

Repetition

Einkaufsfachmann / Einkaufsfachfrau mit eidg. Fachausweis

Modul: Preis- und Kostenstrukturanalyse

Ronny Thöni

Logistikwerk GmbH, Chur

info@logistikwerk.ch

Tagesablauf

- Offene Fragen aufnehmen
- Erläutern der offenen Fragen
- Kurzdurchlauf Schwerpunkte
- Abschluss, offene Fragen

Offene Fragen 1

Wie sieht eine Sensitivitätsanalyse aus?

Sensitivitätsanalyse

-Marktkonstellationen und Auswirkungen, Erklärung mit Beispielen

Siehe zusätzliche Blätter

-Allgemein frage zu Prüfung, falls man das Produkt nicht kennt, darf man das erlernte aufschreiben wenn es auch nicht zu Produkt passt, gib das Punkte?

Wenn immer möglich Bezug auf das Produkt nehmen und mit Annahmen arbeiten. Notfalls auf ein ähnliches, bekanntes Produkt ausweichen. Jedoch werden allgemein bekannte Produkte und keine spezifischen gewählt.

Offene Fragen 2

1. Strategische Rahmenbedingungen verstehen

Leistungskriterien 1

... können im Detail Ziel und Nutzen der PKSA differenzieren (Transparenz, Kostentreiber, preisgestaltende Elemente).

... kennen die Grundsätze und Zusammenhänge der Marktformen und Marktpreisbildung (Marktformen-Matrix, Angebot und Nachfrage, Preiselastizitäten).

... sind in der Lage, Beschaffungsobjekte nach deren Einfluss auf das Betriebsergebnis zu beschreiben und unterscheiden zwischen direkten und indirekten Kosten (z. B. Handelswaren/Rohstoffe, Hilfsstoffe, Betriebshilfsstoffe, Module/ Baugruppen und deren Einfluss auf die Kostenträgerrechnung).

1. Strategische Rahmenbedingungen verstehen

Leistungskriterien 2

... erkennen die PKSA als wichtige objektive Grundlage zur Vorbereitung von Preisverhandlungen und Kostendiskussionen (Transparenz, Objektivität, Produkte- und Prozesswissen).

... sind motiviert, diese Informationen in Verhandlungen mit Lieferanten einfließen zu lassen (Kostentreiber, Einfluss auf Herstellkosten, Deckungsbeitrag, Preisbildung, Mengenveränderungen).

2. Kalkulationsmethoden einsetzen

Leistungskriterien 1

... nutzen die Grundkenntnisse der Handelskalkulation, Teil- und Vollkostenkalkulation, wenden diese Kalkulationsarten gezielt an und erklären die Kostenelemente

(Aufbau der jeweiligen Kalkulationsarten, Kostentreiber, variable + fixe Kosten).

... führen eine Deckungsbeitragsrechnung gezielt zur Analyse einer Kostenstruktur durch und beurteilen diese.

2. Kalkulationsmethoden einsetzen

Leistungskriterien 2

... unterscheiden die wesentlichen Elemente einer Hersteller- und einer Händlerkalkulation und führen eine solche durch (Berücksichtigung der Wertschöpfung des Produzenten und des Händlers).

... entwickeln für Herstellerbetriebe und Handelsunternehmen eine mehrstufige DB-Rechnung zur Beurteilung der Kostenstruktur auf Produktebene (direkter Kosteneinfluss der Produktion, Preisuntergrenze).

... kennen die Methode der Schattenkalkulation und wenden diese zur Prüfung von Lieferantenangeboten oder der Zielpreisfindung an (z. B. Nachkalkulation, Zielpreisermittlung, vermutliche Kosten des Lieferanten).

3. Preisanalysen durchführen und beurteilen

Leistungskriterien 1

... führen für Seriengüter (Wiederholungskauf) Preisanalysen mit Mengenschaffel durch und nutzen die Information der Folgekosten, um Angebotspreise mit Mengenschaffel zu beurteilen (z. B. Stückpreise mit Mengenschaffel).

... setzen gezielt die Methode der Lernkurve ein (Erfahrungskurveneffekt nach Boston Consulting).

... wenden für Einzelfertigung oder Investitionsbeschaffung die Nutzwertanalyse an, entwickeln dafür die entsprechenden Kriterien / die Gewichtung und begründen die Kaufentscheidung (z. B. Investitionsgut: Produktionsmaschine, Lagereinrichtung, IT-Hard- oder -Software, Fuhrpark).

3. Preisanalysen durchführen und beurteilen

Leistungskriterien 2

... begründen die Anwendung der Gleitpreisformel und ermitteln relevante Preisveränderungen

(z. B. Währungsveränderungen für Güter wie Kupferkabel, Textilien, Kunststoffteile, Chemikalien).

... führen bei Make-or-Buy-Entscheidungen im Unternehmen Anfragen auf Grundlage des partiellen Preisvergleichs durch und ermitteln den fiktiven Zielpreis

(z. B. Verlagerungen interner Prozesse wie Produktion oder Reinigung an Externe).

... nutzen motiviert die Ergebnisse der PKSA und entwickeln daraus nachvollziehbare und objektive Verhandlungsargumente (Grundlagen für die Vorbereitung von Verhandlungsgesprächen).

4. Informationen für die Preisanalyse beschaffen

Leistungskriterien 1

... nutzen die Methoden der Beschaffungsmarktforschung, um selektiv Informationen über Kosten-, Preis- und Marktveränderungen zu erhalten (z. B. direkte, indirekte BMF).

... ermitteln und nutzen gezielt interne und externe Informationsquellen, um vergangene und künftige Veränderungen von preis- und kostenrelevanten Elementen zu erfahren (z. B. externe Statistiken, Indexe, interne Informationen von Technik, Verkauf, Fachverbänden).

... speichern diese Daten, verwenden diese selbst wieder und stellen sie anderen Fachbereichen (Entwicklung, Controlling, Verkauf) zur Verfügung (z. B. auf Datenbank, Intranet).

5. Resultate aus der Kosten- und Preisanalyse nutzen

Leistungskriterien 1

Einkaufsfachleute

... setzen die erarbeiteten Informationen aus der PKSA gezielt für die Vorbereitung von Preisverhandlungen ein (z. B. Info über die Kostenstruktur, Auswirkungen auf echte Veränderungen, Entwicklung der Kosten beim Lieferanten).

... vereinbaren mit wichtigen Lieferpartnern die Kostenstruktur als objektive und nachvollziehbare Verhandlungsgrundlage (z. B. Kostentreiber, Einflussfaktoren für Kostenveränderungen).

5. Resultate aus der Kosten- und Preisanalyse nutzen

Leistungskriterien 2

... beschaffen sich Informationen über Marktveränderungen und ermitteln den Einfluss auf die Kosten und den Verkaufspreis (z. B. Währungsparitätsveränderung, LSVA auf Transportkosten, Anstieg der Kupfernotierung auf Kabelpreise).

... kontaktieren den Lieferanten und fordern ggf. Preissenkungen bei Marktpreisveränderungen oder erheblicher Mengensteigerung der Bezugsmengen gegenüber dem Vorjahr oder früheren Bestellungen (z. B. Währungsparitätsveränderung, sinkender Erdölpreis auf Kunststoff, Verdoppeln der Bezugsmenge beim Lieferanten).