

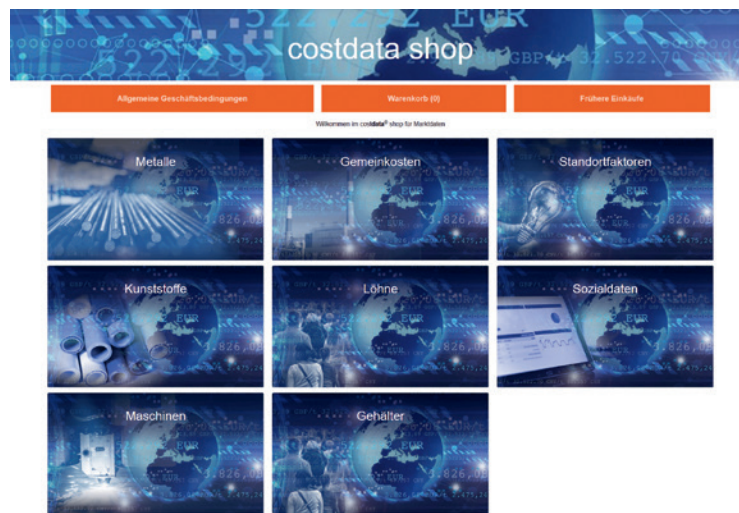
Transparenz ist der Schlüssel

Wenn Unternehmen Produkte beziehungsweise Komponenten für die eigene Produktion zu kaufen, besteht in der Regel wenig Transparenz über die Kosten. Dieser Umstand macht es schwierig einzuschätzen, ob der Angebotspreis realistisch oder überzogen ist. Die Lösung besteht in datengestützten Softwarelösungen der costdata GmbH, mit denen Einkäufer Produktkostenkalkulationen vornehmen können – als ideale Basis für Verhandlungen.



Geschäftsführer Frank Weinert setzt auf Transparenz bei Kosten und Preisen

costdata ist auf die Kalkulation von Produkt- und Servicekosten spezialisiert und sorgt damit für Transparenz. Mit Softwarelösungen für die Bereiche Einkauf, Controlling, Vertrieb und Entwicklung, weltweiten Markt-Daten und Beratungsleistungen unterstützt das mittelständische Unternehmen seine Kunden dabei, optimale Preise für ihre Produkte und Services zu bestimmen. Wer die Datenbank und die zugehörige Software nutzt, erhält am Ende einen Durchschnittswert, was einzelne Teile kosten sollten. Die ermittelten Werte, die die Grundlage für Verhandlungen bilden, können im Anschluss mit dem Angebotspreis verglichen werden.



Günstiger als selbst zu recherchieren: Über den neuen Onlineshop können Kunden zum Beispiel nachschauen, wie viel eine Maschine kostet

ERFOLGREICH EINE NISCHE BESETZT

Gegründet wurde costdata unter dem Namen CPM im Jahr 1997. 2000 erfolgte dann die Umfirmierung, sodass in diesem Jahr das 20-jährige Jubiläum gefeiert wird. „Ich war vor der Gründung zehn Jahre bei einem globalen Automobilhersteller im Einkauf tätig“, berichtet Geschäftsführer Frank Weinert. „Ich habe damals festgestellt, dass es keine Fremdkostenkalkulation für zugekaufte Produkte gab und damit keine Kostentransparenz. So bin ich auf die Idee gekommen, eine

Produktkostenkalkulation mit einer umfassenden Datenbank zu entwickeln, in der die Daten kontinuierlich aktualisiert werden.“ Am Anfang ging man davon aus, eine Software zu entwickeln und diese dann zu verkaufen, vor allem in die Automobilindustrie. „Uns ist aber schnell klar geworden, dass viele Unternehmen noch nicht so weit waren und keine eigene Kostenanalyseabteilung hatten“, erklärt Frank Weinert. „Deshalb haben wir unser Beratungsgeschäft bei OEMs und Zulieferern ausgebaut. Das geschah beispielsweise in Form von Lieferantenworkshops. So haben wir bei Lieferanten Prozesse optimiert und konnten

dadurch parallel Daten für unsere eigene Datenbank sammeln. Ein besonderes Angebot bietet die Cost Engineering Academy, über die sich Mitarbeiter zu Cost Engineers ausbilden lassen können.“

WELTWEIT ERSTER ONLINE-SHOP FÜR MARKTDATEN

Die Daten von costdata werden alle drei Monate aktualisiert. „Wir haben rund 11.500 Maschinen in der Datenbank sowie 3.400 Regionen rund um den Globus und das Ganze über 15 Branchen“, beschreibt Frank Weinert den weltweit einzigartigen Datenbestand. Dabei sind die Daten zunächst realistische Marktwerte, die costdata selbst erhoben hat. Sie bieten allerdings das Potenzial, als Benchmark-Werte genutzt zu werden. „Wir haben in den letzten zehn Jahren festgestellt, dass die Forderung nach Kostentransparenz immer mehr eine Schlüsselrolle einnimmt. Transparenz macht Optimierung einfacher und das ist heute wichtiger denn je. Jeder ist es heute gewohnt, alles recherchieren zu können, alles wissen zu können und das alles ganz schnell und unkompliziert.“





Interview mit Frank Weinert, Geschäftsführer
der costdata GmbH



costdata GmbH
Josef-Lammerting-Allee 10
50933 Köln
Deutschland

+49 221 9346780

+49 221 9346789

info@costdata.de

www.costdata.de

Diesen Trend unterstützt costdata mit dem ersten Onlineshop für Sachdaten weltweit, der im März 2020 live geschaltet wird. „Darüber können einzelne Daten erworben werden, wie hoch beispielsweise Löhne an einem bestimmten Ort der Welt sind oder wie viel eine Maschine kostet“, erläutert Frank Weinert. „Dabei geht es immer um

die Angaben mühsam selbst zu recherchieren.“

Mit dem Onlineshop unterstreicht costdata erneut seine Rolle als Innovationsführer, wobei der Geschäftsführer darüber hinaus zufrieden mit der Entwicklung des Unternehmens ist: „Wir wollen weiterwachsen und ich freue mich natürlich, dass es immer mehr Unternehmen gibt, die unsere Daten schätzen. Wir haben heute Kunden beispielsweise in Indien, Nordamerika oder China und auch die interessieren sich extrem für die Daten, die wir haben. Ungeachtet der Nachfrage bei den Daten vergessen wir unsere Software aber nicht. Hier entwickeln wir momentan weitere Module, vor allem im Bereich Elektrotechnik, die es den einzelnen Abteilungen erleichtern sollen, Transparenz zu erzielen. Im Zuge dessen haben wir letztes Jahr die Zusammenarbeit mit verschiedenen Kooperationspartnern begonnen. Diesen Weg wollen wir in Zukunft weiter ausbauen.“

”

Transparenz ist der
Schlüssel zum Erfolg.

“

die vier Bereiche Personalkosten, Maschinenkosten, Gemeinkostenfaktoren und Materialpreise. Diese Werte braucht jeder Cost Engineer, um Angebote umfassend vergleichen zu können. Mithilfe unserer Datenbank können Kartelle durchbrochen und Monopole ausgeglichen werden. Mit unseren Daten können Produktkosten und Herstelldaten nachgestellt werden. Kunden können diese Daten fünf bis sechs Jahre verwenden und das ist für sie viel günstiger, als



Lesen Sie diesen Artikel online
webcode: 65195