LU03a - Wertschöpfungskette nach Porter

Lernziele

- Sie können den Begriff Wertschöpfungskette in eigenen Worten erklären.
- Sie können die fünf Primäraktivitäten und die vier Unterstützungsaktivitäten eines Wertschöpfungsprozesses nennen.

Einleitung

Will man ein Unternehmen analysieren, stellt sich immer wieder die Frage, in welche Bereiche man es aufteilt, um die einzelnen Bestandteile genauer zu betrachten. Die Wertkette von Michael Porter ist wohl die an der weitesten verbreiteten Darstellung der Aktivitäten eines Unternehmens und kann leicht auf einen konkreten Fall angepasst werden.

Definition

Die Wertschöpfungskette (auch Leistungskette oder Value Chain) stellt die zusammenhängenden Unternehmensaktivitäten des betrieblichen Gütererstellungsprozesses grafisch dar. Sie wurde als Managementkonzept von Michael Porter, einem US-Amerikanischen Betriebswirt (geb. 1947) entwickelt.

Die Wertkette nach M. Porter

Nach Porter gibt es fünf Primäraktivitäten, die den eigentlichen Wertschöpfungsprozess beschreiben:

- interne Logistik,
- Produktion,
- externe Logistik,
- Marketing & Verkauf und
- Service.

Außerdem gibt es vier Unterstützungsaktivitäten, die den Wertschöpfungsprozess ergänzen:

- Unternehmens-Infrastruktur,
- Personalwesen,
- Technologie-Entwicklung und
- Beschaffung.

Jede Unternehmensaktivität stellt einen Ansatz zur Differenzierung dar und leistet einen Beitrag zur relativen Kostenstellung des Unternehmens im Wettbewerb.

Die Analyse und Darstellung der Wertkette vermittelten einen guten Überblick über die Aktivitäten

eines Unternehmens. Darauf aufbauend können weitere Analysen durchgeführt werden, beispielsweise Benchmarking verschiedener Unternehmen auf Ebene der einzelnen Wertschöpfungsstufen oder In-/Outsourcing-Analysen. Die Wertkette soll darüber hin-aus den Wert deutlich machen, den das Unternehmen durch seine gesamten Aktivitäten schafft. Dieser kann auf jeder einzelnen Wertschöpfungsstufen den dort entstehenden Kosten gegenübergestellt werden. Das Modell der Wertkette stellt eine Erweiterung des Geschäftssystem-Modells dar. Die Aktivitäten eines Unternehmens werden unterteilt in primäre und unterstützende Aktivitäten. Die primären Aktivitäten bilden die Kette von der Produktherstellung über den Verkauf bis zur Kundenbetreuung ab: Eingangslogistik, Produktion/Operations, Marketing and Sales, Ausgangslogistik, Service. Die unterstützenden Aktivitäten tragen nicht direkt zu Produktion oder Verkauf bei, sind jedoch erforderlich, damit die primären Aktivitäten durchgeführt wer-den können: Infrastrukturentwicklung, Personalwirtschaft, Technologieentwicklung, Beschaffung. Ziel sämtlicher Aktivitäten ist die Schaffung von Wert, dargestellt als „Gewinn„.

Je nach Relevanz für das Unternehmen und je nach Analysezweck können die einzelnen Aktivitäten weiter unterteilt werden. Produktion/Operations ließe sich beispielsweise in Vorproduktherstellung und Endmontage unterteilen, Marketing und Vertrieb in Werbung, Verkaufsförderung, Außendienst und Verkaufsverwaltung. Service könnte in Kundenbetreuung, Anwendungsberatung, Wartung und Instandsetzung untergliedert werden, Technologieentwicklung in Grundlagenforschung, Anwendungsforschung und Entwicklung. Eine stärkere Systematisierung dieser Unterteilung ist möglich, wenn man zwischen direkten, indirekten und qualitätssichernden Aktivitäten unterscheidet. Direkte Aktivitäten dienen unmittelbar der Schaffung von Wert für den Kunden (z.B. Produktgestaltung, Endmontage, Außendiensteinsatz). Indirekte Aktivitäten ermöglichen die kontinuierliche Ausführung der direkten Aktivitäten (z.B. Instandhaltung, Verkaufsverwaltung). Qualitätssichernde Aktivitäten schließlich gewährleisten die entsprechende Ausgangsqualität für die Folgeaktivitäten (z.B. Überwachung, Endkontrolle).



Die Grösse Wertschöpfung und deren Berechnung

Die Wertschöpfung ist für viele Unternehmen ein Wert, an denen sich die Verantwortlichen bei Entscheidungen orientieren können. Die Wertschöpfung umfasst hier die Gesamtleistung eines

Unternehmens abzüglich der Vorleistungen. Wenn die Einnahmen durch die Gesamtleistung die Ausgaben bei den Vorleistungen übersteigen, ist die Wertschöpfung im positiven Bereich. Ist das Gegenteil der Fall, macht das Unternehmen einen Verlust. Zur Berechnung findet eine Gegenüberstellung von Aufwand und Ertrag.

Die Wertschöpfung wird mit folgender Formel berechnet:

```
Wertschöpfung = Output - Input
```

Beispiel: Berechnung der Wertschöpfung Eine Tischlerei stellt Schreibtische her und verkauft diese. Der Umsatz beträgt 50.000 CHF. Hierbei handelt es sich um den Output.

Abzüglich der Holzkosten in Höhe von 10.000 CHF, die den Input des Unternehmens darstellen, beträgt der Wert der Wertschöpfung 40.000 CHF.

Zusatzmaterial

Volkan Demir

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu03/theorie/01?rev=1763364819

Last update: **2025/11/17 08:33**