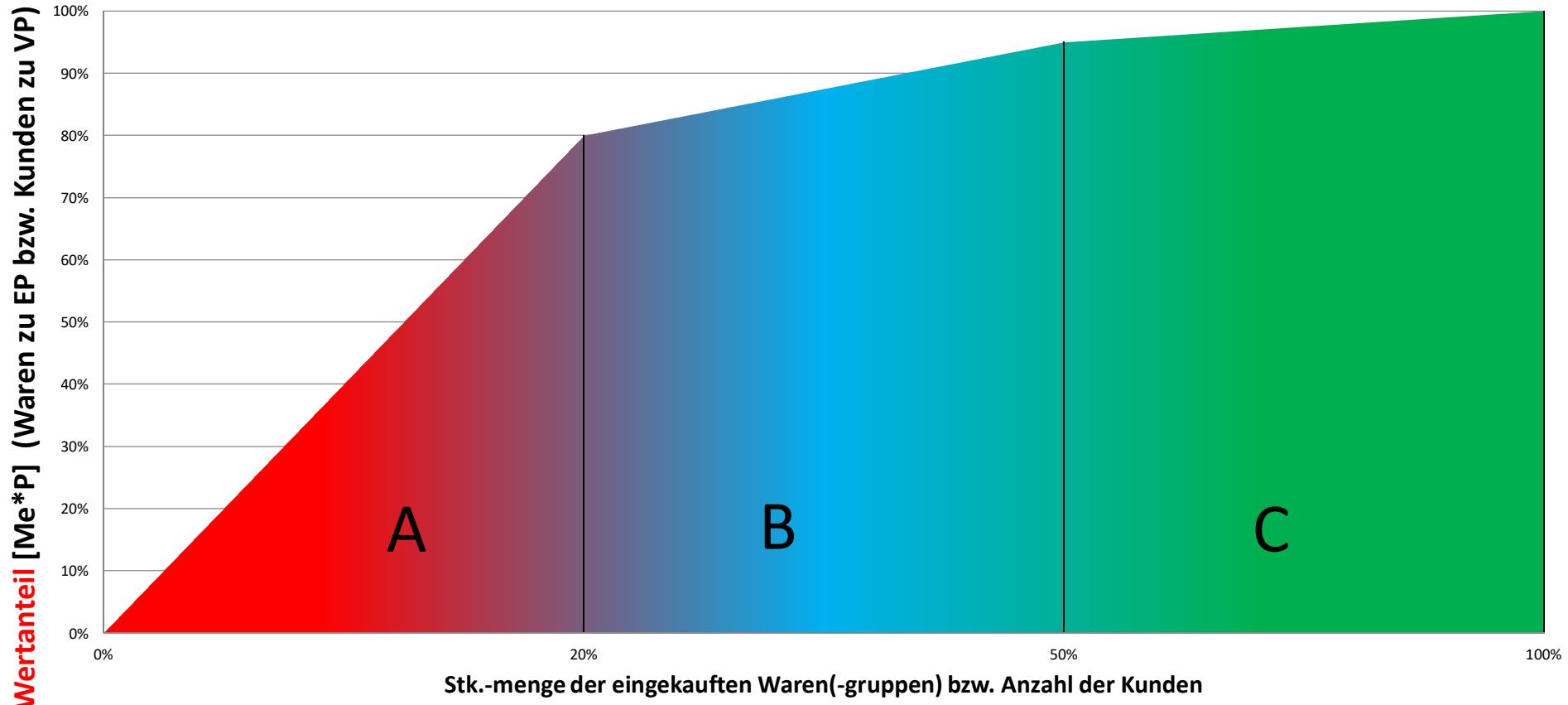


ABC-Analyse von Waren(-gruppen) o. Kunden[Wertanteil]

Literatur s. "Pareto-Prinzip"



Lesehilfe: Mit einer geringen Anzahl von Waren(gruppen) bzw. Kunden (hier ca. 20%) wird ca. 80% (Bandbreite ca. 75% bis 85%) der Einstandskosten(EP)/des Umsatzes(VP) erzielt.

[Bsp: 5 Drucker/Stück bzw. Me] * 3000€ = 15.000 € Wert vs. 20.000 Blatt Papier/Stück bzw. Menge] * 0,01 € je Blatt = 200 € Wert // 1 Kunde Umsatz 2 Mio € vs. 500 Kden mit Ges.umsatz von 50.000 €]

Hierbei werden zu der stärksten Waren(gruppe) bzw. zum umsatzstärksten Kunden(z.B.: 5%) solang Waren(gruppen)/Kunden hinzugaddiert[kumuliert] bis die 20% erreicht sind[5%+4,2%+3,4%...].

C-Waren(gruppen) bzw. Kunden machen nur 5% der Einstandskosten bzw. des Umsatzes aus - aber betreffen > 50 der Waren(gruppen) bzw. Kunden . Sind also "Randsortiment" bzw. "Kleinkunden".

A-Warenguppen bzw. Kunden sind besonders wichtig [essenziell] für uns. Bei A-Waren die Mitbewerber beobachtet - Angebotsvergleiche durchgeführt - auf Produktneuheiten reagiert... bzw. bei den A-Kunden deren Zufriedenheit(Kulanz - Präsente...) Wünsche(Außendiensts befragen...) u. Aktionen der Mitbewerber berücksichtigt.

B-Waren/Kunden sind die Zwischenanzahl(z.B.: A = 80% + C = 5% dann B = 15%), um auf 100% zu kommen. B-Artikel/Kunden fangen hier ab 80,01% - C mit 95,01%[80%+15%=95%].

Da eine Fa.(Ihr Unternehmen) hunderte Kunden u. tausende Artikel hat, ist jede unterrichtliche Darstellung mit 10-20 Waren(-gruppen)/Kunden immer prozentual stark vereinfacht/verzerrt.

Es kommt in Klausuren/Prüfungen[Aufg.-text beachten!] auch vor, dass "leichte" Überschreitungen einer Grenze(z.B.: 75,4% + 4,7%=80,1%) nicht zur Gruppe B sondern doch noch zur Gruppe A gehören.