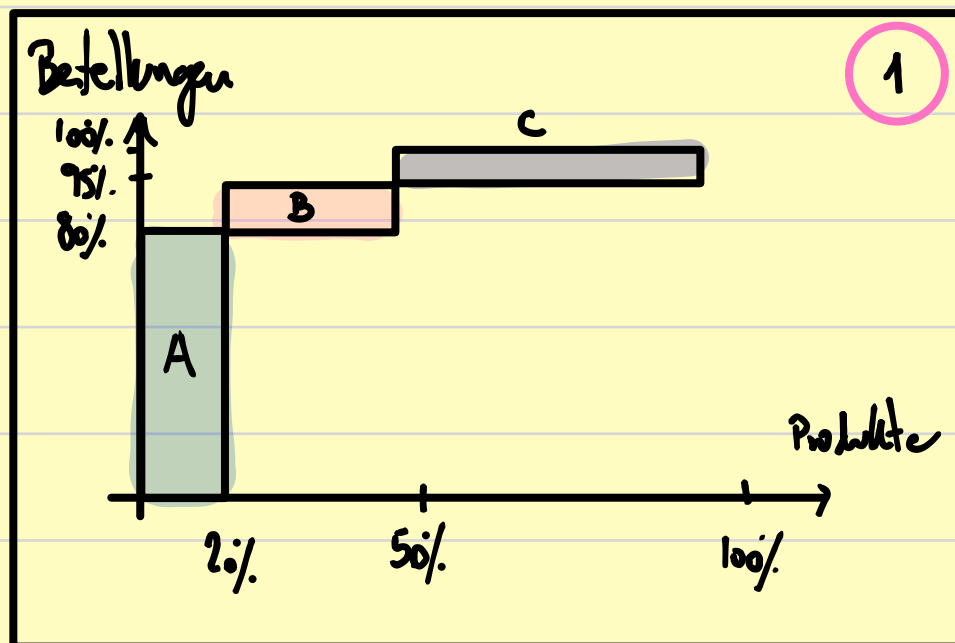


## ABC-Analyse

Ist eine Methode zur Entscheidungsfindung durch Einteilung in 3 Kategorien. Sie basiert auf dem Pareto-Prinzip und hilft dabei, den Blick auf das Wesentliche zu lenken. Ziel der Analyse ist es häufig, die wichtigsten Leistungserbringer zu identifizieren, um sie mit geeigneten Analysen und Maßnahmen steuern zu können.



Einfachste Methode der Priorisierung.

2-Dimensionale Priorisierungsmethode.

z.B. können wir folgende Fragen beantworten:

1. Welches sind meine Top-Produkte und welchen Anteil haben sie an den Bestellungen?
2. Welche sind meine Top-Marketing Kampagnen und welchen Anteil haben sie am Gewinn?
3. Welcher Anteil meiner Kunden sorgt für welchen Anteil am Gesamtumsatz?
- ...

## EINSATZMÖGLICHKEITEN

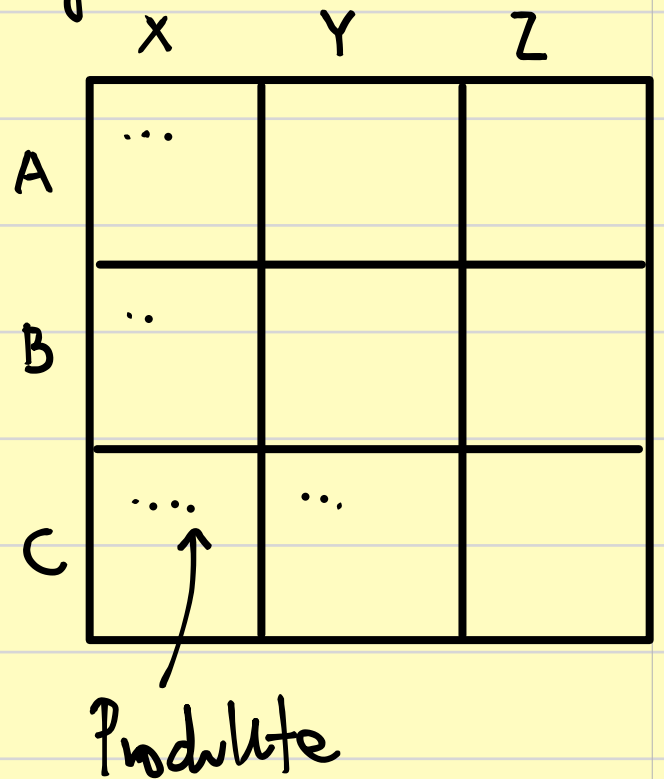
Die ABC-Analyse kann immer zum

Einsatz kommen, wenn eine große Anzahl von Daten geordnet oder klassifiziert werden soll, um die bedeutsamen Objekte zu identifizieren. Zur Priorisierung wird ein zuvor definiertes Kriterium genutzt (1 z.B. Anteil an Bestellungen).

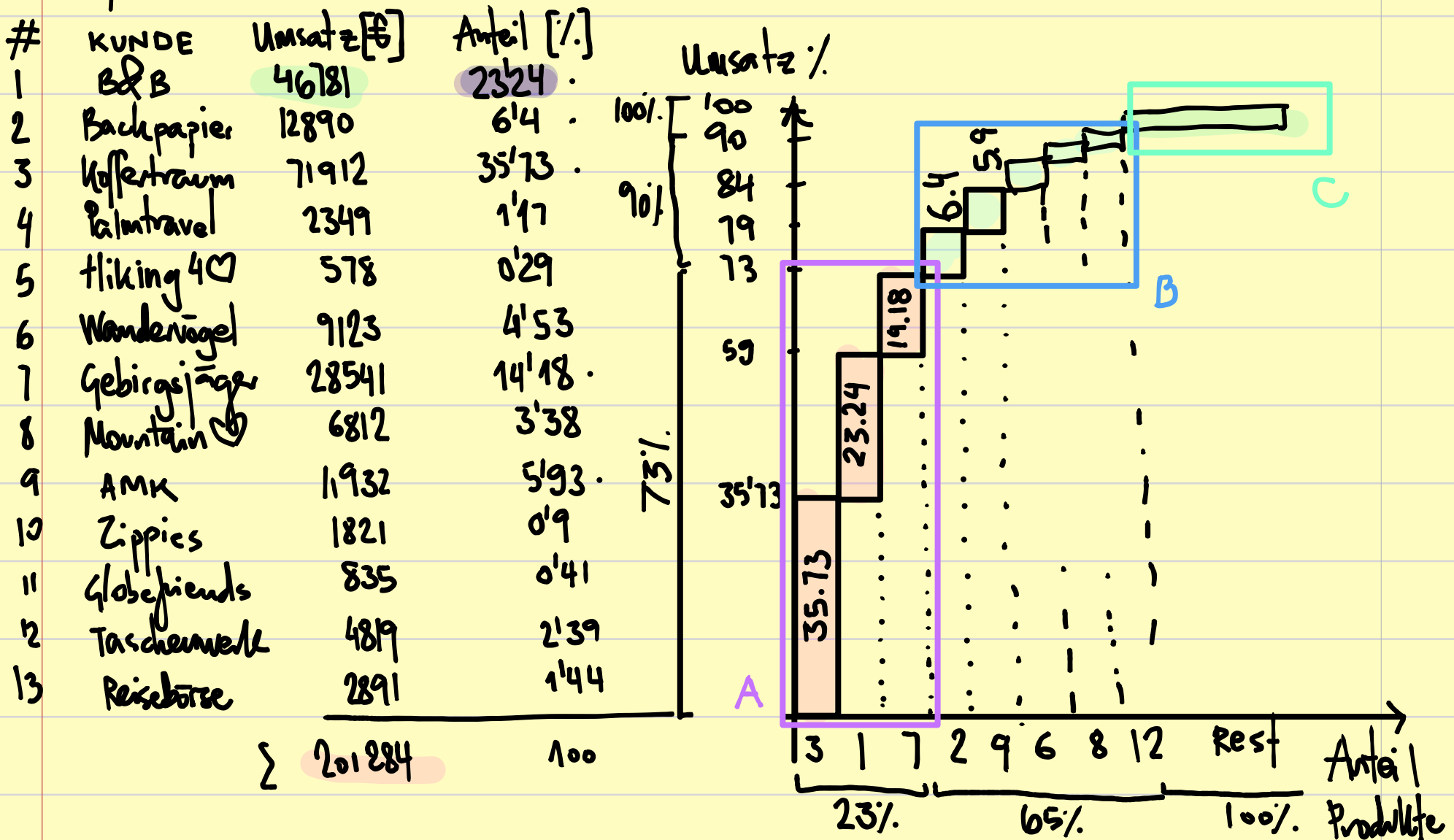
Es gibt in der Beschaffungswirtschaft / Logistik gibt es zwei besondere Arten von solchen Kriterien: man kann die Produkte nach dem generierten Umsatz oder Wertigkeit klassifizieren oder man kann die Produkte nach der Bestellhäufigkeit klassifizieren. In dem Fall reden wir von einer ABC, XYZ Analyse. ABC für den

Umsatz/Wertigkeit und XYZ für Bestellhäufigkeit. Im Grunde handelt es sich um die Kombination von zwei Pareto Analysen damit es folgende Klassen sich ergeben:

AX . sehr wertvoll, sehr häufig  
 AY . sehr wertvoll, mittel häufig.  
 AZ . sehr wertvoll, weniger häufig.  
 BX . mittel wertvoll, sehr häufig.  
 BY . mittel wertvoll, mittel häufig.  
 BZ . mittel wertvoll, weniger häufig.  
 ...



Beispiel:



#1 : Anteil =  $23'24\% = \frac{46781}{201284} \cdot 100$

...

13 Produkte → 1 Produkt 8% der Produktpalette

- A . 23% der Produktpalette (Produkte 3,1,7) entsprechen 73% Umsatz .
- B . 42% der Produktpalette (65% - 23%) (Produkte 2,9,6,8,12) entsprechen 23% Umsatz .
- C . 35% der Produktpalette (65% - 100%) (Produkte 4,5,9,10,11) entsprechen 10% Umsatz .

Wertigkeit / Umsatz

ABC-XYZ

Bestellhäufigkeit

X

Y

Z

A

B

C

X			
Y			
Z			

Motor.

Management Strategie

AX-Produkte . Motorblock .

JUST-IN-TIME/SEQUENZ

BX

BY Produkte . KURBELWELLE

KANBAN (PULL)

AY

SUMA

XC Produkte . KOLBEN/PLEUEL

CONWIP

ZA

CY

BZ Produkte . RINGE/  
STÖßELSTANGE

PUSH

STEUERUNG

CZ

Übung:

# Produkt	# Ausschußteile XYZ	Wertigkeit [€/Stück] ABC
-----------	------------------------	-----------------------------

☺

1. Ringe	7	10
2. Pleuel	23	40
3. Motorblock	87	70
4. Kolben	4	15
5. Steuerung	107	87
6. Ölwanne	65	13
7. Stangen	11	18
9. Schrauben	2	1
10. Platine	9	4

- Bitte eine ABC und eine XYZ Analyse durchführen.
- Welche Beschaffungsstrategie folgen wir bei welchen Produkten?
- Mit welcher Problemlösungsstrategie verbessern wir den Prozeß jeweils? (⚡)... nächste Vorlesung...

