

# „Wie kalkuliere ich meinen Preis?“

4. Teil | Webinar-Reihe „Erfolgreich gründen“ | 16. April 2025

[www.gruenderservice.at](http://www.gruenderservice.at)



# „Wie kalkuliere ich meinen Preis“

## Wie...

... gehen sich meine Kosten aus?

... bekomme ich Rabatte und Co. in den Preis?

... viel kann ich verlangen?

# Das Webinar



## Die Eckdaten

- mit Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA
  - Selbständig als Unternehmensberater
- Mischung aus Input und Fragen zum Webinarthema
- Fragen im Chat sehen nur Sie und die Moderator:innen
- Unterlagen und weiterführende Infos auf [www.wko.at/ooe/gruendung/webinarreiheerfolgreichgruenden](http://www.wko.at/ooe/gruendung/webinarreiheerfolgreichgruenden)
- Dauer max. 45 Minuten

# Wise up

## Noch mehr Wissen für Sie

- Wise up, die digitale Wissens- und Weiterbildungsplattform
- egal ob IT, BWL, Sprachen...
- ein Jahr kosten- und risikolos auf <https://wise-up.at/gruender-ooe/>



# Die nächsten Termine



**Welchen digitalen Vertriebsweg kann ich nützen?**

Mittwoch, 07. Mai | 16:00 - 16:45 Uhr

**Wie bleibe ich flüssig?**

Mittwoch, 04. Juni | 08:30 - 09:15 Uhr

**Wie mache ich eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung?**

Dienstag, 24. Juni | 16:00 - 16:45 Uhr

**Erinnerung 24h vor Webinarbeginn**

# Erfolgreich Gründen: Wie kalkuliere ich meinen Preis?

**Andreas Gumpetsberger**

**Mitglied der EXPERTS GROUP UNTERNEHMENSGRÜNDUNG  
UND STARTUP**

# Steckbrief – Andreas Gumpetsberger



Member of  
**Managementcenter Nord**  
www.managementcenternord.at



Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA

**orange**cosmos - Beratungsgruppe für Finanzierung, Digitalisierung, Innovation und Strategie

A - 4600 Wels, Fuxstraße 31

 +43 664 / 4228655

 gumpetsberger(AT)orange-cosmos.com

 [orange-cosmos.com](http://orange-cosmos.com)



## Ausbildung

- BW Studium Linz, MBA in London
- Systemische Beraterausbildung
- Certified Digital Consultant, Mitglied der Experts group Innovation
- Lektor der FH OÖ, FH Wien, Akademie Steuerberater, Privatuniversitäten bzw. MBA-Ausbildung

## Erfahrung, Kernkompetenzen

- Strategische Entwicklung neuer Leistungen und Geschäftsfelder
- Managementinformation & Unternehmenssteuerung
- Businessplan und Unternehmensentwicklung
- Innovation und Digitalisierung mit Fokus auf den Markterfolg
- Finanzierung & Förderung von Wachstum, Innovationen und Investitionen
- Sustainability & ESG

Ich helfe als Berater, Moderator und Begleiter an der Schnittstelle zwischen Betriebswirtschaft, Finanzierung und Produktentwicklung. Ich verbinde Kaufleute, Vertriebler, IT-Partner und Techniker, damit nachhaltige Wettbewerbsvorteile entstehen.



# Preisfindung



1.	<b>KOSTEN – PLUS:</b> Diese Methodik ist noch immer weit verbreitet, hat aber wesentliche Problemstellungen:
	<p>a. Exaktes Wissen über die Kosten der Produkte, Projekte bzw. Dienstleistungen ist dazu notwendig, aber jedenfalls eine Planung welche Kostenkategorien in welcher Höhe auftreten werden</p> <p>b. Die Kenntnis der Vollkosten hilft wenig bei Preisentscheidungen. Vor allem dann nicht, wenn Sie die Mengenentwicklungen nicht genau vorhersagen können! Daher ► Teilkostenrechnung bzw. DB's rechnen</p>
2.	<b>KONKURRENZ ORIENTIERTE</b> Preise sind v.a. allem in umkämpften Märkten mit mehreren Mitbewerbern relevant, aber:
	<p>a. Wenn die Konkurrenz ihre Preise senkt, müssen wir dann auch um genauso viel die Preise senken, um im Markt zu bleiben?</p> <p>b. Wenn die Kunden nur nach dem Preis entscheiden, was ist dann der Grund dafür? Wahrscheinlich werden Ihre Leistungen als komplett austauschbar mit Anderen wahrgenommen oder die Unterschiede sind für die Kunden nicht erkennbar. <b>Ohne strategische Differenzierung werden Sie nicht aus diesem Hamsterrad herauskommen.</b></p> <p>c. Dieser Ansatz verlangt von Ihrem Unternehmen idealerweise Kostenführerschaft zu erlangen – was haben Sie diesbezüglich (im letzten Jahr) unternommen? Wollen Sie das überhaupt?</p>
3.	<b>WERTORIENTIERTE</b> Preisfindung (Was ist Ihr Kunde bereit zu zahlen?) verlangt clevere Pricing-Methoden. Dabei gilt:
	<p>a. Ihren Kunden sind Ihre Kosten im Prinzip egal. Sie könnten womöglich viel mehr verlangen - warum schöpfen Sie dann nicht das Potential Ihrer Produkte ab?</p> <p>b. Jedes Marktsegment hat seinen eigenen Preis (suchen Sie den „idealen Kunden“)</p>

# Aufwände & Kosten

Aufwandposition	Bemerkungen
Aufwendungen für Material und bezogene Fremdleistungen	Inkl. Transport
Personalaufwand	Inkl. Unternehmerlohn und Personalnebenkosten bzw. SVS
Abschreibungen	Inkl. GWG
Sonstige betriebliche Aufwendungen	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reise &amp; Kfz Aufwand</li><li>- Miete, Leasing</li><li>- Büroaufwand</li><li>- Werbung</li><li>- Reise &amp; Kfz Aufwand</li><li>- Versicherung</li><li>- Zinsen &amp; Spesen</li></ul>
<b>Summe Aufwände</b>	

# Umsatzplanung

Firma Muster B1	Menge	Preis	Umsatz
Endkunden B2C			
Dienstleistung A	500 €	50,00 €	25.000
Dienstleistung B	300 €	60,00 €	18.000
Dienstleistung C	1.000 €	40,00 €	40.000
Vertriebspartner / Händler B2B /Kunde			
Handelsprodukt A	400 €	10,00 €	4.000
Produkt B	0 €	12,50 €	-
Produkt C	0 €	9,00 €	-
<b>Summe Umsatz</b>		<b>€ 30,25</b>	<b>€ 87.000</b>

Unterstützung auf der WKO Gründerservice Webseite

- ➔ SV und Steuerrechner
- ➔ Mindestumsatzrechner
- ➔ etc, etc.

Tipp: Brecht Jahresziele auf Monatswerte herunter.  
Daraus ergibt sich eine Messlatte für die monatliche Leistung.



# Planrechnung



## Budget - Planungsrechnung - GuV

Umsatzerlöse	
+/- Veränderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	
+ Andere aktivierte Eigenleistungen	
+ Sonstige betriebliche Erträge	
<b>= Betriebsleistung</b>	<b>€ 87.000</b>
- Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Fremdleistungen	€ 22.000
- Personalaufwand	€ 21.000
- Abschreibungen	€ 4.500
- Sonstige betriebliche Aufwendungen	€ 10.500
<b>= Betriebserfolg</b>	<b>€ 58.000</b>
+ Beteiligungserträge	
+ Zinserträge	
- Abschreibungen auf Finanzanlagen	
- Zinsaufwand	€ 2.000
<b>= Finanzergebnis</b>	<b>€ 2.000</b>
<b>= Ergebnis vor Steuern</b>	<b>€ 27.000</b>
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	
<b>= Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag</b>	

Unterstützung für die Budgetierung bis zum Businessplan bis zu EUR 1.250,00 durch WK OÖ  
➔ Gründer:innen Coaching 2025 (50% Förderung)

# Preis / Absatzrechner Excel



<https://www.orange-cosmos.com/wissen/instrumente/downloads>

Damit Sie Kalkulation zu Preissenkungen und -erhöhungen nicht immer wieder aufs Neue von vorne machen müssen

Eingaben:

1. geplante Preisänderungen (Senkung um 5%)
2. derzeitigen Umsatz im Geschäftsbereich

Notwendiger Umsatz für gleichen Gewinn ist in der Zeile Aktueller DB % vom Umsatz abzulesen.

**orange cosmos**  
ERKENNEN - AUSSCHÖPFEN - VERBLÜFFEN

**Preis-/Absatzrechner**

- Nachlass / + Preiserhöhung: -5,0%

Umsatz im Geschäftsbereich: 1.000.000,00

Aktueller DB % vom Umsatz	Erhöhung / Nachlass in % v. Umsatz	DB nach Erhöh/ Nachlass v. Umsatz	Gewinn-Veränderung	Notwendiger Umsatz mit neuem DB in EUR
1%	-5%	-4%	-500,0%	nicht möglich
2%	-5%	-3%	-250,0%	nicht möglich
3%	-5%	-2%	-166,7%	nicht möglich
4%	-5%	-1%	-125,0%	nicht möglich
5%	-5%	0%	-100,0%	nicht möglich
6%	-5%	1%	-83,3%	6.000.000,00
7%	-5%	2%	-71,4%	3.500.000,00
8%	-5%	3%	-62,5%	2.666.666,67
9%	-5%	4%	-55,6%	2.250.000,00
10%	-5%	5%	-50,0%	2.000.000,00
11%	-5%	6%	-45,5%	1.833.333,33
12%	-5%	7%	-41,7%	1.714.285,71
13%	-5%	8%	-38,5%	1.625.000,00
14%	-5%	9%	-35,7%	1.555.555,56
15%	-5%	10%	-33,3%	1.500.000,00
16%	-5%	11%	-31,3%	1.454.545,45
17%	-5%	12%	-29,4%	1.416.666,67
18%	-5%	13%	-27,8%	1.384.615,38
19%	-5%	14%	-26,3%	1.357.142,86
20%	-5%	15%	-25,0%	1.333.333,33

# Kalkulationsschema (Variante 1 - Handwerk) mit Materialkosten beginnend

Fertigungsmaterial	Materialkosten	Herstellkosten	Selbstkosten excl. Sonderkosten des Vertriebes	volle Selbstkosten zuzügl. kalk. Gewinnzuschlag			
Materialgemeinkosten							
Fertigungslöhne	Fertigungskosten						
Fertigungsgemeinkosten (AV, Tech.)							
Sonderkosten der Fertigung							
Gemeinkosten Verwaltung in % d. Herstellkosten							
Gemeinkosten Vertrieb in % d. Herstellkosten							
Gewinnzuschlag							
Sonderkosten des Vertriebes (z. B. Skonto, Provision)							

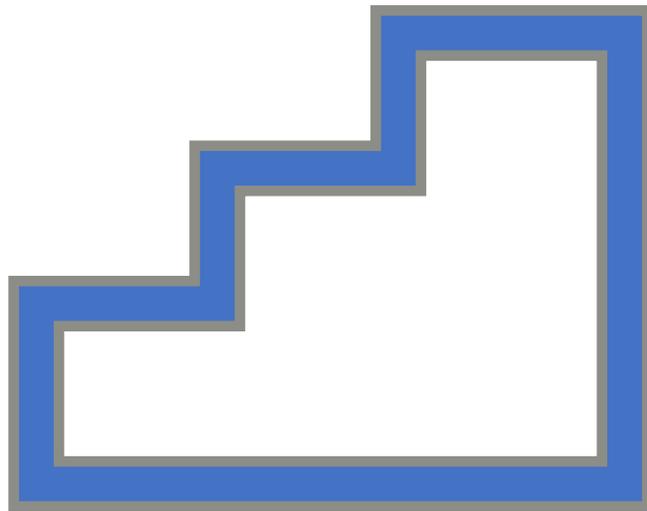
# Richtig Kalkulieren (1)



- Preise gibt oftmals der Markt / die Konkurrenz vor. Die Kalkulation zeigt die eigene Konkurrenzfähigkeit ☐ Nischenstrategie und Spezialisierung
- Unternehmerlohn (Richtwert mind. 1,5 x Brutto-AN) und kalkulatorische Wagnisse (zB Forderungsausfall, Schwund, Gewährleistung, ..) nicht vergessen
- Gemeinkosten sind auf die Löhne bzw. Materialien/Handelswaren bzw. Geräte überzuwälzen -> sind alle Stunden verkauft, müssen auch alle Gemeinkosten verrechnet sein
- Ein EUR / Std. zu wenig bei 10.000 h Leistung im Jahr ergibt ....

# Gemeinkosten (GK) bzw. Rohaufschlag

- Tipps für die Berechnung
  - Ermitteln Sie Ihre Gemeinkosten und Einzelkosten auf Basis von aktuellen/prognostizierten Werten
    - Legen Sie der Berechnung Werte für das Folgejahr zugrunde (zB Gehaltserhöhung)
  - Ermitteln Sie den Gemeinkosten Aufschlag in % ( $GK * 100 / EK$ )
  - Ermitteln Sie Varianten davon (Materialbeistellung, Mindestaufschlag, Kleinaufträge, ..)
  - Passen Sie die Werte auch in Ihrem Kalkulationsprogramm an



# Weitere Werkzeuge zur Kalkulation

# Unternehmenskalkulation - Stundensatz - Kalkulation



Unternehmenskalkulation - Personal		Unternehmen: Testmandant GmbH							Jahr		2017			
Personalkalkulation:										Gesamt PE-Kosten		1.272.000,00	85,76% G/LNK-Satz	
Summe										66.968,00		50.255,00	684.765,00	964.247,29
Mitarbeitername	bezahlte Zeit	Feiertage	Urlaube	Krankheit	Schule und Sonstiges	Anwesenheit	h gem. Aufzeichnung	Prod. %	Produktiv-Stunden	Stunden-satz	Anwesenheits PE-Aufw.	Produktivkosten inkl. L/G-NK	Erläuterung	
NN1	2.080,00	80,00	200,00	100,00	5,00	1.695,00		10,00%	169,50	18,00	30.510,00	5.667,45		
NN2	2.080,00	80,00	150,00	100,00	0,00	1.750,00		95,00%	1.662,50	12,00	21.000,00	37.058,55		
NN3	1.040,00	40,00	120,00	10,00	0,00	870,00	1.500,00	95,00%	1.425,00	12,00	18.000,00	31.764,47		
NN4	2.080,00	80,00	130,00	100,00	0,00	1.770,00	1.300,00	95,00%	1.235,00	12,00	15.600,00	27.529,21		
NN5	2.080,00	80,00	145,00	300,00	12,00	1.543,00	1.500,00	95,00%	1.425,00	12,00	18.000,00	31.764,47		
NN6	2.080,00	80,00	200,00	100,00	5,00	1.695,00		95,00%	1.610,25	12,00	20.340,00	35.893,86		
NN7	2.080,00	80,00	190,00	250,00	60,00	1.500,00		95,00%	1.425,00	10,00	15.000,00	26.470,39		
NN8	2.080,00	80,00	200,00	100,00	5,00	1.695,00		95,00%	1.610,25	12,00	20.340,00	35.893,86		
NN9	2.080,00	80,00	200,00	60,00	5,00	1.735,00		95,00%	1.648,25	10,00	17.350,00	30.617,42		
NN10	2.080,00	80,00	200,00	100,00	5,00	1.695,00		95,00%	1.610,25	12,00	20.340,00	35.893,86		
NN11	2.080,00	80,00	200,00	50,00	5,00	1.745,00		95,00%	1.657,75	12,00	20.940,00	36.952,67		
NN12	2.080,00	80,00	200,00	100,00	5,00	1.695,00		95,00%	1.610,25	12,00	20.340,00	35.893,86		
NN13	2.080,00	80,00	200,00	70,00	5,00	1.725,00		95,00%	1.638,75	11,00	18.975,00	33.485,05		

$$\text{Stundensatz} = \frac{\text{Personalkosten p.a. inkl. LNK}}{\text{verrechenbare Stunden p.a.}} = \frac{\text{€ 55.000}}{1.600 \text{ h}} = \text{€ 34,375}$$

# GERÄTEKOSTEN / MASCHINENKOSTEN



## Maschinen/Gerätekostenarten

- Abschreibung (Wiederbeschaffungswert relevant?)
- Verzinsung
- Instandhaltung (Reparatur)
- Betriebsstoffe / Treibstoffe / Werkzeuge / Energie
- Anteilige Lohnkosten zur Gerätebedienung
- Sonstige Kosten (Versicherungen, Steuern/Abgaben, ...)
- Gemeinkostenaufschlag

☒ Kosten je Betriebsstunde oder

☒ Kosten je Leistungseinheit

### Maschinenkostenermittlungsblatt

EDV-Ausdruck EDV-06

#### Geräte-Stamminformationen

Geräte-Bezeichnung	MF 750						
Nutzungsdauer in Jahren (ND)	8	Kaufmonat / Jahr	04/2012	Anzahl der Geräte	2	GHPI (Großhandpreisindex)	100
Anschaffungs- bzw. Zeitwert (AW)/Gerät	100.000		Zinssatz	0,05	Zinssatz als Dezimale eingeben (d.h. 5% sind 0,05)		

#### Verrechnungseinheiten (VE)

Bezeichnung der VE	Std.	Anzahl der geleisteten VE	1.300
--------------------	------	---------------------------	-------

4

#### Gerätesatzberechnung

Gerätekosten	Kosten/Jahr in EUR	Kosten/ΣND in EUR
1. Abschreibung (=AW/ND) p.a.	12.500	100.000
2. Summe Reparaturen	4.500	36.000 <i>Eingabe</i>
3. Verschleiß und Ersatzteile	3.000	24.000 <i>Eingabe</i>
4. Verzinsung (=Zinssatz X AW/2)	2.500	20.000
5. Betriebsmittel/Materialien	2.000	16.000 <i>Eingabe</i>
6. Sonstige Kosten	1.000	8.000 <i>Eingabe</i>
7. Geräte-Kosten (Summe 1. bis 6.)	25.500	204.000
8. Kosten Bedienungspersonal	35.000	280.000 <i>Eingabe</i>
9. Kosten inkl. Personal (= 7.+8.)	60.500	484.000
<b>Totalkosten alle Geräte (8./Anzahl VE)</b>	<b>121.000</b>	<b>968.000</b>
<b>Kosten je Verrechnungseinheit</b>	<b>46,54</b>	

# Beispiel Kalkulation



Kalkulation Maschine 1				Wert
Bauteil 1 gem. Stückliste				40.000,00
Bauteil 2 gem. Stückliste				25.000,00
Lack	Oberfläche	Gramm/m2	Kosten Kg	
	640,00	200,00	16,00	2.048,00
Befestigungsmaterial	Stück	Kosten/Stk		
	1.200,00	12,00		14.400,00
<b>Material</b>				<b>81.448,00</b>
Materialgemeinkosten	4,0%			3.257,92
<b>Material inkl. Material-GK</b>				<b>84.705,92</b>
	Stunden	Satz		
Konstruktion	25,00	90,00		2.250,00
Fertigung 1	48,00	77,00		3.696,00
Fertigung 2	120,00	69,00		8.280,00
Inbetriebnahme	50,00	70,00		3.500,00
<b>Fertigungskosten</b>				<b>17.726,00</b>
Fertigungsgemeinkosten	43,00%			7.622,18
<b>Fertigungskosten inkl. GK</b>				<b>25.348,18</b>
<b>Herstellkosten</b>				<b>110.054,10</b>
Verwaltungskosten	12,0%			13.206,49
Vertriebskosten	8,0%			8.804,33
F&E-Kosten	3,5%			3.851,89
<b>Selbstkosten</b>				<b>135.916,81</b>

--> die Kalkulationen gehen z.B. mit Kriterien wie Maschinenart, Kundenart, etc. in eine Gesamtaufstellung. Mittels Pivottabelle ist dies auswertbar. Die Summe der einzelnen Kostenpositionen über die Jahresmenge sollte dann mit den Zahlen aus dem BAB übereinstimmen.

# Ergebnisvorschau und Nachkalkulation



A	B	BH	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS	BT	BU	BV
			Prognose / Mc Leistung / Mo.													
	<b>Dachdecker-Spengler Auftragsliste 2024</b>	<b>Ziel 2024/25</b>	63.815,28 €	63.815,28 €	90.684,87 €	90.684,87 €	90.684,87 €	90.684,87 €	113.859,90 €	113.859,90 €	113.859,90 €	113.859,90 €	63.815,28 €	63.815,28 €	112.852,29 €	112.852,29 €
	<b>Stand</b>	<b>Differenz zum Ziel</b>	-63.832,46 €	-36.271,17 €	241,36 €	22.484,54 €	35.401,41 €	-12.601,51 €	-18.263,97 €	-24.348,44 €	-51.360,13 €	1.861,88 €	7.028,78 €	17.871,46 €	35.616,30 €	1.791,61 €
		<b>Differenz in %</b>														
			6,33%	6,33%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	11,30%	11,30%	11,30%	11,30%	6,33%	6,33%	11,20%	11,20%
		<b>Rohertrag</b>	127.647,74 €	100.086,45 €	90.443,51 €	68.200,33 €	55.283,47 €	103.286,38 €	132.123,86 €	138.208,34 €	165.220,03 €	111.998,02 €	56.786,50 €	45.943,82 €	77.235,98 €	111.060,68 €
		U-Mat-Sub	Mrz. 24	Mrz. 24	Apr. 24	Apr. 24	Mai. 24	Mai. 24	Jun. 24	Jun. 24	Jul. 24	Jul. 24	Aug. 24	Aug. 24	Sep. 24	Sep. 24
Nr.	Name Kunde/BV															
0			18.268,68 €	18.268,68 €	18.268,68 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
1			7.921,80 €	3.975,35 €	3.975,35 €	0,00 €	0,00 €	1.929,78 €	1.929,78 €	1.929,78 €	1.929,78 €	771,91 €	127,19 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
2			4.142,83 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.777,00 €
3			4.896,50 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	5.414,45 €
4			500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €
5			1.082,98 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.082,98 €	0,00 €
6			710,36 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	710,36 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
7			9.396,84 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	9.396,84 €	0,00 €
8			23.149,47 €	11.573,82 €	11.573,82 €	0,00 €	5.906,51 €	5.906,51 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
9			7.206,20 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	7.206,20 €	6.547,94 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
10			2.387,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.387,00 €	2.387,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
11			54.566,60 €	27.561,30 €	0,00 €	0,00 €	10.412,04 €	0,00 €	22.049,04 €	14.086,88 €	7.349,68 €	12.918,42 €	5.512,26 €	0,00 €	8.574,63 €	0,00 €
12			11.547,42 €	3.903,26 €	3.903,26 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	8.041,74 €	8.041,74 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
13			1.755,34 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
14			20.346,38 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	20.346,38 €	17.576,73 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.769,65 €
15			9.352,18 €	7.748,06 €	7.748,06 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
16			55,41 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
17			2.227,76 €	1.105,33 €	1.105,33 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	872,78 €	872,78 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

# Richtig Kalkulieren (2)



- ✓ Eine genaue Überprüfung der Kalkulation deckt oft versteckte Kostentreiber und Einsparpotenziale auf.
- ✓ Eine optimierte Kalkulation führt zu wettbewerbsfähigeren, ohne die Rentabilität zu gefährden.
- ✓ Risikominimierung: Kalkulationsfehler vermeiden, die zu Verlusten führen könnten.
- ✓ Transparenz und Nachvollziehbarkeit: klare, dokumentierte Kalkulationsstruktur die immer wieder genutzt werden kann
- ✓ Stunden- und Gemeinkostensätze immer aktuell halten, genau so wie Einkaufspreise (VUCA-Welt)

# Bessere Margen mit EAV



<b>Erkennen</b>	<b>Ausschöpfen</b>	<b>Verblüffen</b>
<i>Analyse der Produkte und Kunden sowie des Nutzens</i>	<i>Stoßrichtungen und Wirkung unterschiedlicher Strategien beurteilen</i>	<i>Kreative und durchschlagende Maßnahmen der Durchsetzung höherer Preise</i>

# Alternative Sichtweise für NEU-Produktentwicklungen (Target Costing)



## Preis-Management „Classic“



## Target Costing / Zielkostenmanagement



**TARGET COSTING**

A. Aktuelle Situation (Bottom up)		B. Target Costing (Top Down) Phase 1	
Entwicklungs-kosten	110	Materialien	470
Materialkosten	120	Erwarteter Gewinn	50
Produktionskosten	330	Zulieferer	420
Verwaltungskosten	33	Target cost splitting	
Vertriebskosten	48	Entwicklungs-kosten	111
Schickkosten	75	Materialkosten	75
Profit	25	Produktionskosten	185
Verkaufspreis	811	Verwaltungskosten	25
Was ist, wenn Produkt nur € 470 kosten soll bzw. der Markt nur bereit ist € 470 zu bezahlen?		Vertriebskosten	25
		Sonstiges	35
		Target costs (kalkuliert)	460

Runde 2: Differenz = € 30 → Wo können wir weitere Kostensenkungen ausnutzen?

Welche ToDo's/Maßnahmen ergeben sich eventuell bereits hieraus?

Was	Wer	Bi Wann

**C. Bedeutung der Eigenschaften / Nutzen der Komponenten**

Komponente	Nutzen Beitrag	Komponente	Kosten
Komponente 1	20%	Komponente 1	115,00
Komponente 2	10%	Komponente 2	70,00
Komponente 3	25%	Komponente 3	195,00
Komponente 4	15%	Komponente 4	20,00
Komponente 5	20%	Komponente 5	30,00
Komponente 6	10%	Komponente 6	20,00
Summe	100%	Summe	460,00

**D. Zielkosten und Prioritäten (Phase 2)**

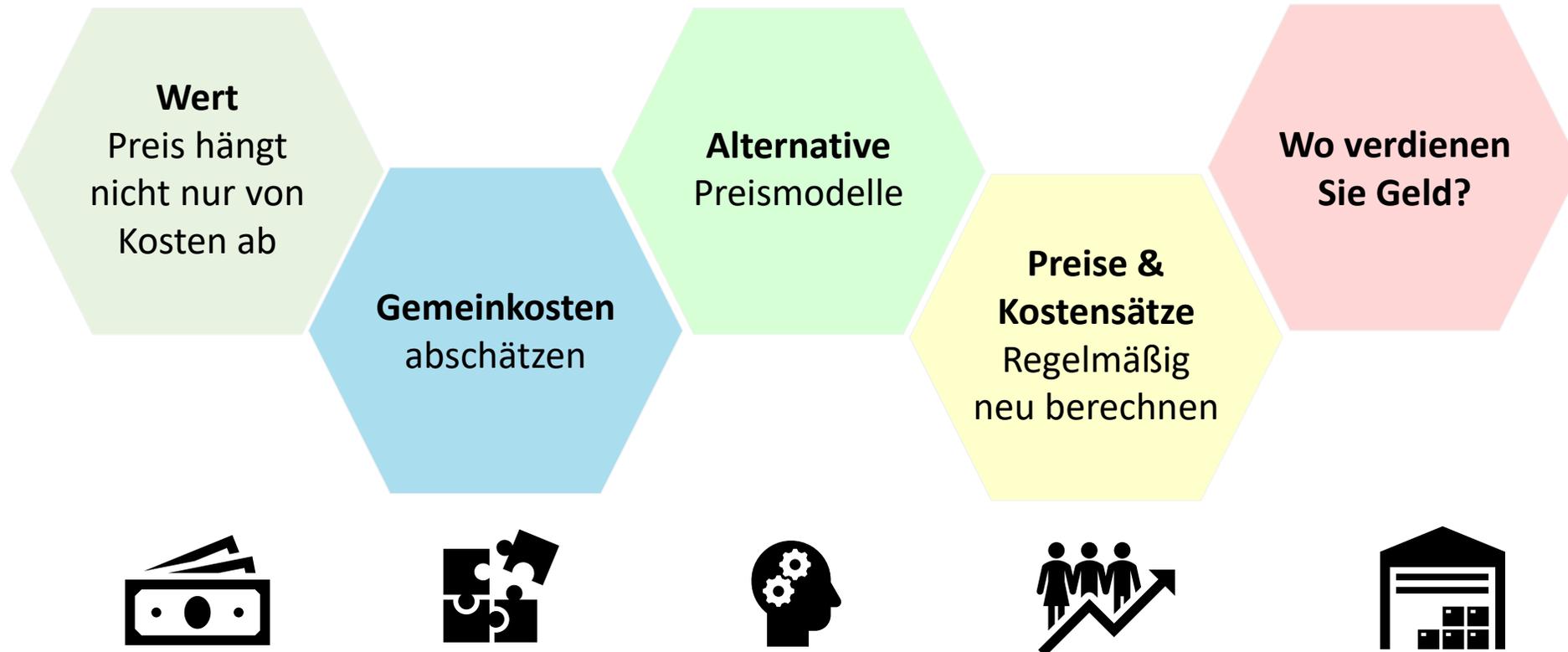
Komponente	Kosten	Zielkosten	Maßnahmen konkret	Status
Komponente 1	115,00	84,00	Reduzieren	
Komponente 2	70,00	42,00	Reduzieren	
Komponente 3	195,00	125,00	Reduzieren	
Komponente 4	20,00	10,00	n.B.	
Komponente 5	30,00	84,00	n.B.	
Komponente 6	20,00	20,00	n.B.	
Summe	460,00	420,00		

# 4 Hebel zur Ergebnisverbesserung



4 Hebel zur Ergebnisverbesserung			
	Hebel	Einflussfaktoren	
Umsatz = Menge x Preis	↑ Hebel 1	<b>Qualitätsführer</b>	
		* Erweiterung der Märkte (Leistungsseitig und/oder zielgruppenseitig)	↑ neue Produkte, neue Kunden
		* Anzahl der Kunden	↑
		* Menge pro Kauf	↑
		* Häufigkeit der Käufe	↑
	↓ Hebel 2	* Marktwachstum	↑
		* Marktanteil	↑
		* Grundpreis	↑
		* Relativer Nutzenvorteil	↑
		* Nachlässe, Rabatte	↓
- variable Kosten	↓ Hebel 3	* Leistung für bestehenden Preis (z.B. Module)	↓
		<b>Kostenführer</b>	
		* Mengenverbrauch	↓
		* Verschnitt, Abfall	↓
		* Substitution	↑
= Deckungsbeitrag	↓ Hebel 4	* Einkaufspreise	↓
		<b>Kostenführer</b>	
		* Menge	↓
		* Preis	↓
		* Optimale Auslastung	↑
- Fixkosten		* Variabilisierung	↑
= Ergebnis		Personal, Sachkosten, Abschreibung, Zinsen	↓

# Zusammenfassung



# So finden uns ... unser Expertenteam (Auszug)



**Petra Baumgarthuber**

- ✔ Gründungs- und Business Coaching
- ✔ Positionierung & Marketing
- ✔ Team- und Organisationsentwicklung



**Johann Dannesberger**

- ✔ Businessplan & Finanzierung
- ✔ Digitalisierung & Positionierung
- ✔ Beteiligung & Geschäftsführung



**Andreas Gumpetsberger**

- ✔ Finanzierung, Förderung & BWL
- ✔ Businessplan & Strategie
- ✔ Digitalisierung & Technologie



**Georg Gumpinger**

- ✔ Gründungs- und Ideen-Beratung
- ✔ Markt- und Standortanalyse
- ✔ Erfolgreicher Markteintritt



**Johannes Schimpelsberger**

- ✔ Strategie und Businessplan
- ✔ Kundengewinnung
- ✔ Finanzierung und Förderungen



**Harald Schützing**

- ✔ Strategie und Businessplanung
- ✔ Finanzierung und Förderung
- ✔ Controlling



**Manfred Stallinger**

- ✔ Prozessbegleitung
- ✔ Rechnungswesen & Planung
- ✔ Auslandsbegleitung



**Armin Völkl-Leitner**

- ✔ Vertriebsarbeit liefert mehr Umsatz
- ✔ mit Neukunden Wachstum umsetzen
- ✔ mit neuen Leads zu mehr Umsätzen



# Fragen ??



# Für Feedback stehe ich gerne zur Verfügung



**Wir sind** Gründungsmitglied der Beraternetzwerke: Managementcenter Nord und „strategicosmos“. Erfahrene Partner lösen unternehmerische Herausforderungen in den folgenden Bereiche :



Marketing & Werbung / Personalentwicklung /  
Projektmanagement / Produktivität / Steuerberatung  
Sanierung /Wirtschaftsrecht etc.

**orange**cosmos ist Mitglied in den österreichweiten Expertengruppen **Übergabe** und **Innovation**.



Übergabe-Consultants



Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA  
[gumpetsberger@orange-cosmos.com](mailto:gumpetsberger@orange-cosmos.com)  
Mobil: +43-664-4228655  
Wels – Wien – Sonnberg/Linz



Andreas Gumpetsberger  
Managing Partner  
bei orangecosmos - Bera...



# Die nächsten Termine



**Welchen digitalen Vertriebsweg kann ich nützen?**

Mittwoch, 07. Mai | 16:00 - 16:45 Uhr

**Wie bleibe ich flüssig?**

Mittwoch, 04. Juni | 08:30 - 09:15 Uhr

**Wie mache ich eine Einnahmen-Ausgaben-Rechnung?**

Dienstag, 24. Juni | 16:00 - 16:45 Uhr

Erinnerung 24h vor Webinarbeginn

# Die erste Adresse zum Erfolg



 [Kontaktformular](#)

 05 909 09

 [www.gruenderservice.at](http://www.gruenderservice.at)

 [www.youtube.com/gruenderservice](http://www.youtube.com/gruenderservice)

 [wko.ooe](https://www.instagram.com/wko.ooe)

 [www.linkedin.com/company/gruenderservice](https://www.linkedin.com/company/gruenderservice)



Download Präsentation

**Viel Erfolg und eine gute Woche!**

