

Automatisierte Preisgestaltung in volatilem Umfeld

Kosten decken und Gewinne sichern



Preise und Rabatte im Auge zu behalten gestaltet sich für viele Unternehmen als schwierige Aufgabe – zumal die manuelle Verwaltung entsprechender Tabellen viel Zeit erfordert. Welche Effekte Firmen mit vernetzter und automatisierter Preisgestaltung erzielen können, beleuchtet John Moss, Geschäftsführer von Flintfox.

Die Fertigungsindustrie ist einem ständigen Wandel unterworfen. Lieferkettenprobleme, Datenüberlastung, Fachkräftemangel, steigende Energiekosten, Mitarbeiter unter Zeitdruck sowie Distributoren und Endkunden, die niedrigere Preise verlangen, stellen große Herausforderungen dar. Gleichzeitig sind die Produktionskosten bei deutschen Industrienunternehmen deutlich gestiegen: So verzeichneten sie laut einer Studie des Kreditversicherers Atradius im Jahr 2022 eine Steigerung von 20 Prozent und versuchten dies über Preiserhöhungen zu kompensieren. Auch machen es geopolitische Faktoren zunehmend schwieriger, zukunftssicher zu planen - wovon insbesondere die Preisgestaltung betroffen ist. Die Unternehmen müssen die Preise so festlegen, dass sie wettbewerbsfähig sind, gleichzeitig aber auch genügend Gewinnmarge erzielen.

Preisgestaltung als Balanceakt

Die Verwaltung von Preisen und Rabatten ist für viele Unternehmen eine tägliche Herausforderung. Früher konnten Unternehmen auf historische Daten zurückgreifen, um eine solide Prognose für die kommenden Monate zu erstellen. Doch angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheit ist dies keine praktikable Option mehr. Die Realität zeigt, dass es für viele Hersteller und Großhändler schwierig ist, differenzierte Preisänderungen für verschiedene Märkte oder Kundengruppen vorzunehmen. Selbst einige der größten und innovativsten Unternehmen in der Konsumgüterindustrie verwalten ihre Preise noch immer mit Tabellenkalkulationen. Das macht es äußerst schwierig, die tatsächlichen Gewinnspannen für jedes Produkt, jeden Vertriebskanal und jeden Kunden zu ermitteln.

Zusätzlich ist die Administration und Kalkulation von Einkaufs- und Verkaufspreisen in produzierenden Unternehmen und dem Handel sehr komplex geworden. Die Festlegung des optimalen Preises erfordert eine genaue Kenntnis der Produktions- und Vertriebskosten. Dahinter steht unter anderem auch eine Matrix aus einer Vielzahl von Verkaufskationen, Rabatten und Boni. Preis- und Rabatttabellen manuell zu verwalten erfordert viel Zeit und belastet die Ressourcen. Es ist nahezu unmöglich, einen Echtzeitüberblick über die Rentabilität zu erhalten.

Automatisiertes Preismanagement

Ein intelligentes und automatisiertes Pricing kann dazu beitragen, diese Herausforderungen zu bewältigen und die Komplexität des Preismanagements zu redu-

zieren. Die Preiskalkulation wird automatisch mit den Kosteninformationen hinsichtlich Material, Dienstleistungen und Produktion verknüpft. So erkennen Unternehmen sofort, wo Margen erzielt werden oder wo eine Preisanpassung vorgenommen werden muss, um den Umsatz oder die Rentabilität zu optimieren - nach Kunden, Vertriebskanälen bis hin zu Produktlinien. Die Preisgestaltung kann nach vordefinierten Regeln erfolgen, wobei Anpassungen an Zahlungs- oder Rückgabebedingungen gekoppelt werden.

Darüber hinaus reduziert eine automatisierte Preisgestaltung den Zeitaufwand. Änderungen lassen sich schnell und zentral vornehmen und sofort umsetzen. So können Fertigungsunternehmen in Echtzeit auf veränderten Druck in der Lieferkette und auf potenzielle Engpässe reagieren. Zusätzlich haben die Vertriebsteams mehr Zeit für Kundengespräche. Da sich Geschäfte auch vor Ort modellieren lassen, können die Vertriebsmitarbeiter sicherstellen, dass sie sich auf einen

Preis festlegen, der die erforderlichen Margen liefert, und Bedingungen vereinbaren, die das Risiko reduzieren. Die Leistung des Vertriebs kann nicht allein auf dem Transaktionswert basieren, wenn dieser Umsatz instabil ist und storniert werden kann.

Liquiditätsmanagement durch Einnahmenoptimierung

Die Verwaltung von Rabatten ist einer der schwierigsten Aspekte des Finanzmanagements in Produktion und Großhandel. Schätzungen zufolge werden im Durchschnitt pro Jahr Rabatte im Wert von 2,43 Millionen Euro nicht eingefordert. Ein automatisiertes System kann hier unterstützen, indem es Rabatte berechnet und bei Fälligkeit der Zahlung automatisch einfordert oder auszahlt. Außerdem kann die Anzahl der Tage, an denen Erstattungen ausstehen, reduziert werden, indem Ansprüche geltend gemacht werden, sobald sie fällig sind. Das verbessert die Liquidität erheblich. Produzierende Un-

ternehmen können sich einen täglichen Überblick über die Einnahmen aus den Rabatten verschaffen. Dazu verbuchen sie die Einnahmen sofort als Erlös und nicht erst, wenn diese eingehen. So können sie sofort in die Preisbildung einfließen. In der Zwischenzeit können präzise und detaillierte Debitorenberichte das Inkasso verbessern, da es für die Lieferanten einfacher ist, Freigaben zu erteilen.

Preisgestaltung neu justieren

Angesichts schwieriger Handelsbedingungen und der Marktvolatilität wird es für Hersteller und Händler immer wichtiger, ihre Preisgestaltung zu justieren. Um diese Herausforderungen zu bewältigen sind eine sorgfältige Analyse, neue Pricing-Strategien und oft auch der Einsatz neuer Technologie notwendig. ■

John Moss
CEO
Flintfox
www.flintfoxpricing.de