

KOSTENOPTIMIERUNG FÜR KLEINUNTERNEHMEN

DI DR. CHRISTIAN SCHOLLER
WWW.SCHOLLER-CONSULTING.AT

0664 345 89 83



DI Dr. Christian Scholler, 0664 345 89 83

KOSTENOPTIMIERUNG

Unter „Kostenoptimierung“ wird vielfach „Möglichst wenig Geld ausgeben“ bzw. „Möglichst viel einsparen“ verstanden.

Das kann jedoch genauso schnell wenn nicht noch schneller in die Sackgasse führen wie ein freizügiger Umgang mit Geld.

Erfolgreiche Kostenoptimierung erfordert ein gezieltes Nachdenken, Planen, Handeln und Kontrollieren auf mehreren Ebenen.

- **Persönliche Ebene**
- **Ebene von Zielen und Strategien**
- **Ebene von Markt, Kund/-innen, Produkte / Dienstleistungen**
- **Organisationsebene**
- **Finanzebene**
- **Netzwerkebene**
- **Ebene der Steuerungsinstrumente**

PERSÖNLICH

Was kann ich? Was tue ich gerne?

Was kann oder mag ich gar nicht?

Wie viel Sicherheit brauche ich bzw. habe ich?

Welche Risiken bin ich bereit einzugehen?

Was möchte ich erreichen? Welche Rollen übernehme ich?

Wie erhalte ich auf Dauer meine Gesundheit?

Warum will ich unternehmerisch tätig sein?

Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie im Laufe der Zeit ein Kostenproblem aufbauen, weil Sie unnötigen Aufwand treiben werden, um mit „Learning by doing“ herauszufinden, was das „Richtige“ für Sie sein könnte. Sie können anderen nicht klar kommunizieren wer Sie sind und warum jemand Sie und nicht jemand anderen beauftragen sollte. Nehmen Sie sich eventuell einen persönlichen Coach, um das herauszuarbeiten. Es ist essentiell, wenn Sie Erfolg haben wollen.



DAHER: STÄRKEN, SCHWÄCHEN, PERSÖNLICHE EIGENSCHAFTEN beschreiben.



WO WILL ICH HIN ?



Eine Fahrt ins Blaue endet im Regelfall irgendwo!

WIE, WANN UND MIT WELCHEM AUFWAND WILL ICH AN MEIN(E) ZIEL(E) KOMMEN?

Ziele und Strategien für mein Unternehmen:

Was möchte ich erreichen? Welche Ziele habe ich?

Mit welcher Strategie und welchen Maßnahmen will ich die Ziele erreichen?

Was gebe ich dafür auf?

Was tue ich, wenn meine Ziele erreicht wurden?

Klären Sie diese Fragen nicht, wird im Laufe der Zeit ein Kostenproblem entstehen, weil Sie vieles ausprobieren müssen und viel herumsuchen werden. Es kann teuer werden, wenn Sie einfach so in der Gegend herumfahren.

Wenn Sie Ihren Weg und Ihre Maßnahmen nicht planen und sich kein Zeitmanagement (beruflich und privat) zurechtlegen, werden Sie statt im Sommer eventuell im Winter am Berg mit Badeschlapfen ankommen.

Wenn Sie keine Planung für „danach“ haben, haben Sie nichts mit um am Ziel Ihr Picknick zu veranstalten bzw. den Lohn für Ihre Mühe einzuheimsen.

DAHER: ZIELE, STRATEGIE ZUR ZIELERREICHUNG UND MASSNAHMEN festlegen.



MARKT, KUND/-INNEN, PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN

Was oder wen verkaufe ich eigentlich?

Wer sind meine idealen Auftraggeber?

Wem will ich wie, wo und was in welcher Menge und Qualität verkaufen?

Business to Business oder Business to Consumer?

Wer zahlt letztendlich das Geld auf mein Konto?



Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie im Laufe der Zeit ein Kostenproblem erhalten, weil Sie „viele Frösche küssen müssen um den Prinz zu entdecken“.

Sie werden sich um Kunden bemühen, die etwas anderes von Ihnen wollen und Sie werden am Markt vorbei agieren.

Sie werden viel gearbeitet haben, aber Sie werden es nicht am Kontostand merken.

DAHER: MARKT, IDEALKUND/-INNEN, PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN beschreiben.

ORGANISATION

Welche Organisation benötigt mein Unternehmen?

Auch ein EPU braucht eine straff geführte Organisation

Selber machen, Personal anstellen oder andere beauftragen?

Regeln und Strukturen?

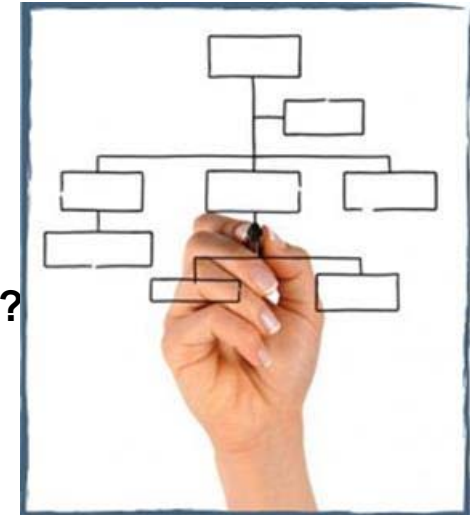
Infrastruktur, Standort?

Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie im Laufe der Zeit ein Kostenproblem haben, weil Ihre Organisation nicht an das angepasst ist, was Sie herstellen oder leisten.

Sie haben dann Ihre Organisation intern, ihr externes Netzwerk, Ihre Mitarbeiter/-innen, Ihre Lieferant/-innen, Ihre Bank, etc. nicht im Griff.

Das kostet, weil Ihr Aufwand, etwas nachträglich zu reparieren oder anzupassen jedenfalls größer sein wird, als wenn Sie gleich vorab reagieren und planen und regelmäßig anpassen.

Nach Jahren haben Sie ein eventuell ein kostenintensives Gewirr, das Sie nicht mehr überblicken. Prüfen Sie jährlich.



DAHER: SEIEN SIE CHEF/-IN und FÜHREN SIE. LERNEN SIE, „NEIN“ ZU SAGEN.



GELD, FINANZIERUNG, FINANZEN

Wie hoch muss der Gewinn mindestens sein?

Was kann sich mein Unternehmen leisten?

Was muss sich mein Unternehmen leisten?

Wie finanziere ich die Aktivitäten?

Wieviel Geld kostet wieviel Zeit und wieviel Zeit kostet wieviel Geld?

Wieviel Geld kostet mein Geld?

Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie im Laufe der Zeit ein Finanzproblem haben, weil Ihre Liquidität nicht passt. Ohne Budget und ohne Finanzplanung (v.a. Zeitpunkt Zahlungseingänge und Zahlungsausgänge) werden Sie zu viel für Ihr Geld bezahlen und unsicher sein, wann und ob Sie investieren können bzw. müssen.



DAHER: PLANEN, RECHNEN, SPEZIALIST/-INNEN BEFRAGEN.

NETZWERK

Mit wem kann und will ich zusammenarbeiten?

Wie und von wem (Personen, Organisationen) erhalte ich meine Infos und Unterstützung?

Für wen bin ich ein interessanter Netzwerk-Partner?

Womit kann ich wen beauftragen?



Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie deutlich mehr Zeit und Geld für Marketing und die Bearbeitung von Aufträgen ausgeben.

Netzwerke und Kooperationen sind im Geschäftsleben unumgänglich. Als Kleinunternehmer/ -in können Sie sich im Allgemeinen keine großen Budgets leisten, mit Netzwerken aber sehr viel erreichen.

Nehmen Sie sich ausreichend Zeit dafür und planen Sie Ihre Netzwerkarbeit.

Der Aufwand rentiert sich schnell und Sie können Kosten für Marketing und Akquise sparen oder kennen Subauftragnehmer/ -innen, die rasch und gut für Sie arbeiten können.

DAHER: NETZWERK AUFBAUEN und AKTIV BETREIBEN.

KONTROLLE

- Sind die gesteckten Ziele erreicht?**
- Welche Meilensteine wurden erreicht, welche nicht?**
- Welche Gründe für die Abweichungen erkenne ich?**
- Welche Gegenmaßnahmen muss ich setzen?**
- Wie vermeide ich die Fehler beim nächsten Mal?**
- Was kann ich verbessern (lassen)?**



Klären Sie diese Fragen nicht, werden Sie nicht ausreichend wissen, wann es Zeit ist zu reagieren. Sie werden sich schwer tun, sich selbst und andere zu überprüfen. Damit werden im Allgemeinen hohe Kosten verursacht. Hauptfehler liegt darin, dass vielfach Instrumente (Listen, Kalkulationen, ...) entwickelt werden, die zu aufwendig sind, um damit zu arbeiten.

Planen Sie Ihre Kontrollen im Voraus ein, damit Sie diese nicht im Alltagsgeschäft vergessen.

DAHER: KONTROLLMASSNAHMEN UND KONTROLLTERMINE EINPLANEN.

TYPISCHE FEHLER

Wünsche statt Ziele formuliert.

Keine Gewinnplanung.

Es wird versucht, eine Dienstleistung bzw. ein Produkt zu verkaufen statt sich selbst und seine Qualitäten anzubieten („Ich verkaufe mich“)

Der Glaube, dass andere ähnlich denken und sind wie man selbst.

Die Meinung, man könne alles selbst auch erledigen und das sogar billiger.

Der Aufwand für Organisation und Kommunikation wird unterschätzt.

Die Organisation wächst, die Strukturen bleiben dieselben.

Vorwiegend mündliche statt schriftlicher Kommunikation.

Zu wenig Einschätzung und Vorbereitung für Krisen.

Meinung: Experten sind mir zu teuer, das mache ich selbst günstiger.

Der eigene Zeitaufwand wird nicht kalkuliert.

Die Risiken und Aufwendungen werden ohne Reserven eingeschätzt.

Der Glaube, dass andere ähnlich denken und sind wie ich selbst.

Die Gründe für Entscheidungen oder Vorgehensweisen werden nicht ausreichend mitgeteilt.

FAUSTZAHLEN

Folgende Zahlen haben sich in vielen Betrieben als erste grobe Faustzahlen für Berechnungen herausgestellt.

Wenn Sie es genauer wissen wollen, müssen Sie genauer rechnen und haben die Daten oftmals erst nach mehreren Jahren der Tätigkeit.

Erste Richtwerte, wenn Sie nichts zum Thema wissen, können Sie wie folgt verwenden. Aber Achtung, das ist wirklich für eine ganz grobe Ersteinschätzung. Die nachfolgenden Erfahrungswerte stammen aus Gewerbebetrieben bzw. Dienstleistungsbetrieben (ca. 5 bis ca. 200 Mitarbeiter/-innen, österreichweit). Es kann bei Ihnen auch ganz anders sein.

Wenn Sie 2 Wochen einschätzen, rechnen Sie mit mindestens drei.

Bei Investitionen sollten Sie jedenfalls eine ausreichende Finanzierungsreserve einplanen (kleine Investitionen : ca. 30-50%, große Investitionen ca. 10-25%).

Wenn Sie alle Kosten zusammenzählen und durch die verkaufbaren Stunden dividieren, kommen Sie vielfach in den Bereich von ca. 100 Euro/Std.

Die Selbstkosten von Mitarbeiter/-innen liegen i.A. im Bereich von ca. 30-35 Euro pro Stunde, jene von gut ausgebildeten Personen im Bereich von 35 Euro bis 50 Euro pro Stunde. Spezialisten kosten manchmal 300 Euro und mehr je Std.

Das Verhältnis von Arbeit und Zeit bei der Auftragsbearbeitung liegt im produzierenden Handwerk im Allgemeinen im Bereich 50:50. Es kann sich auf 45:55 verschieben. Im Handel oder bei zeitintensiven bzw. materialintensiven Tätigkeiten kann das Verhältnis völlig anders sein.

Bei den Gehaltsnebenkosten kann man überschlagsmäßig mindestens ca. 2mal dem Nettogehalt als tatsächliche Kosten für den Betrieb ansetzen. EDV, Softwarelizenzen, Handy, Arbeitsplatz, etc. sind hier noch nicht dabei.

Wenn Sie 10% Gewinn machen und ca. 1 000.- Euro für etwas ausgeben, sollte Ihnen klar sein, dass Sie dafür wieder ca. 10 000.- Euro Umsatz machen müssen.

Pro Person benötigen Sie einen Umsatz von mindestens ca. 50 000.- bis 100 000 Euro pro Jahr. Je nach Branche und Gewinnmarge von Produkten kann das deutlich nach oben abweichen.

KOSTENOPTIMIERUNG IST

**Der gewinnorientierte Mittelweg
zwischen
Sparen und Investieren.**

Gute Planung und Berechnung vor dem Handeln.

**Antworten auf jene Fragen zu geben,
die unsere Kunden und unsere Bank uns stellen
werden.**