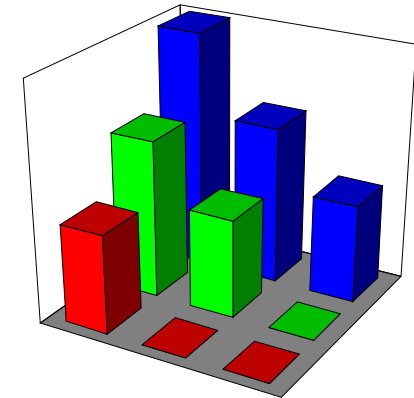


Schlichting Consulting

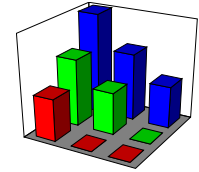


# Komplexitäts-Analyse

eine Übersicht

Hermann Schlichting

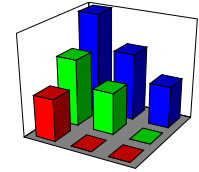
06.10.2015



# Was ist Komplexität?

## Komplexität ist Vielfalt bei:

- Kunden
- Vertriebswegen
- Produkten
- Teilen
- Lieferanten
- Prozessen
- Standorten
- Aufbauorganisation
- Programmiersprachen
- Anwender-SW
- HW-/SW-Plattformen
- Fertigungstechnologien
- Mitarbeitern
- ...



## Hypothese zu Komplexitätskosten

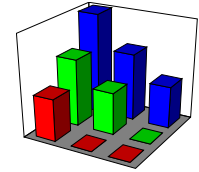
- Gesamtkosten (Welt) in 2005 <sup>1)</sup> ca. 500' €
- Komplexitätskostenanteil 10-20% <sup>2) 3)</sup> ca. 50-100' €

1) Aus einem Projekt in 2005/2006

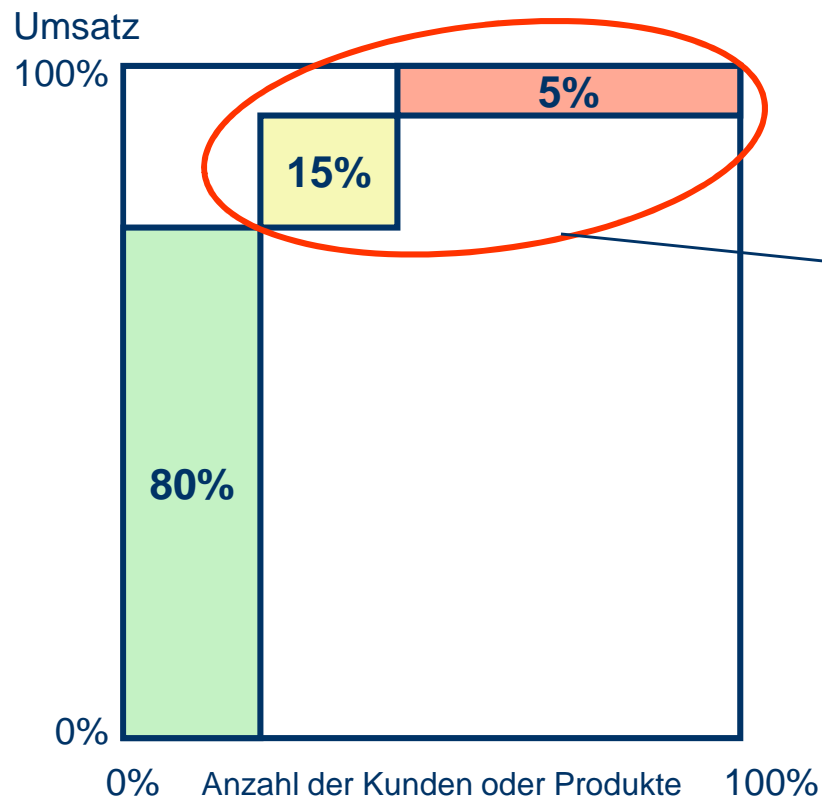
2) McKinsey: Einfach überlegen, S 24, Beispiel aus der Automobilbranche

3) Erfahrungswerte aus einem Industrieunternehmen

Wie hoch dürfen die Komplexitätskosten sein?



## Komplexität - eine „einfache“ Abgrenzung/Identifikation (1)



Eine ABC-Analyse z.B. über: Kunden, Produkte, Teile, Projekte, Lieferanten, ...

### **Komplexität:**

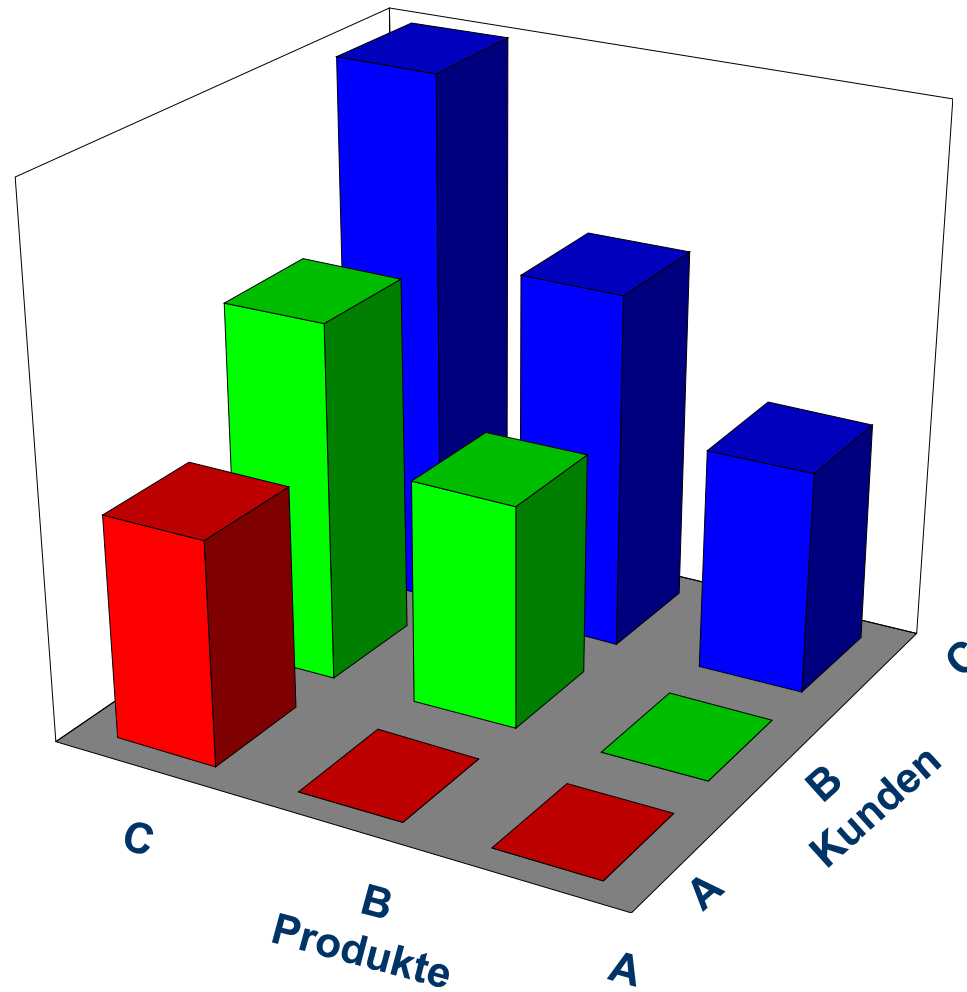
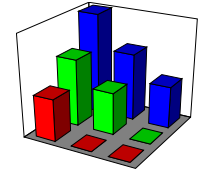
Diese Gruppen (Beispiel Kundenanzahl) verursachen Komplexität. Dies kann

- normal oder gewünscht sein
- aber auch zu hoch sein.

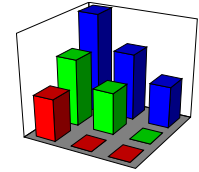
Hier kann Handlungsbedarf zur Reduzierung von Komplexität bestehen

B-/C-Gruppen einer ABC-Analyse geben erste Hinweise auf Komplexität

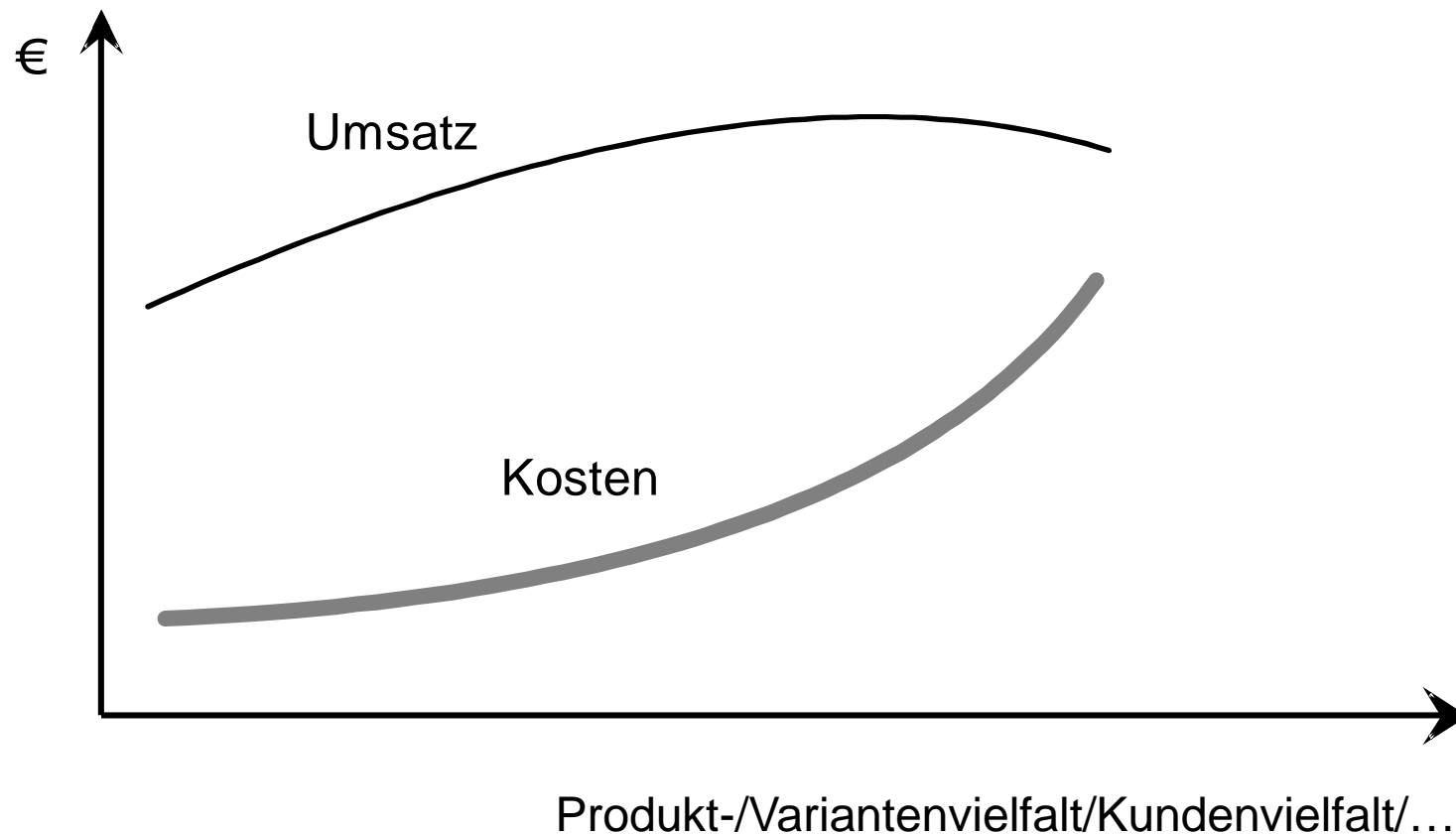
# Hinweise auf Komplexität



Quelle: Mc Kinsey

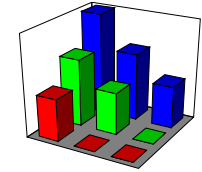


## Ertragseinbußen durch Komplexität



Die Kosten steigen, aber der Umsatz nimmt nur marginal zu

# Analyse der Komplexität



<b>Trendanalysen</b>	Mengen-Veränderungen von Kunden, Lieferanten, Produkten, Teilen, ... im Vergleich zum Umsatz über 3-4 Jahre
<b>ABC-Analysen</b>	Umsätze/Kosten und Anzahl von Märkten, Kunden, Lieferanten, Produkten, Teilen, ...
<b>Prozesskosten und Prozessorientierte Kalkulation</b>	Prozesse, Prozesskosten, Kostentreiber identifizieren Bildung von Prozesskostensätzen. Einsatz der Prozessorientierten Kalkulation zur verursachungsgerechten Zuordnung der Gemeinkosten auf die Produkte. Identifikation von Ratiopotentialen
<b>Produktprogramm/-design</b>	Identifikation von Produkten/Produktmerkmalen, die keinen nennenswerten oder einen negativen Beitrag zum Ergebnis leisten
<b>Opportunitätskosten</b>	Ermittlung der Opportunitätskosten durch komplexitätsbedingte Zeitverzögerungen, Qualitätsprobleme, Gewährleistungen, entgangene Ratio-Effekte und dadurch entgangene Umsätze/Deckungsbeiträge
<b>Kannibalisierungseffekte</b>	Störungen und überproportionaler Ressourcenverbrauch durch „kleine“ Produkte oder Kunden
<b>Optimales Produktprogramm</b>	Identifikation von Produkten, die keinen nennenswerten oder einen negativen Beitrag zum Ergebnis leisten