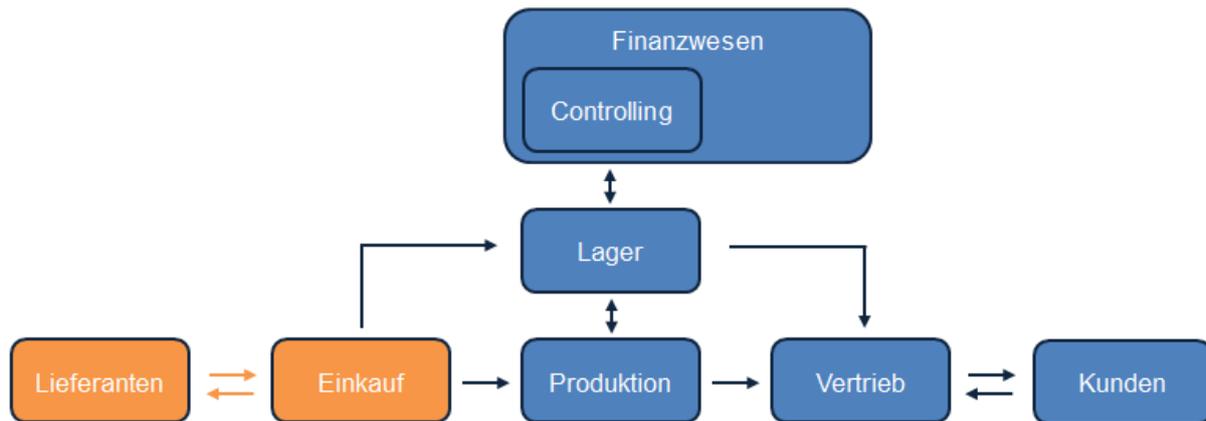


Abb. 78: Schnittstelle zu Lieferanten und Abnehmern

Im Folgenden werden Ihnen einige wichtige Funktionen des Zuliefermanagements vorgestellt.

7.1.3 Elektronischer Datenaustausch

Geschäftsaktivitäten zwischen Unternehmen sind immer mit einem Austausch von Informationen zwischen den Partnern verbunden. Die Informationen bestehen aus Dokumenten und Daten wie z. B. Bestätigungsschreiben, Rechnungen, Angeboten oder Frachtpapieren. Der Austausch kann traditionell per Papier und Post erfolgen oder aber auf elektronischen Weg per sog. "Electronic Data Interchange (EDI)" (Abb. 79).



Abb. 79: Electronic Data Interchange (EDI)

Der elektronische Austausch von Daten stellt im Vergleich zur traditionellen Anbindung an Kunden und Lieferanten die wesentlich kostengünstigere und zeitsparendere Lösung dar. So profitieren Unternehmen beim elektronischen Datenaustausch von einer schnellen und fehlerfreien automatischen Bearbeitung und Übermittlung von Nachrichten.

Mit MS Dynamics NAV 2009 können die Mitarbeiter der Cronus AG den größten Teil der Daten zwischen Lieferanten und Abnehmern elektronisch austauschen. Dies ist durch die Integrationslösung Biz-Talk möglich. Sie unterstützt alle gängigen EDI-Standards von Lieferanten und Kunden der Cronus AG. So lassen sich z. B. Produktkataloge von Lieferanten importieren und verschiedene Dokumente wie z. B. Einkaufsbestellungen versenden.

7.1.4 Auftrag: Aktualisieren eines Produktkataloges

Ein Lieferant der Cronus AG, die Edle Hölzer GmbH, hat sein Artikelangebot erweitert und aktualisiert. Damit die Cronus AG bei der Beschaffung von Materialien aus dem aktuellen Angebot auswählen kann:

- Versenden Sie folgende Artikel der Edle Hölzer GmbH als Produktkatalog an die Cronus AG: Spanplatten schwarz und braun, Thermoholz, Furnier-Sperrholzplatten, Vollholzplatten, Brettschichtholz schwarz.
- Importieren Sie den Produktkatalog der Edle Hölzer GmbH in die Datenbank der Cronus AG.
- Überprüfen Sie anhand eines Artikels, ob die Aktualisierung erfolgt ist.

Viel Erfolg!

7.1.5 Importieren des Produktkataloges I

Unter "Lager & Bewertung" und "Biz-Talk-Produktkataloge" werden Produktkataloge an Debitoren wie die Cronus AG versendet. Der von der Edle Hölzer GmbH (Kreditor) versendete Produktkatalog wird dann in die MS Dynamics NAV Datenbank der Cronus AG importiert. Damit die Cronus AG ihren neuen Produktkatalog von der Edle Hölzer GmbH erhält, werden in "Produktkatalog versenden" die Artikel und der Debitor ausgewählt. Anschließend wird der Katalog versendet. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video.

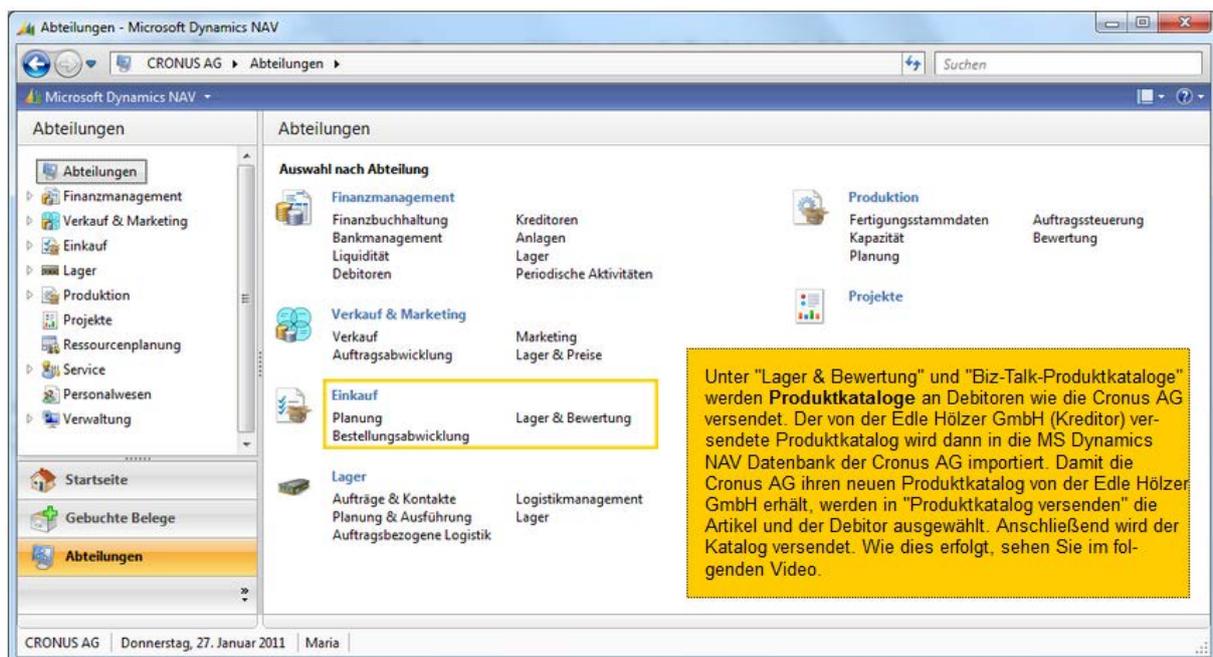


Abb. 80: Importieren des Produktkataloges (Video)

7.2 Übung zu SCM

7.2.1 Übung – Aufgabenstellung

Nachdem Sie nun das Zuliefermanagement kennen gelernt haben, haben Sie gesehen, wie man einen Produktkatalog von der Anbieterseite importiert. Sie können aber auch einen Produktkatalog an unsere Kunden exportieren. Erledigen Sie deshalb bitte eigenständig folgende Aufgaben:

Senden Sie der Lotus AG (Kunde unserer Cronus AG) einen aktuellen Produktkatalog mit folgenden Artikeln:

- Regale der Var. Height,
- Bürostühle der Var. Easy,
- Bürostühle der Var. Splendid,
- Bürosessel der Var. Deluxe.

Benutzen Sie dazu den Artikelfilter. Vergewissern Sie sich anschließend, dass der Katalog an den richtigen Debitor versendet wurde.

7.2.2 Übung I – Erfüllung der Aufgaben

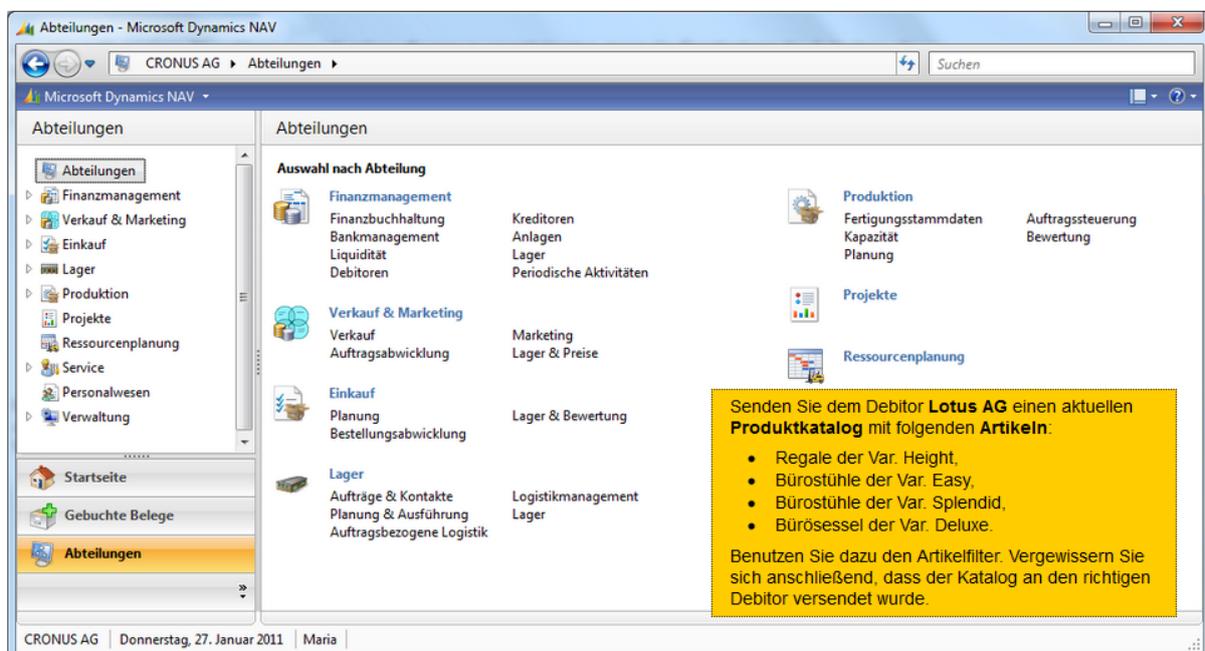


Abb. 81: Erfüllung der Aufgaben (Video)

Senden Sie dem Debitor Lotus AG einen aktuellen Produktkatalog mit folgenden Artikeln:

- Regale der Var. Height,
- Bürostühle der Var. Easy,
- Bürostühle der Var. Splendid,
- Bürosessel der Var. Deluxe.

Benutzen Sie dazu den Artikelfilter. Vergewissern Sie sich anschließend, dass der Katalog an den richtigen Debitor versendet wurde.

7.3 Customer Relationship Management

7.3.1 Einleitung

Sie haben im vorangegangenen Kapitel die Einkaufsabteilung und die Tätigkeiten beim Verkauf von Möbeln an die Kunden der Cronus AG kennen gelernt. Nun werden Sie mit den Vorgängen im Rahmen des Customer Relationship Management vertraut gemacht.

Aufgrund eines personellen Engpasses, möchte ich Sie bitten, die Vertretung von Marc Kugel, einem unserer Key Account Manager, zu übernehmen.

Viel Erfolg!

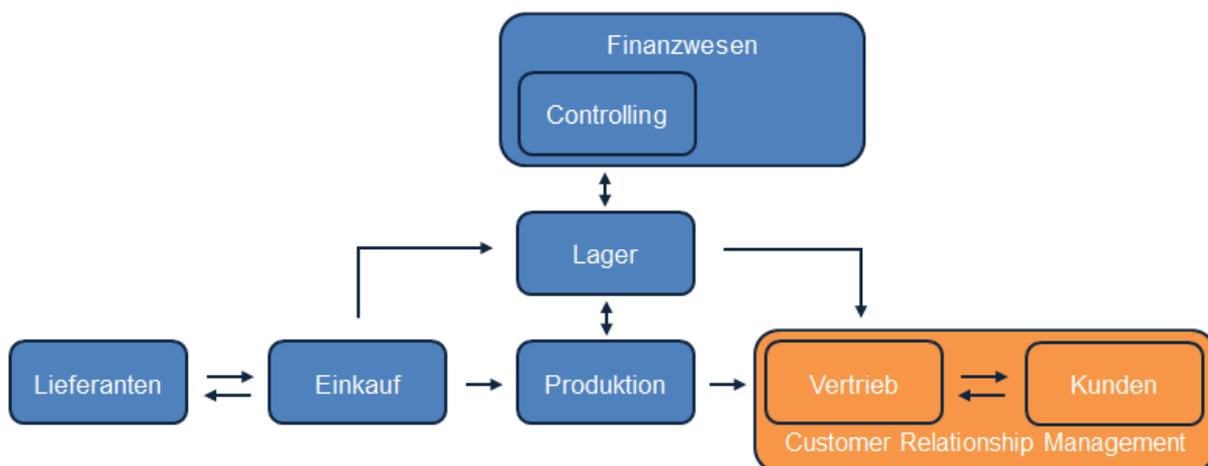


Abb. 82: Abteilung Customer Relationship Management

7.3.2 Die Bestellung der Möbel-Meller KG

Guten Tag, mein Name ist Emanuel Knubbel von der Möbel-Meller KG.

Ich möchte bei Ihnen

- 5 Schreibtische des Modells ATHENS bestellen.

Ich würde aber gerne noch einmal über den Preis verhandeln. Können Sie mir aufgrund unserer guten Geschäftsbeziehung und der Bestellmenge einen Rabatt einräumen?

Auf diesen Fall sind Sie nicht vorbereitet und Sie bieten dem Einkäufer der Möbel-Meller KG an, Ihren Vorgesetzten zu konsultieren und ihn dann schnellstmöglich zurückzurufen.

7.3.3 Die Rabattentscheidung

Die Cronus AG hat hunderte Kunden in verschiedenen Ländern. Um alle Kundenbeziehungen effizient zu planen, zu steuern und alle Auftragsvolumina zu kennen, setzt die Cronus AG ein Customer-Relationship-Management-System (CRM) (Abb. 83) ein. Nach dem Telefonat mit dem Kunden sprechen Sie mit Maria Murnel, der Leiterin der Vertriebsabteilung. Nach einem kurzen Blick in Ihren PC bestätigte Ihnen, dass die Möbel-Meller KG ein sehr guter Kunde ist und daher den Schreibtisch zu einem vergünstigten Preis beziehen kann.

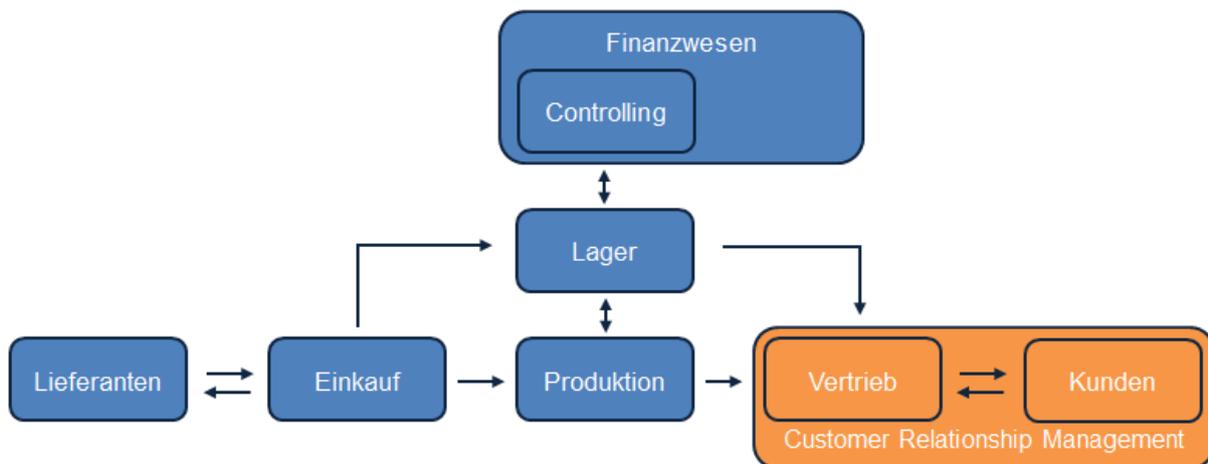


Abb. 83: CRM-System

Im Folgenden wird erläutert, was es mit dem Begriff Customer Relationship Management (CRM) auf sich hat und wie die Cronus AG ein CRM-System nutzt.

7.3.4 Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) bedeutet Kundenbeziehungsmanagement und ist Bestandteil einer kundenorientierten Unternehmensstrategie.

- Unter dem Begriff CRM werden alle Aktivitäten eines Unternehmens zusammengefasst, deren Ziel es ist, die Kundenbeziehung zu verbessern und zu pflegen. Dabei wird der Kunde in den Mittelpunkt des Unternehmens gestellt (Abb. 84).

- Nicht nur der einzelne Verkauf eines Produkts wird betrachtet, sondern während des gesamten Kundenlebenszyklus werden alle Aktivitäten des Unternehmens auf die Wünsche der Kunden ausgerichtet (Abb. 85).

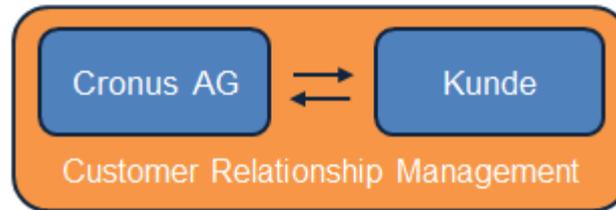


Abb. 84: CRM – Kunde im Mittelpunkt

Das Leistungsangebot wird auf die Kundenwünsche abgestimmt und die Kunden sollen die Möglichkeit haben, auf verschiedenen Wegen mit dem Unternehmen kommunizieren zu können. Dabei sollen die Kunden das Unternehmen als eine Einheit wahrnehmen, in der alle Abteilungen die Kundendaten kennen und individuell auf die Bedürfnisse eingehen.



Abb. 85: Kundenlebenszyklus

Der Kundenlebenszyklus stellt den zeitlichen Verlauf der gesamten Geschäftsbeziehung zwischen einem Unternehmen und einem Kunden dar. Er beginnt mit dem ersten Kundenkontakt (z. B. Werbemaßnahmen) und umfasst darauf folgend die Beratung des Kunden, den Verkauf eines Produktes, das Anbieten von Serviceleistungen und Bearbeiten von Reklamationen, bis hin zu Folgeaufträgen bei zufriedenen Kunden.

7.3.5 Ziele des Customer Relationship Management

- **Kundenorientierung:** Kundenorientierung ist die regelmäßige, systematische Erfassung und Analyse der Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden sowie deren Umsetzung in Produkte oder Dienstleistungen. Ziel der Kundenorientierung ist es, langfristig stabile Beziehungen zu Kunden aufzubauen und Wettbewerbsvorteile gegenüber den Wettbewerbern zu erlangen.
- **Kostensenkung:** Der gemeinsame Zugriff auf die Kundendaten und die abteilungsübergreifende Bearbeitung von Geschäftsprozessen sorgen für eine schnellere und effizientere Bearbeitung von kundennahen Prozessen. Beispielsweise können die Kosten für die Bearbeitung von Bestellungen, Serviceanfragen der Kunden oder Reklamationen reduziert werden.
- **Kundenbindung:** Langfristige Beziehungen zu Kunden aufzubauen ist für Unternehmen überaus wichtig. Denn die Neukundengewinnung ist um ein Vielfaches teurer, als bestehende Kunden durch Anreize zu binden. Durch Rabatte, Kundenkarten, Prämien oder Geschenke werden Anreize für eine langfristige Geschäftsbeziehung geboten.

7.3.6 CRM-Systeme

Oftmals werden in den kundennahen Unternehmensbereichen Marketing, Vertrieb oder Kundenservice isolierte IT-Systeme (Abb. 86), wie beispielsweise Help-Desk-, Call-Center- oder Analyse-Systeme, eingesetzt. Solche so genannten "Inselssysteme" bieten keine einheitliche Sicht auf die im Unternehmen vorhandenen Kundendaten. Dies führt zu mehrfacher Speicherung der gleichen Daten und zu unvollständigen Informationen über den Kunden in den einzelnen Abteilungen.

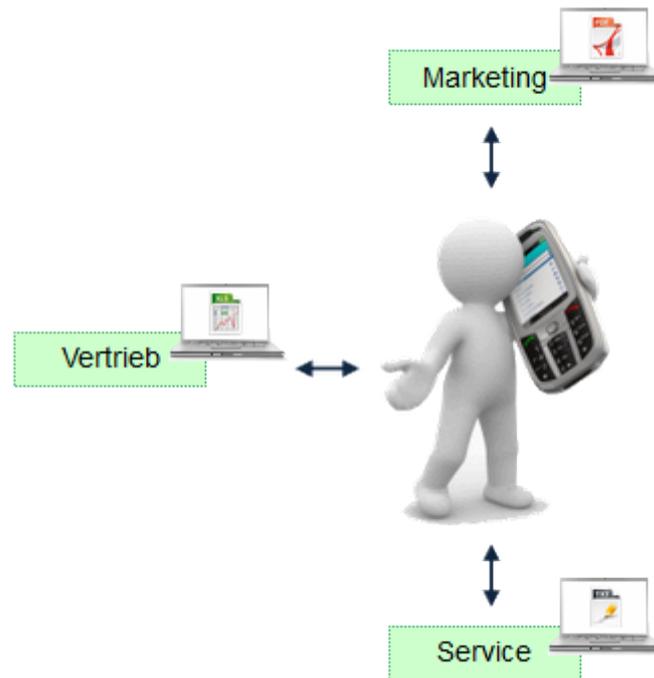


Abb. 86: IT-Systeme

Neben einem fehlenden zentralen Datenbestand ist durch die Trennung der Systeme keine abteilungsübergreifende Bearbeitung von Kundenprozessen möglich.

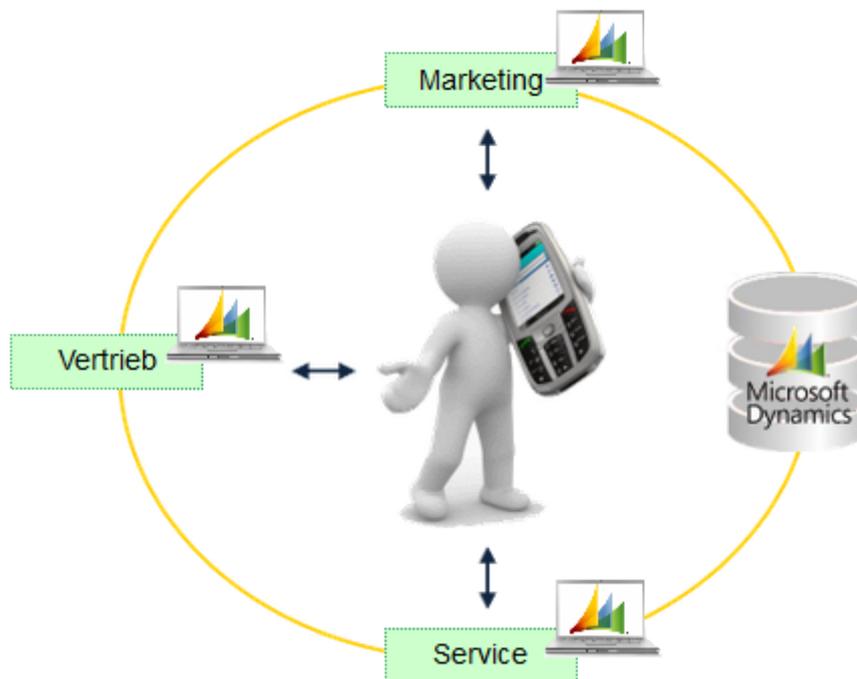


Abb. 87: CRM-Systeme

- Customer-Relationship-Management-Systeme sind integrierte Informationssysteme, die alle Daten über Kunden und deren Transaktionen in einer zentralen Datenbank speichern und den kundennahen Abteilungen im Unternehmen zur Verfügung stellen.
- Die zentrale Ablage der Kundendaten, wie z. B. Adress- oder Zahlungsdaten sowie vergangene Transaktionen, ist dabei die Grundlage dafür, dass alle Abteilungen des Unternehmens auf den selben Datenbestand zugreifen können und den Kunden so individuell und zielgerichtet betreuen können.

Des Weiteren kann die Bearbeitung von Kundenprozessen (z. B. die Kundenansprache oder Werbeaktionen) weitestgehend automatisiert werden und über mehrere Abteilungen hinweg erfolgen.

7.3.7 Die Komponenten des CRM

Was CRM bedeutet und wie IT-Systeme die Gestaltung der Kundenbeziehungen im Unternehmen unterstützen können, wissen Sie nun. Kommen wir also jetzt wieder auf die Bestellung der Möbel-Meller KG zurück. Anhand der Bearbeitung der Rabattanfrage sollen Ihnen die Komponenten des Customer-Relationship-Managements dargestellt werden (Abb. 88).

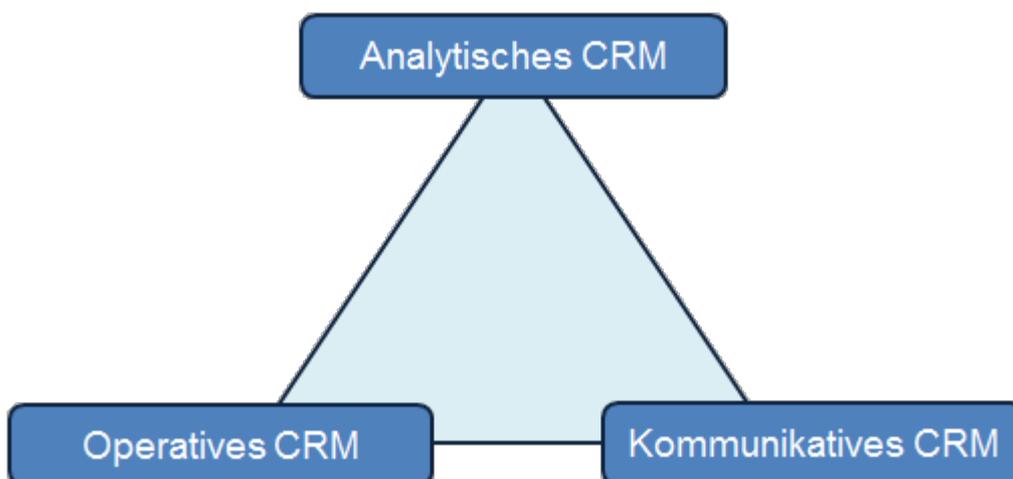


Abb. 88: Triangel des CRM

- Im Mittelpunkt des analytischen CRM steht die Zusammenführung und Auswertung der im Unternehmen bestehenden kundenbezogenen Daten.
- Das operative CRM unterstützt die Umsetzung der strategischen Entscheidungen eines Unternehmens, wie beispielsweise Marktsegmentierung, Produktprogramm oder Preis- und Absatzkanäle.
- Das kommunikative CRM stellt die direkte Schnittstelle zum Kunden dar. Mit dem kommunikativen CRM werden unterschiedliche Kommunikationskanäle für den Kun-

denkontakt bereitgestellt, wie z. B. das Call-Center, E-Commerce, Messaging sowie die klassischen Direktmarketing-Instrumente.

7.4 Die Umsetzung des CRM in der Cronus AG

7.4.1 Das analytische CRM

Grundlage aller Maßnahmen beim Kundenkontakt (z.B. die Gewährung von Rabatten) sind die Kundendaten. Um zielgerichtet und individuell auf die Wünsche des Kunden eingehen zu können, müssen zum einen dessen Stammdaten (beispielsweise Ansprechpartner oder Kundenadresse) vorliegen, zum anderen bieten Daten über die vergangenen Transaktionen der Kunden wertvolle Erkenntnisse über deren Kaufverhalten und Wünsche (Abb. 89).



Abb. 89: Kundendaten

Im Mittelpunkt des analytischen CRM steht die Zusammenführung und Auswertung der im Unternehmen bestehenden kundenbezogenen Daten. Dazu stellt ein CRM-System eine zentrale Datenbank zur Verfügung (Abb. 90), in der alle Kundendaten (z. B. die Stammdaten und die Transaktionen der Kunden) erfasst werden.

Meist wird ein ERP-System in Verbindung mit einem CRM-Modul eingesetzt (z. B. MS Dynamics NAV in der Cronus AG). Vorteil dieser Integration ist, dass die für das CRM relevanten Daten bereits in einer zentralen Datenbank im Unternehmen bereitstehen.



Abb.90: Datenbank mit einem CRM-Modul

7.4.2 Die ABC-Analyse

Eine Anwendung des analytischen CRM ist die ABC-Analyse (Abb. 91). Hierbei handelt es sich um ein entscheidungsunterstützendes Instrument zur Priorisierung von Entscheidungsobjekten, wie Kunden oder Materialien. Mit Hilfe der ABC-Analyse kann die Cronus AG ihre Kunden in verschiedene Gruppen oder Klassen einteilen und dadurch individueller auf die Kundenwünsche eingehen.

Das Vorgehen bei der ABC-Analyse beginnt mit der Datenbeschaffung. Im Fall der Cronus AG handelt es sich um die Umsätze, nach denen die Kunden in die Klassen eingeteilt werden sollen. Dazu werden die Kunden nach den mit unserem Unternehmen getätigten Umsätzen in absteigender Reihenfolge sortiert.

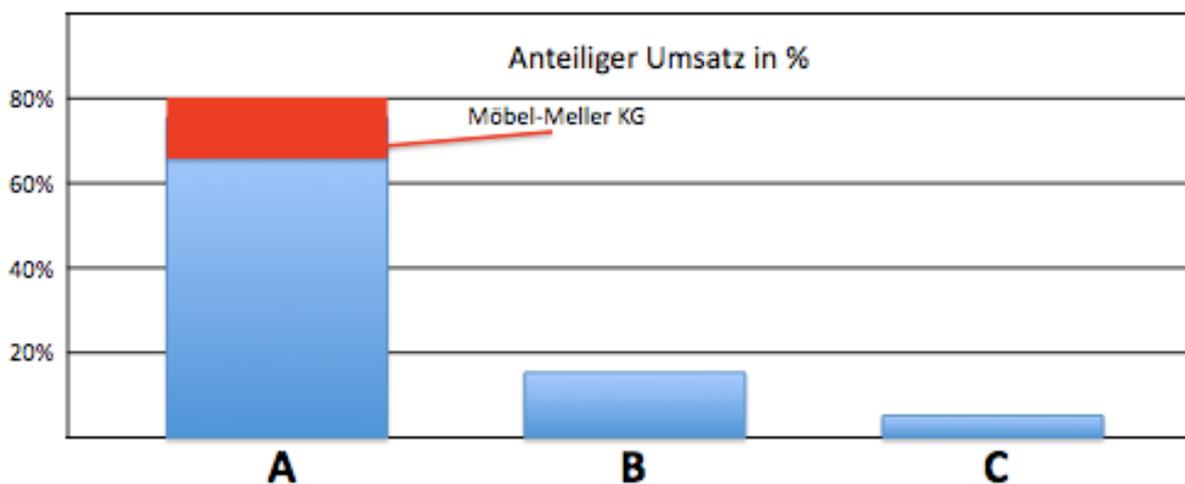


Abb. 91: ABC-Analyse Diagramm

Typischerweise erfolgt die Einteilung der Kunden nach einer Pareto-Verteilung (80/20- Regel). Die ersten Kunden, die zusammen die ersten 80 % des Gesamtumsatzes ausmachen, sind die A-Kunden. Die B-Kunden tragen zusammen zu den nächsten 15 % des Gesamtumsatzes bei. Die C-Kunden machen die restlichen 5 % des Gesamtumsatzes der Cronus AG aus.

7.4.3 Die Kundeninformationen in MS Dynamics NAV 2009

Zur Ermittlung des Umsatzes der Kunden der Cronus AG, stellt MS Dynamics NAV 2009 vorgefertigte Berichte zur Verfügung. Wie Sie den Umsatz der Möbel-Meller KG ermitteln, sehen Sie im folgenden Video (Abb. 92).

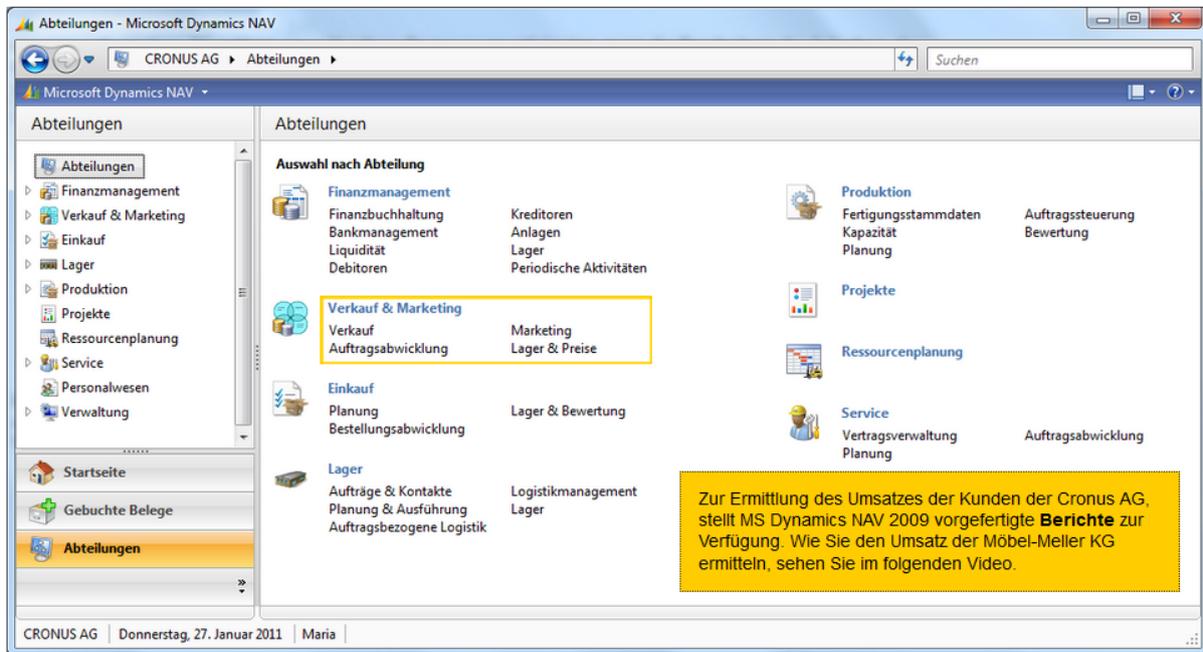


Abb. 92: Die Kundeninformationen in MS Dynamics NAV 2009 (Video)

7.4.4 Das operative CRM

Das operative CRM dient der Unterstützung des Kundenkontaktes, d.h. aller Tätigkeiten die im direkten Zusammenhang mit dem Kunden stehen. Hier geht es darum, alle kundengerichteten Geschäftsprozesse in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Service, etc. effektiver zu gestalten und zu automatisieren.

- Die im analytischen CRM gespeicherten Daten und die daraus gewonnenen Analyseergebnisse werden im operativen CRM genutzt, um die Pflege der Kundenkontakte zu unterstützen.
- Das operative CRM unterstützt die Umsetzung der strategischen Entscheidungen eines Unternehmens, wie beispielsweise Marktsegmentierung, Produktprogramm oder Preis- und Absatzkanäle.
- CRM-Systeme stellen den Mitarbeitern in den Front-Office-Bereichen dazu Anwendungen zur Verfügung, mit denen bestimmte Aktionen, wie Kampagnen oder Rabattaktionen, geplant, gesteuert und überwacht werden können.

Bei der Interaktion mit den Kunden des Unternehmens kann durch ein CRM-System beispielsweise eine automatisierte Auswahl der richtigen Verkaufskonditionen für bestimmte Kundengruppen erfolgen.

7.4.5 Auftrag: Anlegen eines Rabattes

Die Cronus AG möchte den Preisnachlass auf die Schreibtische ATHENS auch anderen guten Kunden gewähren. Wir werden also nicht nur für die Möbel-Meller KG den Preis auf 600,00 € verringern, sondern für alle Kunden der Debitorenpreisgruppe "A" ab einer Bestellmenge von 5 Schreibtischen.

- selektieren Sie die Debitorenpreisgruppe "A" und verändern Sie die neuen Vorgaben,
- legen Sie die Bestellung der Möbel-Meller KG an,
- überprüfen Sie, ob der richtige Preis für den Schreibtisch vom System übernommen wurde,
- überprüfen Sie ob Müller-Meller KG als Kunde der Debitorengruppe "A" zugerechnet wird.

Viel Erfolg!

7.4.6 Anlegen eines Rabattes

MS Dynamics NAV 2009 ermöglicht den Mitarbeitern der Cronus AG, ihren Kunden Rabatte zu unterbreiten. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video (Abb. 93).

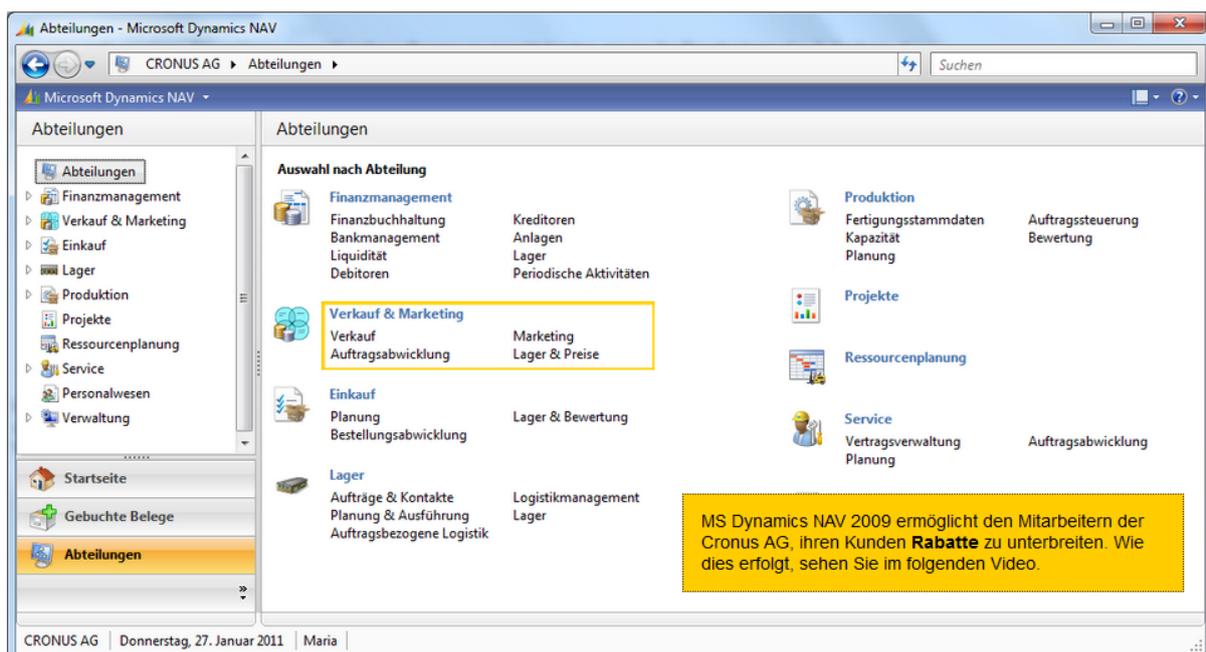


Abb. 93: Anlegen eines Rabattes (Video)

7.4.7 Auftrag: Anlegen einer Marketing-Kampagne

Die Cronus AG hat beschlossen, eine Marketing-Kampagne für die Bürostühle MEXICO operativ im System anzulegen. Hierzu müssen alle Daten zu den gewährten Rabatten und zu den qualifizierten Kunden der Kampagne erfasst werden.

Viel Erfolg!

7.4.8 Die Marketing-Kampagne der Cronus AG

Um alle relevanten Bedingungen festzuhalten, wird operativ im System der Cronus AG eine Marketing-Kampagne angelegt. Hierzu werden alle Daten zu den Rabatten und den angesprochenen Kunden erfasst. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video (Abb. 94).

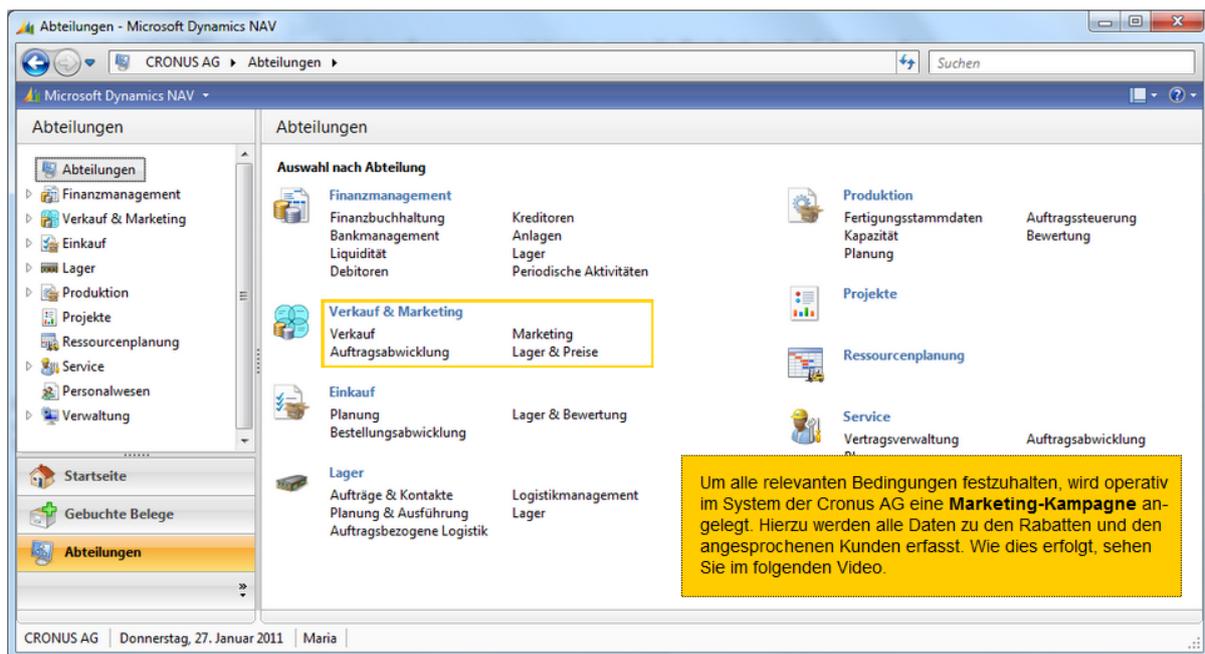


Abb. 94: Anlegen einer Marketing-Kampagne der Cronus AG (Video)

7.4.9 Das kommunikative CRM

Die kundennahen Abteilungen der Cronus AG stehen über verschiedene Kommunikationsmittel (Abb. 95) und Kundenbindungssysteme in direktem Kontakt mit den Kunden.

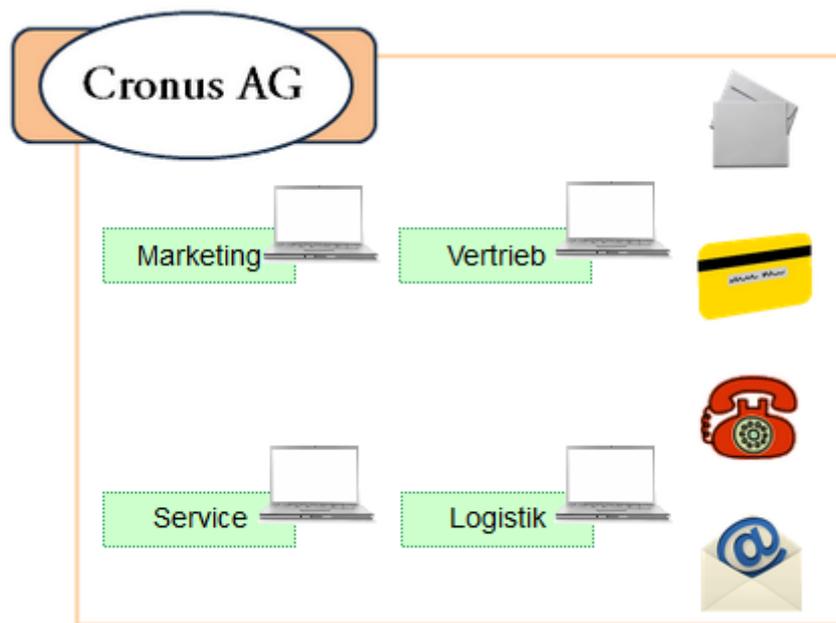


Abb. 95: Kommunikationsmittel mit Kunden

Den Kunden werden z. B. Produkte in einem Werbeprospekt angeboten, Vorteile über CustomerCards angeboten, Bestellungen oder Beratungen werden telefonisch durchgeführt oder Reklamationen über Support-Mails über das Internet abgewickelt. CRM-Systeme unterstützen und koordinieren die Nutzung der verschiedenen Kommunikationskanäle.

- CRM-Systeme bieten Anwendungen an, mit deren Hilfe sich die Kommunikation mit den Kunden planen und koordinieren lässt. Die Integration von E-Mail und Telefonie ermöglicht es den Mitarbeitern, direkt aus dem System mit den Kunden in Kontakt zu treten.
- Die Kundenansprache über verschiedene Kommunikationskanäle (z. B. Telefon, E-Mail, Internet, Mailings, TV oder Radio) kann durch CRM-Systeme individuell auf den Kunden abgestimmt werden.
- Des Weiteren können die Termine der Kundenberater verwaltet werden und die Ergebnisse von Kundenberatungen zentral erfasst werden.

7.4.10 Auftrag: Informieren der Kunden

Nachdem Sie nun die Marketing-Kampagne angelegt und zuvor mit Hilfe der vorliegenden Daten die für den Rabatt qualifizierten Kunden ermittelt haben, müssen die Kunden jetzt über das Angebot informiert werden.

Viel Erfolg!

7.4.11 Kundenansprache mit MS Dynamics NAV 2009

Als Maßnahme des kommunikativen CRM, muss nun eine passende Kundenansprache zu der Marketing-Kampagne in MS Dynamics NAV 2009 durchgeführt werden. Wie dies erfolgt, sehen Sie im folgenden Video (Abb. 96).

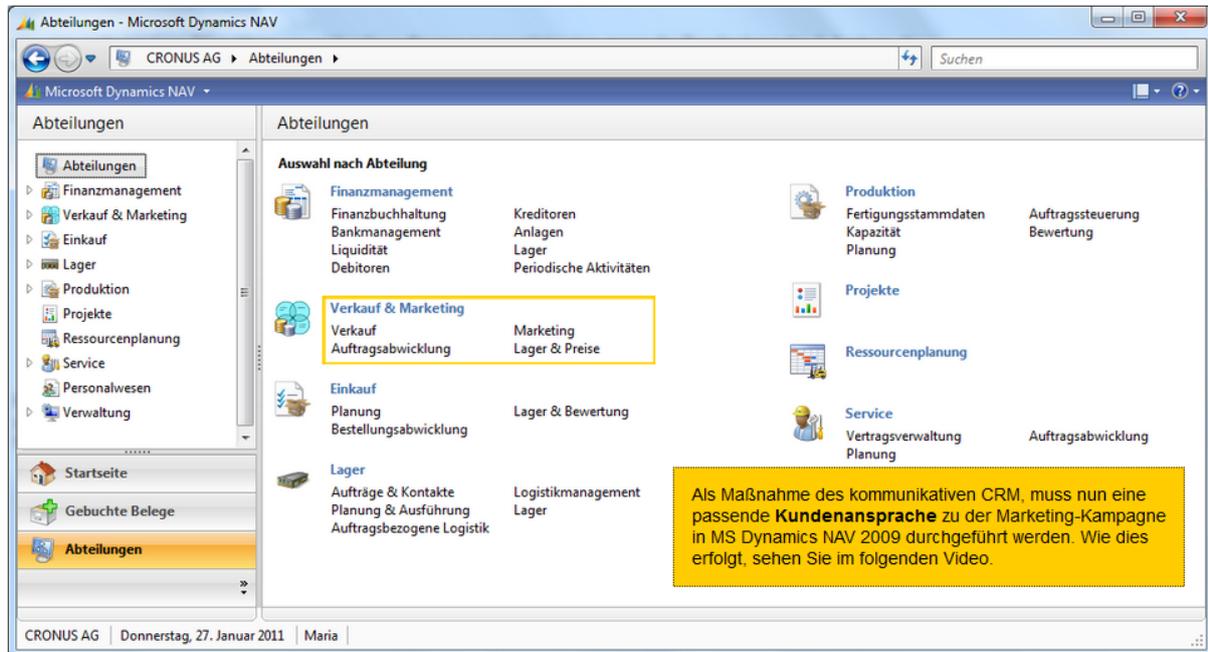


Abb. 96: Kundenansprache (Video)

7.4.12 Überblick: Was haben Sie gemacht?

Hier noch einmal eine Zusammenfassung der betriebswirtschaftlichen Arbeitsschritte, die Sie bewältigt haben:

- Sie haben den Produktkatalog eines Lieferanten importiert.
- Sie haben die Produkte des Lieferanten in der Datenbank der Cronus AG aktualisiert.
- Sie haben die Bedeutung des elektronischen Datenaustausches erkannt.
- Sie haben einen Rabatt im System angelegt.
- Sie haben eine Marketing-Kampagne unterstützt.

7.5 Abschlusstest

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Elektronischer Datenaustausch II		
	Der Austausch von Daten kann entweder auf traditionellem Weg über Post und auf Papier oder aber über den elektronischen Weg erfolgen.		
	Unternehmen profitieren beim elektronischen Datenaustausch von einer schnellen und fehlerfreien automatischen Bearbeitung und Übermittlung von Nachrichten.		
	Unterschiedliche ERP-Systeme können ohne Schnittstellen miteinander kommunizieren.		
	Die Integrationslösung Biz-Talk unterstützt alle gängigen EDI-Standards von Lieferanten und Kunden der Cronus AG.		
2	Allgemeines I		
	Das Supply Chain Management beschreibt das Schnittstellenproblem zwischen Unternehmen und Kunden.		
	Es können nur ganze Produktkataloge (alle in der Datenbank vorhandenen Artikel) versendet werden.		
	Die abgegebenen Angebote eines Kreditors bei einer Nachfrageauktion werden ohne zusätzliche Kosten und Zeitverluste übermittelt.		
3	Ziele des CRM sind:		
	Kostensenkung		
	Datenspeicherung		
	Kundenbindung		
	Kundenorientierung		
4	Elektronischer Datenaustausch I		
	EDI (Electronic Data Interchange) ist ein weltweit einheitliches Kommunikationsprotokoll, das alle ERP-Systeme verarbeiten können.		
	Daten sind z. B. Bestätigungsschreiben, Rechnungen, Angebote und Frachtpapiere.		
	Der elektronische Austausch von Daten stellt eine sehr kostengünstige und zeitsparende Lösung dar.		
	Mit MS Dynamics NAV 2009 können die Mitarbeiter der Cronus AG den größten Teil der Daten mit Lieferanten und Kunden austauschen.		

5	Allgemeines II		
	Mit MS Dynamics NAV können Produktkataloge importiert und exportiert werden, die Datenbank des Zielsystems muss allerdings manuell aktualisiert werden.		
	Durch eine optimierte Wertschöpfungskette lassen sich hohe Kosten- und Zeiteinsparungspotenziale realisieren.		
6	Die Komponenten des CRM sind:		
	analytisches CRM		
	strategisches CRM		
	operatives CRM		
7	Dem operativen CRM werden die folgenden Aktionen zugeordnet:		
	Marketing-Kampagnen		
	Rabattaktionen		
	Datenanalyse		
	Versand von Werbe-E-Mails		
8	Beim CRM handelt es sich um Rabattaktionen.		
	Richtig		
	Falsch		
9	Customer Relationship Management ist Teil einer kundenorientierten Unternehmensstrategie.		
	Richtig		
	Falsch		
10	CRM stellt lediglich den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen dar.		
	Richtig		
	Falsch		
11	Die Kundenbindung ist ca. fünf Mal teurer als die Neukundengewinnung.		
	Richtig		
	Falsch		
12	Im Unternehmen nutzen sowohl die Marketing-Abteilung als auch der Vertrieb und der Kundenservice das CRM-System.		
	Richtig		
	Falsch		

13	CRM-Systeme ermöglichen es den Abteilungen, selbstständig und isoliert zu arbeiten.		
	Richtig		
	Falsch		
14	Das analytische CRM dient der Speicherung und Auswertung der kundenbezogenen Daten.		
	Richtig		
	Falsch		
15	Die Daten für das analytische CRM werden meist aus dem ERP-System des Unternehmens bezogen.		
	Richtig		
	Falsch		
16	Das operative CRM unterstützt die Durchführung von Maßnahmen im Kundenkontakt.		
	Richtig		
	Falsch		
	Das kommunikative CRM stellt den kundennahen Bereichen im Unternehmen verschiedene Kommunikationsmittel und Kundenbindungssysteme bereit.		
	Richtig		
	Falsch		

Tab. 6: Übungsfragen WBT 6 – SCM und CRM

8 Vertrieb und Einkauf: Unterstützungsfunktionen

8.1 Intro

8.1.1 Willkommen zurück

Der Auftragsabwicklungsprozess zum Auftrag Nr. '1041' der Singstar AG ist abgeschlossen. Im Zuge dieses Auftragswicklungsprozesses haben Sie bereits die wesentlichen, an dem Prozess beteiligten Abteilungen der Cronus AG kennengelernt.

Wie Mrs. Moneypenny vergangene Woche bereits angedeutet hat, wechseln Sie nun noch einmal in die Abteilung Vertrieb, um Lisa Kugel bei weiteren anfallenden Aufgaben zu unterstützen. Anschließend wartet Madame Boulé im Einkauf noch mit weiteren spannenden Aufgaben auf Sie.

Weiterhin viel Spaß!

8.2 Abteilung Vertrieb – Unterstützungsfunktionen

8.2.1 Die Abteilung Vertrieb: weitere Aufgaben

Hallo! Schön, dass Sie wieder hier sind. Den Auftragsabwicklungsprozess innerhalb der Cronus AG haben Sie nun bereits kennengelernt und von Anfang bis Ende begleitet.

Neben den standardmäßig im Rahmen der Auftragsabwicklung anfallenden Aufgaben gibt es allerdings noch weitere mögliche Aufgaben, die von den Mitarbeitern der Cronus AG ggf. erledigt werden müssen. Dazu gehört z. B. die Abwicklung einer Verkaufsreklamation oder die Administration der sogenannten Preisberechnungsfunktionen in MS Dynamics NAV.

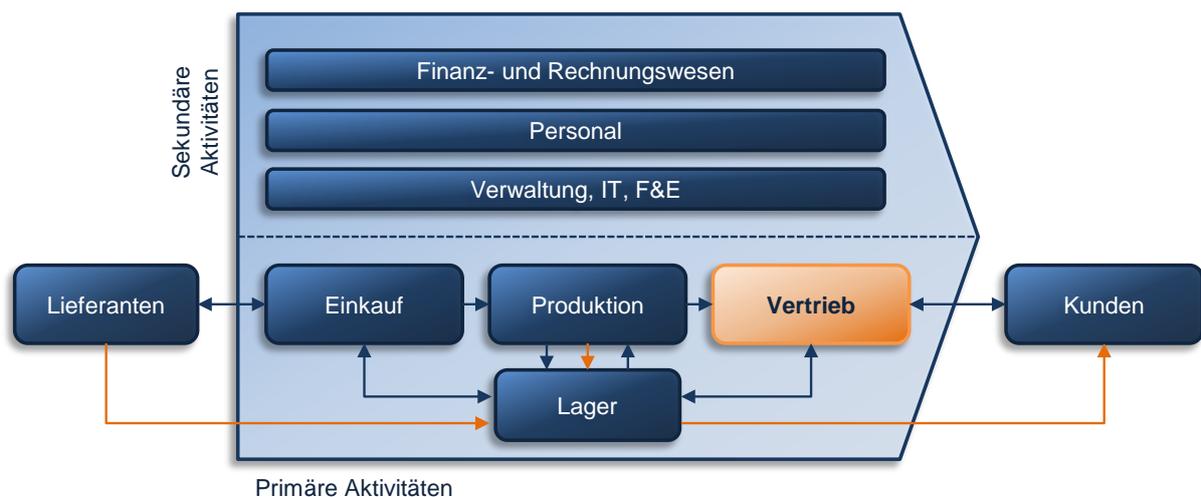


Abb. 97: Abteilung „Vertrieb“

... derartige Aufgaben werden innerhalb der Cronus AG als "Unterstützungsfunktionen" bezeichnet, die sich in allen Abteilungen des Unternehmens finden lassen. In den folgenden Ta-

gen werden wir uns die Unterstützungsfunktionen der Abteilung Vertrieb einmal genauer ansehen.

8.2.2 Zur Erinnerung: Die Kernaufgaben des Vertriebs im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben des Vertriebs doch einmal etwas genauer an.

- **Bearbeitung von Aufträgen:** Der Vertrieb ist Ansprechpartner für die Kunden, dementsprechend werden alle Aufträge hier entgegengenommen und vom Auftragseingang bis zur Auslieferung der Ware an den Kunden von einem unserer Mitarbeiter betreut. Für die Auftragsbearbeitung stehen in MS Dynamics NAV eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung, die ich Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen werde.
- **Bearbeitung von Verkaufsreklamationen und -gutschriften:** Ist ein Kunde mit einer Lieferung der Cronus AG nicht zufrieden oder ergeben sich gar Mängel wie Transportschäden oder ähnliches, ist es Aufgabe des Vertriebs, den Kunden zufriedenzustellen. Auch hierbei werden die Mitarbeiter durch MS Dynamics NAV unterstützt.
- **Aktualisierung und Pflege von Debitoren- und Artikelstammdaten:** Geht die Cronus AG Geschäftsbeziehungen mit einem neuen Debitor ein oder werden Änderungen an den Daten von Debitoren oder Artikeln erforderlich, ist es Aufgabe der Vertriebsmitarbeiter, neue Stammdaten anzulegen bzw. bestehende Stammdaten zu aktualisieren.

8.2.3 Auftragsabwicklung: Erstellung einer Verkaufsreklamation

Ein Anruf geht ein: „Hallo Frau Kugel, Michael Bubblee von der Singstar AG am Apparat!

Frau Kugel, es gibt ein Problem mit der letzten Lieferung der Cronus AG mit der Auftragsnummer '1045'. Unsere Lagermitarbeiter haben Transportschäden an der gelieferten Ware festgestellt, und zwar betrifft das 3 Stück des Artikels Nr. "2032-S Promi-Sitzecke, beige" und 1 Stück des Artikels Nr. "2024-S Promi-Sofa, rot". Wir würden die beschädigte Ware gerne zurücksenden und eine Ersatzlieferung für die zurückgesendeten Artikel erhalten, wäre das möglich?“

In einem solchen Fall wird dem Kunden idealerweise eine Verkaufsreklamation angeboten. Die beschädigte Ware wird zurückgenommen und direkt aus der Verkaufsreklamation heraus ein neuer Auftrag für die Ersatzlieferung erzeugt.

Die Verkaufsreklamation muss folgende Artikel enthalten:

- 3 Stück "Promi-Sitzecke, beige" und
- 1 Stück "Promi-Sofa, rot".

Die Singstar AG wird uns also die 4 Artikel zurücksenden und möchte eine Ersatzlieferung erhalten. Um diesen Vorgang auch in MS Dynamics NAV abzubilden, legen wir eine neue Verkaufsreklamation an.

Das Vorgehen zum Erstellen einer Verkaufsreklamation zeigt die Video-Animation.

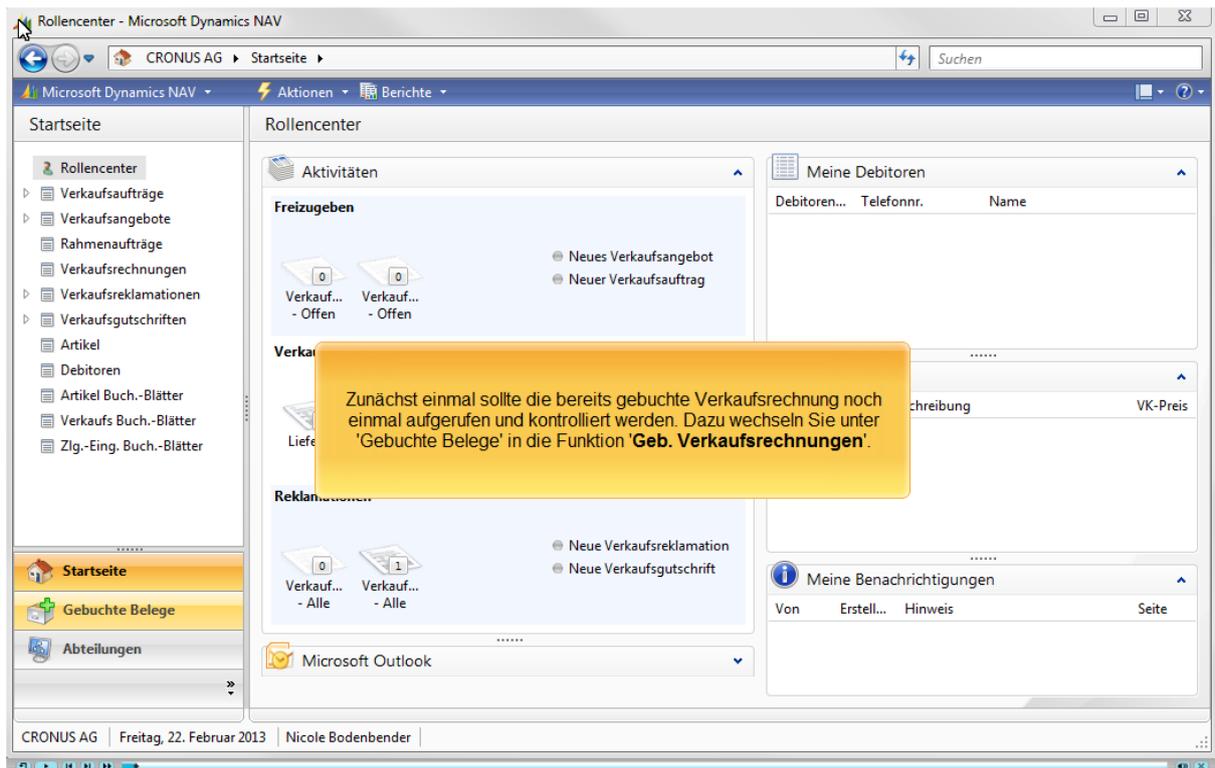


Abb. 98: Erstellung einer Verkaufsreklamation (Video)

8.2.4 Preisberechnungsfunktionen: Überblick

Die vertriebsseitig für die Cronus AG wesentlichen Funktionen zur Auftragsabwicklung haben Sie nun kennengelernt.

Nun möchte ich Ihnen noch die verschiedenen Preisberechnungsfunktionen vorstellen, die in MS Dynamics NAV zur Verfügung stehen. Diese werden genutzt, um den Kunden besondere Preiskonditionen anbieten zu können.

Folgende Preisberechnungsfunktionen für Artikel und Debitoren stehen zur Verfügung:

- Verkaufspreise,
- Zeilenrabatte und
- Rechnungsrabatte.

Verkaufspreise und Zeilenrabatte werden auf Ebene des Artikels oder des Debtors angelegt, Rechnungsrabatte hingegen können lediglich auf Ebene des Debtors angelegt werden.

8.2.5 Preisberechnungsfunktionen: Verkaufspreise

Verkaufspreise sind absolute Rabatte ab einer bestimmten Verkaufsmenge und für einen bestimmten Debitor.

Beispiel:

Ab einer Verkaufsmenge von 10 Stück reduziert sich für den Debitor mit der Nummer D00140 (Singstar AG) der Verkaufspreis des Artikels Nr. 2024-S auf 1.600,00 €

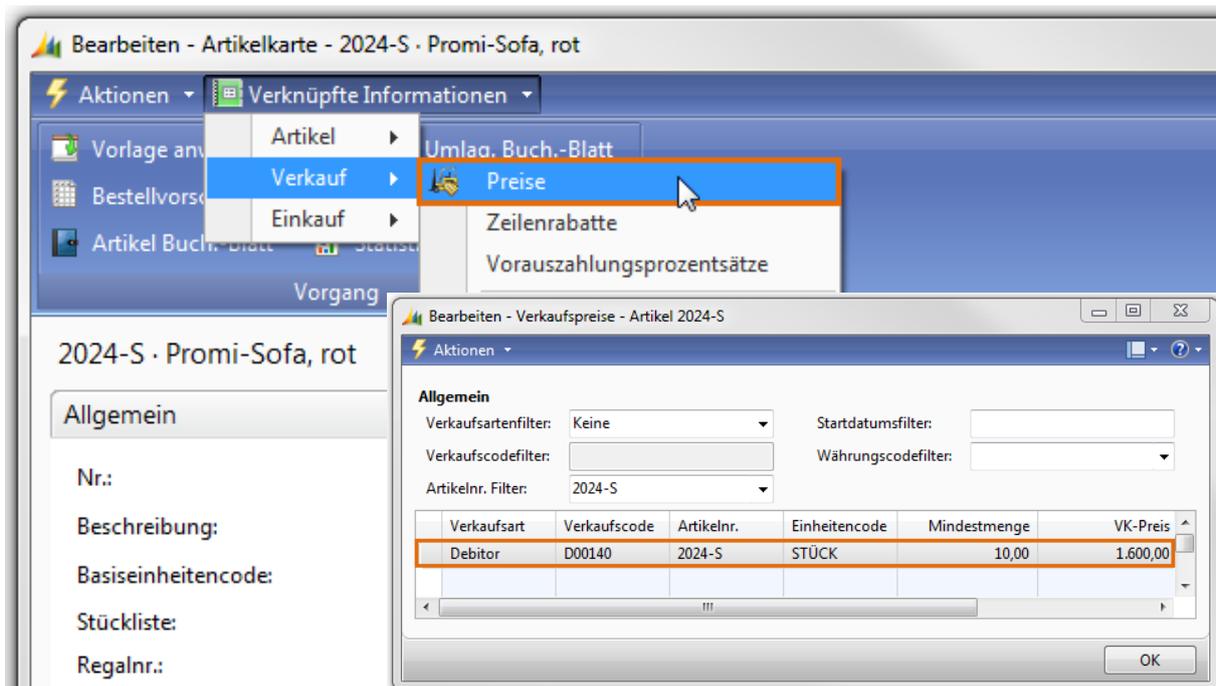


Abb. 99: Preisberechnungsfunktion: Verkaufspreise

8.2.6 Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte

Zeilenrabatte sind prozentuale Rabatte ab einer bestimmten Verkaufsmenge und für einen bestimmten Debitor.

Beispiel:

Ab einer Verkaufsmenge von 10 Stück reduziert sich für den Debitor mit der Nummer D00140 (Singstar AG) der Verkaufspreis des Artikels Nr. 2024-S um 10%.

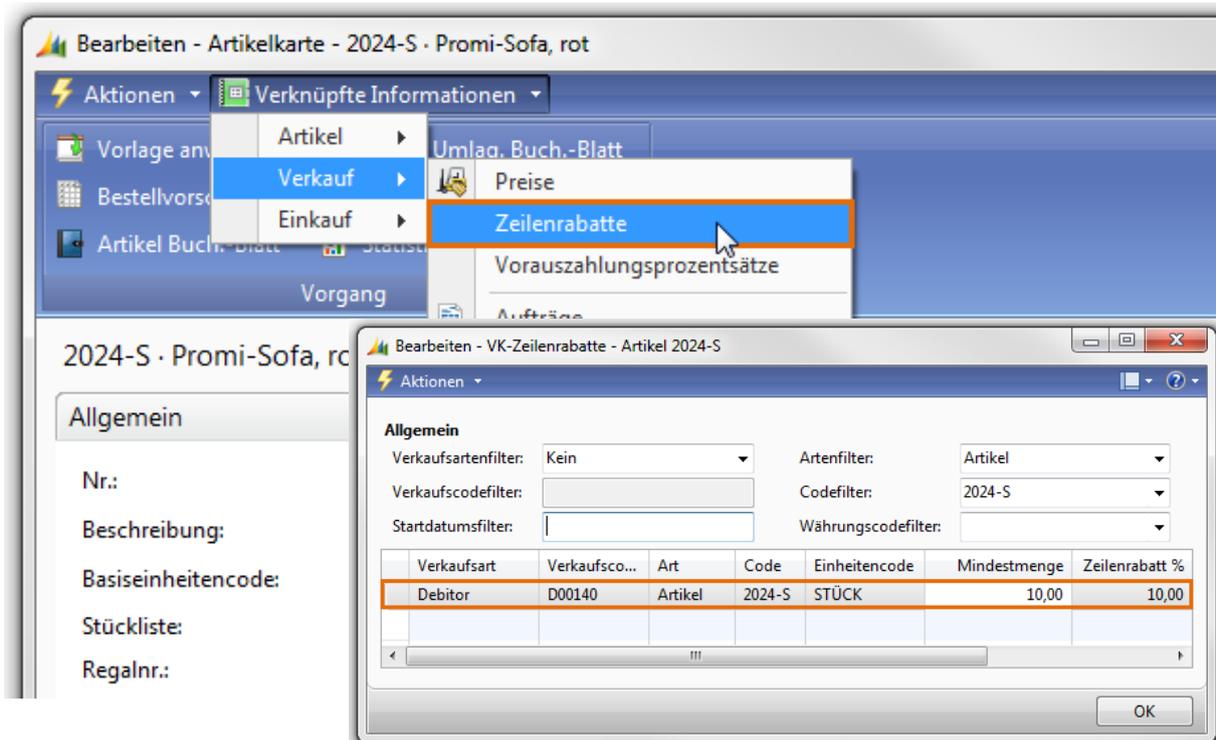


Abb. 100: Preisberechnungsfunktion: Zeilenrabatte

8.2.7 Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte

Rechnungsrabatte werden für einen bestimmten Debitor angelegt und greifen, sobald der Verkaufsauftrag eine bestimmte Summe übersteigt.

Beispiel:

Ab einer Rechnungssumme von 18.000,00 € wird dem Debitor mit der Nummer D00140 (Singstar AG) ein Rabatt von 10% gewährt.

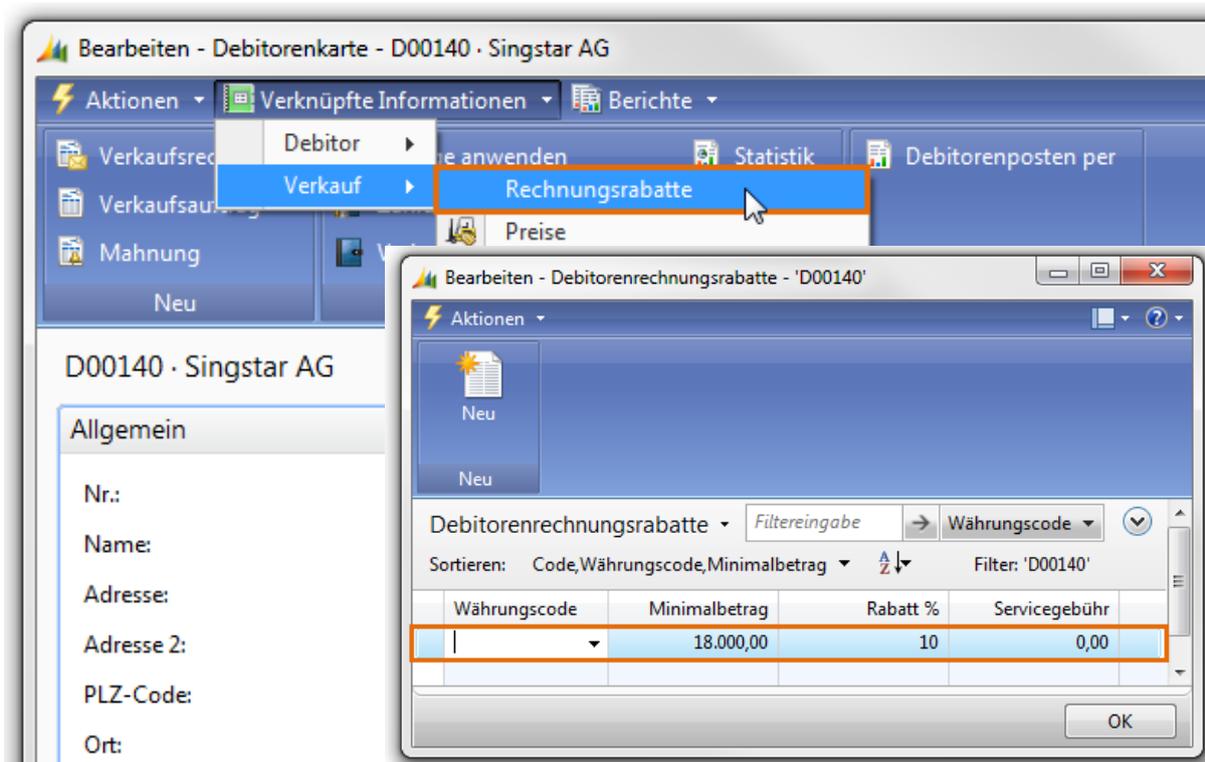


Abb. 101: Preisberechnungsfunktion: Rechnungsrabatte

8.2.8 Preisberechnungsfunktionen auf Gruppenebene

Die Preisberechnungsfunktionen, die ich Ihnen gerade vorgestellt habe, können auch auf Gruppenebene angelegt werden.

So ist es z. B. möglich, einen rabattierten Verkaufspreis für einen bestimmten Artikel in einer Debitorenpreisgruppe zu hinterlegen und diese Preisgruppe über die Debitorenkarten einer Vielzahl von Debitoren zuzuweisen, für die dann bei Erstellung eines Verkaufsauftrags automatisch der rabattierte Verkaufspreis gilt.

Folgende Preisberechnungsfunktionen auf Gruppenebene stehen zur Verfügung:

- Debitorenpreisgruppen (Verkaufspreise),
- Debitorenrabattgruppen (Zeilenrabatte) und
- Artikelrabattgruppen (Zeilenrabatte).

Debitorenpreisgruppen und Debitorenrabattgruppen werden nach ihrem Anlegen in der Debitorenkarte des entsprechenden Debitors zugewiesen.

8.2.9 Verabschiedung aus der Abteilung Vertrieb

Die Aufgaben der Abteilung Vertrieb und die Verwendung von MS Dynamics NAV in unserer täglichen Arbeit ist Ihnen nun vertraut.

Nun bleibt mir nur noch, mich endgültig zu verabschieden und Ihnen weiterhin viel Spaß in der Cronus AG zu wünschen! Meine Kollegin Amélie Boule erwartet Sie erneut in der Abteilung Einkauf.

8.3 Abteilung Einkauf – Unterstützungsfunktionen

8.3.1 Die Abteilung Einkauf: weitere Aufgaben

Bonjour! Schön, dass Sie wieder hier sind. Den Auftragsabwicklungsprozess innerhalb der Cronus AG haben Sie nun bereits kennengelernt und von Anfang bis Ende begleitet.

Neben den standardmäßig im Rahmen der Auftragsabwicklung anfallenden Aufgaben gibt es allerdings noch weitere mögliche Aufgaben, die von den Mitarbeitern der Cronus AG ggf. erledigt werden müssen. Dazu gehört z. B. die Abwicklung einer Einkaufsreklamation oder die Administration der sogenannten Preisberechnungsfunktionen in MS Dynamics NAV.

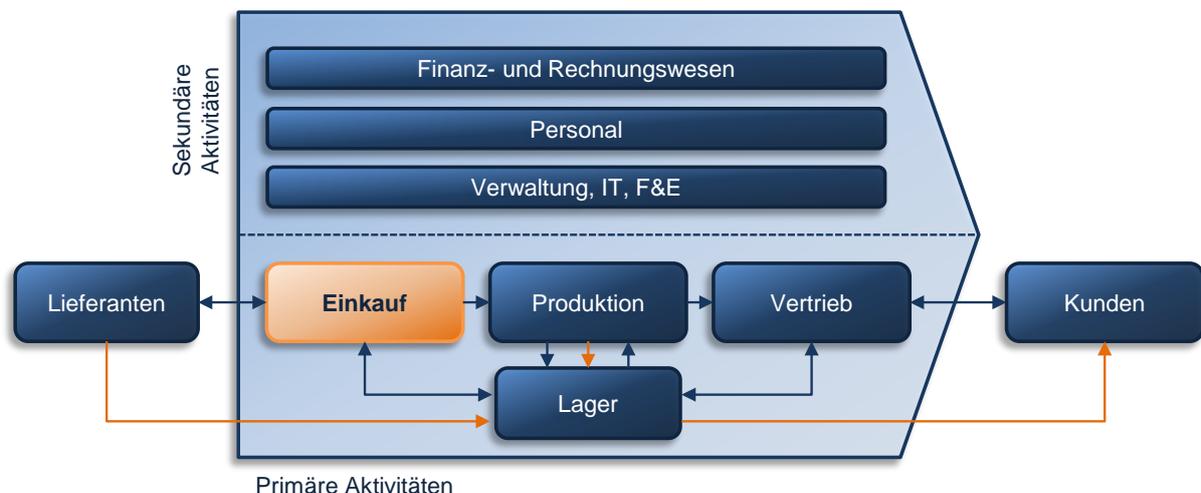


Abb. 102: Abteilung „Einkauf“

...derartige Aufgaben werden innerhalb der Cronus AG als "Unterstützungsfunktionen" bezeichnet, die sich in allen Abteilungen des Unternehmens finden lassen. In den folgenden Tagen werden wir uns die Unterstützungsfunktionen der Abteilung Einkauf einmal genauer ansehen.

8.3.2 Zur Erinnerung: Die Kernaufgaben des Einkaufs im Überblick

Schauen wir uns die Kernaufgaben des Einkaufs doch einmal etwas genauer an.

- **Erstellung von Bestellungen:** Der Einkauf ist zuständig für die Beschaffung von Artikeln und die Kontaktpflege (z. B. für Preisverhandlungen) mit den Lieferanten der Cronus AG. Für die Bestellabwicklung stehen in MS Dynamics NAV eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung, die ich Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen werde.
- **Bearbeitung von Einkaufsreklamationen und -gutschriften:** Ist die Cronus AG mit einer Warenlieferung nicht zufrieden oder liegen gar Mängel vor, wie Transportschäden oder ähnliches, ist es Aufgabe des Einkaufs, die Ware bei den Lieferanten zu reklamieren. Auch hierbei werden die Mitarbeiter durch MS Dynamics NAV unterstützt.
- **Anlage und Pflege von Kreditoren- und Artikelstammdaten:** Geht die Cronus AG Geschäftsbeziehungen mit einem neuen Kreditor ein oder nimmt neue Artikel in das Sortiment auf, ist es Aufgabe der Einkaufsmitarbeiter, neue Stammdaten anzulegen. Auch die Pflege und Aktualisierung dieser Stammdaten gehört zu den Aufgaben des Einkaufs.

8.3.3 Bestellabwicklung: Erstellung einer Einkaufsreklamation

Die letzte Lieferung der Angel-Design GmbH zur Bestellung mit der Nr. '106068' ist leider mit Qualitätsmängeln behaftet. Ich habe mich bereits mit dem Lieferanten in Verbindung gesetzt und die Reklamation der Ware vereinbart.

Die Angel-Design GmbH wird die 5 Stück des Artikels '2036-S Wohnkombination VIP-Superior' zurücknehmen und uns eine Ersatzlieferung senden. Dieser Vorgang wird in MS Dynamics NAV mit Hilfe einer Einkaufsreklamation abgebildet.

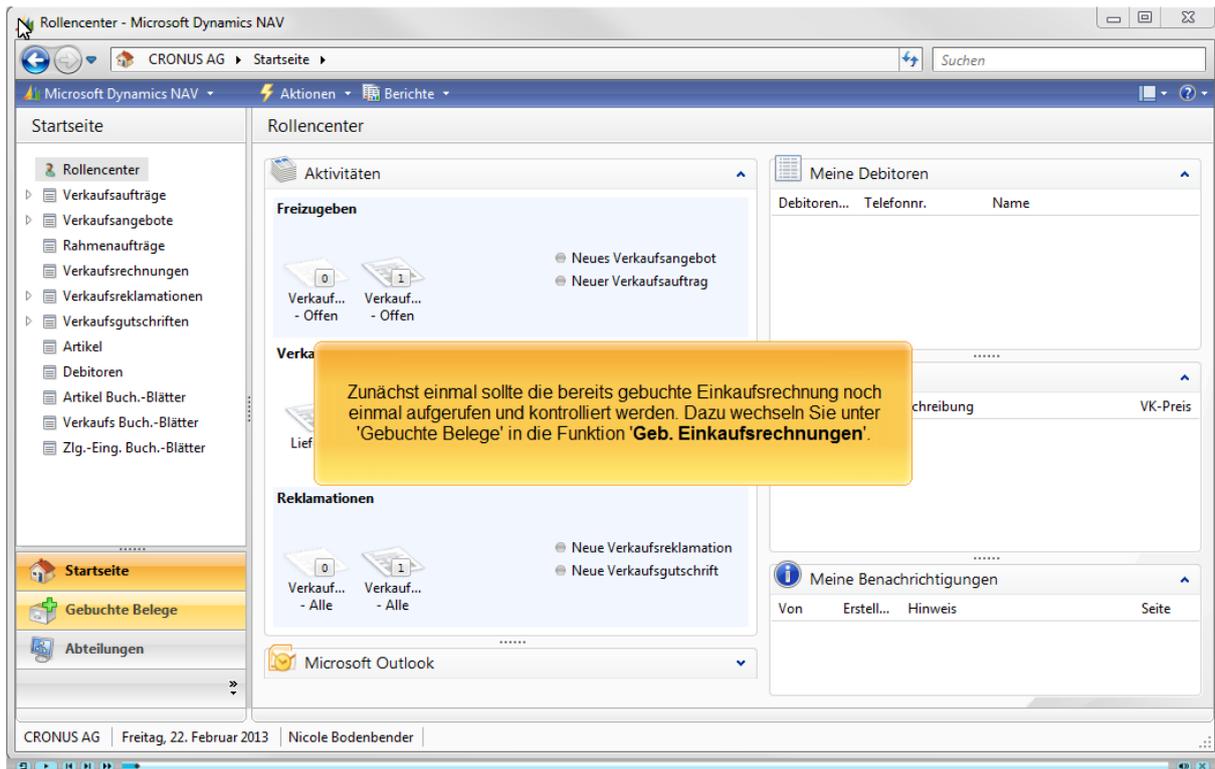


Abb. 103: Bestellabwicklung: Erstellung einer Einkaufsreklamation (Video)

8.3.4 Preisberechnungsfunktionen: Überblick

Die einkaufsseitig für die Cronus AG wesentlichen Funktionen zur Auftragsabwicklung haben Sie nun kennengelernt.

Nun möchte ich Ihnen noch die verschiedenen Preisberechnungsfunktionen vorstellen, die in MS Dynamics NAV zur Verfügung stehen. Diese werden genutzt, um von Lieferanten angebotene Preiskonditionen in MS Dynamics NAV abbilden zu können.

Folgende Preisberechnungsfunktionen für Artikel und Kreditoren stehen zur Verfügung:

- Einkaufspreise,
- Zeilenrabatte und
- Rechnungsrabatte.

Einkaufspreise und Zeilenrabatte werden auf Ebene des Artikels oder des Kreditors angelegt, Rechnungsrabatte hingegen können lediglich auf Ebene des Kreditors angelegt werden.

8.3.5 Preisberechnungsfunktionen: Einkaufspreise

Einkaufspreise sind absolute Rabatte ab einer bestimmten Einkaufsmenge und für einen bestimmten Kreditor.

Beispiel:

Ab einer Einkaufsmenge von 10 Stück reduziert sich für den Kreditor mit der Nummer K00020 (Angel-Design GmbH) der Einkaufspreis des Artikels Nr. 2024-S auf 1.000,00 €

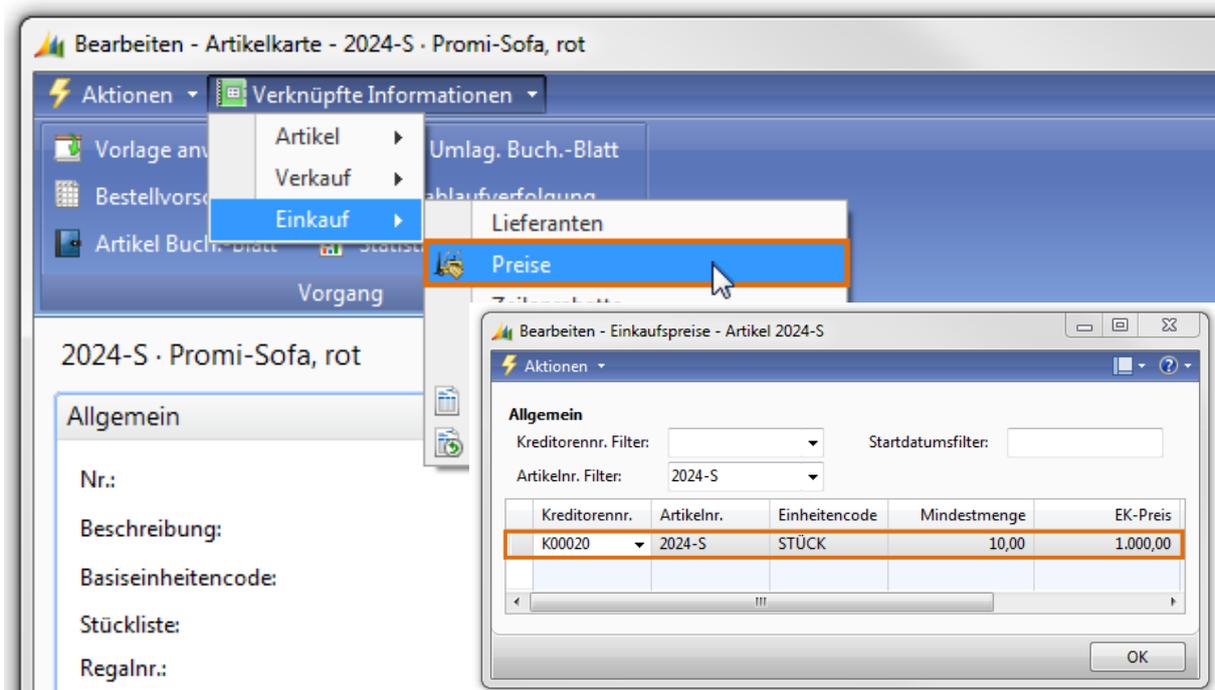


Abb. 104: Preisberechnungsfunktionen: Einkaufspreise

8.3.6 Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte

Zeilenrabatte sind prozentuale Rabatte ab einer bestimmten Einkaufsmenge und für einen bestimmten Kreditor.

Beispiel:

Ab einer Einkaufsmenge von 10 Stück reduziert sich für den Kreditor mit der Nummer K00020 (Angel-Design GmbH) der Einkaufspreis des Artikels Nr. 2024-S um 10%.

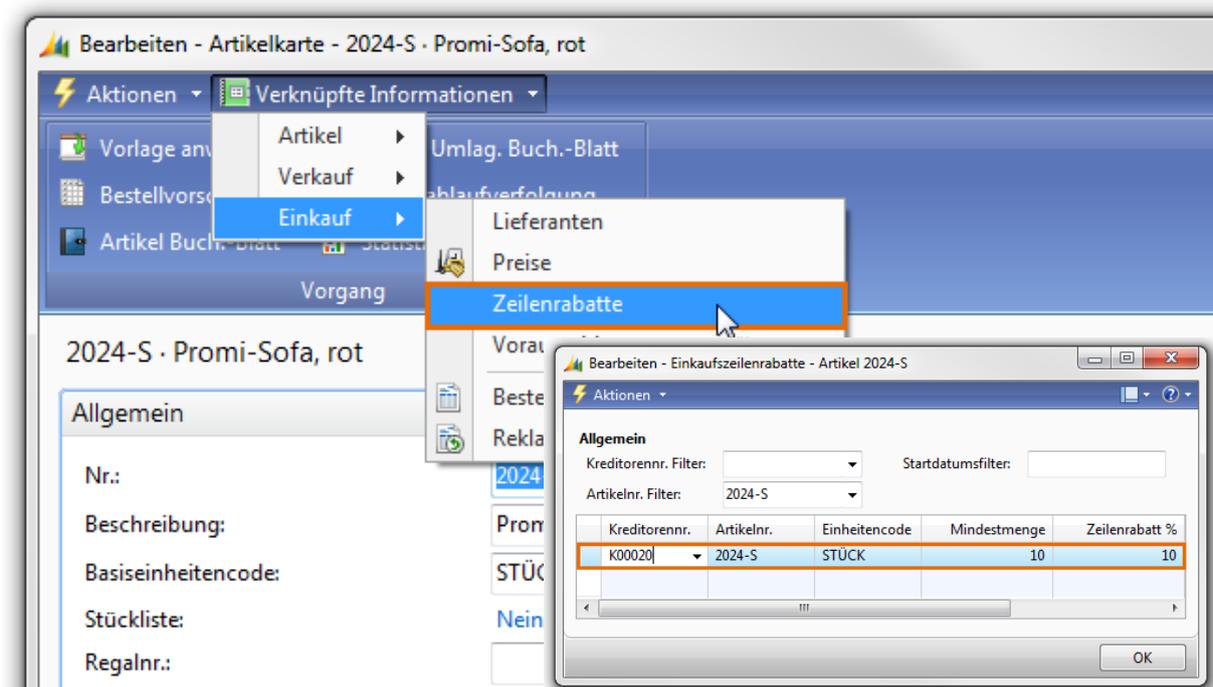


Abb. 105: Preisberechnungsfunktionen: Zeilenrabatte

8.3.7 Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte

Rechnungsrabatte werden für einen bestimmten Kreditor angelegt und greifen, sobald die Bestellung eine bestimmte Summe übersteigt.

Beispiel:

Ab einer Rechnungssumme von 18.000,00 € wird vom Kreditor mit der Nummer K00020 (Angel-Design GmbH) ein Rabatt von 10% gewährt.

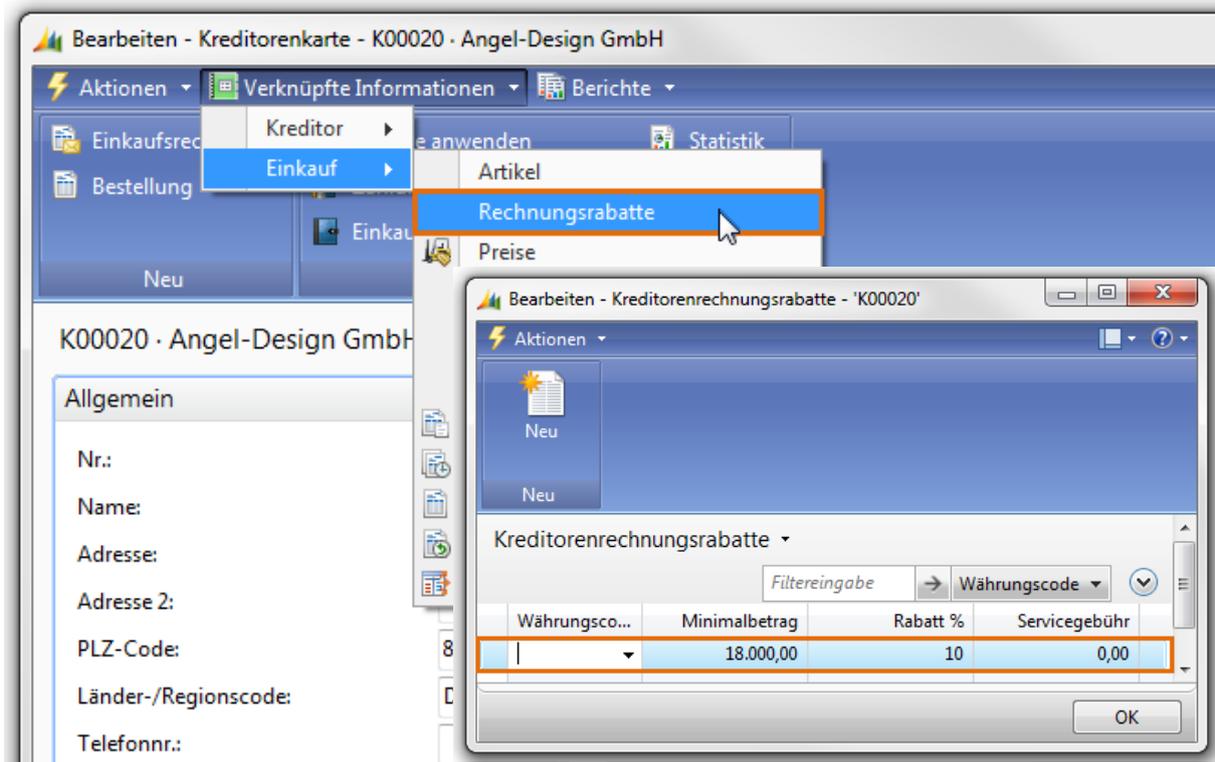


Abb. 106: Preisberechnungsfunktionen: Rechnungsrabatte

8.3.8 Verabschiedung aus der Abteilung Einkauf

Die Aufgaben der Abteilung Einkauf und die Verwendung von MS Dynamics NAV in unserer täglichen Arbeit ist Ihnen nun vertraut.

Nun bleibt mir nur noch, mich endgültig zu verabschieden und Ihnen weiterhin viel Spaß in der Cronus AG zu wünschen! Mein Kollege David Globe erwartet Sie kommende Woche noch einmal in der Abteilung Lager.

9 Lager: Unterstützungsfunktionen

9.1 Intro

9.1.1 Willkommen zurück

Die Unterstützungsfunktionen der Abteilungen Vertrieb und Einkauf haben Sie bereits kennengelernt. In der Abteilung Lager wartet nun noch eine ganz besondere Aufgabe auf Sie: die initiale Einrichtung eines Lagers vom Typ 3 in MS Dynamics NAV 2009.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß!

9.2 Abteilung Lager: Unterstützungsfunktionen

9.2.1 Die Abteilung Lager: weitere Aufgaben

Hello, nice to meet you again! Die Hauptaufgaben im Tagesgeschäft wie die Ein-, Aus- und Umlagerung von Artikeln, die Kontrolle und Überwachung von Lagerbeständen und die Durchführung von Inventuren haben wir bereits gemeinsam erledigt.

Wie Herr Bubbl bereits angedeutet hat, haben wir in den nächsten Tagen aber noch eine besondere Aufgabe vor uns: der Standort Gießen wird um das Lager GIESSEN-WEST erweitert. Diese Erweiterung muss auch in MS Dynamics NAV abgebildet werden, in Form der initialen Einrichtung eines Lagers vom Typ 3.

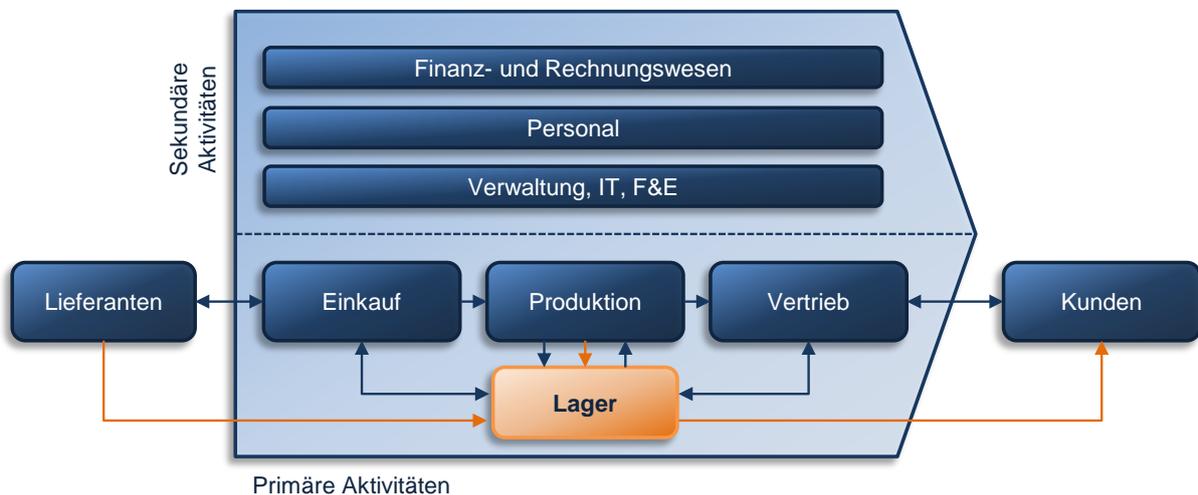


Abb. 107: Abteilung „Lager“

9.2.2 Zur Erinnerung: Lagerorte der Cronus AG

Die Cronus AG verfügt über mehrere Lagerorte, die sich hinsichtlich der Komplexität ihres Aufbaus unterscheiden. Bei großen Lagerorten ist es z. B. zweckmäßig, die Vorgänge innerhalb des Lagers, sprich die sogenannten Logistikaktivitäten, auch in MS Dynamics NAV abzubilden. Die verschiedenen Typen von Lagerorten möchte ich Ihnen an dieser Stelle kurz vorstellen.

- **Typ 1: Geringe Komplexität**

Die einfachste Variante sind Lagerorte ohne Beachtung von Logistikaktivitäten. In Lagerorten dieses Typs wird lediglich die Änderung des Lagerbestands erfasst, ohne Logistikaktivitäten zu dokumentieren (Lager ROT).

- **Typ 2: Mittlere Komplexität**

Bei Lagerorten mittlerer Komplexität ist es erforderlich, den Warenein- bzw. -ausgang gesondert im System zu verbuchen und damit den Einlagerungs- bzw. Auslagerungsvorgang zu dokumentieren (Lager GELB, GRÜN, BLAU).

- **Typ 3: Hohe Komplexität**

Die Lagerorte dieses Typs verfügen über verschiedene Lagerzonen, die wiederum in Lagerplätze unterteilt sind. Einlagerung, Kommissionierung und Auslagerung werden detailliert mit dem System überwacht und dokumentiert. So ist es bei der Einlagerung z. B. erforderlich, die Lagerzone und den Lagerplatz anzugeben, auf den die Ware verbracht wird (Lager WEISS und GIESSEN) (Abb. 74).

Auch das Lager GIESSEN-WEST ist wie das Lager GIESSEN ein Lager vom Typ 3 und muss daher mit allen Funktionen zur gesteuerten Einlagerung und Kommissionierung eingerichtet werden. Vom physischen Aufbau her sind die beiden Lagerorte in Gießen absolut identisch, dementsprechend müssen für das Lager GIESSEN-WEST auch die Zonen Wareneingang, Qualitätskontrolle, Kommissionierung, Warenausgang und Produktion angelegt werden. Daneben ist eine Zone Ausgleich anzulegen, die zwar physisch nichts existiert, aber für systemseitig auszuführende Vorgänge in MS Dynamics NAV eingerichtet werden muss.

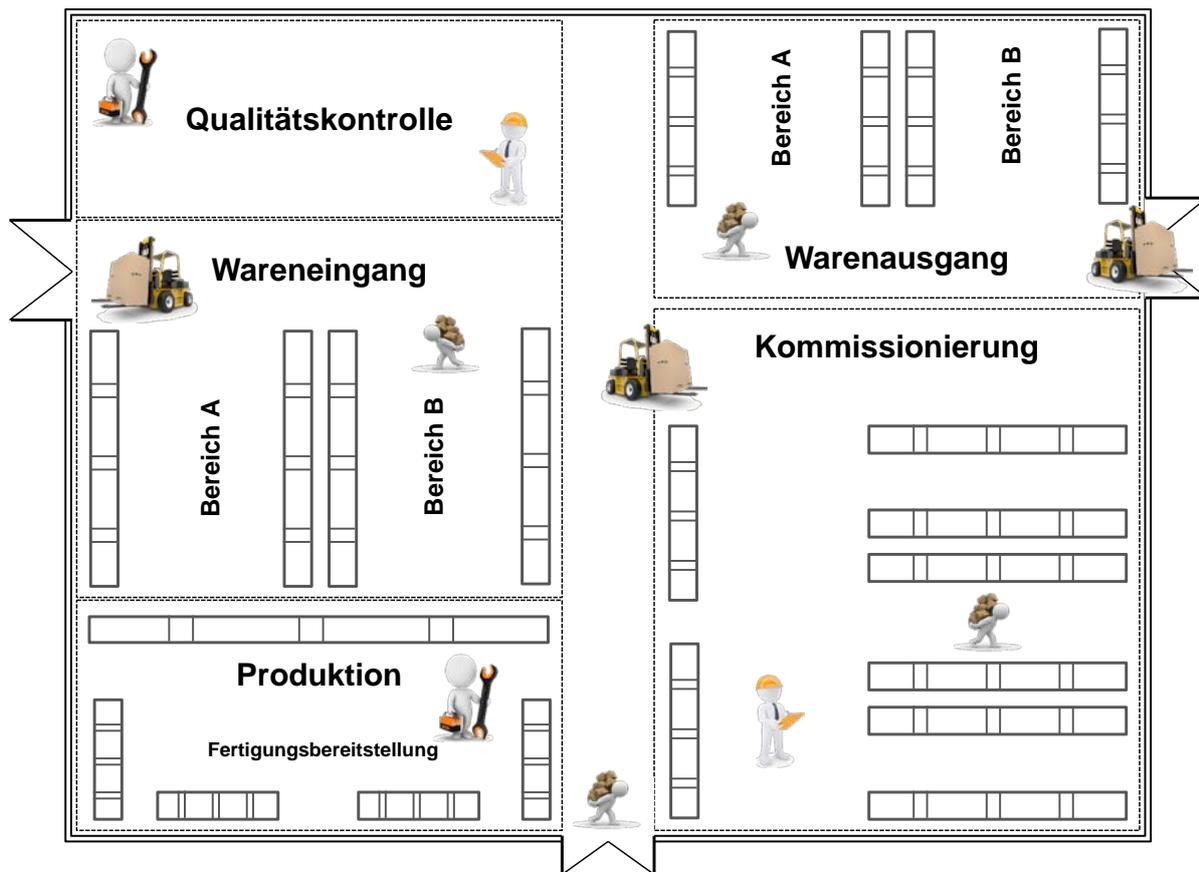


Abb. 108: Lager GIESSEN Typ 3: Hohe Komplexität

- **Wareneingang:** In der Zone Wareneingang werden Lieferungen an die Cronus AG entgegengenommen. Die Lagermitarbeiter packen die Ware aus, kontrollieren sie auf Vollständigkeit und Unversehrtheit und bereiten sie für die dauerhafte Einlagerung vor.
- **Qualitätskontrolle:** In der Zone Qualitätskontrolle werden beschädigte Artikel zwischengelagert und ggf. repariert. Dies kann sowohl von Lieferanten gelieferte Artikel betreffen, die Mängel aufweisen, als auch von Kunden der Cronus AG reklamierte Ware, die repariert oder getauscht werden soll.
- **Produktion:** In der Zone Produktion werden die Materialien, die für die Fertigung und Montage der Möbelstücke benötigt werden, gelagert. Dieser Bereich kann auch als Fertigungsbereitstellungszone bezeichnet werden. Für die Produktion benötigte Materialien, wie z. B. die Komponente "Sitzfläche Promi-Liegestuhl", werden aus dieser Zone entnommen und in die Produktionshalle gebracht, wo die Fertigung der Möbelstücke erfolgt.

- **Kommissionierung:** In der Zone Kommissionierung werden die Artikel der Cronus AG dauerhaft eingelagert. Die Ware wird nach Kontrolle im Wareneingang in die Zone Kommissionierung verbracht, wo sie gelagert wird, bis sie für den Versand benötigt wird. Auch die selbst hergestellten Artikel aus der Produktion werden nach Fertigstellung in dieser Zone eingelagert.
- **Warenausgang:** In der Zone Warenausgang werden die Artikel der Cronus AG für den Versand vorbereitet. Versendet werden in der Cronus AG die Artikel, die von Kunden bestellt wurden, so z. B. die Lieferung an die Singstar AG. Aber auch bei Lieferanten reklamierte Ware verlässt das Lager GIESSEN über die Zone Warenausgang. Die Artikel, die versendet werden sollen, werden aus der Zone Kommissionierung entnommen und in der Zone Warenausgang entsprechend verpackt.

9.2.3 Lagereinrichtung: Anlegen eines Lagerorts und der Lagerzonen

Im Zuge der Lagereinrichtung ist im ersten Schritt zunächst der Lagerort in MS Dynamics NAV anzulegen und die erforderlichen Lagerzonen sind einzurichten. Anschließend sollten die berechtigten Benutzer (Mitarbeiter) aus der Abteilung Lager direkt als Lagermitarbeiter eingetragen werden.

Folgende Zonen werden im Lager GIESSEN-WEST benötigt:

- Wareneingang,
- Kommissionierung,
- Warenausgang,
- Qualitätskontrolle und
- Produktion sowie
- Ausgleich.

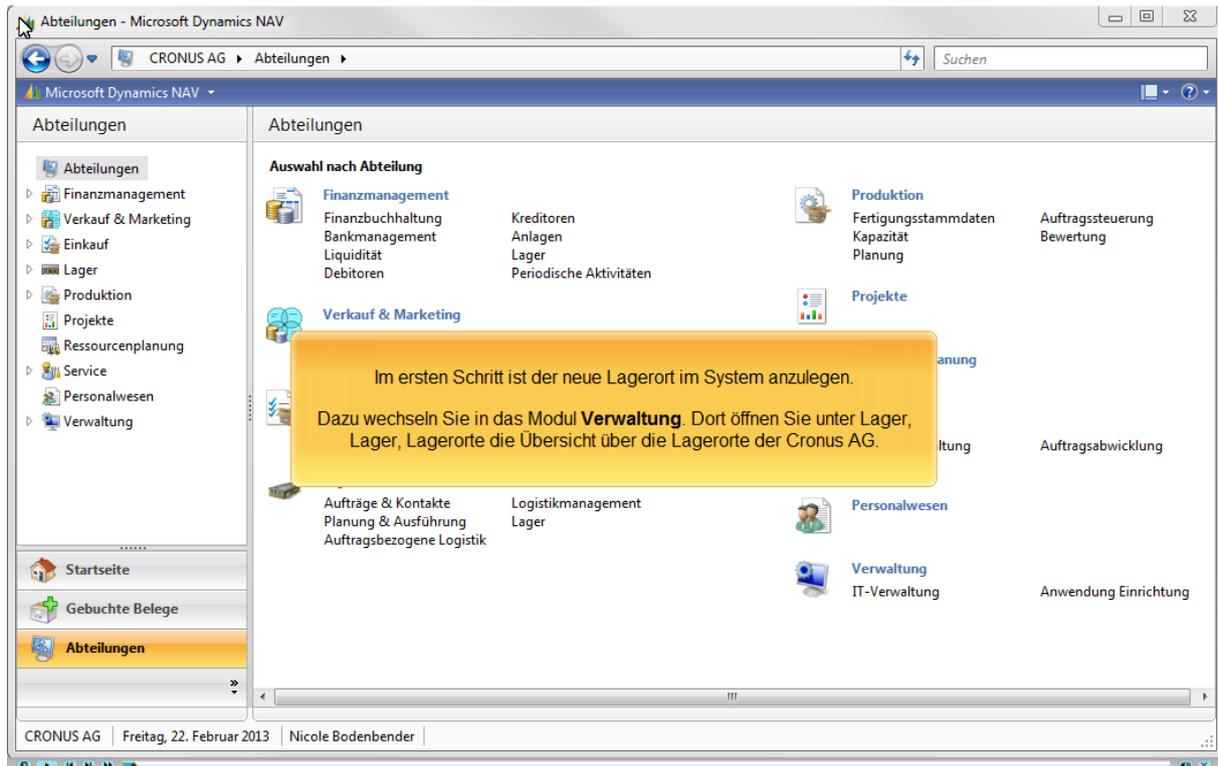


Abb. 109: Lagereinrichtung: Anlegen eines Lagerorts und der Lagerzonen (Video)

9.2.4 Lagereinrichtung: Anlegen von Lagerplätzen

Im Zuge der Lagereinrichtung sind im nächsten Schritt die Lagerplätze der einzelnen Zonen in MS Dynamics NAV anzulegen. Je Zone sollen für das Lager GIESSEN-WEST mehrere Lagerplätze angelegt werden, so z. B. für die Zone Wareneingang 5 Stück, die folgendermaßen bezeichnet werden: A-1-0001 bis A-1-0005.

Folgende Lagerplätze werden im Lager GIESSEN-WEST je Zone benötigt:

- Wareneingang: 5 Stück, A-1-0001 bis A-1-0005
- Kommissionierung: 5 Stück, A-2-0001 bis A-2-0005
- Warenausgang: 5 Stück, A-3-0001 bis A-3-0005
- Qualitätskontrolle: 5 Stück, A-4-0001 bis A-4-0005
- Produktion: 2 Stück, A-5-0001 und A-5-0002
- Ausgleich: 2 Stück, A-6-0001 und A-6-0002

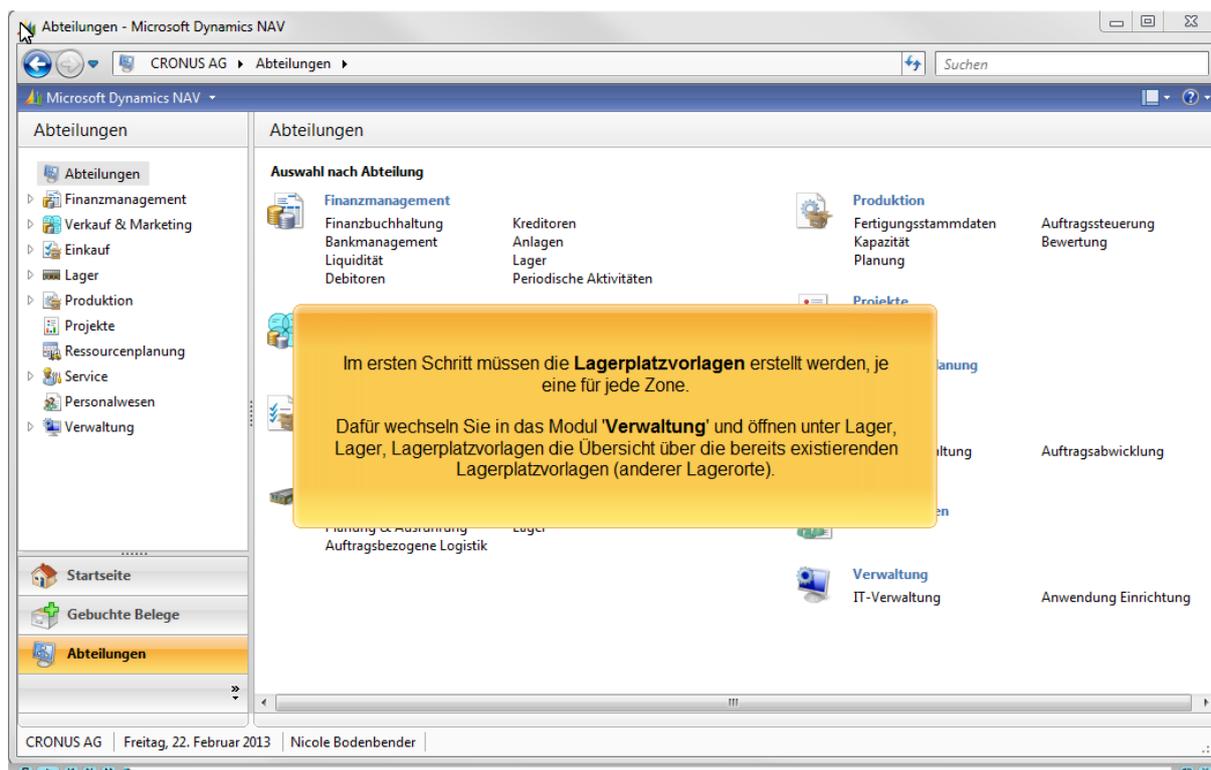


Abb. 110: Lagereinrichtung: Anlegen von Lagerplätzen (Video)

9.2.5 Verabschiedung aus der Abteilung Lager

Die Aufgaben der Abteilung Lager und die Verwendung von MS Dynamics NAV in unserer täglichen Arbeit ist Ihnen nun vertraut. Ihr Praktikum in der Cronus AG endet am heutigen Tag und ich freue mich sehr, dass Sie mich noch bei der Einrichtung des neuen Lagerorts GIESSEN-WEST unterstützt haben.

Ich wünsche Ihnen alles Gute in Ihrem weiteren Studium - vielleicht haben Sie im Anschluss daran ja Lust, in der Cronus AG einzusteigen!!

Auf Wiedersehen!

Anhang

Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 1

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Wofür steht die Abkürzung ERP?		
	Enterprise Resource Production		X
	Entity Resource Planning		X
	Enterprise Resource Planning	X	
2	Was sind die klassischen Anwendungsbereiche die ein ERP-System abdeckt?		
	Personalwesen	X	
	Vertrieb	X	
	Verwaltung	X	
	Kundendienst		X
3	Was gehört zu den ERP-II-Systemen?		
	Customer Relationship Management	X	
	Enterprise Resource Planning	X	
	Supply Chain Management	X	
4	In ERP-Systemen sind die fachlichen Aufgaben der Unternehmensabteilungen technisch nicht integriert.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
5	Merkmale des Enterprise Ressource Planning..		
	Mit Hilfe von ERP-Systemen können die Ziele des Enterprise Resource Planning umgesetzt werden.	X	
	Ressourcen können dabei Mitarbeiter, Materialien, Kapital, aber nicht Informationen sein.Falsch		X
	Eine Funktion des ERP ist, dass die zum Einsatz kommenden Materialien zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind.	X	
	Durch Enterprise Resource Planning versuchen Unternehmen, den Einsatz ihrer Unternehmensressourcen effizienter zu gestalten.	X	
6	Was ist Customer Relationship Management?		
	Customer Relationship Management beinhaltet das Verwalten, Etablieren und Pflegen von Kundenbeziehungen.	X	
	Customer Relationship Management gehört zu den ERP-II-Systemen.		X
	Customer Relationship Management bildet das Fundament für langfristige Lieferantenbeziehungen.		X

	Customer Relationship Management gehört zu den ERP-II-Systemen.	X	
7	Ein zentrales Merkmal von ERP-Systemen ist, dass mit ihrer Hilfe Unternehmensbereiche verbunden werden und Insellösungen vermieden werden.		
	Richtig	X	
	Falsch		X
8	In der Stammdatenverwaltung können nicht alle Daten zentral verwaltet werden.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
9	Welche Aussage ist richtig?		
	Nach den Insellösungen welche in den 1960er Jahren vorherrschten, entstanden in den 1970er und 1980er Jahren die integrierten Lösungen in Form von ERP-Systemen.	X	
	Insellösungen entstanden aus den ERP I-Systemen.		X
10	ERP-Systeme und Unternehmensziele.		
	ERP-Systeme können einen Wettbewerbsnachteil für Unternehmen schaffen.		X
	ERP-Systeme unterstützen unter anderem bei der Senkung der Lagerbestände und bei Flexibilitäts- sowie Produktivitätserhöhungen.	X	
	Routinemäßige Bearbeitungsvorgänge können mit ERP-Systemen nicht automatisiert werden.		X

Tab. 7: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 1

Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 2

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Aufgaben des Einkaufs I		
	Verschiedene Möbel gehören zum Sortiment der Cronus AG.	X	
	Im Einkauf werden Umlagerungsvorgänge von Artikeln von einem Lager in ein anderes Lager vorgenommen.		X
	In der Einkaufsabteilung kann auf die Kontaktdaten der Kreditoren zugegriffen werden.	X	
	Die Bestellabwicklung ermöglicht es der Cronus AG, bei Lieferanten Bestellungen verschiedener Artikel vorzunehmen.	X	
2	Aufgaben des Vertriebs I		
	Der Vertrieb hat keinen Zugriff auf die im Lager vorhandenen Möbelstücke.		X
	Bei der Bewältigung der anfallenden Aufgaben steht die optimale Betreuung und die Zufriedenheit der Kunden im Vordergrund.	X	
	Nach Abschluss eines Auftrags veranlasst der Vertrieb die mengengerechte Auslieferung der Artikel aus dem Lager an die Kunden.		X
	In der Verkaufsabteilung kann auf die Kontaktdaten der Debitoren zurückgegriffen werden.	X	
3	Zentrale Datenverwaltung I		
	Durch die zentrale Datenverwaltung sind die Mitarbeiter in der Lage, alle Datensätze bei Bedarf einfach und schnell zu nutzen.	X	
	Nur die Kundendaten werden in der zentralen Datenbank von MS Dynamics NAV 2009 verwaltet.		X
	Die Konsistenz der Daten ist eine wichtige Grundlage für einen durchgängigen Informationsfluss.	X	
	Mehrfach erfasste und gespeicherte Datensätze eines Kunden gewährleisten, dass der durchgängige Informationsfluss nicht gestört wird.		X
4	Zentrale Datenverwaltung II		
	Konsistenz der Daten bedeutet Widerspruchsfreiheit der Daten.	X	
	Durch die zentrale Datenhaltung können Informationen aus den verschiedenen Abteilungen zentral gesammelt und bestimmten Mitarbeitern zugänglich gemacht werden.	X	

	Das Risiko falscher Daten, z. B. durch eine doppelte Führung von Kunden und der damit eventuell verbundenen Fehler in der Abwicklung wird durch die zentrale Datenhaltung gänzlich vermieden.		X
	Durch die zentrale Verwaltung der Daten entfällt der Verwaltungs- und Zeitaufwand, der durch das Aufbewahren und Bereitstellen der Daten an verschiedenen Stellen entstehen würde.	X	
5	Optimierung der Lagerbestände II.		
	Je geringer der Lagerbestand ist, desto geringer sind Lagerhaltungskosten und die Kapitalbindung.	X	
	Das Risiko einer Fehlmenge und eines dadurch möglichen Stops in der Auftragsabwicklung wird durch einen ständig existierenden Sicherheitsbestand reduziert.	X	
	Die Mitarbeiter können sich von MS Dynamics NAV 2009 automatisch eine Liste der Artikel zusammenstellen lassen, die beschafft werden müssen.	X	
	Der Sicherheitszeitraum ist der Zeitraum, den ein Artikel vom Einkauf bis zur Ankunft im Lager benötigt.		X
6	Aufgaben des Einkaufs II		
	Im Einkauf werden Investitionsgüter, z. B. große Maschinen, eingekauft.		X
	Die Lagerbestände der Artikel werden von den Mitarbeitern des Einkaufs mit Hilfe von Excel-Sheets überwacht.		X
	Kriterien bei der Beschaffung von Artikeln sind nur die Preise sowie die Lieferungsdauer und -bedingungen der Anbieter.		X
	Erreichen die Lagerbestände einen kritischen Bestand, erhalten die Mitarbeiter automatisch eine Benachrichtigung von MS Dynamics NAV 2009.	X	
7	Aufgaben des Vertriebs II		
	Unter Key Account Management wird die intensive Betreuung wichtiger Kunden durch einen bestimmten Mitarbeiter der Cronus AG verstanden.	X	
	Nachdem ein Auftrag entgegengenommen wurde, werden die Daten des Kreditors in MS Dynamics NAV 2009 aufgenommen.		X
	Im Vertrieb werden nur Aufträge von Kunden abgewickelt und betreut.		X
	Die Singstar AG stellt einen Kreditor der Cronus AG dar.		X
8	Debitorenstammkarte		
	In der Debitorenstammkarte werden nur in den Fenstern Allgemein, Kommunikation, Fakturierung und Zahlung Daten erfasst.		X

	Im Fenster Fakturierung wird u. a. der Debitor ausgewählt, an den die Rechnung geschickt werden soll. Dieser ist immer mit dem Debitor identisch, an den die Lieferungen gehen.		X
	Im Fenster Allgemein werden Daten z. B. der Adresse, der Telefonnummer und der Zahlungsbedingungen festgelegt.		X
	Im Fenster Lieferung werden die Lieferbedingungen für unsere Kunden festgelegt.	X	
9	Kundenorientierung		
	Durch MS Dynamics NAV 2009 reduziert sich die Bearbeitungszeit für eine Bestellung. Änderungswünsche von Kunden können jedoch nicht erfüllt werden.		X
	Die Verfügbarkeit der Artikel in den jeweiligen Lagerorten kann nur von den Mitarbeitern der Lagerhaltung eingesehen werden.		X
	Dadurch dass alle über den Kunden vorhandenen Informationen auf der Verkaufsauftragskarte übersichtlich zusammengeführt werden, wird der Zeitaufwand für die Beschaffung von Informationen aus anderen Abteilungen reduziert.	X	
10	Bearbeitung eines Verkaufsauftrages		
	Um einen Verkaufsauftrag in MS Dynamics NAV 2009 zu erstellen, muss zunächst eine neue Verkaufsauftragskarte geöffnet und anschließend der Debitor ausgewählt werden.	X	
	Solange der Auftrag den Status "Offen" hat, ist er noch nicht von einem Mitarbeiter abgeschlossen worden.	X	
	Ist ein Artikel nicht in benötigter Menge im Hauptlagerort verfügbar, sollten zunächst die anderen Lagerorte überprüft werden.	X	
11	Optimierung der Lagerbestände I		
	Das alleinige Ziel der Cronus AG ist es, die Lagerbestände zu optimieren.		X
	Die Bestellmenge ist nur vom Verbrauch, dem Beschaffungszeitraum und dem Bestellrhythmus abhängig.	X	
	Der Sicherheitsbestand dient dazu, die mengenmäßigen und terminlichen Schwankungen der Lagerzugänge und -abgänge aufzufangen.	X	
	Der Zielkonflikt zwischen einem zu geringen Lagerbestandes und dem Risiko einer Fehlmenge kann von MS Dynamics NAV 2009 gelöst werden.		X

Tab. 8: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 2

Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 3

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Aufgaben der Lagerhaltung I		
	Durch Unterstützung bei der Einlagerung werden die Produkte auf geeignete Lagerplätzen gebracht, wodurch ihre Durchlaufzeit reduziert wird.	X	
	Durch die Lagerhaltungsdaten können Produkte schneller auf ihrem Lagerplatz gefunden werden.	X	
	In der Lagerhaltung ist das Nachvollziehen von Wareneingängen und -ausgängen nicht mehr möglich, weil alles automatisiert ist.		X
	Mitarbeiter in der Lagerhaltung erhalten nur Einblick in die Bestellungen des Einkaufs.		X
2	Lager-Management		
	Um die Betriebsführung des Lagers zu optimieren, müssen der Material- und Informationsfluss sowie die Materialeinlagerung und die Lagerplatzhaltung optimiert werden.	X	
	Die Einlagerungsmenge der Materialien oder Möbelstücke wird in ihrer Anzahl beim Ein- und Ausbuchen in MS Dynamics NAV 2009 genau erfasst.	X	
	MS Dynamics NAV 2009 ordnet den Materialien und Möbelstücken nur unter Berücksichtigung der Zugriffshäufigkeit die geeigneten Lagerplätze zu.		X
	Durch das Lager-Management wird ausschließlich der Kosten- und Zeitaufwand z. B. bei Ein-, Aus- und Umlagerungsvorgängen reduziert.		X
3	Produktionsplanung I		
	Die Produktionsplanung dient dazu, die Fertigung der verschiedenen Möbelstücke effizient zu gestalten.	X	
	Die Produktionsplanung umfasst die Produktionsprogrammplanung, die Materialbedarfsplanung und die Produktionsprozessplanung.	X	
	Die Produktionsbedarfsplanung ermittelt ausgehend von der in der Produktionsprogrammplanung festgelegten zu fertigenden Menge der Möbelstücke den Bedarf an Materialien und Zwischenprodukten.		X
	In der Produktionsprozessplanung werden die Arten, die Mengen und der Fertigungszeitraum der zu produzierenden Möbelstücke festgelegt.		X

4	Aufgaben der Produktion II		
	Die verschiedenen Bestandteile eines Möbelstückes werden erst miteinander verschraubt und dann lackiert.		X
	Alle Fertigungsschritte können gleichzeitig bearbeitet werden.		X
	In der Produktion müssen sowohl Maschinen- und Personalkapazitäten als auch die verschiedenen Fertigungsschritte und Arbeitspläne geplant werden.	X	
	Die Materialien werden in der Produktionshalle mit Hilfe von Maschinen und Werkzeugen von Mitarbeitern zu Möbelstücken der Angebotspalette gefertigt.	X	
5	Aufgaben der Produktion I		
	Kapazitätsplanungen können im Produktionsbereich nicht durchgeführt werden.		X
	Für die Produktion werden nur Artikel aus der Lagerhaltung entnommen.		X
	In der Cronus AG werden in der Fertigung die verschiedenen Holzplatten mit Lasern vermessen.	X	
	Nachdem die Holzplatten vermessen wurden, werden sie automatisch in exakte Formen zugeschnitten, geschliffen und können danach direkt lackiert werden.	X	
6	Produktionsplanung II		
	Durch die Produktionsplanung werden die Durchlaufzeiten reduziert, die Kapazitätsauslastung für Betriebsmittel und Arbeitskräfte sowie die Materialbestände jedoch erhöht.		X
	In der Produktionsprogrammplanung werden die Reihenfolge der Fertigungsschritte eines jeden Möbelstückes sowie Kapazitäten und Zeiträume geplant.		X
	Anhand der Materialbedarfspläne berechnet MS Dynamics NAV 2009 den Verbrauch der Materialien für die Fertigung eines jeden Möbelstückes.	X	
7	Aufgaben der Lagerhaltung II		
	Aufgabe der Lagerhaltung ist es, die Materialien in der richtigen Menge zur der richtigen Zeit an den richtigen Ort zu bringen.	X	
	Aufgabe der Lagerhaltung ist es ausschließlich, die beschafften Materialien in die verschiedenen Lager einzulagern.		X
	MS Dynamics NAV 2009 unterstützt die Mitarbeiter der Cronus AG ausschließlich beim Kommissionieren und Umlagern.		X
	In der Lagerhaltung wird die Einlagerungsmenge der Materialien in ihrer Anzahl im System erfasst und die geeigneten Lagerpositionen zuordnet.	X	

Tab. 9: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 3

Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 5

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Ergebniskontrolle II		
	Selbst bei einer rechtzeitig erkannten Planabweichung lassen sich auch im optimalen Fall die Kosten nicht mehr in den Rahmen des Budgets zurückführen.		X
	Die Ergebniskontrolle ist nötig, um zu überprüfen, ob die gesetzten Ziele erreicht werden oder ob es zu Abweichungen gegenüber den Plänen kommt.	X	
	Durch den Einsatz von Filtern können die verschiedenen Kostensachposten in einer Berichtsansicht nach Kostenstellen und nach Zeiträumen übersichtlich aufgelistet werden.	X	
	Kosten- und Umsatzsachposten können nur im groben Überblick angezeigt werden.		X
2	Bereitstellen von Informationen I		
	Das Sammeln, Analysieren und Bewerten von Informationen hat einen geringen Stellenwert.		X
	Ein Bericht (Report) verfügt nur, wenn ein bestimmtes Medium benutzt wird, über eine Zusammenfassung, in der die wesentlichen Aussagen zusammengefasst sind.		X
	Neben der Form der Berichte ist auch deren Qualität wichtig..	X	
	Qualitätskriterien für Berichte sind u. a.: der Wahrheitsgehalt, die Konsistenz, die Benutzerfreundlichkeit und die Aktualität.	X	
3	Aufgaben des Controllings I		
	Durch das Controlling soll nur das Management mit Informationen und Basisgrößen versorgt werden.		X
	Der Deckungsbeitrag entspricht dem Verkaufserlös abzüglich der fixen Kosten.		X
	Sind Abweichungen auf interne Gründe bzw. Entwicklungen zurückzuführen, können Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.	X	
	Die verschiedenen Informationen werden miteinander verknüpft und so in neue Informationen umgewandelt, wichtige Kennzahlen gebildet und Abweichungsanalysen erstellt.	X	

4	Kosten- und Umsatzanalyse		
	Die Wahl der Spalten- und Zeilenansicht in der Funktion Analyse nach Dimensionen bestimmt, welche Dimensionen, z. B. Kostenstelle, in der unteren Berichtsansicht angezeigt werden.	X	
	Der Datumsfilter ermöglicht, dass nur bestimmte Sachkonten, z. B. der Umsatz, betrachtet werden, die in diesem Zeitraum gebucht wurden.	X	
	Die Kostenanalyse lässt eine detailliertere Ansicht auf die einzelnen Abteilungen nicht zu.		X
	In der Kosten- und Umsatzanalyse können nicht nur Umsätze mit Kosten verglichen werden, sondern auch mit den geplanten Budgets.	X	
5	Ergebniskontrolle III		
	Wurde die Kostenabweichung zu den geplanten Kosten früh erkannt, können die zusätzlichen Kosten begrenzt werden.	X	
	Durch die Abgleichung von Soll-Ist-Daten ist es frühzeitig möglich, Fehlentwicklungen und deren Ursachen zu erkennen und zu beheben.	X	
	Sind weniger Kosten angefallen als im Budget geplant, so ist dies grundsätzlich positiv zu beurteilen.		X
	Ein nicht vorhandenes Controlling kann bei Fehlentwicklungen zu Liquiditätsengpässen oder gar zum Ruin des Unternehmens führen.	X	
6	Ergebniskontrolle I		
	Maßnahmen, Entscheidungen, Pläne und Geschäftsprozesse müssen auf ihren Erfolg, ihre Effizienz und auf ihren Erreichungsgrad hin überprüft werden.	X	
	Um eventuelle Abweichungen in der Ergebniskontrolle festzustellen, werden Soll- und Ist-Daten gegenübergestellt.	X	
	Der Kostenverlauf bei einer zu spät erkannten Planabweichung ist häufig auf ein gutes Controlling zurückzuführen.		X
	Die Größe des Verzögerungszeitraum und der damit zusätzlich verbundenen Kosten ist von einem hochwertigen bzw. schlechten Controlling abhängig.	X	
7	Bereitstellen von Informationen II		
	Nur die Form, in der Informationen bereitgestellt werden, ist wichtig.		X
	Durch den Einsatz der Filterfunktionen können in MS Dynamics NAV 2009 in den Reports einzelne Informationen, die nicht benötigt werden, weggelassen, jedoch nicht mit anderen Informationen zusammengeführt werden.		X

	Qualitätskriterien für Berichte sind u. a.: die Bereitstellung von möglichst vielen Informationen, Wahrheitsgehalt und Wirtschaftlichkeit.		X
	Die ausgegebenen Reports sind anhand der in MS Dynamics NAV 2009 vorhandenen Daten überprüfbar.	X	
8	Aufgaben des Controllings II		
	In der Controllingabteilung werden Daten aus allen anderen Abteilungen der Cronus AG nur analysiert.		X
	In der Controllingabteilung werden Daten aus allen anderen Abteilungen der Cronus AG nur analysiert.	X	
	Mit dem Controlling wird die Umsetzung von Entscheidungen und Maßnahmen auf ihren Erfolg bzw. auf ihre Ziele hin überwacht.	X	
	Abweichungsanalysen dienen dazu, zu ermitteln, wie stark sich ein zu prüfender Wert vom Normwert unterscheidet.	X	

Tab. 10: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 5

Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 6

Nr.	Frage	Richtig	Falsch
1	Elektronischer Datenaustausch II		
	Der Austausch von Daten kann entweder auf traditionellem Weg über Post und auf Papier oder aber über den elektronischen Weg erfolgen.	X	
	Unternehmen profitieren beim elektronischen Datenaustausch von einer schnellen und fehlerfreien automatischen Bearbeitung und Übermittlung von Nachrichten.	X	
	Unterschiedliche ERP-Systeme können ohne Schnittstellen miteinander kommunizieren.		X
	Die Integrationslösung Biz-Talk unterstützt alle gängigen EDI-Standards von Lieferanten und Kunden der Cronus AG.	X	
2	Allgemeines I		
	Das Supply Chain Management beschreibt das Schnittstellenproblem zwischen Unternehmen und Kunden.		X
	Es können nur ganze Produktkataloge (alle in der Datenbank vorhandenen Artikel) versendet werden.		X
	Die abgegebenen Angebote eines Kreditors bei einer Nachfrageauktion werden ohne zusätzliche Kosten und Zeitverluste übermittelt.	X	
3	Ziele des CRM sind:		
	Kostensenkung	X	
	Datenspeicherung		X
	Kundenbindung	X	
	Kundenorientierung	X	
4	Elektronischer Datenaustausch I		
	EDI (Electronic Data Interchange) ist ein weltweit einheitliches Kommunikationsprotokoll, das alle ERP-Systeme verarbeiten können.		X
	Daten sind z. B. Bestätigungsschreiben, Rechnungen, Angebote und Frachtpapiere.	X	
	Der elektronische Austausch von Daten stellt eine sehr kostengünstige und zeitsparende Lösung dar.	X	
	Mit MS Dynamics NAV 2009 können die Mitarbeiter der Cronus AG den größten Teil der Daten mit Lieferanten und Kunden austauschen.	X	

5	Allgemeines II		
	Mit MS Dynamics NAV können Produktkataloge importiert und exportiert werden, die Datenbank des Zielsystems muss allerdings manuell aktualisiert werden.		X
	Durch eine optimierte Wertschöpfungskette lassen sich hohe Kosten- und Zeiteinsparungspotenziale realisieren.	X	
6	Die Komponenten des CRM sind:		
	analytisches CRM	X	
	strategisches CRM		X
	operatives CRM	X	
7	Dem operativen CRM werden die folgenden Aktionen zugeordnet:		
	Marketing-Kampagnen	X	
	Rabattaktionen	X	
	Datenanalyse		X
	Versand von Werbe-E-Mails		X
8	Beim CRM handelt es sich um Rabattaktionen.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
9	Customer Relationship Management ist Teil einer kundenorientierten Unternehmensstrategie.		
	Richtig	X	
	Falsch		X
10	CRM stellt lediglich den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen dar.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
11	Die Kundenbindung ist ca. fünf Mal teurer als die Neukundengewinnung.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
12	Im Unternehmen nutzen sowohl die Marketing-Abteilung als auch der Vertrieb und der Kundenservice das CRM-System.		
	Richtig	X	
	Falsch		X

13	CRM-Systeme ermöglichen es den Abteilungen, selbstständig und isoliert zu arbeiten.		
	Richtig		X
	Falsch	X	
14	Das analytische CRM dient der Speicherung und Auswertung der kundenbezogenen Daten.		
	Richtig	X	
	Falsch		X
15	Die Daten für das analytische CRM werden meist aus dem ERP-System des Unternehmens bezogen.		
	Richtig	X	
	Falsch		X
16	Das operative CRM unterstützt die Durchführung von Maßnahmen im Kundenkontakt.		
	Richtig	X	
	Falsch		X
	Das kommunikative CRM stellt den kundennahen Bereichen im Unternehmen verschiedene Kommunikationsmittel und Kundenbindungssysteme bereit.		
	Richtig	X	
	Falsch		X

Tab. 11: Lösungen zu den Übungsfragen im WBT 6

Impressum



- Reihe:** **Arbeitspapiere Wirtschaftsinformatik** (ISSN 1613-6667)
- Bezug:** <https://wi.uni-giessen.de>
- Herausgeber:** Prof. Dr. Axel Schwickert
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer

c/o Professur BWL – Wirtschaftsinformatik
Justus-Liebig-Universität Gießen
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Licher Straße 70
D – 35394 Gießen
Telefon (0 64 1) 99-22611
Telefax (0 64 1) 99-22619
eMail: Axel.Schwickert@wirtschaft.uni-giessen.de
<https://wi.uni-giessen.de>
- Ziele:** Die Arbeitspapiere dieser Reihe sollen konsistente Überblicke zu den Grundlagen der Wirtschaftsinformatik geben und sich mit speziellen Themenbereichen tiefergehend befassen. Ziel ist die verständliche Vermittlung theoretischer Grundlagen und deren Transfer in praxisorientiertes Wissen.
- Zielgruppen:** Als Zielgruppen sehen wir Forschende, Lehrende und Lernende in der Disziplin Wirtschaftsinformatik sowie das IT-Management und Praktiker in Unternehmen.
- Quellen:** Die Arbeitspapiere entstehen aus Forschungs-, Abschluss-, Studien- und Projektarbeiten sowie Begleitmaterialien zu Lehr-, Vortrags- und Kolloquiumsveranstaltungen der Professur BWL – Wirtschaftsinformatik, Prof. Dr. Axel Schwickert, Justus-Liebig-Universität Gießen sowie der Professur für Wirtschaftsinformatik, insbes. medienorientierte Wirtschaftsinformatik, Prof. Dr. Bernhard Ostheimer, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz.
- Hinweise:** Wir nehmen Ihre Anregungen zu den Arbeitspapieren aufmerksam zur Kenntnis und werden uns auf Wunsch mit Ihnen in Verbindung setzen.

Falls Sie selbst ein Arbeitspapier in der Reihe veröffentlichen möchten, nehmen Sie bitte mit einem der Herausgeber unter obiger Adresse Kontakt auf.

Informationen über die bisher erschienenen Arbeitspapiere dieser Reihe erhalten Sie unter der Web-Adresse <https://wi.uni-giessen.de/>