

Fallstudie AMI-GmbH: ein Hersteller von Elektrostadtautos im Kostenwettbewerb (zur Verbindung TC-Conjoint)

Schritt 1+2: Erhebung und Gewichtung von Produktfunktionen/ Kundenkaufkriterien (harte/weiche – **ends**)

Beispiel: *Qualität, Bedienung, Einsatzvielfalt, Styling, Komfort, Lebensdauer*

Schritt 3: Ermittlung des Zielpreises und der Target-Costs

Beispiel:

Zielpreis:	50.000 €
Gewinn:	12.000 € (24% Gewinnplanung, Branchenvergleich)
Target Costs:	38.000 € (Gewinn soll VVK abdecken)

Schritt 4: Definition der Produktkomponenten (**means** - Dekomposition des Produkts, evtl. Orientierung an Verantwortlichkeiten/konstruktive Gliederung)

Beispiel:

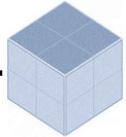
PK1:	Motor (Benzin)
PK2:	Karosserie (alu leicht)
PK3	Ausstattung (eleganz)

Schritt 5: Ist-Kosten-Bewertung der Produktkomponenten (**means**)

Beispiel:

PK1:	8.200 € (Motor, benzin)
PK2:	24.000 € (Karosserie, alu leicht)
PK3	10.000 € (Ausstattung, eleganz)





Schritt 6: Erstellung der Funktionskostenmatrix I/II

Beispiel:

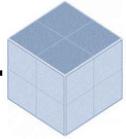
	<i>Gewichte</i>	PK1 <i>Motor/Benzin</i>	PK2 <i>Kaross/alu</i>	PK3 <i>Ausstatt/ele</i>	
<i>Qualität</i>					
<i>Bedienung</i>					
<i>Einsatzvielfalt</i>					
<i>Styling</i>					
<i>Komfort</i>					
<i>Lebensdauer</i>					

Schritt 7: Vergleich Ist-Sollkosten und Ermittlung der Zielkostenindices

Beispiel:

	Istkosten <i>Anteile in %</i>	Sollkosten <i>Anteile in %</i>	Zielkosten <i>(Target-Costs)</i>	ZI <i>(Ist/Soll)</i>
PK1 <i>(M, Benz)</i>				
PK2 <i>(K, alu)</i>				
PK3 <i>(A, ele)</i>				





Schritt 8:

Erstellung des Zielkostenkontrolldiagramms

Beispiel:

... logo ...

Schritt 9:

Kosten kneten ...

Beispiel:

... logo ...

- **Forget TC, take QFD and CM!**
- **Better: SRD + CM**

