

Design: Vorab-Kalkulation statt Änderungen

Im Umfeld der Produktentwicklung wird viel über Digitalisierung gesprochen. Der Blickwinkel liegt dabei häufig auf Zukunftsthemen und neuen Technologien. Naheliegende Optimierungsansätze, die selbst kleine Firmen sofort für sich nutzen können, werden dabei häufig übersehen. Die Kollektionsrahmenpläne vieler Firmen beinhalten heute schon eine Preisaufbauplanung. Diese macht aber nur Sinn, wenn in den geplanten Preisaufbau der Kollektion im täglichen Handeln auch wirklich „hineinentwickelt“ wird. Eine systematische „Vorab-Kalkulation“, also eine fundierte Preisabschätzung schon bei der Skizzenerstellung, erfordert zwar ein paar Vorbereitungen und Prozessanpassungen, kann die Entwicklungskosten aber deutlich senken, weil schon am Anfang bei der Gestaltung eines neuen Modells wichtige Parameter (wie Stoff- und Produktionskosten/Nähminuten) sofort berücksichtigt werden, statt am Ende des Prozesses fertig entwickelte Produkte zur Erreichung von Eckpreislagen mühsam und vor allem teuer zu ändern. Wir möchten Ihnen heute ein paar Tipps geben, wie solch ein Verfahren aufgebaut sein sollte.

Ansprechpartner

Andreas Schneider
Managing Partner – GCS Consulting GmbH
Mail: schneider@gcs-consulting.de
Tel.: +49 171 6387999



Schritt 1: die modische Segmentierung

Viele Firmen strukturieren ihre Kollektionsrahmenpläne heute schon nach (für das Unternehmen geeigneten) Modegraden - gepaart mit den dazu adaptierten Preisgruppen.

Innerhalb der Modegrade wird dann die Menge je Produktgruppe geplant, häufig noch gepaart mit einer groben Absatzplanung je Produktgruppe.

Ein Praxis-Beispiel für eine Segmentierung in Modegrade:





Schritt 2: die preisliche Segmentierung

Es ist besser einen Preisaufbau strukturiert zu planen und schon in der Designphase die Weichen bei Material und Produktionskosten sofort richtig zu stellen, als am Ende des Produktentwicklungsprozesses ein fertiges Produkt aufwändig zu ändern.

Ein schematisches Beispiel für eine Planung in Preisgruppen:

	Einstiegs- Preislage	Mittel- Preislage	End- Preislage
Basic (NOS)			
Bestseller Seasonal (Core)			
Fashion (Trend)			
Highlights/ Innovation (Capsule)			



Schritt 3: die Vorab-Kalkulation

Ein häufiges Problem bei der Einführung einer Vorab-Kalkulation ist die Grundhaltung der ausführenden Personen, die häufig meinen „die Eckparameter kenne ich doch sowieso und habe diese im Kopf“.

Gestiegenen Aufschläge im Handel, Eckpreislagen, unterschiedliche Warenbreiten und viele andere Unwägbarkeiten erfordern aber mehr Präzision bei der Vorab-Preis-Abschätzung eines neuen Produktes.

Wichtige Voraussetzungen für eine Vorab-Kalkulation sind:

- Ganz profan: ein Feld in der Designunterlage (häufig Modell-Beschreibung), in die der Zielpreis gemäß Kollektionsrahmenplan eingetragen wird.
- Ein strukturierter und möglichst umfassender Schnittbaukasten.
- Ein möglichst einfacher Zugriff auf die Lagenbibliothek.
- Eine möglichst akkurate Möglichkeit der Produktionskostenabschätzung – idealerweise mit einer Vorgabezeit-Kartei.
- Bereitschaft der Beteiligten.

Ein schematisches Beispiel für eine Vorab-Kalkulation:

