

# Lieferantenbewertung: So finden Sie Lieferanten, die wirklich zu Ihnen passen.

[unternehmen.wlw.de](https://unternehmen.wlw.de)

**WER  
LIEFERT  
WAS**



## **Lieferantenbewertung: So finden Sie Lieferanten, die wirklich zu Ihnen passen.**

Sie suchen einen Lieferanten für ein neues Produkt Ihres Unternehmens? Sie beabsichtigen, einen Lieferanten zu wechseln, weil Sie mit dessen Leistungen nicht hundertprozentig zufrieden sind? Oder wollen Sie Ihre bestehenden Lieferanten einfach mal auf den Prüfstand stellen? Kein Problem: Nachfolgend zeigen wir Ihnen eine Möglichkeit, die Ihnen dabei hilft, neue wie auch bestehende Lieferanten systematisch und maßgeschneidert nach Ihren Unternehmensansprüchen zu bewerten.

Übrigens: Eine Lieferantenbewertung dient nicht nur der Effizienz Ihres Unternehmens. Laut ISO 9000 sind Sie sogar dazu verpflichtet, Kriterien für die Auswahl und Beurteilung von Lieferanten aufzustellen.

### **Und so funktioniert's:**

#### **1. Lieferanten klassifizieren**

Analysieren Sie zunächst Ihr Einkaufsportfolio und identifizieren Sie dabei die Lieferanten, die wichtiger oder gar unverzichtbarer Teil Ihrer Supply Chain sind. Fragen Sie sich bei der Klassifizierung, welche Bedeutung der Lieferant für Ihr Unternehmen hat. Am besten erkennen Sie die Bedeutung eines Lieferanten, wenn Sie sich fragen, welche Auswirkungen es auf Ihr Unternehmen hätte, wenn dieser einmal ausfällt oder nicht in der gewünschten Qualität liefert. Dieselbe Frage stellen Sie sich, wenn Sie überlegen, neue Lieferanten in Ihr Netzwerk einzugliedern. Teilen Sie die Lieferanten dementsprechend als „weniger wichtig“, „wichtig“ oder „unverzichtbar“ ein. Die „weniger Wichtigen“ brauchen Sie nicht bewerten. Bei den „Wichtigen“ und „Unverzichtbaren“ hingegen ist eine regelmäßige Bewertung sinnvoll.

## 2. Auswahlkriterien definieren

Legen Sie die für Sie wichtigsten Auswahlkriterien für einen Lieferanten fest. Hierzu könnten z. B. die Qualität der Waren und eine hohe Liefertermintreue, aber auch eine geringe Fehlerquote und ein ausgeprägtes Kulanzverhalten zählen. Legen Sie maximal 10 Kriterien fest.

Mögliche Kriterien:

- Preis
- Qualität der Waren
- Liefertreue
- Geringe Fehlerquote
- Reklamationsquote
- Standort
- Referenzen
- Problemlösungsverhalten
- Kulanzverhalten
- Innovationsfähigkeit
- Erreichbarkeit der Ansprechpartner
- Preisgarantien
- Bonitätsbewertung
- Angebotstransparenz (Keine versteckten Kosten etc.)

## 3. Auswahlkriterien gewichten

Nachdem Sie die Ihnen wichtigen Kriterien festgelegt haben, müssen Sie diese unterschiedlich gewichten. Verteilen Sie dafür 100 Prozent auf die einzelnen Kriterien und gewichten Sie mehr, was Ihnen besonders wichtig bei einem Lieferanten erscheint. Z. B.:  
Preis: 25 Prozent, Erreichbarkeit: 10 Prozent usw.

#### **4. Lieferantendaten sammeln**

Im nächsten Schritt sammeln Sie alle Informationen wie Preise, Konditionen, Qualität und Zuverlässigkeit über die Lieferanten. Bei den Lieferanten, die bereits für Sie arbeiten, sollten Ihnen diese Daten bereits vorliegen. Bei neuen, unbekanntem Lieferanten ist dies etwas schwieriger.

Tipp! Versuchen Sie bei unbekanntem Lieferanten Referenzkunden zu befragen oder recherchieren Sie anderweitig. Oder vielleicht kann Ihnen der unbekanntem Lieferant auch gewisse Konditionen oder Leistungen vertraglich garantieren?

#### **5. Daten mit den festgelegten Kriterien abgleichen**

Vergleichen Sie nun die gesammelten Daten mit den von Ihnen festgelegten Kriterien. Vergeben Sie dafür pro Kriterium maximal zehn Leistungspunkte. Der Lieferant, der für ein Kriterium Ihrer Meinung nach die besten Voraussetzungen erfüllt, erhält demnach zehn Punkte, der nächstbeste neun Punkte usw.

Tipp! Machen Sie sich bei der Punktvergabe Notizen, warum einige Lieferanten besonders gut punkten - oder eben auch nicht. So können Sie später besser nachvollziehen, warum Sie einzelne Lieferanten entsprechend bewertet haben.

## 6. Auswerten

Durch die ungewichtete Punktevergabe haben Sie eine erste Übersicht über die Stärken der Lieferanten gewonnen. Aber erst durch die Multiplikation der prozentualen Bedeutung der vergebenen Punkte (10 Punkte = 100%, 9 Punkte = 90%, usw.) mit der Gewichtung in den jeweiligen Kategorien sehen Sie, welcher Lieferant die Anforderungen Ihres Unternehmens tatsächlich am besten erfüllt.

Beispiel:

	Gewichtung in %	Lieferant A	Lieferant B	Lieferant C
Kriterium A	5	1	10	10
Kriterium B	10	5	1	10
Kriterium C	20	9	5	10
Kriterium D	5	8	6	10
Kriterium E	5	6	7	10
Kriterium F	10	8	3	10
Kriterium G	15	5	10	10
Kriterium H	10	5	10	10
Kriterium I	15	8	10	10
Kriterium J	5	9	2	10
<b>Summe</b>	<b>100</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>100</b>
		0,5	5	5
		5	1	10
		18	10	20
		4	3	5
		3	3,5	5
		8	3	10
		7,5	15	15
		5	10	10
		12	15	15
		4,5	1	5
	<b>Score gewichtet</b>	<b>67,5</b>	<b>66,5</b>	<b>100</b>

**Beispielrechnung:**

Lieferant A hat 1 Punkt bei Kriterium A

1 Punkt in der Bewertung des Lieferanten A bei Kriterium A bedeutet, dass dieser Lieferant Kriterium A zu 10% erfüllt.

Rechnung für den gewichteten Score von Kriterium A und Lieferant A:

Kriterium A (5) \* Lieferant A (10%) = 0,5

Rechnung für den gewichteten Score von Kriterium B und Lieferant A:

Kriterium B (10) \* Lieferant A (50%) = 5

### **Auswertung:**

Mehr als 80 Punkte:

Diese Lieferanten erfüllen die Anforderungen Ihres Unternehmens sehr gut. Die Geschäftsbeziehung sollte beibehalten, ausgebaut oder begonnen werden.

60 bis 80 Punkte:

Diese Lieferanten sind prinzipiell für eine Zusammenarbeit geeignet. Sie leisten Solides, sind aber nicht überragend in ihren Leistungen. Eventuell können Sie nachverhandeln, um bessere Konditionen oder eine höhere Lieferterminzuverlässigkeit zu erreichen.

Weniger als 60 Punkte:

Lieferanten, die in der Gesamtwertung weniger als 60 Punkte erreichen, sollten Sie aus Ihrer Lieferantenliste streichen.

Tipp! Nehmen Sie bei besonders wichtigen, benötigten Waren mindestens einen zweiten Lieferanten in Ihre Datenbank auf. Sollte Ihr Hauptlieferant aus irgendwelchen Gründen ausfallen, haben Sie so immer eine Absicherung in der Hinterhand.

### **Geben Sie auch neuen Lieferanten eine Chance!**

Erfahrungsgemäß erreichen neue Lieferanten bei dem oben genannten Scoring-Verfahren selten hohe Punktzahlen, da keine Erfahrungswerte über sie vorliegen und ihnen daher weniger Punkte zugewiesen werden. Um neue Lieferanten auszuprobieren, die aber trotzdem ganz vielversprechend wirken, können Sie z. B. mit befristeten Verträgen arbeiten. Bewährt sich der Lieferant, können Sie die Zusammenarbeit intensivieren.

**„Wer liefert was“ wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Lieferanten-Suche!**