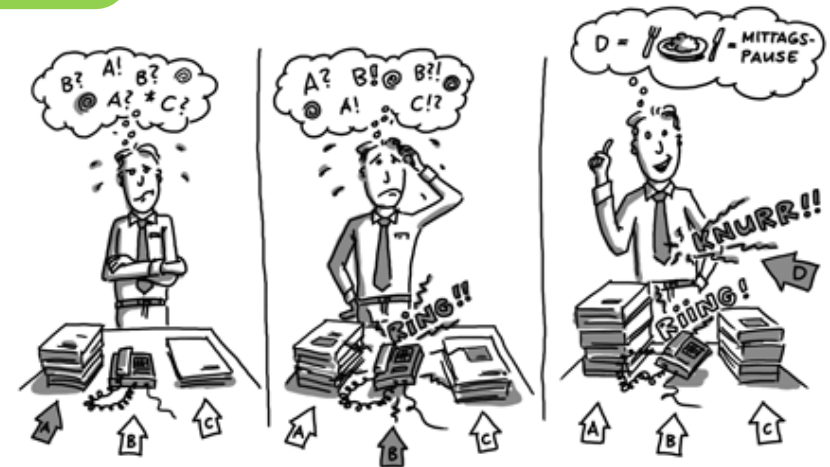


ABC - Analyse



Homburg, C.; Krohmer, H. (2009): Grundlagen des Marketingmanagement, Gabler, Wiesbaden, S. 121 -124

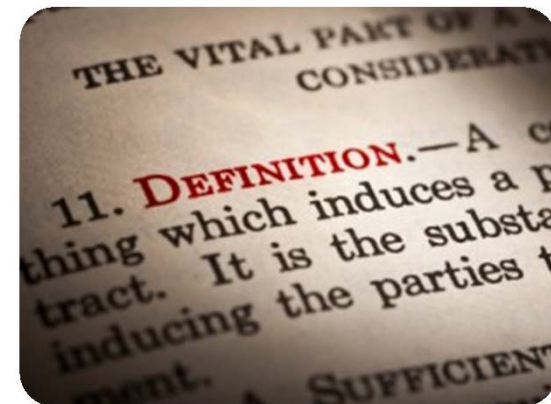
ABC-Analyse - Definition

- Allgemeines Instrument der **Konzentrationsanalyse**
- **Ziel:** Identifikation von wichtigen und weniger wichtiger Bereichen, insbesondere:
 - Produkte und Produktgruppen
 - Kunden und Kundensegmente
 - Märkte
- **Warum ist es wichtig, eine solche Einteilung vorzunehmen?**
 - Umsatzprofil
 - Entscheidungshilfe
 - Prioritätensetzung bei knappen Ressourcen
 - Identifizieren von Produkten, für die eine Elimination in Frage kommt



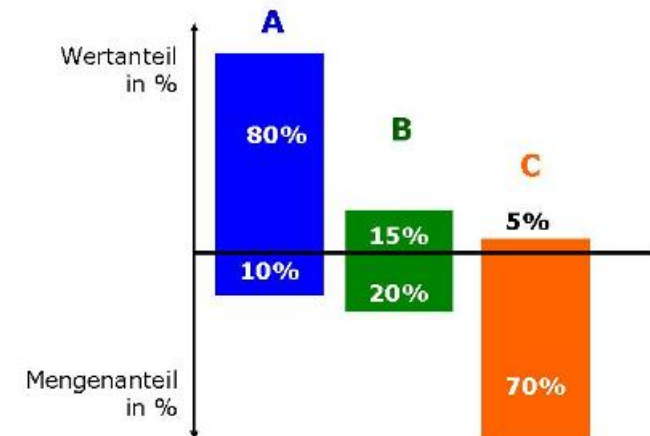
ABC-Analyse - Definition

- Einteilung der Zielobjekte (Produkte, Kunden oder strategische Geschäftsfelder) in
 - A-Bereiche
 - B-Bereiche
 - C-Bereiche
- Einteilung der Zielobjekte erfolgt nach ihrem Beitrag zu einer bestimmten Zielgröße (meist Umsatz)
- Identifizierung von Produkten, die den größten Beitrag zum Gesamtumsatz leisten



Vorgehensweise der ABC-Analyse

- Einteilung in A, B und C Gruppen
 - Meist wird dabei eine 20:80 Struktur verwendet
 - d.h. mit 20% der Produktgruppen werden 80% des Umsatzes erzielt
 - diese 20% bilden den A-Bereich
 - Häufige Einteilung:
 - ✓ A-Bereich: 80% Umsatzbeteiligung
 - ✓ B-Bereich: 15% Umsatzbeteiligung
 - ✓ C-Bereich: 5% Umsatzbeteiligung



Beispiel eines Souvenirladens



Problem:

- Kleine Ladenfläche
- Sinkende Umsätze

Lösung:

- Umgestaltung der Regale, Anordnung der Produkte, des Ladens
- Verkaufsfokussierung auf bestimmte Produktgruppen

Das Sortiment

Kräutermischungen
& Dips



Grappa & edle
Weinbrände



Liköre



Essig & Öle



Woodstock
Klangspiele



Motiv-Schirme &
Taschen



Konfitüre



Naturkosmetika



Verfügbare Daten

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ Stk.
• Essig & Öle	3300	5,60
• Liköre	4500	7,00
• Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80
• Kräutermischungen & Dips	800	4,50
• Woodstock Klangspiele	184	145,00
• Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50
• Naturkosmetik	7532	8,50
• Konfitüre	2111	4,50

Berechnung des nominalen Umsatzes

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/Stk.	Umsatz in €
• Essig & Öle	3300 Stk. * 5,60 €		18.480,00
• Liköre	4500	7,00	31.500,00
• Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00
• Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00
• Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00
• Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00
• Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00
• Konfitüre	2111	4,50	9.499,50
			222.160,5

Berechnung des relativen Umsatzes I

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/Stk.	Umsatz in €	Prozent
• Essig & Öle	3300	5,60	18.480,0	
• Liköre	4500	7,00	31.500,00	
• Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	
• Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	
• Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	
• Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	
• Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	
• Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	
			222.160,5	

$$U\% = \frac{18.480,0}{222.160,5} * 100$$

Berechnung des relativen Umsatzes II

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/Stk.	Umsatz in €	Prozent
• Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%
• Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%%
• Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%
• Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%
• Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%
• Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%
• Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%
• Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%
			222.160,5	100%

Sortieren in absteigender Reihenfolge

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/Stk.	Umsatz in €	Prozent
• Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%
• Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%%
• Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%
• Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%
• Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%
• Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%
• Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%
• Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%
			222.160,5	100%

Werte in absteigender Reihenfolge

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%
			222.160,5	100%

Berechnung kumulierter Prozente I

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Kumuliert
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	
			222.160,5	100%	

Berechnung kumulierter Prozente II

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Kumuliert
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	→ 28,8%
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	← 52,5%
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	
			222.160,5	100%	

Berechnung kumulierter Prozente III

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Kumuliert
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	→ 28,8%
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	← 52,5%
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	← 66,7%
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	← 78,7%
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	← 87,0%
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	← 94,1%
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	← 98,4%
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	← 100,0%
			222.160,5	100%	

Festlegen der ABC-Bereiche I

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Prozent Kumuliert
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	28,8%
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	52,5%
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	66,7%
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	78,7%
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	87,0%
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	94,1%
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	98,4%
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	100,0%
			222.160,5	100%	

Festlegen der ABC-Bereiche I

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Prozent Kumuliert	Festlegung von ABC-Bereichen
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	28,8%	
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	52,5%	
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	66,7%	
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	78,7%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	87,0%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	94,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	98,4%	
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	100,0%	
			222.160,5	100%		

Festlegen der ABC-Bereiche II

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Prozent Kumuliert	Festlegung von ABC-Bereichen
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	28,8%	A-Bereich (52,5%)
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	52,5%	
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	66,7%	
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	78,7%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	87,0%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	94,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	98,4%	
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	100,0%	
			222.160,5	100%		

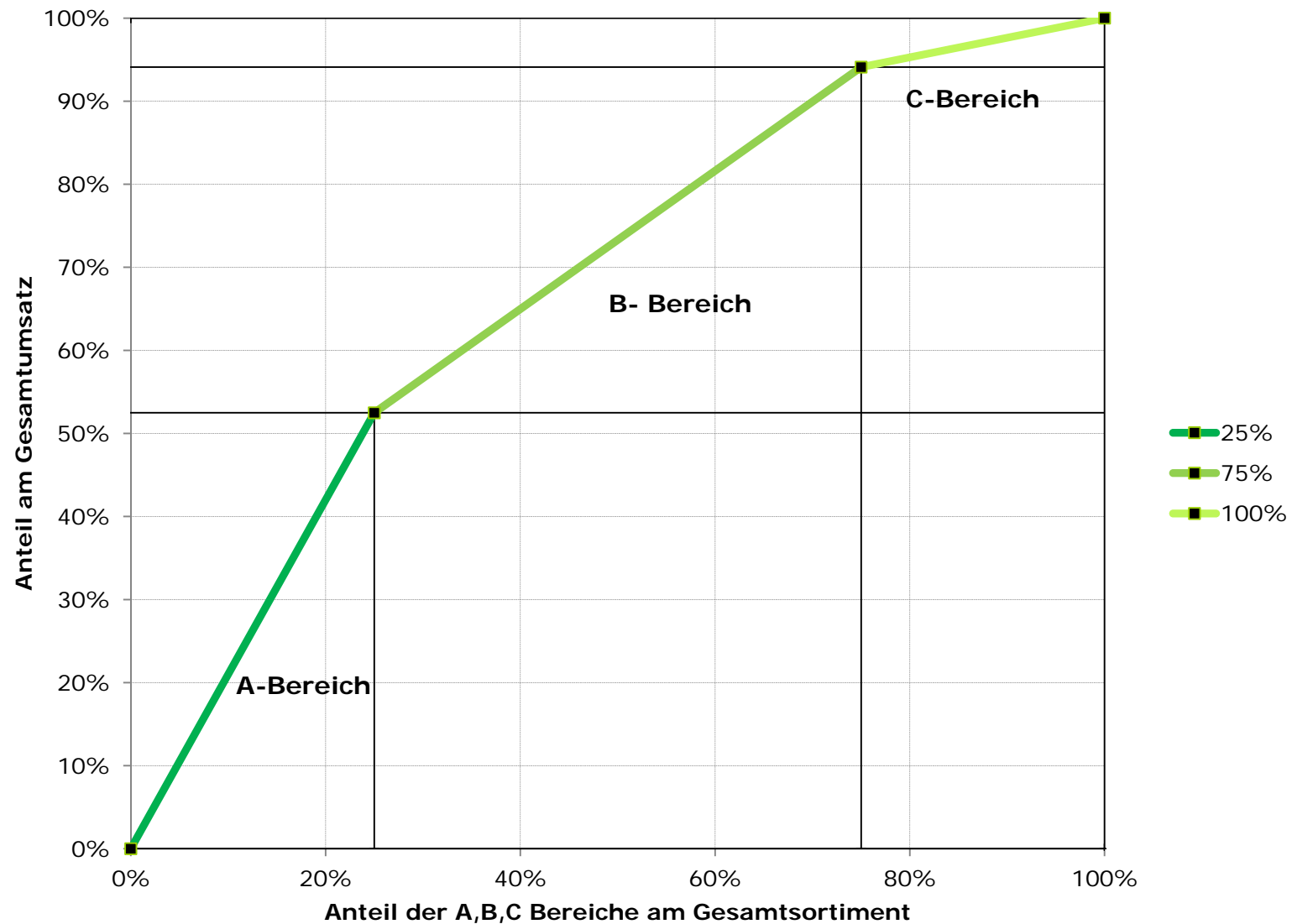
Festlegen der ABC-Bereiche III

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Prozent Kumuliert	Festlegung von ABC-Bereichen
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	28,8%	A-Bereich (52,5%)
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	52,5%	
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	66,7%	B- Bereich (41,6%)
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	78,7%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	87,0%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	94,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	98,4%	
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	100,0%	
			222.160,5	100%		

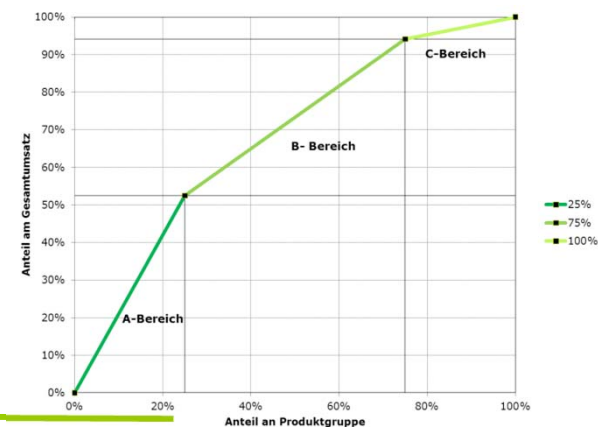
Festlegen der ABC-Bereiche IV

Artikel	Abgesetzte Menge (Stk.)	Preis €/ (Stk.)	Umsatz in €	Prozent	Prozent Kumuliert	Festlegung von ABC-Bereichen
1. Naturkosmetik	7532	8,50	64.022,00	28,8%	28,8%	A-Bereich (52,5%)
2. Grappa & Edle Weinbrände	3130	16,80	52.584,00	23,7%	52,5%	
3. Liköre	4500	7,00	31.500,00	14,2%	66,7%	B- Bereich (41,6%)
4. Woodstock Klangspiele	184	145,00	26.680,00	12,0%	78,7%	
5. Essig & Öle	3300	5,60	18.480,00	8,3%	87,0%	
6. Motiv-Schirme und Taschen	810	19,50	15.795,00	7,1%	94,1%	
7. Konfitüre	2111	4,50	9.499,50	4,3%	98,4%	C- Bereich (5,9%)
8. Kräutermischungen & Dips	800	4,50	3.600,00	1,6%	100,0%	
			222.160,5	100%		

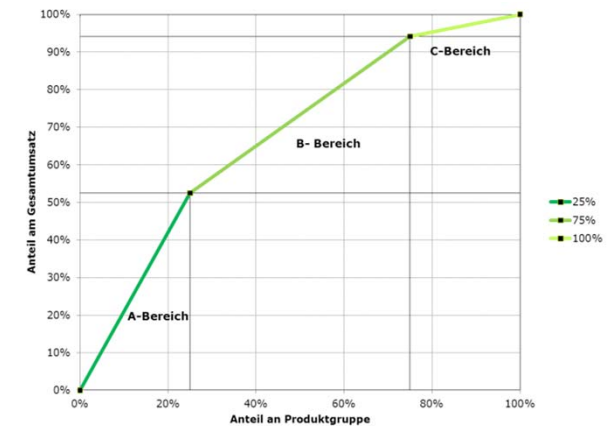
Festlegen der ABC-Bereiche V



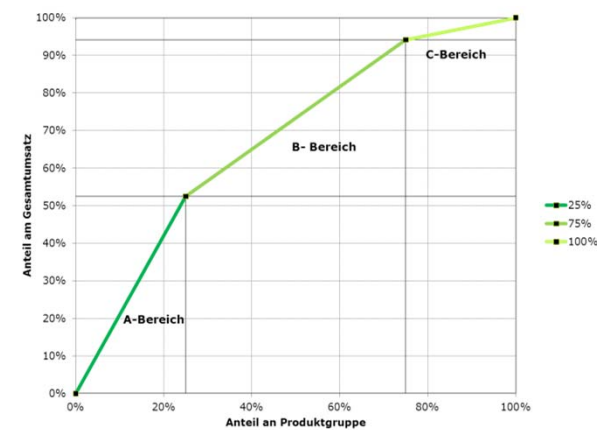
Vorher – Wo sind die A-Produkte?



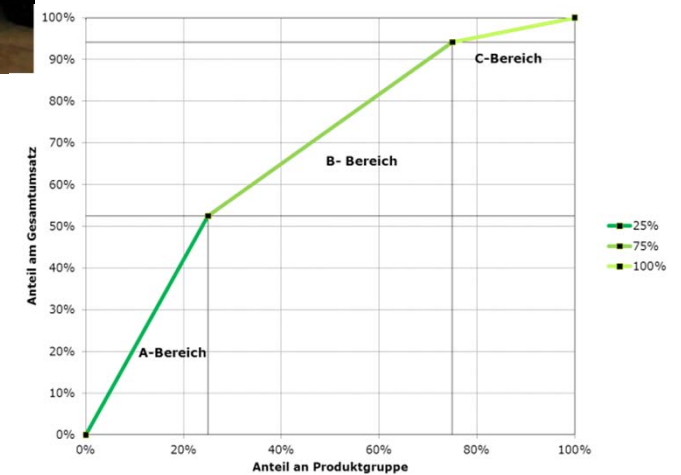
Vorher – C-Produkte vs. A-Produkte



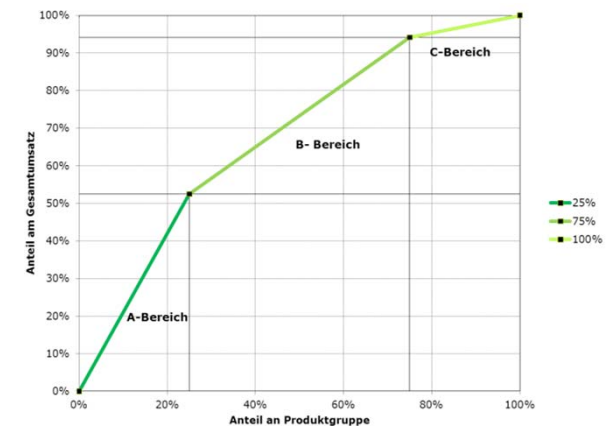
Eigener Bereich für A-Produkte



Eigener Bereich für A-Produkte



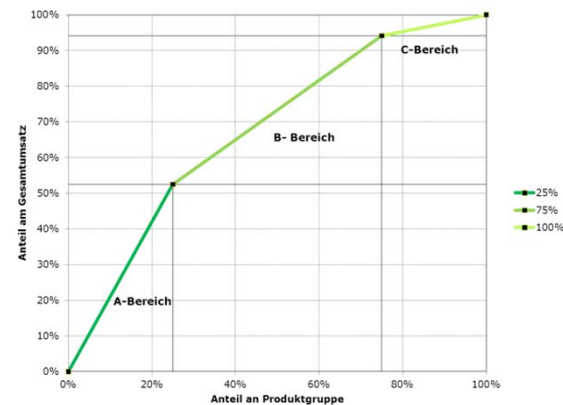
Eigener Bereich für Naturkosmetika



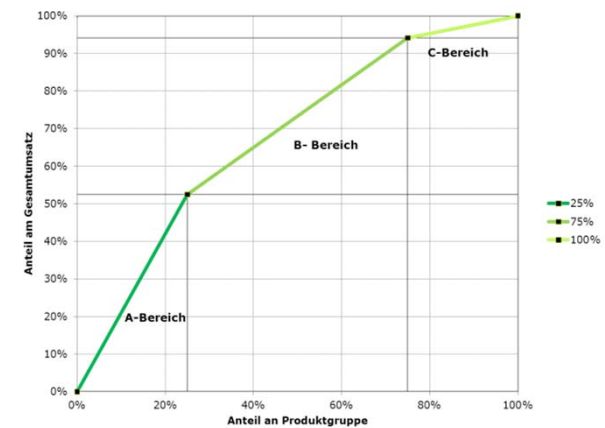
Vorher vs. Nachher – C-Produkte



vs.



Platzreduzierung von C-Produkten



Vorteile/Nachteile der ABC-Analyse

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einfache Handhabung ▪ Visuelle Veranschaulichung von komplexen Sachverhalten ▪ Entscheidungsgrundlage für die differenzierte Marktbearbeitung ▪ Entscheidung bei C-Gruppe? <ul style="list-style-type: none"> ▪ ...sollen die Marketing-Aktivitäten hier eingestellt werden? ▪ ...Elimination der Produkte/Märkte bzw. Aufgabe der Kunden? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eindimensionalität der Bewertung: Zwei C-Kunden: einer deckt den gesamten Bedarf bei dem Unternehmen, der zweite hat einen viel höheren Bedarf, den er aber bisher bei der Konkurrenz deckt. Sollte man beide gleich behandeln? ▪ Vernachlässigung von Synergieeffekten: C-Produkte können für die Vermarktung von A-Produkten notwendig sein, z.B. wenn Leistungsbündel angeboten werden.

Übung: BVB-Shop

Einleitung

Der Direktor für Marketing und Vertrieb von Borussia Dortmund möchte nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2013 neue Produktklassen für den „Textil“-Fanartikelbereich definieren, um diese dann differenziert bearbeiten zu können.

Zu dieser Kategorie gehören Kleidungsartikel, wie zum Beispiel Trikots, Mützen und Sweatjacken.



Lehrstuhl für Marketing
Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller



Modul 2:
Markt und Absatz

Übung: BVB-Shop

Teilaufgabe a

Sie als Mitglied einer studentischen Unternehmensberatung haben als Datengrundlage die durchschnittlichen monatlichen Umsätze für die Bearbeitung dieser Aufgabe erhalten. Betrachten Sie das gegenwärtige Leistungsprogramm und unterteilen Sie die Produktgruppen anhand von Umsatzanteilen in A-, B- und C-Bereiche.

Ziehen Sie die Grenze bitte bei etwa 70 % des Gesamtumsatzes für den A-Bereich und bei etwa 95 % für den B-Bereich. Berechnen Sie bitte die Prozentsätze mit zwei Dezimalstellen.

Übung: BVB-Shop

Teilaufgabe a

Folgende Umsatzdaten liegen vor:

Produktgruppen	Abgesetzte Menge (Stück)	Preis €/Stück	Umsatz des Artikels in €
Trainingsanzüge	835	120	100.200
Trikots	3.500	100	350.000
Longsleeves	622	60	37.320
Sweatjacken	555	45	24.975
Nacht- & Unterwäsche	430	25	10.750
T-Shirts	1.350	40	54.000
Shorts und Hosen	750	35	26.250
Outdoorjacken und Westen	750	70	52.500
Schals	2.200	20	44.000
Mützen	1.500	15	22.500

Übung: BVB-Shop

Teilaufgabe b

Nach der Berechnung ist es Ihre Aufgabe die Ergebnisse vor dem Marketing und Vertriebsmanagement zu präsentieren.

Stellen Sie Ihre Ergebnisse graphisch dar.

Kennzeichnen Sie alle relevanten Stellen.

Übung: BVB-Shop

Teilaufgabe c

Der Direktor für Marketing und Vertrieb möchte nun auch eine ABC-Analyse der Kunden durchführen. Nachdem A-, B- und C-Kunden identifiziert wurden, ist dem Verantwortlichen jedoch unklar, wie diese Kundengruppen differenziert behandelt werden können.

Empfehlen Sie dem Direktor, wie man bei den A- und B-Kunden vorgehen könnte. **Begründen** Sie Ihren Ratschlag kurz.

Hausaufgabe

Ein Computerhändler in der Dortmunder Innenstadt möchte mit Hilfe einer ABC-Analyse die verschiedenen, im Produktionsprozess eingesetzten Materialien und Komponenten klassifizieren, um Ansatzpunkte für eine effiziente Materialwirtschaft und Bestellmengenplanung zu finden. Folgende Materialliste liegt vor:

Material	Verbrauch pro Monat (Anzahl)	Durchschnittlicher Preis pro Mengeneinheit (in €)
Prozessor	270	120
Kabel	6440	1,70
Lüfter	3700	2,80
Diskettenlaufwerk	1350	5
Gehäuse	267	30
Festplatten	305	50
Grafikkarten	308	85
Mainboards	242	45
DVD-CD-Rom	445	65
RAM-Bausteine	660	89

Hausaufgabe

Führen Sie eine ABC-Analyse durch! Gehen Sie davon aus, dass die Kategorie der **A-Materialen von insgesamt 70% Anteil** am Gesamtwert des Materialverbrauchs erreichen, während analog die Kategorie der **B-Materialen 18%** und die der **C-Materialen 12%** vom Gesamtwert ausmachen sollen.

Stellen Sie das Ergebnis graphisch dar und interpretieren Sie Ihre Lösung!

Kontakt

ANDREAS KESSENBROCK

Sprechstunde: nach Vereinbarung

- Email: andreas.kessenbrock@tu-dortmund.de



LARS JENSEN

Sprechstunde: nach Vereinbarung

- Email: lars.jensen@tu-dortmund.de

