

Klasse:

Datum:

Lehrkraft:



Name:

Angebotsvergleich

Auf eine ausführliche Recherche nach geeigneten Lieferanten folgt das Erstellen von Anfragen. Dies kann entweder telefonisch oder schriftlich erfolgen und ist abhängig davon, ob bereits Geschäftsbeziehungen bestehen oder nicht. Eine Anfrage kann schnell per Fax, Telefon oder E-Mail erfolgen, wenn bereits Geschäftsbeziehungen existieren und genau bestimmbare Artikel und Leistungen (z.B. durch Angabe von Typ oder Bestellnummer) nachgefragt werden.

Sind umfangreiche Beschaffungen geplant, müssen vorab Lieferungs- und Leistungsmaßnahmen mit eindeutig festgelegten Produkten erstellt werden. Sofern auch ein Pflichtenheft vorhanden ist, muss zunächst geprüft werden, ob für die Anfrage noch weitere Eingrenzungen oder Angaben möglich und notwendig sind. Zu prüfen ist auch, ob der Anfrage Ausschreibungsunterlagen beizufügen sind, um ein förmliches Auswahlverfahren zu betreiben.

Bei IT-Beschaffungen sollten auch immer Folgekosten betrachtet und nachgefragt werden, so z.B. bei Druckern die Kosten für Verbrauchsmaterial (Tinte, Papier, Etiketten) und Energie (Stromverbrauch).

Nach dem Anfragen der Produkte, liegen Angebote vor, die es zunächst einmal zu vergleichen gilt. Angebotsvergleiche sind die Entscheidungsbasis für einen bestimmten Lieferer. Die erhobenen Daten müssen vollständig und vergleichbar sein. Voraussetzung ist, dass die Beurteilungskriterien vor dem Entscheidungsprozess definiert sind und klare Messkriterien und -verfahren verfügbar sind (Bewertungssysteme). So liegt es nahe, zunächst einen quantitativen und anschließend einen qualitativen Angebotsvergleich durchzuführen.

A. Quantitativ

Bei einem quantitativen Angebotsvergleich werden die Bezugs- bzw. Einstandspreise der einzelnen Anbieter verglichen. Hierzu wird eine sogenannte Bezugskalkulation ausgehend vom Listeneinkaufspreis durchgeführt. Wichtig ist bei der Berechnung auf den Grundwert (100 %) zu achten.

Zur einfacheren und schnelleren Berechnung kann auch ein Tabellenkalkulationsprogramm (z.B. Excel) hinzugezogen werden.

| | A | B | C |
|---|--------------------------------|---------------|----------|
| 1 | Kalkulation | Eingabe % / € | Ausgabe |
| 2 | Listeneinkaufspreis | 100 | 100,00 € |
| 3 | - Liefererrabatt | 5 | 5,00 € |
| 4 | = Zieleinkaufspreis | | 95,00 € |
| 5 | - Liefererskonto | 2 | 1,90 € |
| 6 | = Bareinkaufspreis | | 93,10 € |
| 7 | + Bezugskosten | 5 | 5,00 € |
| 8 | = Bezugspreis (Einstandspreis) | | 98,10 € |

| Formeln Spalte (Ausgabe) |
|--------------------------|
| =B2 |
| =C2*B3/100 |
| =C2-C3 |
| =C4*B5/100 |
| =C4-C5 |
| =B7 |
| =C6+C7 |

Nach der Ermittlung der Bezugspreise werden die Anbieter in einer Rangfolge geordnet. Diese wird für den qualitativen Angebotsvergleich benötigt.

Klasse:

Datum:

Lehrkraft:



Name:

Angebotsvergleich

B. Qualitativ

Neben dem Einstandspreis sind weitere Bewertungsaspekte im Angebotsvergleich zu berücksichtigen. Sie können wegen eventuell eintretender Folgeschäden (Verlust des Kunden, Auftragsschaden) höher zu werten sein als der Preisvorteil im Einkauf.

Es gilt immer das wirtschaftlichste Angebot unter Berücksichtigung aller Unternehmensziele auszuwählen und nicht nur das mit dem niedrigsten Einstandspreis.

Da durch die Bewertung der einzelnen Auswahlfaktoren der Gesamtnutzen festgestellt wird, spricht man beim qualitativen Angebotsvergleich auch von einer **Nutzwertanalyse**.

Qualitative Bewertungskriterien sind z.B.:

- Qualität des angebotenen Produkts
- besonderes Design und Aktualität des Produkts
- Lieferzeit
- schnelle und zuverlässige Lieferung
- Kompetenz des Lieferanten (der Mitarbeiter)
- Verhalten des Lieferanten bei Reklamationen
- Kundendienst des Lieferanten
- Verhalten des Lieferanten in besonderen Situationen (Notsituationen)
- Beteiligung des Lieferanten an Marketingmaßnahmen
- gutes Image des Lieferanten
- gutes Schulungs- und Fortbildungsprogramm
- Verkaufsförderungsmaßnahmen des Lieferanten
- Erreichbarkeit des Lieferanten
- Liefermenge, Mindestabnahmemenge
- Beachtung umweltgerechter Methoden und Verfahren
- einfache Logistik
- persönliche Kenntnis der Lieferanten und Vertrauen
- besondere Konditionen: Ratenzahlung, verlängerte Zahlungsfristen, Zuschüsse bei Aktionen und Investitionen, Bereitstellung von Mitarbeitern zur Aushilfe und Unterstützung usw.

Um eine Nutzwertanalyse durchzuführen beschränkt man sich von diesen vielen „weichen“ Kriterien auf die für sich wichtigen und bewertet die Anbieter entweder mit Schulnoten oder Punkten. Dabei kann man die Gewichtungen selbst festlegen. So bewertet Unternehmer A z.B. den Preis mit 60 % und die „weichen“ Kriterien somit dann mit 40 %. Unternehmer B hingegen bewertet genau anders herum.

Auch der qualitative Angebotsvergleich wird in Tabellenform durchgeführt und könnte so aussehen:

| Entscheidungskriterien | Gewichtung | Punkte | Gewichtete Punkte | ... |
|------------------------|------------|--------|-------------------|-----|
| Preis | 40 | 1 | 40 | |
| Produktqualität | 15 | 2 | 30 | |
| ... | | | | |
| Σ | 100 | - | | |