



Mandant

Hersteller von Heißgetränken

Ausgangssituation

Der Produzent war eine Dekade führend in seiner Category und steigerte den Umsatz aufgrund seiner Innovationsstärke jährlich. In der Wachstumsphase wurde jedoch das Preis- und Konditionsmanagement vernachlässigt. Die wesentlichen Schwächen waren:

- Vielzahl historisch gewachsener Rabatte und Boni mit geringem Leistungsbezug
- Hohe Gesamtkonditionsbelastung sowie nichtleistungsbegründete Konditionsspreizungen zwischen einzelnen Kunden

Leistung

Die Projektaufgabe umfasste die Konzeption und Einführung eines zukunftsorientierten Systems der Konditionsvergabe mit folgenden Anforderungen:

- Abbau leistungsloser Konditionen durch Senkung der Bruttopreise (Folding)
- Honorierung von Leistungs- und Gegenleistungsaspekten in der Wertschöpfungskette
- Festlegung klarer interner Richtlinien für die Konditionsvergabe
- Vereinheitlichung von Konditionsarten und Konditionshöhen über alle Kunden und Vereinfachung des internen Konditionsmanagements
- Abbau der Risiken aus Konditionsspreizungen
- Erstellung potenzialorientierter Kundenentwicklungspläne inklusive Definition der kundenindividuellen Preis- und Konditionsstrategie für die kommenden drei Jahre

Ergebnis

Der Anteil der leistungslosen Konditionen an den Gesamtkonditionen wurde um 55% reduziert. Dadurch sank die Berechnungsbasis für zukünftige Konditionsforderungen in den Jahresgesprächen und damit die Höhe der Zahlungen.