



Das Schweizer Unternehmen Griesser entwickelt komfortable und nachhaltige Lösungen für den Sonnenschutz.

Bild: Griesser

Preisanalyse

Produktnutzen im Fokus

Die mittelständische Griesser AG nutzt die Preisanalyse-Methode NLPP, um Ziel-Einkaufspreise zu kalkulieren und Einsparpotenziale aufzuspüren. Die Methode stellt dabei den Wert und Nutzen eines Produktes aus Kundensicht in den Mittelpunkt.

Das Schweizer Familienunternehmen Griesser AG gehört zu den führenden Unternehmen in Europa für Sonnen- und Wetterschutz von Fenster und Terrassen. Mit viel Pioniergeist setzt sich Griesser seit 1882 dafür ein, intelligente Innovationen voranzutreiben. Eine nachhaltige und langfristige Unternehmenspolitik sowie ein verantwortungsvoller Umgang mit Menschen und Ressourcen stehen dabei im Zentrum.

Natürlich möchte jeder die Kosten im Einkauf gering halten. Doch wer billig einkauft, macht unter Umständen auch Abstriche in der Qualität oder nimmt längere Lieferzeiten in Kauf. „Wir bei Griesser fokussieren uns darum im strategischen Einkauf nicht nur auf die Preise, sondern betrachten immer den Wert und Nutzen der Beschaffungsobjekte im Verhältnis zu den Kosten“, berichtet Sebastian Klotz, der als strategischer Einkäufer bei Griesser tätig ist. Als Analyseverfahren kommt bei Griesser unter anderem NLPP zum Einsatz (Non-linear Performance-Pricing). „Die Analyse führen wir jedoch nicht händisch durch, sondern nutzen die gleichnamige Software NLPP“, so Klotz.

NLPP überprüft für komplette Warengruppen die Angemessenheit von Preisen mittels mehrdimensionaler, nicht-linearer Regressionsanalyse, welche die technischen Eigenschaften eines Produkts im Verhältnis zum Preis betrachtet. So findet die Software heraus, welche Produktmerkmale den Preis in welchem Ausmaß in die Höhe treiben – inwieweit beispielsweise das Gewicht des Teils den Einkaufspreis stärker beeinflusst als der Durch-

messer. Die Software macht nicht-identische Produkte mithilfe von Benchmarks vergleichbar, ermittelt das Kostensenkungspotenzial für einzelne Produkte und berechnet – angelehnt an den Wert und Nutzen des jeweiligen Produktes – angemessene Ziel-Einkaufspreise für bestehende und neu zu beschaffende Teile.

NLPP hat aus der Sicht von Sebastian Klotz einen großen Vorteil: „NLPP ermöglicht es mir, einen Benchmark mit den eigenen, Griesser-spezifischen Teilen durchführen zu können. Dabei können wir auf bereits vorliegende kommerzielle und technische Daten zurückgreifen.“ Darüber hinaus schätzt Sebastian Klotz die universelle Einsatzmöglichkeit der Analyseverfahren, die sich für jede Art von Beschaffungsobjekt eignet. Als mittelständisches Unternehmen habe man weder die Manpower noch das Budget, um mehrere Speziallösungen parallel zu nutzen.

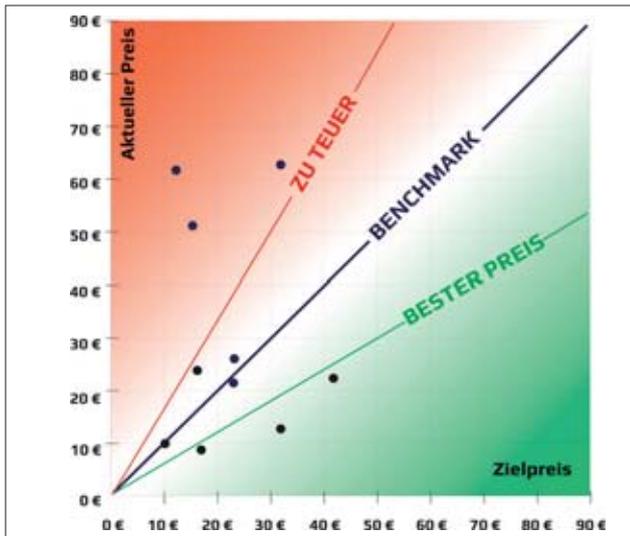
Zielpreise und Kostentreiber für E-Motoren finden

Die Vorgehensweise bei der NLPP-Analyse lässt sich anhand der für Griesser wichtigen Teilefamilie Elektromotoren aufzeigen, die für ihn den größten Kostenpunkt im Einkauf darstellt. Jeder Sonnenschutz, der nicht mühevoll per Hand bewegt werden soll, braucht einen Motor. Griesser hat im Einkauf rund 80 unterschiedliche elektrische Antriebseinheiten gelistet, die sich unter anderem hinsichtlich ihrer Produktmerkmale unterscheiden. Für die 80 Sachnummern der Teilefamilie Elektro-



NLPP zeigt uns, welche Produktmerkmale einen Impact auf den Einkaufspreis haben.

Sebastian Klotz,
Strategische Beschaffung,
Griesser AG



NLPP vereinfacht Sourcing Aktivitäten, berechnet Preisbenchmarks und verbessert die Preiskonsistenz in Warengruppen.
Grafik: Saphirion

motoren sollen nun mithilfe von NLPP Zielpreise berechnet und mit den Ist-Preisen abgeglichen werden. „Hierfür haben wir im ersten Schritt den Wert und Nutzen mithilfe von Produktmerkmalen definiert, die uns bei E-Motoren wichtig sind“, erläutert Sebastian Klotz. „Diese wurden anschließend im Verhältnis zum Preis ausgewertet.“

Der Übersichtlichkeit halber beschränkt er sich im Rechenbeispiel auf fünf Merkmale, die da wären:

- Motorstärke in nM
- Endlageneinstellung (elektrisch/mechanisch)
- Drehmomenterkennung (ja/nein)
- Funktechnik integriert (ja/nein)
- Smart Home kompatibel (ja/nein)

Mithilfe dieser Angaben berechnet NLPP die Zielpreisformel für Motoren. Der Zielpreis wird dann ebenfalls automatisch durch die Software berechnet, indem die Werte für die einzelnen Merkmale jedes Motors in die Formel eingesetzt werden. „Bislang fiel es uns schwer, die Angebotspreise der Motoren zu vergleichen, da die Konfigurationen sehr unterschiedlich sind. Hier hilft NLPP ideal weiter, da wir nun auch Kosten/Nutzen aller Motoren in Relation bringen können. NLPP

zeigt uns, welche Produktmerkmale einen Impact auf den Einkaufspreis haben“, so Sebastian Klotz.

Im konkreten Fall der E-Motoren ist ein Ergebnis der NLPP-Analyse die Erkenntnis, dass das Produktmerkmal ‚Drehmomenterkennung‘ den Einkaufspreis nicht verteuern darf. Dagegen ist die Smart-Home-Fähigkeit des Motors ein wertsteigerndes Feature. „Zudem können wir Tendenzen für bislang zu teuer eingekaufte Teile erkennen – das heißt Teile, bei denen wir für ,100 Prozent Geld‘ weniger als 100-prozentige Leistung erhalten.“

NLPP als Basis für Verhandlungen

Künftig möchte Griesser seine Lieferanten dahin entwickeln, innovative Produktfeatures zu integrieren, die den Wert der Endprodukte signifikant steigern. Sebastian Klotz gibt einen Ausblick: „Auf Basis der NLPP-Ergebnisse können wir in Zukunft in Lieferantengesprächen mathematisch fundiert aufzeigen, welche Produktfeatures einen Wert darstellen – und es darum wert sind, extra vergütet zu werden. Darüber hinaus können wir genau quantifizieren, wie sich dieser Extra-Wert im Preis widerspiegeln darf.“

ki

Non lineares Performance Pricing (NLPP)

NLPP steht für ‚Non-linear Performance Pricing‘: So nennt der Schweizer Software-Hersteller Saphirion AG seine Software zur Analyse von Produkt- und Preisdaten. Sie wird vor allem im industriellen Umfeld im Bereich Einkauf eingesetzt und soll Unternehmen erlauben, Komponenten oder Produkte möglichst preisgünstig einzukaufen. Da verschiedene mathematische Operatoren und Funktionen in der Zielpreisformel verwendet werden, kann diese erheblich flexibler die Struktur der Eingangsdaten

abbilden und daher viel bessere Ergebnisse liefern. Probleme wie negative Zielpreise, die sich bei Verwendung reiner linearer Methoden ergeben können, gibt es bei nicht-linearen Methoden nicht. Diese liefern immer positive Zielpreise. NLPP ist die einzige Anwendung am Markt, welche aktuell drei verschiedene nicht-lineare Methoden unterstützt und dadurch erheblich bessere Ergebnisse in Form von präzisen und realistischen Zielpreisen liefert als Lösungen, die nur lineare Methoden einbeziehen.

Wie Sie dank
TECHNIK+EINKAUF
Kosten optimieren
und Qualität
sichern. Jetzt
kostenlos testen:
[www.fachzeit-
schriften.shop/TE](http://www.fachzeitschriften.shop/TE)



Oder schnell über
Ihr Mobiltelefon
QR-Code scannen.

mj connect

verlag moderne industrie
GmbH
Justus-von-Liebig-Str. 1
86899 Landsberg

Tel. 08191/125-333
leserservice@
mi-connect.de
www.mi-connect.de