

Wie kalkuliere ich meinen Preis?

5. Teil | Webinar-Reihe „Erfolgreich gründen“ | 24. November 2026

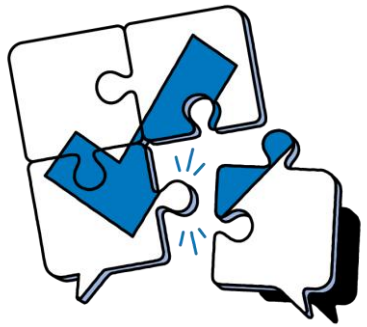
„Wie kalkuliere ich meinen Preis?“

Wie…

… gehen sich meine Kosten aus?

… bekomme ich Rabatte und Co. in den Preis?

… viel kann ich verlangen?



WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH
GRÜNDERSERVICE

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, weiterführende Infos
und alle weiteren Termine finden Sie auf unserer Homepage.
wko.at/ooe/gruendung/webinarreiheerfolgreichgruenden

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH
GRÜNDERSERVICE

Erfolgreich Gründen:
Wie kalkuliere ich meinen Preis?

Andreas Gumpetsberger, orangecomos

Mitglied der EXPERTS GROUP UNTERNEHMENSGRÜNDUNG UND STARTUP

Steckbrief – Andreas Gumpetsberger

Member of Managementcenter Nord
www.managementcenternord.at



Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA

orangecosmos – Beratungsgruppe für Finanzierung, Digitalisierung, ESG, Innovation und Strategie
A - 4600 Wels, Fuxstraße 31
+43 664 / 4228655
gumpetsberger(AT)orange-cosmos.com
orange-cosmos.com

orangecosmos
ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN

FH Oberösterreich Studium mit Zukunft
certified DIGITAL CONSULTANT
Experts Group Innovation

Ausbildung

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

Erfahrung, Kernkompetenzen

- Strategische Entwicklung neuer Leistungen & Geschäftsfelder
- Businessplan und Unternehmensentwicklung
- Innovation und Digitalisierung mit Fokus auf Markterfolg
- **Steuerung mit Werkzeugen (Kalkulation, Budget, Monatscockpit)**
- 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.	**KOSTEN – PLUS**: Diese Methodik ist noch immer weit verbreitet, hat aber wesentliche Problemstellungen:
	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 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
2.	**KONKURRENZ ORIENTIERTE** Preise sind v.a. allem in umkämpften Märkten mit mehreren Mitbewerbern relevant, aber:
	a. Wenn die Konkurrenz ihre Preise senkt, müssen wir dann auch um genauso viel die Preise senken, um im Markt zu bleiben? 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. **Ohne strategische Differenzierung werden Sie nicht aus diesem Hamsterrad herauskommen.** c. Dieser Ansatz verlangt von Ihrem Unternehmen idealerweise Kostenführerschaft zu erlangen – was haben Sie diesbezüglich (im letzten Jahr) unternommen? Wollen Sie das überhaupt?
3.	**WERTORIENTIERTE** Preisfindung (Was ist Ihr Kunde bereit zu zahlen?) verlangt clevere Pricing-Methoden. Dabei gilt:
	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? b. Jedes Marktsegment hat seinen eigenen Preis (suchen Sie den „idealen Kunden“)

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	- Reise & Kfz Aufwand - Miete, Leasing - Büroaufwand - Werbung - Reise & Kfz Aufwand - Versicherung - Zinsen & Spesen
Summe Aufwände	

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	€ -
Summe Umsatz		**€ 30,25**	**€ 87.000**

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	
=	Betriebsleistung	€ 87.000
-	Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Fremdleistungen	€ 22.000
-	Personalaufwand	€ 21.000
-	Abschreibungen	€ 4.500
-	Sonstige betriebliche Aufwendungen	€ 10.500
=	**Betriebserfolg**	**€ 58.000**
+	Beteiligungserträge	
+	Zinserträge	
-	Abschreibungen auf Finanzanlagen	
-	Zinsaufwand	€ 2.000
=	Finanzergebnis	€ 2.000
=	**Ergebnis vor Steuern**	**€ 27.000**
-	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	
=	**Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag**	

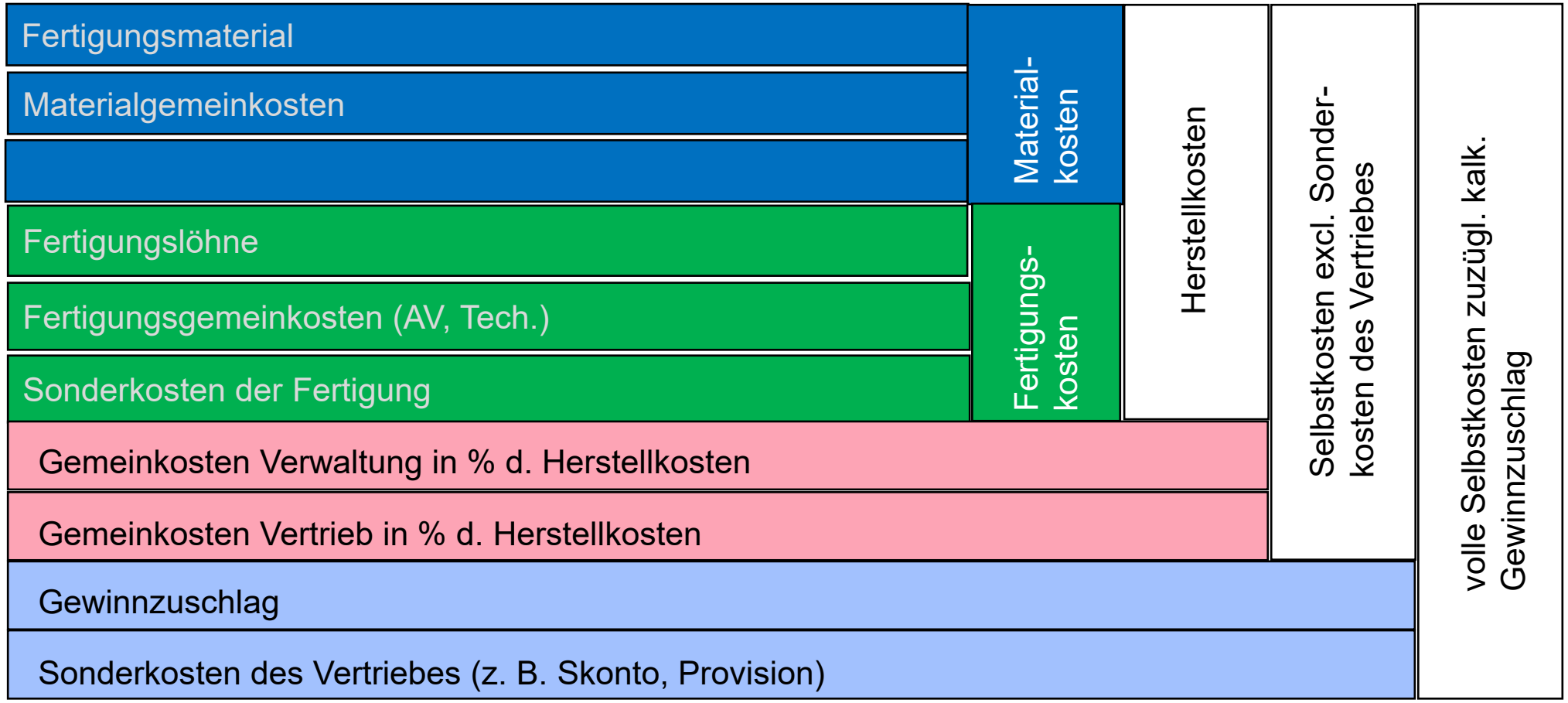
Unterstützung für die Budgetierung bis zum Businessplan bis zu EUR 1.250,00 durch WK OÖ
➔ Gründer:innen Coaching 2026 (50% Förderung)



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. Materialen/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 ….

Kalkulationsschema (Variante - Handwerk) mit Materialkosten beginnend

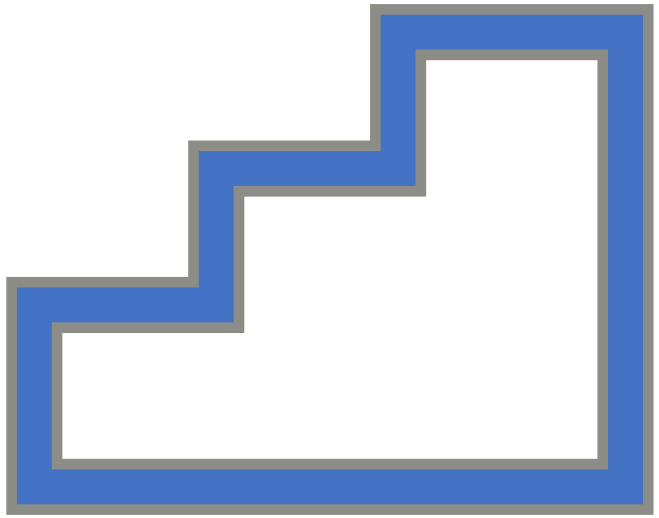


In der DL gibt es zT nur Gemeinkosten. Kalkulation über Stundensätze, Zimmerpreise oder Rohaufschlag auf Wareneinsatz.

Kalkulation Produkt 1		Bemerkung
Produktart		
xy9999999 -Produkt	Wert	
Bauteil 1 gem. Stückliste	340,00	Angebote Einholen
Bauteil 2 gem. Stückliste	50,00	
Lack	10,00	Jahrespreise vereinbaren
Befestigungsmaterial	50,00	Verpackungseinheiten korrekt?
Material	450,00	
Materialgemeinkosten	45,00	Lagerung, Verschnittrisiko, Schwund, Fracht
Material inkl. Material-GK	**495,00**	
Konstruktion	150,00	Unternehmerlohn?
Fertigung 1	160,00	Stundensatz x Zeitaufwand
Fertigung 2	90,00	
Inbetriebnahme	0,00	
Fertigungskosten	**400,00**	Auslastung?
Fertigungsgemeinkosten	480,00	Werkstattmiete, Strom?, Abschreibung Maschinen
Fertigungskosten inkl. Fertigungs- GK	880,00	
Sonderkosten /Fertigung	50,00	Fertigungskonstruktion, Beschichtung final extern
Herstellkosten	**1 425,00**	
Verwaltungskosten	142,50	Buchhaltung, Software (M365), Büro
Vertriebskosten	71,25	Marketing, Social Media, Website, Angebote
F&E-Kosten	0,00	
Selbstkosten	**1 638,75**	Wagnisse / Risiko ? Skonto i.H.?
Ertrag netto	1 900,00	Angebot mit Bindefrist? Abzüge?
Ergebnis / Kalk. Gewin	**261,25**	Rücklagen

DIE GRÜNDUNGS-EXPERTEN

Beispiel Zuschlags-Kalkulation Handwerk Schritt für Schritt



Werkzeuge zur Kalkulation

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

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	Anwesen-heit	h gem. Auf-zeichnung	Prod. %	Produktiv-Stunden	Stunden-satz	Anwesen-heits PE-Aufw.	Produktiv-kosten 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	

$$\text{P-Stundensatz} = \frac{\textbf{Personalkosten p.a. inkl. LNK}}{\textbf{verrechenbare Stunden p.a.}} = \frac{\text{€ } 65.000}{1.600\ h} = \text{€ } 40{,}625$$

ohne Auto, ohne Gemeinkosten, ohne Gewinn, etc.

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						
Nutzungdauer in Jahren (ND)	8	Kaufmonat / Jahr	04/2012	Anzahl der Geräte	2	GHPI (Großhandelspreisindex)	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	*Eingabe*
3. Verschleiß und Ersatzteile	3.000	24.000	*Eingabe*
4. Verzinsung (=Zinssatz X AW/2)	2.500	20.000	
5. Betriebsmittel/Materialien	2.000	16.000	*Eingabe*
6. Sonstige Kosten	1.000	8.000	*Eingabe*
7. Geräte-Kosten (Summe 1. bis 6.)	25.500	204.000	
8. Kosten Bedienungspersonal	35.000	280.000	*Eingabe*
9. Kosten inkl. Personal (= 7.+8.)	60.500	484.000	
Totalkosten alle Geräte (8./Anzahl VE)	121.000	968.000	
Kosten je Verrechnungseinheit	**46,54**		

Ergebnisvorschau und Nachkalkulation

DIE GRÜNDUNGS-EXPERTEN

	A	B	BH	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS	BT	BU	BV
1				Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mo.	Prognose / Mc	Leistung / Mc
2		Dachdecker-Spengler Auftragsliste 2024	Ziel 2024/25	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 €
3		Stand	Differenz zum Ziel	-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 €
4			Differenz in %														
5				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%
6			Rohertrag	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 €
7	Nr.	Name Kunde/BV	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
8	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 €	0,00 €
9	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 €	0,00 €
10	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 €	0,00 €	2.777,00 €
11	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 €	0,00 €	5.414,45 €
12	4		500,00 €	0,00 €	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 €
13	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 €	0,00 €	1.082,98 €	0,00 €
14	6		710,36 €	0,00 €	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 €
15	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 €	0,00 €	9.396,84 €	0,00 €
16	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 €	0,00 €
17	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 €	0,00 €
18	10		2.387,00 €	0,00 €	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 €
19	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 €	1.588,11 €
20	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 €	0,00 €
21	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 €	0,00 €
22	14		20.346,38 €	0,00 €	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 €
23	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 €	0,00 €
24	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 €	0,00 €
25	17		2.227,76 €	1.105,33 €	1.105,33 €	0,00 €	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 Preisen, bei höherer Rentabilität.
- ✓ Risikominimierung: Kalkulationsfehler vermeiden, ➔ Verluste
- ✓ Transparenz und Nachvollziehbarkeit: klare, dokumentierte Kalkulationsstruktur, die immer wieder genutzt wird
- ✓ Stunden- und Gemeinkostensätze immer aktuell halten, genau so wie Einkaufspreise (VUCA-Welt)

Bessere Margen mit EAV



Erkennen	Ausschöpfen	Verblüffen
Analyse der Produkte und Kunden sowie des Nutzens	*Stoßrichtungen und Wirkung unterschiedlicher Strategien beurteilen*	*Kreative und durchschlagende Maßnahmen der Durchsetzung höherer Preise*

© orangecosmos 2016

Station 7 - Preismodelle



- Stimmt der Gewinnaufschlag in der Kalkulation mit dem erwirtschafteten Gewinn des Betriebs überein? Falls nicht, was sagt ihnen das?
- Welche der von Ihnen verwendeten Haupt-Materialen haben hohe Preisschwankungen und wie reagieren Sie darauf?
- Haben Ihre TOP 10 Kunden unterschiedliche Preise? Was ist zu tun damit die Preise einheitlicher werden?
- Wie bepreisen Sie Ihre Dienstleistungen (zB Wartung, Reparatur) und After-Sales Service?

Station 8 - Preismodelle



- Nutzen Sie bereits zB Aufpreise, Yield-Mangement, Mietpreise / Abos, Tagespreise, Contracting, Target Costing, Pay-as-you-Go, Jahrespreise, etc., dh unterschiedliche Preismodelle? Was spricht **konkret** dagegen? Was sind die Erfolge ?

- Gesetzt den Fall, sie würden Ihre Preise um 10% erhöhen, wie viel müssten Sie dann verkaufen um das gleiche Ergebnis zu erzielen?

- Kannibalisiert das neue Produkt die bestehenden Produkte und/oder Preise?

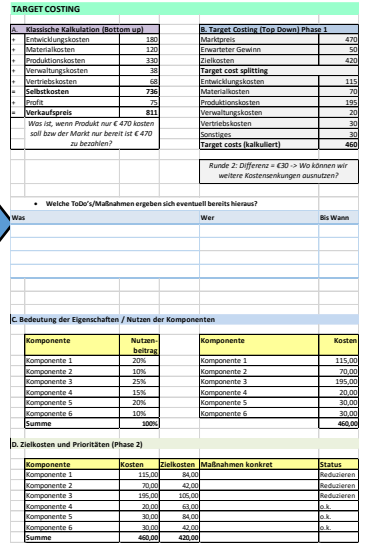
Alternative Sichtweise für NEU-Produktentwicklungen (Target Costing)

Preis-Management „Classic“

Markt - analyse → Ent- wicklung → Preise Zulieferer → Kosten → Produktion

Target Costing / Zielkostenmanagement

Markt – analyse (Eigen- schaften) → Ziel- kosten =Planver- kaufspreis minus Ziel- Gewinn → Target costs für jede Komponente (Abstimmung und Kompromisse bei Design, Konstruktion, Marketing) → Produktion



TARGET COSTING

A.	Klassische Kalkulation (Bottom up)	
+	Entwicklungskosten	180
+	Materialkosten	120
+	Produktionskosten	330
+	Verwaltungskosten	30
+	Vertriebskosten	68
=	**Selbstkosten**	**736**
+	Profit	75
=	**Verkaufspreis**	**811**
	Was ist, wenn Produkt nur € 470 kosten soll bzw der Markt nur bereit ist € 470 zu bezahlen?	

B. Target Costing (Top Down) Phase 1	
Marktpreis	470
Erwarteter Gewinn	50
Zielkosten	420
Target cost splitting	
Entwicklungskosten	115
Materialkosten	70
Produktionskosten	195
Verwaltungskosten	20
Vertriebskosten	30
Sonstiges	30
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	Bis Wann

C. Bedeutung der Eigenschaften / Nutzen der Komponenten

Komponente	Nutzenbeitrag
Komponente 1	20%
Komponente 2	10%
Komponente 3	25%
Komponente 4	15%
Komponente 5	20%
Komponente 6	10%
Summe	**100%**

Komponente	Kosten
Komponente 1	115,00
Komponente 2	70,00
Komponente 3	195,00
Komponente 4	20,00
Komponente 5	30,00
Komponente 6	30,00
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	105,00		Reduzieren
Komponente 4	20,00	63,00		o.k.
Komponente 5	30,00	84,00		o.k.
Komponente 6	30,00	42,00		o.k.
Summe	**460,00**	**420,00**		

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.

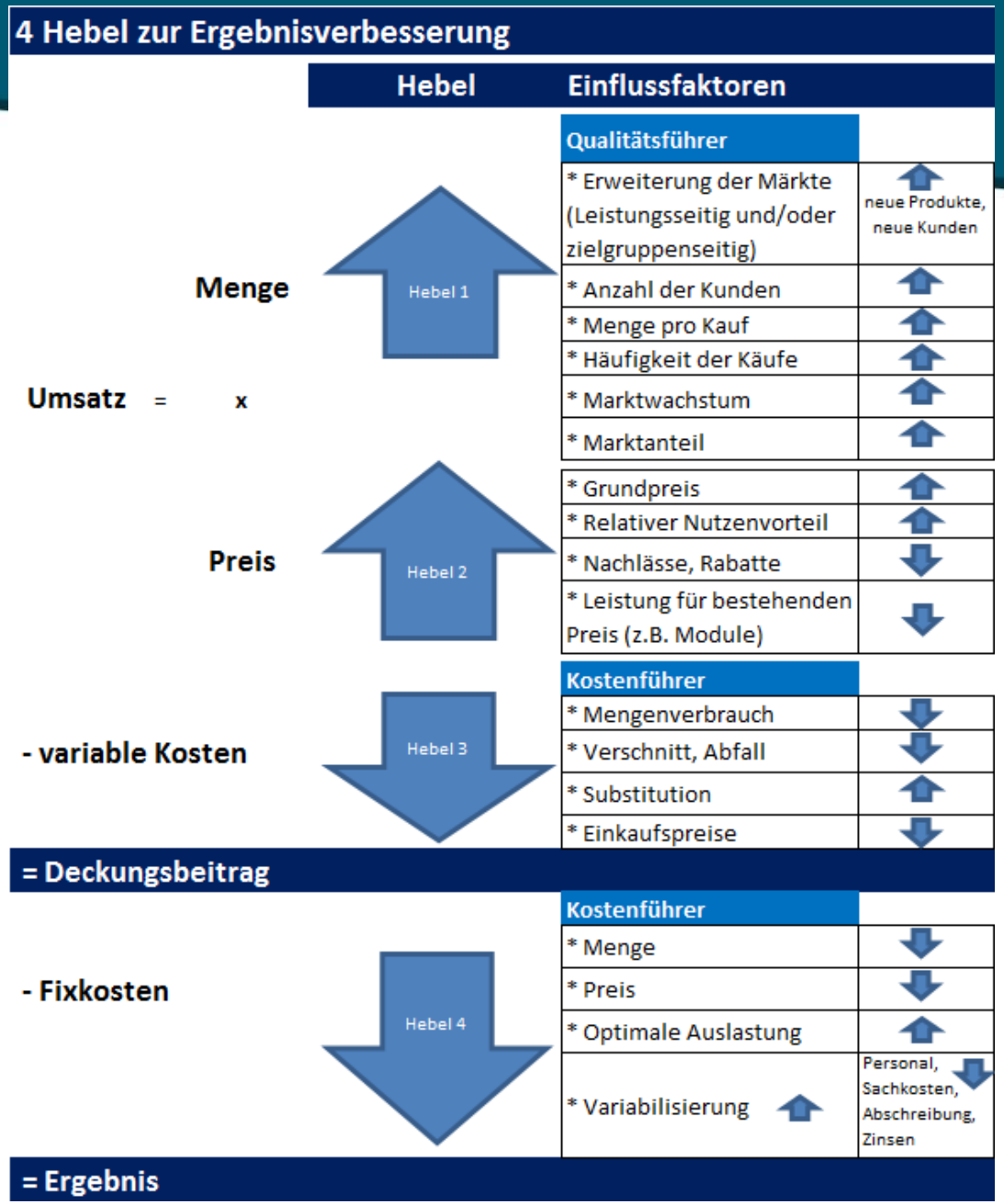
Preis-/Absatzrechner

orangecosmos
ERKENNEN - AUSSCHÖPFEN - VERBLÜFFEN

- 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

4 Hebel
zur Ergebnisverbesserung



Zusammenfassung

Wert
Preis hängt nicht nur von Kosten ab

Gemeinkosten
abschätzen

Alternative
Preismodelle

Preise & Kostensätze
Regelmäßig neu berechnen

Wo verdienen Sie Geld?







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 Schützinger

- 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

DIE GRÜNDUNGS-EXPERTEN



orangecosmos
ERKENNEN – AUSSCHÖPFEN – VERBLÜFFEN

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

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

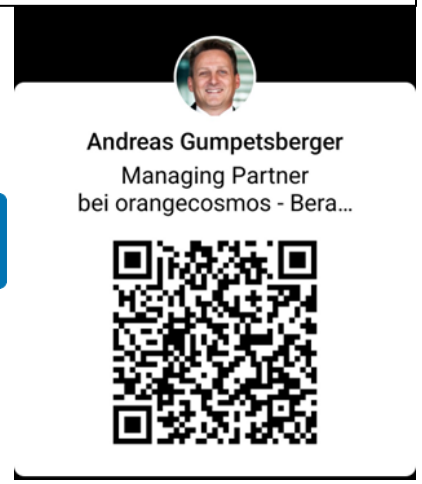
orangecosmos ist Mitglied in den österreichweiten Expertengruppen **Übergabe** und **Innovation**.

Experts Group Innovation

certified DIGITAL CONSULTANT

Übergabe-Consultants

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



Businessplan | Förderung

Gründer:innen-Coaching

- 50 % der Beratungskosten (max. € 1.250) für Businessplan-Erstellung & betriebswirtschaftliche Konzepte durch Unternehmensberater:innen
- vor der Gründung & in den ersten 6 Jahren möglich
- Förderung durch WKOÖ und Land OÖ
- Beratungspartner:innen inkl. Gutschein für kostenlose Erstberatung auf huddlex.at

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH
GRÜNDERSERVICE



Kostenloses Wissen

Basiswissen: Steuern für Gründer:innen

1x im Monat | Online
Programm und Anmeldung

Businessplan Workshops: Von der Idee zum Konzept

Nehmen Sie sich einen halben Tag Zeit um Ihre Geschäftsidee mit Expert:innen weiter zu entwickeln | Neue Termine 2027
Infos

WIFI Unternehmerakademie

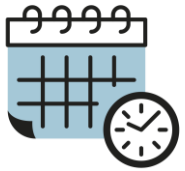
Top-Wissen für Unternehmer:innen
Mehr Infos

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH GRÜNDERSERVICE

Wie geht es weiter?

Weiterführende Angebote, von Infomaterialien bis hin zu Weiterbildungen finden Sie hier oder unter dem QR-Code.

Der letzte Termin



- **Wie mache ich eine Einnahme-Ausgaben-Rechnung?**
  Mittwoch, 02. Dezember | 08:30 – 09:15 Uhr

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH
GRÜNDERSERVICE

Die erste Adresse zum Erfolg

Kontaktformular

05 909 09

www.gruenderservice.at

www.youtube.com/gruenderservice

wko.ooe

www.linkedin.com/company/gruenderservice

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH GRÜNDERSERVICE