

Lieferantenbewertung mit NLPP-Simulationsmodellen

Entscheidungen einfach gemacht

Befeuert durch die Corona-Pandemie machen sich viele Unternehmen auf die Suche nach neuen Lieferquellen. Bei der Bewertung der Lieferanten hilft die Preisanalyse-Software NLPP. Sie ermittelt präzise Zielpreisformeln, auf deren Basis EinkäuferInnen potenzielle Lieferanten miteinander vergleichen können.

In Zeiten von Corona offenbart sich, wie riskant eine Single- oder Double-Sourcing-Strategie sein kann: Einst zuverlässige Vertragspartner liefern nun nicht mehr termingerecht, so gerät die eigene Produktion ins Stocken. Ein weiteres Problem: Wer auf Lieferungen aus Fernost angewiesen ist, muss horrende Transportaufschläge zahlen. Nun kann man abwarten und auf Besserung der Situation hoffen – oder neue Lieferanten ins Boot holen und damit die Ausfallsicherheit der Lieferkette erhöhen.

Scouting: kein Hexenwerk

Hierfür erfolgt im ersten Schritt ein strukturiertes Lieferanten-Scouting, bei dem relevante Unternehmen identifiziert werden. Dies ist reine Fleißarbeit, denn es gibt KI-basierte Datenbanken, die Lieferanteninformationen kumulieren und die Recherche vereinfachen. Sind interessante Lieferanten ausgelotet, werden Ange-

$$\begin{aligned} \text{Zielpreis Lieferant A} = \\ & 0,345 \times \text{Länge} \\ & + 1,256 \times \text{Gewicht} \\ & + 0,044 \times \text{Drehmoment} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Zielpreis Lieferant B} = \\ & 0,556 \times \text{Länge} \\ & + 1,073 \times \text{Gewicht} \\ & + 0,041 \times \text{Drehmoment} \end{aligned}$$

Die Lieferanten-Zielpreisformel bildet die DNA eines Lieferanten ab.

Bild: Saphirion

bote eingeholt. Nun folgt die Herausforderung: die Bewertung der Lieferanten anhand der eingeholten Angebote. Hierbei hilft die Methode NLPP (Non-linear Performance Pricing). NLPP ist eine wissenschaftlich fundierte Analysemethode, die als gleichnamige Software-Anwendung bei dem Unternehmen Saphirion er-

hältlich ist. Die Software ermittelt aus den Angebotsinformationen Zielpreisformeln – sowohl für komplette Produktfamilien als auch für einzelne Lieferanten: In die Berechnung der Produktfamilien-Zielpreisformel (etwa für Schrauben) fließen die Eigenschaften der Schrauben und Preise aller Lieferanten ein, die ein Angebot für Schrauben abgegeben haben. So entsteht eine Marktbenchmark-Zielpreisformel für die Produktfamilie.

Darüber hinaus kann für jeden Lieferanten eine eigene Zielpreisformel berechnet werden, die auf mehr als einfachen Durchschnittswerten basiert (siehe Textkasten). Sie ergibt sich aus allen Angebotsinformationen, die dieser Lieferant eingereicht hat. Diese Lieferanten-Zielpreisformel gilt ebenfalls für eine spezielle Produktfamilie, zeigt aber nun anhand der bewerteten Produktmerkmale die Stärken und Schwächen des Lieferanten auf.

i

Verlassen Sie sich nie auf Durchschnittswerte!

NLPP unterscheidet sich grundlegend von anderen Auswertungsansätzen, die ihre Berechnungen mit Durchschnittswerten anstellen. Bei dieser Herangehensweise berechnet man nicht für jeden Lieferanten eine eigenständige Zielpreisformel, sondern ermittelt nur einen lieferantenbezogenen Auf- bzw. Abschlag vom Durchschnitt.

Der Durchschnitt hat jedoch wenig Aussagekraft und macht einen Vergleich der Lieferanten untereinander schwer, da ein Lieferant nur gegen den Durchschnitt und nicht gegen andere Lieferanten verglichen wird.

Darum geht NLPP einen anderen Weg und berechnet eine individuelle Zielpreisformel für jeden der

potenziellen Lieferanten. Nur so wird die DNA des Lieferanten in der Formel abgebildet – inklusive der Information, für welche Produkte er besonders gut geeignet ist. Mit diesen Zielpreisformeln kann nun jeder Lieferant mit jedem anderen verglichen werden.

www.saphirion.com



Bei der Auswahl der richtigen Lieferanten kann die NLPP-Software des Anbieters Saphirion helfen.

Bild: New Africa/Stockadobe.com

Zielpreisformel bilden

Im Gegensatz zu anderen Methoden stützt sich die NLPP-Bewertung nicht auf Kennzahlen wie Preisindizes für Transportkosten, Materialpreise oder Kreditwürdigkeit des potenziellen Lieferanten. NLPP fokussiert sich auf die zu beschaffenden Produkte und wertet konkrete Merkmale und Produkteigenschaften von Sachnummern sowie die tatsächlichen Marktpreise aus. Dadurch ergibt sich ein genaueres Bild als bei der Betrachtung allgemeiner Kennzahlen. NLPP basiert auf der Annahme, dass Artikel mit gleichen Merkmalen gleich viel kosten sollen. Darum betrachtet NLPP Eigenschaften eines Produkts, wie Gewicht, Länge, Menge und Fertigungstoleranz, im Verhältnis zu dessen Preis, also das Preis-Leistungsverhältnis. Darauf basierend ermittelt die Software die oben erwähnten Produkt- und Lieferanten-Zielpreisformeln.

Mit diesen Lieferanten-Zielpreisformeln und den Produkteigenschaften ist es nun möglich, konkrete Preisvorhersagen pro Lieferant zu treffen – und zwar auf einzelne Produkte bezogen. Der Einkäufer kann rasch kalkulieren, was Zeichnungsteil X oder Baugruppe Y bei Lieferant A, B oder C kosten würden. Die Zielpreise der einzelnen Lieferanten können nun miteinander verglichen werden. Da NLPP die Vergleiche mit einer grafischen Darstellung begleitet, findet der Einkäufer einfach den besten Lieferanten. Dabei definiert sich „der Beste“ nicht als „der Billigste“, sondern als der Lieferant mit dem besten Preis-Leistungsverhältnis für das jeweilige Beschaffungsobjekt.

Mengeneffekte überschätzt

Fragmentiert man das Beschaffungsvolumen (z. B. von 100 % Beschaffungsmenge bei Lieferant A zu jeweils 25 % bei vier

verschiedenen Lieferanten), sorgt das für eine höhere Ausfallsicherheit in der Supply Chain. Es steht jedoch die Befürchtung im Raum, durch die Fragmentierung monetäre Mengeneffekte zu verlieren. Auch hier hilft NLPP: Da die Software für jeden Lieferanten eine individuelle Zielpreisformel errechnet, lässt sich der Verlagerungseffekt pro Lieferant abschätzen. NLPP findet heraus, wie stark jede Eigenschaft den Zielpreis verändert – also auch die Eigenschaft „Menge“.

Die Praxis zeigt, dass diese Veränderung oft nicht konstant (= linear) ist. So kann es sein, dass der Mengeneffekt vollumfänglich bereits bei einer Menge von 10.000 Stück eintritt; eine Steigerung von 10.000 auf 100.000 Stück hat dann keinen Effekt mehr. Mit diesem Wissen sieht der NLPP-Analyst, in welche „Mengenhäppchen“ die Gesamtmenge unterteilt werden sollte, um weiterhin von vorhandenen monetären Mengenvorteilen zu profitieren.

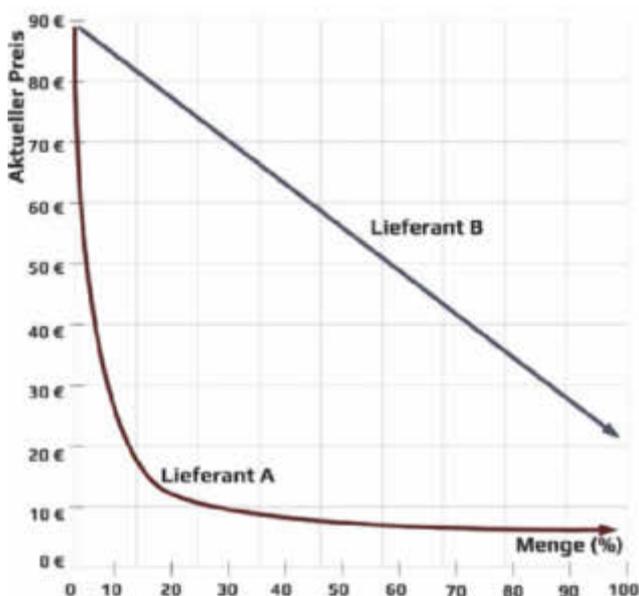


Bild: Saphirion

Viele Analysen zeigen: Der Hauptanteil des Mengeneffekts wird schon bei kleinen Abnahmemengen realisiert. Mengen, die diesen Punkt überschreiten, können zur Risikominimierung ohne Preisnachteil auf weitere Lieferanten verteilt werden.

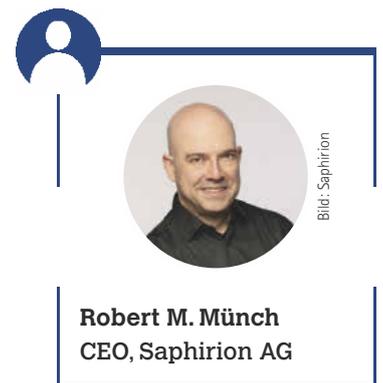


Bild: Saphirion

Robert M. Münch
CEO, Saphirion AG