Hochschule Konstanz
Fakultät Wirtschafts-, Kultur- und Rechtswissenschaften

DIE KONSTANZER BWL

Masterthesis: Konzeption eines geräteunabhängigen Vertriebsreportings am Beispiel der Lidl Stiftung & Co. KG

Masterstudiengang: BWM - Unternehmensführung

Verfasser: Sven Oliver Grafe

Betreuer: Prof. Dr. Andreas Bertsch

Abgabedatum: 30.04.2022

Praxis ☒ **Theorie** ☐

Ausgangslage und Problemstellung

Die Digitalisierung schreitet weltweit mit großen Schritten voran. Vor allem im privaten Lebensbereich ist die Nutzung von Smartphones und Tablets gängige Praxis, was zu einer ständigen Erreichbarkeit und Präsenz führt. Auch Unternehmen greifen diesen Trend auf und integrieren verschiedene Elemente, um interne Prozesse schneller, einfacher und dynamischer zu gestalten.
Im Rahmen dieser Arbeit wird in Zusammenarbeit mit der LIDL Stiftung ein Konzept für ein geräteunabhängiges Vertriebsreporting erstellt, welches weltweit in den Filialen zur Anwendung kommen soll.
Das Konzept ist eine Antwort auf die steigenden digitalen Anforderungen im Unternehmen und soll die Steuerung und Kontrolle von Kennzahlen in den Filialen zeitgemäßer, transparenter, zugänglicher sowie orts- und zeitunabhängiger machen.
Des Weiteren werden bisher verwendete Kennzahlen in Abstimmung mit den relevanten Stakeholdern auf ihre Nützlichkeit überprüft und auf Basis der neuen Darstellung angepasst. -

Lösungsansätze

Im Rahmen dieser Masterarbeit wurde zunächst ein theoretisches Grundverständnis der relevanten Themen geschaffen. Dazu gehört zum einen der Themenschwerpunkt Controlling. Neben den Aufgaben des klassischen Controllings, sowie der Rolle des Controllers, wurden vor allem die Bereiche Vertriebscontrolling und Reporting näher beleuchtet.
Zum anderen wird auf den Themenbereich BI (Business Intelligence) bzw. BI-Systeme eingegangen, da dieser maßgeblich das Reporting bei Lidl beeinflusst.
Im weiteren Verlauf der Arbeit wurde das Unternehmen Lidl vorgestellt. Teil dieser Vorstellung ist neben der Abteilung Controlling International vor allem der Bereich BI-Enterpriselösungen, der sich federführend mit der Weiterentwicklung der Digitalisierung des Reportings beschäftigt. Darüber hinaus wurde das bestehende Vertriebsreporting der Filialen, sowie die aktuelle Arbeitsweise in den Filialen, beschrieben.
Anschließend wurden die Anforderungen an das zukünftige Vertriebsreporting definiert. Dazu wurden im ersten Schritt Grundlagen des Anforderungsmanagements erläutert.
Nachdem das Ziel und der Nutzen des Projekts definiert wurden, wurden im weiteren Verlauf Anforderungen ermittelt, dokumentiert, analysiert und abgestimmt. Diese Ergebnisse dienten als Basis des Konzepts eines geräteunabhängigen Vertriebsreportings.
Für das Konzept wurde mithilfe von SSBI (Self-Service Business Intelligence) ein Mockup erstellt. Dieses Mockup dient als Grundlage und beinhaltet alle relevanten Anforderungen.

Masterthesis: Konzeption eines geräteunabhängigen Vertriebsreportings am Beispiel der Lidl Stiftung & Co. KG

Ergebnisse

Im Rahmen dieser Arbeit wurde ein Konzept für ein geräteunabhängiges Vertriebsreporting zur Nutzung in den Lidl-Filialen ausgearbeitet. Dazu wurden alle relevanten Stakeholder in die Anforderungsaufnahme miteinbezogen, um gemeinsam eine Anforderungsspezifikation zu erstellen. Im Zuge dessen entstand ein Dokument, welches alle wichtigen Anforderungen enthält und mit dem gesamten Projektteam abgestimmt war.
Auf Grundlage dieser Anforderungsspezifikation wurde das Konzept aufgebaut.
Durch regelmäßige Projekttermine wurden die Anforderungen konkretisiert und mithilfe eines Mockups anschaulich umgesetzt.
Ergebnis ist ein vollumfängliches Konzept eines Vertriebsreportings für alle LIDL-Filialen, welches von unterschiedlichen Endgeräten aus verwendet werden kann.
Das Konzept vereint die technischen Möglichkeiten der Digitalisierung mit den Anforderungen aus den Filialen an ein Reporting.

Fazit und Ausblick

Nachdem das Konzept ganzheitlich entwickelt wurde, erfolgt die Freigabe des Konzepts durch den Fachbereich, sowie durch den Bereich BI-Enterpriselösungen. Im Anschluss wird das Konzept der SIT (Schwarz-IT) übergeben, die für die Umsetzung bzw. technische Entwicklung des Konzepts verantwortlich ist.
Nach der Entwicklung folgen erste Tests, sowie Änderungen, die sich aus den Tests ergeben. Dieser Prozess aus Konzeption, Realisierung und Testen erfolgt iterativ, bis das gewünschte Produkt fertiggestellt wurde. Danach folgt der Rollout in die Lidl-Filialen, sowie der Go-Live.