

## ABC-Analyse

Die ABC-Analyse hilft, Schwerpunkte zu ermitteln, und bietet damit die Grundlage zur Konzentration auf die wesentlichen Dinge. Diese Analyseform ist nicht nur für die Beschaffung verwendbar, sondern auch für andere betriebswirtschaftliche Fragestellungen wie z.B. Kundenklassifizierungen.

Das Grundprinzip hinter der ABC-Analyse besteht in dem Umstand, dass Artikeln (oder Kunden, Lieferanten etc.) unterschiedliche Bedeutung zukommt. Vielfach bestätigten Beobachtungen zufolge machen 5-10% der Artikel ca. 70-80% des Einkaufsvolumens aus (A-Artikel). Weitere 15-20% der Artikel beanspruchen in etwa 15-20% des Werts (B-Artikel) und die verbleibenden 70-80% der Artikel verursachen insgesamt nur 5-10% der Einkaufskosten.

Da A-Artikeln offensichtlich eine vielfach größere Bedeutung zukommt, als C-Artikeln, sollten sie im Mittelpunkt der Optimierungsbestrebungen stehen. Hierfür lohnen sich intensive Analysen der Lieferanten und der Kostenstrukturen. Die Bestände sollten genau überwacht, die optimale Bestellmengen ermittelt und Bezugsquellen sorgsam ausgewählt werden. Für C-Artikel würde sich dieser Aufwand kaum lohnen, die dabei anfallenden Prozesskosten sind vermutlich höher als das zu erwartende Einsparpotenzial.

Die Durchführung einer ABC-Analyse erfolgt wie in diesem Beispiel gezeigt:

1. Die benötigten Daten müssen ermittelt werden, als Basisdaten genügen hierfür sämtliche Artikelbezeichnungen, die zugehörigen (jährlichen) Verbrauchsmengen und die entsprechenden Preise.

Artikel-Nr	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück
1	250	280,00
2	100	400,00
3	80	625,00
4	200	50,00

5	400	50,00
6	4.000	2,50
7	400.000	0,25
8	10	5.000,00
9	500	600,00
10	120	250,00
11	4.000	10,00
12	25.000	2,00
13	500	20,00
14	40.000	0,50
15	200.000	23,00
16	340.000	10,00
17	5.000	40,00
18	800	125,00
19	10	60.000,00
20	50.000	6,00

2. Eine Klassifikation nach der Einkaufsmenge macht in diesem Beispiel genauso wenig Sinn wie eine nach dem Stückpreis. So wird zwar Artikel Nr. 7 in der größten Menge eingekauft, hat aber bei weitem nicht die höchste Bedeutung. Interessant für die Fragestellung des vorliegenden Beispiels ist der Einkaufswert eines Artikels insgesamt, er lässt sich durch Multiplikation der Einkaufsmenge mit dem Stückpreis errechnen.

Anschließend ist die Tabelle absteigend nach der relevanten Größe (hier der neu ermittelte Einkaufswert) zu sortieren, so dass die wichtigsten Artikel oben stehen:

Artikel-Nr	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück	Einkaufswert
15	200.000	23,00	4.600.000,00
16	340.000	10,00	3.400.000,00
19	10	60.000,00	600.000,00
9	500	600,00	300.000,00
20	50.000	6,00	300.000,00
17	5.000	40,00	200.000,00
7	400.000	0,25	100.000,00
18	800	125,00	100.000,00
1	250	280,00	70.000,00
3	80	625,00	50.000,00
8	10	5.000,00	50.000,00

12	25.000	2,00	50.000,00
2	100	400,00	40.000,00
11	4.000	10,00	40.000,00
10	120	250,00	30.000,00
5	400	50,00	20.000,00
14	40.000	0,50	20.000,00
4	200	50,00	10.000,00
6	4.000	2,50	10.000,00
13	500	20,00	10.000,00

3. Jetzt ist der relative Anteil jedes Artikels am Gesamteinkaufswert zu ermitteln.

Artikel-Nr	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück	Einkaufswert	%-Anteil am EK-Wert
15	200.000	23,00	4.600.000,00	46,0%
16	340.000	10,00	3.400.000,00	34,0%
19	10	60.000,00	600.000,00	6,0%
9	500	600,00	300.000,00	3,0%
20	50.000	6,00	300.000,00	3,0%
17	5.000	40,00	200.000,00	2,0%
7	400.000	0,25	100.000,00	1,0%
18	800	125,00	100.000,00	1,0%
1	250	280,00	70.000,00	0,7%
3	80	625,00	50.000,00	0,5%
8	10	5.000,00	50.000,00	0,5%
12	25.000	2,00	50.000,00	0,5%
2	100	400,00	40.000,00	0,4%
11	4.000	10,00	40.000,00	0,4%
10	120	250,00	30.000,00	0,3%
5	400	50,00	20.000,00	0,2%
14	40.000	0,50	20.000,00	0,2%
4	200	50,00	10.000,00	0,1%
6	4.000	2,50	10.000,00	0,1%
13	500	20,00	10.000,00	0,1%
<b>Summe</b>	<b>1.070.970</b>		<b>10.000.000,00</b>	<b>100,0%</b>

Theoretisch könnte bereits jetzt eine Klassifikation in A-, B- oder C-Artikel erfolgen. Als Regel ließe sich dabei formulieren, dass A-Artikel mehr als zwanzig Prozent des

Einkaufswerts ausmachen sollen, C-Artikel weniger als ein Prozent. Allerdings ist die Definition dieser Grenzen schwierig, da noch kein Bezug auf die oben angegebenen Zusammenhänge (5-10% der Artikel machen oft ca. 70-80% des Einkaufsvolumens aus) möglich ist. Deshalb hat die ABC-XYZ-Analyse noch weitere Schritte:

4. Die ermittelten Prozentwerte sind zu kumulieren (d.h. zu addieren).

Artikel-Nr	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück	Einkaufswert	%-Anteil am EK-Wert	kumulierter %-Anteil am EK-Wert
15	200.000	23,00	4.600.000,00	46,0%	46,0%
16	340.000	10,00	3.400.000,00	34,0%	80,0%
19	10	60.000,00	600.000,00	6,0%	86,0%
9	500	600,00	300.000,00	3,0%	89,0%
20	50.000	6,00	300.000,00	3,0%	92,0%
17	5.000	40,00	200.000,00	2,0%	94,0%
7	400.000	0,25	100.000,00	1,0%	95,0%
18	800	125,00	100.000,00	1,0%	96,0%
1	250	280,00	70.000,00	0,7%	96,7%
3	80	625,00	50.000,00	0,5%	97,2%
8	10	5.000,00	50.000,00	0,5%	97,7%
12	25.000	2,00	50.000,00	0,5%	98,2%
2	100	400,00	40.000,00	0,4%	98,6%
11	4.000	10,00	40.000,00	0,4%	99,0%
10	120	250,00	30.000,00	0,3%	99,3%
5	400	50,00	20.000,00	0,2%	99,5%
14	40.000	0,50	20.000,00	0,2%	99,7%
4	200	50,00	10.000,00	0,1%	99,8%
6	4.000	2,50	10.000,00	0,1%	99,9%
13	500	20,00	10.000,00	0,1%	100,0%
<b>Summe</b>	<b>1.070.970</b>		<b>10.000.000,00</b>	<b>100,0%</b>	

5. Da es sich um insgesamt 20 Artikel handelt, hat jeder Artikel einen Anteil von 5% an der Gesamtartikelanzahl. Diese (bei dieser Fragestellung triviale) Information dient ebenfalls als Basis einer Kumulation (Spalten zwei und drei).

Artikel-Nr	%-Anteil an der Gesamtartikelzahl	kumulierter Anteil	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück	Einkaufswert	%-Anteil am EK-Wert	kumulierter %-Anteil am EK-Wert
15	5%	5%	200.000	23,00	4.600.000,00	46,0%	46,0%
16	5%	10%	340.000	10,00	3.400.000,00	34,0%	80,0%
19	5%	15%	10	60.000,00	600.000,00	6,0%	86,0%
9	5%	20%	500	600,00	300.000,00	3,0%	89,0%
20	5%	25%	50.000	6,00	300.000,00	3,0%	92,0%
17	5%	30%	5.000	40,00	200.000,00	2,0%	94,0%
7	5%	35%	400.000	0,25	100.000,00	1,0%	95,0%
18	5%	40%	800	125,00	100.000,00	1,0%	96,0%
1	5%	45%	250	280,00	70.000,00	0,7%	96,7%
3	5%	50%	80	625,00	50.000,00	0,5%	97,2%
8	5%	55%	10	5.000,00	50.000,00	0,5%	97,7%
12	5%	60%	25.000	2,00	50.000,00	0,5%	98,2%
2	5%	65%	100	400,00	40.000,00	0,4%	98,6%
11	5%	70%	4.000	10,00	40.000,00	0,4%	99,0%
10	5%	75%	120	250,00	30.000,00	0,3%	99,3%
5	5%	80%	400	50,00	20.000,00	0,2%	99,5%
14	5%	85%	40.000	0,50	20.000,00	0,2%	99,7%
4	5%	90%	200	50,00	10.000,00	0,1%	99,8%
6	5%	95%	4.000	2,50	10.000,00	0,1%	99,9%
13	5%	100%	500	20,00	10.000,00	0,1%	100,0%
Summe			1.070.970		10.000.000	100,0%	

6. Durch die (fettgedruckten) Kumulationsspalten ist die Grundlage für eine Einteilung in A-, B- und C-Artikel gegeben. Soll auf der ABC-Analyse keine XYZ-Analyse mehr aufbauen (siehe unten), können an den Klassifikationsgrenzen Trennzeilen (ggf. mit einer Kurzinterpretation) eingefügt werden, um die Übersicht zu erhöhen:

Artikel-Nr	%-Anteil an der Gesamtanzahl	kumulierter Anteil	Einkaufsmenge	EK-Preis pro Stück	Einkaufswert	%-Anteil am EK-Wert	kumulierter %-Anteil am EK-Wert	ABC
15	5%	<b>5%</b>	200.000	23,00	4.600.000	46,0%	<b>46,0%</b>	<b>A</b>
16	5%	<b>10%</b>	340.000	10,00	3.400.000	34,0%	<b>80,0%</b>	<b>A</b>

**10% der Artikelpositionen machen 80% des Einkaufswerts aus**

19	5%	<b>15%</b>	10	60.000,00	600.000	6,0%	<b>86,0%</b>	<b>B</b>
9	5%	<b>20%</b>	500	600,00	300.000	3,0%	<b>89,0%</b>	<b>B</b>
20	5%	<b>25%</b>	50.000	6,00	300.000	3,0%	<b>92,0%</b>	<b>B</b>
17	5%	<b>30%</b>	5.000	40,00	200.000	2,0%	<b>94,0%</b>	<b>B</b>
7	5%	<b>35%</b>	400.000	0,25	100.000	1,0%	<b>95,0%</b>	<b>B</b>
18	5%	<b>40%</b>	800	125,00	100.000	1,0%	<b>96,0%</b>	<b>B</b>

**30% (40%-10%) der Artikelpositionen machen 16% (96%-80%) des Einkaufswerts aus**

1	5%	<b>45%</b>	250	280,00	70.000	0,7%	<b>96,7%</b>	<b>C</b>
3	5%	<b>50%</b>	80	625,00	50.000	0,5%	<b>97,2%</b>	<b>C</b>
8	5%	<b>55%</b>	10	5.000,00	50.000	0,5%	<b>97,7%</b>	<b>C</b>
12	5%	<b>60%</b>	25.000	2,00	50.000	0,5%	<b>98,2%</b>	<b>C</b>
2	5%	<b>65%</b>	100	400,00	40.000	0,4%	<b>98,6%</b>	<b>C</b>
11	5%	<b>70%</b>	4.000	10,00	40.000	0,4%	<b>99,0%</b>	<b>C</b>
10	5%	<b>75%</b>	120	250,00	30.000	0,3%	<b>99,3%</b>	<b>C</b>
5	5%	<b>80%</b>	400	50,00	20.000	0,2%	<b>99,5%</b>	<b>C</b>
14	5%	<b>85%</b>	40.000	0,50	20.000	0,2%	<b>99,7%</b>	<b>C</b>
4	5%	<b>90%</b>	200	50,00	10.000	0,1%	<b>99,8%</b>	<b>C</b>
6	5%	<b>95%</b>	4.000	2,50	10.000	0,1%	<b>99,9%</b>	<b>C</b>
13	5%	<b>100%</b>	500	20,00	10.000	0,1%	<b>100,0%</b>	<b>C</b>

**60% (100%-40%) der Artikelpositionen machen 4% (100%-96%) des Einkaufswerts aus**

Summe			<b>1.070.970</b>		<b>10.000.000</b>	<b>100,0%</b>		
-------	--	--	------------------	--	-------------------	---------------	--	--