

Der Erfolg

Ausgabe 03 | 2023

WER SEINE
ZAHLEN IM GRIFF
HAT, DEM KANN
AUCH UNRUHIGES
FAHRWASSER NICHTS
ANHABEN!



”

Es ist ein verbreiteter menschlicher Fehler, bei schönem Wetter nicht mit Sturm zu rechnen.

Niccolo Machiavelli (1469 – 1527)

“



Liebe Leserinnen und Leser,

Die Unternehmen verfügen aktuell meist noch über gut gefüllte Auftragsbücher und suchen zeitweilen noch händeringend nach Personal. Die Anfragen für Neuaufträge sinken aber derzeit in einigen Branchen bereits oder unterliegen argen Preiskämpfen. Das Marktgeschehen wird spätestens 2024 deutlich rauer und die große Party scheint vorüber zu sein. Wer sich hier weiterhin beweisen und von der Konkurrenz abheben möchte, ist faktisch gezwungen, den eigenen Betrieb genau unter die Lupe zu nehmen.

Wer zeitnah seine Zahlen analysiert und verbessert, wird die künftigen Gegebenheiten leichter meistern und gestärkt hervorgehen. So lassen sich finanzielle Einbrüche oder mögliche Krisenszenarien vermeiden oder zumindest abfedern. Potentiale schlummern in den meisten Betrieben – egal ob klein oder groß – meist genügend. Sie müssen oftmals nur gehoben werden. Wem hierfür die Kapazitäten fehlen, kann auf externe Unterstützung zugreifen und sich diese bis zu 70% fördern lassen. Worauf warten, packen Sie es an!

Damit Sie für diese Aufgabenstellungen gewappnet sind, greifen wir in der aktuellen Ausgabe von „Der Erfolg“ wieder einige wichtige Themen auf, welche Ihnen helfen, Ihren Betrieb weiter nachhaltig zu verbessern.

Ihr

A handwritten signature in blue ink that reads "Alexander Ruck".

Alexander Ruck
Herausgeber „Der Erfolg“
Inhaber AR Consulting & Controlling

THEMEN

- 6** Nachgefragt bei: Nina Pfeiffer – Mut Design KG
- 8** 6 Fragen an Alexander Ruck – Rund um das Thema Controlling
- 12** Produktivität – Wie Unternehmen bares Geld verschwenden ...
- 14** Beratungsförderung: Für alle, die sich bisher noch unsicher sind
- 18** Bankwechsel: So gehen Sie strategisch vor!
- 22** Hört auf euch zu vergleichen! Warum das Vergleichen der Stundenverrechnungssätze Unsinn ist und dem Unternehmen nichts bringt!
- 24** Diese Zahl sollten Sie kennen ... Effiziente Nachkalkulation

Themenschwerpunkte:



Controlling



Finanzierung



Interview



Kalkulation

Impressum:

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:
AR Consulting & Controlling

Für den Inhalt verantwortlich: Alexander Ruck
Stand: 12.09.2023 | Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität
der Inhalte übernehmen wir keine Gewähr.

Layout & Gestaltung: MUT Design KG, www.mutdesign.de

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers.
Das Magazin ist und bleibt unentgeltlich.



Nachgefragt bei: NINA PFEIFFER

Ein funktionierendes Marketing schafft die Grundlage für einen strategischen Marken- und Imageaufbau und erleichtert den Vertrieb. Deshalb sind umsetzungsorientierte Agenturen als Partner für die Mittelständler mittlerweile unabdingbar. Dabei gehen die Arbeiten weit über den bloßen Bau einer Homepage oder der Gestaltung eines Flyers hinaus.

Das sieht auch unsere Partnerin und Kundin Nina Pfeiffer von der Agentur Mut Design so. Nina prägt seit 2,5 Jahren das Gesicht unseres Magazins „Der Erfolg“ mit ihrer Gestaltung und begleitet uns bei sämtlichen Marketingthemen. Mittelständische Unternehmen begleitet sie mit ihrer Full-Service Agentur bei allen marketingrelevanten Themen und bei der Umsetzung. Wie es zu unserer Zusammenarbeit kam und was Sie im Detail alles bietet, dazu im Interview mehr.

Frage 1: Hallo Nina. Über 2,5 Jahre prägst du nun schon das Aussehen und die Gestaltung vom „Erfolg“. Wie kam es dazu und wie empfindest du die Zusammenarbeit?

Den „Erfolg“ gab es schon eine Weile vor der Zusammenarbeit zwischen Alex und mir. In einigen Ausgaben davor wurde schon wertvolles Wissen übermittelt. Nachdem wir aber kritisch das Layout und die Wirkungsweise des bestehenden Magazins analysiert hatten, kamen wir zum Entschluss, hier neue Wege zu bestreiten. Betriebswirtschaftliche und unternehmerische Belange sind ja nicht

immer „leichte Kost“. Durch das neue Design haben wir es geschafft, die Kommunikation von komplexen Inhalten zu vereinfachen. Das Feedback der Leser und der Neukunden bestätigt dies ebenfalls. Gutes Marketing wirkt 😊

Die Zusammenarbeit zwischen Alex und mir ist zu jeder Zeit offen, ergebnisorientiert und auf Augenhöhe. Zudem konnte ich bereits viel von ihm lernen – denn um das Heft verständlich zu setzen, muss auch ich die Themen verstehen. Hier hat er auch für mich als Laie für aufkommende Fragen immer ein offenes Ohr.

Frage 2: Bei dir kommt marketingtechnisch jeder auf seine Kosten. Erzähl doch mal, was du alles Schönes anbietest!

Mit meiner Agentur MUT Design unterstütze ich bestehende Unternehmen und Gründer/innen bei allem rund um das Thema Marken, Strategie und Kommunikation.

Das Augenmerk gilt hier insbesondere dem Markenaufbau, der Logoentwicklung, der Überarbeitung bestehender Marken – beispielsweise im Rahmen der Unternehmensnachfolge – der Entwicklung einer Arbeitgebermarke oder auch klassischen Tätigkeiten wie die Erstellung von Websites oder die Unterstützung im Rahmen der Social-Media-Betreuung. „Full-Service“ eben 😊

Frage 3: Handwerk und Industrie sind eher selten bei den Agenturen angesiedelt. Ist das bei dir auch so?

In der Tat liegt der Fokus der meisten Agenturen nicht auf diesen Branchen. Das wundert mich persönlich sehr, da das Handwerk und die Industrie mit ihrer breiten Streuung an Leistungen großartige Werbemöglichkeiten bieten. Ich betreue selbst sehr gerne Kunden aus diesen Branchenbereichen.

Zu meinem Portfolio zählen diverse Unternehmen aus dem Baugewerbe und dem Handwerk (Bau, Metallbau, Holzbau, GaLaBau, Frisörsalon, Bäckerei) als auch Industriebetriebe (Maschinenbau, Werkzeugbau). Klassisch für das Allgäu habe ich auch einige Hotels und Gastronomiebetriebe im Portfolio sowie Handelsunternehmen und Dienstleister.

Frage 4: Die Arbeit zwischen dir und Herrn Ruck bezieht sich ja nicht nur auf den Erfolg. Wo hattet ihr bisher Berührungspunkte?

Ich begleite Alex bei allen werblichen Themen. Angefangen bei Printmedien, hin zur Anpassung der Website bis zur

Unterstützung bei Social Media. Wir konnten auch bereits einige Kundenprojekte gemeinsam erfolgreich umsetzen. Durch die (selbst für mich) sehr verständlich und professionell aufbereiteten Analysen lassen sich schnell und einfach perfekt zugeschnittene Marketingmaßnahmen für den Kunden erarbeiten und umsetzen. So kann ich langfristig auf einer transparenten Basis mit den Kunden zielgerichtet und ergebnisorientiert zusammenarbeiten.

Natürlich nutze ich Alex' Wissen auch in meine Richtung. Wir haben für meinen Betrieb ein zugeschnittenes Controlling installiert, welches ich problemlos nutzen kann und mir wertvolle Informationen über meinen Betrieb ermöglicht.

So habe ich stets einen Überblick über meine Umsätze, Kosten, meine Projekte, Stundensätze und meine Liquidität. Beim Ausbau meiner Agentur hat das sehr geholfen, da ich so zielgerichtet und nachhaltig wachsen konnte.

Frage 5: Was steht bei dir in Zukunft noch alles an? Auf was dürfen sich deine Kunden und Neukunden alles freuen?

Aktuell arbeite ich an einigen neuen Produkten insbesondere auch im Digitalbereich. Meinen bestehenden Social-Media Workshop, welcher aktuell bei den Kunden vor Ort durchgeführt wird und bei dem wir die passende Social-Media-Strategie für das Unternehmen erarbeiten, wird durch eine digitale Variante ergänzt. Somit steht der Workshop mehr Interessenten zur Verfügung und ist ortsunabhängig.

Außerdem wird es in Zukunft ein Gründerpackage für Neugründer und Nachfolger geben, welches alle wichtigen Bestandteile eines gelungenen Markenaufbaus beinhaltet.





6 FRAGEN

an Alexander Ruck

Rund um das Thema

CONTROLLING

Die unbekannte Urlaubsrouten ohne Navigation zu bestreiten, kommt für die wenigsten in Frage. Beim Thema Steuerung im Unternehmen lehnen die meisten dankend ab – „Brauchen wir nicht!“

Dabei dient das Controlling als unternehmerisches Navigationssystem und kann jedem Unternehmen helfen, seine Entwicklung zu verbessern. 6 Fragen sollen hier Klarheit schaffen und mögliche Vorurteile aus dem Weg räumen!

Frage 1: Bist du schon mal ohne Navigation in ein neues Urlaubsdomizil gefahren?

Nein. Ohne Routenplaner komme ich vermutlich schlecht, bis gar nicht an mein Ziel. Mit dem Routenplaner funktioniert das in der Regel stressfreier, da ich nach der besten Route fahren kann und auch Staus und Störungen umfahren werden. So in etwa funktioniert auch Controlling.

Frage 2: Erkläre uns diesen Vergleich bitte etwas genauer – was meinst du damit?


Wenn ich an einen unbekanntem Urlaubsort fahre, kenne ich in der Regel die Strecke nicht. Der Routenplaner navigiert mich selbstständig von meinem Wohnort aus an dieses Ziel. Sollte es durch diverse Umstände bedingt zu Staus oder Störungen auf der Strecke kommen, wird die Route meist neu berechnet und ich werde umgeleitet. Das Navi findet, immer den Gegebenheiten angepasst, die beste Route für mich.

Beim Controlling funktioniert das ähnlich. Der Unternehmer steht meist zum Ende des laufenden Geschäftsjahres vor der Aufgabe, zu planen, wo die Reise im neuen Geschäftsjahr hingehen soll.

- Wie werden sich die Kosten entwickeln?
- Welchen Gewinn benötige ich?
- Welche Kunden und Aufträge sind am rentabelsten und müssen akquiriert werden?
- Welche Geschäftsbereiche lohnen sich?
- Wie stemme ich meine Investitionen – mit oder ohne Bank? Usw., usw., usw.!

Controlling erstellt einen Routenplan basierend auf den unternehmerischen Zielen, den aktuellen Gegebenheiten und den Gegebenheiten in der Zukunft.

So plant man im Controlling im ersten Schritt die **Produktivität, Umsätze, Kosten, Gewinne, Stundenverrechnungssätze und die Liquidität** basierend auf den Zielen und Maßnahmen des Unternehmens (vereinfacht: +5% Umsatz, -5% Kosten, 15% mehr Gewinn etc.), um diese im Nachgang zu steuern.



Das Schöne am Controlling ist neben dem immensen Nutzen, dass es für den Unternehmer nicht viel Zeit in Anspruch nimmt. Insbesondere dann nicht, wenn er einen Partner auf Augenhöhe an seiner Seite hat. Mit 1 – 2 Stunden im Monat lässt sich hier viel bewegen.

Frage 3: Aber wie kann ich in meinem Betrieb etwas steuern? Klingt doch sehr nach betriebswirtschaftlichem Hokus-Pokus!

Ganz einfach. Nehmen wir das Beispiel Produktivität.

Nehmen wir an, dass in Ihrem Betrieb 10 Gesellen produktiv in Vollzeit arbeiten und im letzten Geschäftsjahr 14.000 Produktivstunden geleistet haben. Dies würde bei einem 8-Stunden-Tag und 210 Arbeitstagen pro Mitarbeiter eine Produktivität von 83,3% ergeben.

Das neue Ziel ist eine deutliche Verbesserung auf 15.000 verkaufte Stunden und einer Produktivität von 89,3%.

(Anmerkung: Die Steigerung soll durch geeignete Vertriebs- und Marketingmaßnahmen erfolgen).

Legt man zur einfachen Betrachtung, die 15.000 geplanten Produktivstunden auf die einzelnen Monate um $(15.000 \div 12)$ ergeben sich 1.250 zu verkaufende Stunden pro Monat.

So lässt sich über den Jahresverlauf erkennen, ob diese Ziele tatsächlich erreicht oder gar übererreicht werden oder ob man nachjustieren muss durch Maßnahmen. So ähnlich wie bei einem Navigationssystem.

So kann in Wachstumsphasen der Fokus voll auf die gewinnbringendsten Bereiche und Maßnahmen gelegt werden, um das volle Potential auszuschöpfen. In Krisenphasen kann die schlechte Phase schneller überwunden werden bzw. im Vorfeld eine Unternehmenskrise vermieden werden.

Vergleicht man im Nachgang die tatsächlichen verkauften Stunden mit den geplanten Stunden, erkennt man relativ einfach und schnell, ob die Vertriebs- und Marketingmaßnahmen zu einer Verbesserung der Produktivität geführt haben. Durch die Aufsummierung der Stunden über die einzelnen Monate hinweg lässt sich schnell erkennen, um wie viel Stunden das Ziel übertrifft wurde – beziehungsweise wie viele Stunden fehlen, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

Ähnlich verläuft es mit den Kosten, den Umsätzen und der Liquidität.

Plant man die Kosten für das neue Wirtschaftsjahr detailliert auf Monatsbasis und vergleicht diese mit den angefallenen und verbuchten Kosten kann man schnell erkennen, ob die Kosten im Rahmen verlaufen oder gewisse Kosten-



bereiche aus dem Ruder laufen. Bei den ausufernden Kosten kann man ansetzen und sich Gedanken machen, wie diese gesenkt oder kompensiert werden können.

Mittels Controlling lassen sich **aktiv** alle Unternehmensprozesse steuern und verbessern.

Frage 4: Aber in meiner Branche und bei den aktuellen Gegebenheiten kann man nicht planen! Es kommt sowieso nicht wie geplant!

Wenn ich jedes Mal für diesen Satz einen Euro bekommen würde, würden wir dieses Interview vermutlich nicht mehr führen. 😊

Das Vorurteil der fehlenden Planbarkeit hält sich hartnäckig, da es meist einen Denkfehler zu Grunde liegen hat: Die Unternehmer glauben, dass eine Planung auf den Cent genau aufgehen muss. Meist, weil dies von Banken oder Steuerberater auch erwartet wird.

Die Zielplanung im Controlling stellt die Marschroute für das kommende Geschäftsjahr dar. Der geplante Umsatz oder die geplanten Kosten werden nie auf den Cent genau erreicht. Die Entwicklung dahingehend ist entscheidend!

Bedeutet konkret: Befindet sich das Unternehmen hinsichtlich der Umsätze, Kosten und der Liquidität auf dem richtigen Weg oder muss durch weitere Maßnahmen das Unternehmen wieder auf Kurs gebracht werden? Als Unternehmer hört man nicht im Oktober auf zu arbeiten, nur weil der Zielgewinn bereits erreicht wurde.

Controlling lebt aktiv Monat für Monat, um das Unternehmen auf Kurs zu halten, die Ziele zu erreichen, um das gewünschte Ergebnis zu erreichen oder zu übertreffen.

Frage 5: Warum hat der Mittelstand im Bereich Controlling noch so viel Nachholbedarf?

Dafür gibt es zahlreiche Gründe. Die meisten Unternehmen verzichten auf ein zugeschnittenes Controlling, da es vermeintlich gut läuft. So lange alle Verbindlichkeiten schnell bedient werden und noch ein Gewinn erwirtschaftet wird, sind viele Unternehmen zufrieden.

Dabei wird häufig das mögliche Potential verkannt, welches erzielt werden kann. Wenn zum Beispiel eine GmbH mit 15 produktiven Mitarbeitern einen Gewinn von 20.000 € erwirtschaftet, ist da noch deutlich Luft nach oben.

Ein weiterer Punkt ist die Sorge vor zu viel zusätzlicher Arbeit. Die Unternehmer im Mittelstand sind schon „Mädchen für Alles“ und sind stark eingespannt. Alle

weiteren zusätzlichen Belastungen schrecken ab. Dabei lässt sich Controlling mit wenig Aufwand betreiben.

Manche Unternehmer sind auch gehemmt, da sie Sorge tragen, nicht über das nötige betriebswirtschaftliche Know-How zu verfügen. Das verleitet dazu, lieber nichts zu tun, statt es zu probieren.

Frage 6: Wie schafft man nun Abhilfe für den eigenen Betrieb?

Im ersten Schritt sollte man eine verlässliche Datenbasis schaffen, falls diese noch nicht vorliegt. Dazu gehört die Optimierung der BWA (wie im letzten „Erfolg“ beschrieben) und die Erfassung möglicher relevanter Unternehmensdaten, welche über die Buchhaltung hinausgehen. (Daten aus der Warenwirtschaft, Zeiterfassung etc.)

Im nächsten Schritt sollte man klein anfangen, um sich nicht zu verzetteln. Die Ermittlung und Verarbeitung von einfachen Kennzahlen schafft hier schon mal erste Transparenz. Wer über tiefere betriebswirtschaftliche Kenntnisse verfügt, kann sich an die Bereiche Planung und monatlichen Abgleich mit den tatsächlichen Zahlen heranwagen.

Wer auf Nummer sicher gehen will und Fehler vermeiden will, der greift zum Hörer und greift auf uns als verlässlichen Partner zurück. Wir kümmern uns ganzheitlich um den Bereich und stellen dem Unternehmer einen monatlichen Bericht mit Zahlen, Daten, Fakten und Maßnahmen zur Verfügung und besprechen diesen. So beschränkt sich der zeitliche Aufwand für den Unternehmer auf 1 – 2 Stunden im Monat und er bleibt voll im Bilde und kann an seinem Unternehmen arbeiten.

Wir arbeiten mit etlichen Betrieben (von 3 – 100 Mitarbeitern) über viele Jahre in diesem Bereich zusammen. Wir legen jedem Betrieb nahe, sich mit dem Thema zu beschäftigen – holen Sie sich gerne einfach mal unverbindliche Infos bei uns ein!

Controlling nutzen! Wir helfen.

Alexander Ruck
alexander.ruck@ar-con.eu
T 08376 9294247

Aus dem Mittelstand für Familienunternehmen:

ALEXANDER RUCK

PERSON

Geboren in Kempten im Allgäu

Ausbildung Diplom Betriebswirt
Fachberater Unternehmensnachfolge
Fachberater Unternehmenssanierung

BERUFLICHER WERDEGANG

- Berater Quest Consulting AG, Rosenheim
- Kaufmännischer Leiter bei einem Handwerksbetrieb mit 100 Mitarbeitern im Allgäu
- Leiter Controlling & Finanzen in einem Allgäuer Maschinenbauunternehmen mit 90 Mitarbeitern
- Seit 2015 selbstständig als Berater im Mittelstand

HOBBIES

Eishockey, Fußball, Wandern,
ehrenamtliche Tätigkeit im Sportverein



„GEMEINSAM KANN MAN GROSSES SCHAFFEN“

Das ist mein persönliches Motto nach welchem ich lebe. Sei es gemeinsam mit dem eigenen Team, dem Netzwerk, den Kunden oder den guten Freunden.

Im Verbund ist man stärker, kann sich auf die eigenen Stärken konzentrieren und sich auf andere verlassen, welche für einen selbst eintreten.

Um Großes zu schaffen braucht es Menschlichkeit und Vertrauen, welches im Vorfeld wohl verdient sein will.

Um Vertrauen zu schaffen, muss man transparent sein und ein offenes Ohr haben, für die Sorgen und Nöte, aber auch die schönen Dinge der anderen. Nicht umsonst besteht das Leben aus einem steten „Geben und Nehmen.“

Mit diesem Leitsatz bin ich in meinem Leben bislang gut gefahren und vorangekommen. Davon profitieren alle meine Kunden – und das ist gut so.

PRODUKTIVITÄT – Wie Unternehmen bares Geld verschwenden ...

Mit dem Mitarbeiter steht und fällt der Umsatz – dennoch wird der Produktivität im Mittelstand viel zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Wer die Produktivität im Auge behält und aktiv steuert, verdient mehr Geld und schont seine Nerven.

Aufgrund voller Auftragsbücher wird die Messung und Steuerung der Produktivität im Mittelstand nach wie vor stiefmütterlich behandelt. Eine geringere Produktivität wird in der aktuellen Phase die wenigsten Betriebe existenziell bedrohen, bedeutet aber dennoch, weniger abrechenbare Stunden und somit finanzieller Verlust.

Trotz hoher Auslastung finden sich in den Unternehmen meist noch verborgene Potentiale, welche es zu heben gilt. Oft reicht es schon, die Abläufe effizienter zu gestalten und die Materialversorgung reibungsloser zu organisieren.

Unproduktive Zeiten ergeben sich meist aus:

- Schlechter Arbeitsvorbereitung
- Mehrstunden aufgrund zu wenig kalkulierter Stunden
- Erhöhte Materialsuche aufgrund schlechter Lagerhaltung
- Sonderfahrten wegen vergessener Materialien oder Werkzeuge
- Langsame Bestückung der Fahrzeuge
- Übermäßige Nacharbeiten/Garantiarbeiten
- Qualifikation des Mitarbeiters eignet sich nicht für das Projekt

Die Materialsuche im Lager, die Sonderfahrt zum Baumarkt, weil das Material nicht vorrätig ist, oder Nacharbeiten können dem Kunden nicht erklärbar in Rechnung gestellt werden. Ergo fallen sie zu Lasten des eigenen Geldbeutels.

Um das langfristig zu vermeiden, ist eine aktive Steuerung der Produktivität unerlässlich.

Wer kleine Verbesserungen im Unternehmensablauf vornimmt und offen und ehrlich mit seinen Mitarbeitern kommuniziert, wird langfristig die abrechenbaren Stunden erhöhen.

Produktivität nach Branche:

Handwerk

Maler & Lackierer	93,8%
Stuckateur/Trockenbau	92,9%
Fliesenleger	92,6%
Zimmerei	89,9%
Sanitärhandwerk	89,7%
Glaser	89,3%
Dachdecker	87,5%
Metallbau	87,2%
Schreinerei	86,8%
Maurer/Hochbau	85,7%

Verarbeitendes Gewerbe

Maschinenbau, Werkzeugbau, CNC-Dienstleistung, Kunststoff-verarbeitendes Gewerbe	89,9%
--	-------



Welche finanziellen Ausmaße kann die Steigerung der Produktivität ausmachen?

Fallbeispiel: Dachdeckerei als GmbH

Dachdecker: 6 produktive Mitarbeiter

Stundenverrechnungssatz: 60 €

Produktive Stunden pro Jahr: 8.568

Produktivität: 85 %

Materialaufwand: 395.446 € (ca. 40%)

Materialzuschlag: 20 %

Fix- und Personalkosten: 561.700 €

Soll-Produktivität: 87,5 %

Soll-Stunden produktiv: 8.820

Umsatz alt:

Lohnerlöse: 8.568 Stunden × 60 €/Stunde = 514.080 €

Materialaufwand: 395.446 €

Materialzuschlag: 395.446 × 20 % = 79.089 €

Gesamt: 988.615 €

Gewinn vor Steuern: 31.469 €

(Rechenweg: 988.615 € – 395.446 € – 561.700 € = 31.469 €)

Umsatz neu:

Lohnerlöse: 8.820 Stunden × 60 €/Stunde = 529.200 €

Materialaufwand (40% vom neuen Umsatz): 407.077 €

Materialzuschlag: 407.077 × 20 % = 81.324 €

Gesamt: 1.017.692 €

Gewinn vor Steuern: 48.915 €

(Rechenweg: 1.017.692 € – 407.077 € – 561.700 € = 48.915 €)

Differenz: +17.446 € mehr Gewinn (+55%) durch eine Steigerung der Produktivität um 2,5% auf das durchschnittliche Branchenniveau!

Wer nicht nur auf seine Produktivität achtet, sondern seine Kalkulation optimal an die betrieblichen Gegebenheiten anpasst und den Fokus auf das lukrativste Kundensegment legt, der wird weitere Verbesserungspotentiale heben können und eine noch bessere Rendite erwirtschaften können.

Hören Sie auf, Geld zu verschenken!

Alexander Ruck
alexander.ruck@ar-con.eu
T 08376 9294247

BERATUNGSFÖRDERUNG:

Für alle, die sich bisher noch unsicher sind



Der Beratungsbedarf im Mittelstand ist nach wie vor hoch. Stark nachgefragt werden bei uns derzeit Beratungen im Bereich Nachfolge/ Unternehmensverkauf oder -kauf, Implementierung eines Controlling inkl. Begleitung sowie im Bereich der Finanzierung. Auch die Anfragen aus dem Sanierungsbereich ziehen branchenübergreifend langsam wieder an.

Aufgrund des demographischen Wandels werden in den kommenden Jahren die Beratungen hinsichtlich der familieninternen oder der externen Nachfolge weiter zunehmen. Die stetig steigenden Anforderungen von Banken sowie die aktuelle wirtschaftlichen Lage und aufgrund des steigenden Interesses werden auch die Controlling-Themen weiter zunehmen. Je nach Entwicklung der wirtschaftlichen Lage wird auch die Anzahl der Krisen- und Sanierungsberatungen wieder ansteigen.

Viele kleine und mittelständische Unternehmen scheuen sich trotz Bedarf, einen externen Sparringspartner zu Rate zu ziehen.

Die Ursachen sind zahlreich, basieren häufig aber auf fehlenden Informationen und falschen Annahmen. Fakt ist, dass sich viele Unternehmer mit ihren Themen oder Sorgen zu lange beschäftigen bzw. quälen und sich oftmals zu spät Hilfe holen. Das Resultat daraus können oftmals stark eingeschränkte Handlungsspielräume sein.

Die größten Sorgen der Unternehmer sind:

- Horrende Kosten
- Sorge, den Berater nicht mehr loszubekommen
- Sorge vor dem fehlenden Nutzen

Wir liefern Transparenz und Nutzen

- Wir schaffen Kostentransparenz in unseren Angeboten ohne versteckte Kosten
- Befristet für ein Projekt oder in der laufenden Begleitung mit Kündigungsoption – Sie werden nicht verheiratet mit uns
- Der fehlende Nutzen resultiert meist aus der fehlenden Umsetzung durch den Auftraggeber

Dabei kann die Problemlösung oder die Bearbeitung von Themenstellungen staatlich gefördert werden. Bis zu 70% Zuschüsse können die Unternehmen für Beratungen erhalten.



1. Allgemeine Beratung fördern lassen

Wer sich zukunftssträftig aufstellen möchte, seinen Betrieb kritisch durchleuchten möchte oder andere betriebliche Fragestellungen geklärt haben will, kann dies mit der Beratungsförderung der BAFA (Bundesamt für Ausfuhr und Wirtschaft) wunderbar machen.

Wer wird gefördert?

Gefördert werden alle kleinen und mittelständischen Unternehmen, welche folgende Kriterien aufweisen:

- Der Umsatz ist kleiner als 50 Mio. €
- Die Mitarbeiterzahl ist kleiner als 250
- Die Bilanzsumme ist kleiner als 43 Mio. €

Was wird gefördert?

Sie erhalten die Förderung für alle wirtschaftlichen, finanziellen, personellen oder organisatorischen Fragestellungen oder Probleme.

Für die Unternehmer bedeutet das konkret:

Es werden konzeptionelle und individuelle Beratungen gefördert, welche dazu dienen, den Betrieb im gesamten oder zu den genannten Themenstellungen kritisch zu durchleuchten und Maßnahmen zur Verbesserung von Schwachstellen zu erarbeiten.

Wie hoch ist die Förderung?

Bezuschusst werden Beratungskosten bis zu 3.500 € mit einem Zuschuss von 50% (1.750 €).

Bis 2026 können kleine und mittlere Unternehmen insgesamt fünf solcher Beratungen in Anspruch nehmen, maximal zwei pro Jahr. Die Beantragung erfolgt schnell und einfach über ein Online-Formular.

Wir nutzen die BAFA in fast allen Beratungsmandaten, um die Honorare bis zu 50% fördern zu lassen. Angefangen bei unseren Quick-Checks, als auch bei Controlling-, Finanzierungs- Strategie-, Nachfolge- oder Sanierungsberatungen.

Beispiel	Nr.1	Nr.2	Nr.3
Projektkosten netto	2.500 €	3.500 €	6.000 €
Zuschussanteil 50% pro Projekt max. 1.750 €	1.250 €	1.750 €	1.750 €
Eigenanteil Beratungs-kosten netto	1.250 €	1.750 €	4.250 €



2. Die Übernahme eines Betriebes fördern lassen

Das größte Problem in einem föderalen Staat ist, dass jedes Bundesland sein eigenes Süppchen kocht. Ob Schulsystem oder Bauverordnung fehlende Einheitlichkeit prägt in gewissen Teilen unser Land. Bei der Beratungsförderung ist das ebenfalls traurige Realität.

Wer in Bayern einen Betrieb übernehmen möchte – egal ob fremder Betrieb oder eigener Betrieb – kann das Vorhaben über das Nachfolgecoaching Bayern mit bis zu 70% fördern lassen. Die Förderungen werden dabei über die regionalverantwortlichen Industrie- und Handelskammern oder die Handwerkskammern beantragt und mit dem gewünschten Berater (bspw. uns) durchgeführt. Das baugleiche Prinzip gibt es in Baden-Württemberg auch, jedoch mit unattraktiven Hürden in der Beantragung und der nicht freien Wahl des Beraters.

Kleiner Trost für die Betriebe aus Baden-Württemberg: Die BAFA-Beratung kann auch dafür genutzt werden.

Wer wird gefördert?

Unternehmensnachfolger, die mindestens ein Jahr vor dem Start in die Selbstständigkeit nicht selbstständig tätig waren (keine Gewerbeanmeldung, keine freiberufliche Tätigkeit im Haupterwerb, kein Gesellschaftsvertrag), in Bayern wohnhaft sind und in Bayern ein Unternehmen übernehmen möchten.

Für beratende Berufe (Wirtschaftsprüfer, Anwalt, Steuerberater etc.) ist die Förderung ausgeschlossen.

Was kann gefördert werden?

Grundsätzlich kann jede betriebswirtschaftliche Fragestellung im Rahmen der Planung und Betriebsübernahme gefördert werden. Wenn Sie Sicherheit bei Entscheidungen durch eine zweite Meinung oder generell einen Sparringspartner wünschen, steht Ihnen das Programm ebenfalls zur Verfügung.

Welche Themen sind ausgenommen von der Förderung?

Nicht alles, was im Rahmen einer Betriebsübernahme an Tätigkeiten anfällt, kann gefördert werden.

Beratungen zu den Schwerpunkten Rechts-, Versicherungs- und Steuerfragen sind von der Förderung ausgeschlossen, genauso wie Arbeiten zur Erstellung von Jahresabschlüssen, Buchführungsarbeiten und EDV-Installationen.

Wie hoch ist die Förderung?

Erstattet werden 70% des Netto-Honorars. Das förderfähige Beratungshonorar liegt bei 800 € je Tagwerk und es werden maximal 10 Tagwerke zu je 8 Stunden gefördert.

Beratung in's Haus
holen und fördern
lassen!

Beispiel	Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3
Tagessatz je 8 Stunden netto	800 €	1.200 €	1.500 €
Zuschussanteil 70% pro Beratungstag netto	560 €	560 €	560 €
Eigenanteil 30% pro Beratungstag netto	240 €	640 €	940 €
ggf. Fahrtkosten und Nebenauslagen	0 €	0 €	0 €
Eigenanteil des Coachingteilnehmers netto	240 €	640 €	940 €

Besonderheit Handwerksbetriebe in Schwaben

Die Handwerkskammer Schwaben ist die einzige Handwerkskammer in Bayern, welche sich diesem Programm entzieht und den betreffenden Nachfolgern eine Förderung verwehrt. Die Übernehmer können jedoch über die hauptverantwortliche IHK Nürnberg meist einen Antrag stellen und sich fördern lassen.

Jetzt Kontakt aufnehmen:

Alexander Ruck
alexander.ruck@ar-con.eu
T 08376 929 42 47





BANK

BANKWECHSEL: So gehen Sie strategisch vor!

Unzufrieden mit der Bank? Vor einem Bankwechsel sollten Sie einen kühlen Kopf bewahren: Lohnt sich das wirklich – und welche Alternativen haben Sie?

Wer unzufrieden mit seinem Kreditinstitut ist, sollte einen Bankwechsel strategisch planen. Prüfen Sie, ob es sich nur um kurzfristigen Ärger handelt, oder ob das Kreditinstitut allgemein nicht mehr zu Ihren betrieblichen Anforderungen passt, welche Alternativen es gibt und welche besser geeignet sind.

Eine gute Ausgangslage ist es, immer eine Zweitbank neben der Hausbank zu haben – allein schon deshalb, um Abhängigkeiten zu reduzieren. Falls Sie noch keine zweite Hausbank haben, kümmern Sie sich um eine zweite Bankverbindung und testen Sie diese ausgiebig, einschließlich der Kreditvergabe. Je stärker Ihre Verhandlungsposition ist, desto leichter finden Sie eine neue Bank.

Ein spontaner Wechsel der Hausbank ist meist keine gute Idee. Oftmals werden bestehende Bankverbindungen aufgegeben, ohne eine zweite oder dritte Option zu haben, restriktive der neuen Bank Zeit gegeben zu haben, sich auf die Situation einzustellen. Das Ergebnis bei der neuen Bank wird dann oftmals das gleiche sein wie bei der alten Bank.

3 Fragen, die Sie sich vor einem Bankwechsel stellen sollten

Bevor Sie eine Bank komplett wechseln, stellen Sie sich folgende Fragen.

- **Welche Anforderungen haben Sie?**
Ihre derzeitige Hausbank erfüllt Ihre aktuellen Finanzierungsbedürfnisse vielleicht nicht. Aber würde das bei einer neuen Bank besser gelingen – und passt sie auch zu Ihren Zukunftsplänen?
- **Wie umfangreich ist Ihre Geschäftsbeziehung zur Bank?**
Geht es nur um einen Kredit oder haben Sie auch Einlagen? Nutzen Sie Dienstleistungen der Bank? Je intensiver die Geschäftsbeziehungen sind, desto riskanter ist ein abrupter Bankwechsel.
- **Wohin wollen Sie wechseln?**
Welche Bank zu Ihnen passt, müssen Sie entscheiden. Wir raten dennoch meist von den großen Geschäftsbanken ab, da diese zu wenig die Anforderungen des Mittelstandes kennen und verstehen. Auch deshalb, weil Sie sich als Kunde dort in der Anonymität verlieren. Regionale Genossenschaftsbanken und Sparkassen passen aus unserer Sicht besser zum Mittelstand. Doch auch hier muss abgewogen werden, ob das kleine regionale Institut zu meinen betrieblichen Anforderungen passt.

Vor dem Bankwechsel kommt die Zweitbank

Egal wie die Situation mit Ihrer Hausbank sich aktuell darstellt, ziehen Sie den Aufbau einer zweiten Hausbank dem abrupten Wechsel vor:

1. Behalten Sie eine gewachsene Bankverbindung bei, auch wenn Sie unzufrieden sind. Die Beziehung können Sie zumindest einschätzen und damit planen.
2. Suchen Sie sich eine Zweitbank, mit der sie schrittweise eine Beziehung aufbauen: Lassen Sie einen kleinen Teil Ihrer Umsätze auf das neue Konto fließen, verhandeln sie über eine kleine Kreditlinie – und wenn es gut läuft, bauen Sie die Verbindung aus. Wenn nicht, probieren Sie es mit einer neuen Zweitbank.
3. Wenn Sie dann immer noch die Hausbank wechseln wollen, bauen Sie vorher noch eine dritte Bankverbindung auf. Denn wenn die bisherige Zweitbank zur neuen Hausbank wird, sollten Sie idealerweise schon einen Ersatz für die Zweitbank am Start haben.

Um Abhängigkeiten und Liquiditätsrisiken zu vermeiden ist eine zweite Hausbank mittlerweile unverzichtbar.

Testen Sie den Kredit von der Zweitbank!

Wenn Sie herausfinden wollen, wie kreditfreudig das neue Kreditinstitut ist, müssen Sie dort Erfahrungen sammeln. Stellen Sie zeitnah einen Antrag auf die Einräumung einer kleinen Kontokorrentlinie.

Damit dies funktioniert und Sie nicht auf Skepsis stoßen, sollten Sie das Gespräch gut vorbereiten.

- Behalten Sie Ihren Ärger über Ihre Hausbank für sich.
- Präsentieren Sie stattdessen Ihren Betrieb, seine Ausrichtung und Besonderheiten, Ihre Pläne und Ihre Zahlen.
- Machen Sie deutlich, dass für Sie angesichts Ihrer Umsatzentwicklung und Pläne eine zweite Verbindung finanzstrategisch wichtig ist.

Wenn die Zahlen und die Pläne solide sind, kann sich eine Bank auf der Sachebene schlecht herausreden. Sie merken in und nach dem Gespräch sehr schnell, wie die Bank tickt und ob diese zu Ihrem Betrieb und Ihren Plänen passt.



Verhandeln mit den Banken: Wie stark ist Ihre Position?

Doch nicht in jedem Fall ist ein Bankwechsel am Ende notwendig. Je besser die Zahlen, Pläne und Ihre Verhandlungsposition ist, desto einfacher wird die Verhandlung mit der Bank. Das gilt auch für die Zweit- und Drittbank. Die Verhandlungsposition hängt dabei von folgenden Parametern ab.

- **Rating:** Wie bewertet die Bank die Bonität Ihres Unternehmens?
- **Kapitaldienstfähigkeit:** Verfügt Ihr Unternehmen über genügend Liquidität, um dauerhaft Zinsen und Tilgung aller derzeitigen und eventuell weiteren Kredite zu zahlen?
- **Sicherheiten:** Wie viel werthaltige Sicherheiten haben Sie – und wie hoch ist der Blanko-Anteil der Bank, also der Teil des Kreditvolumens, der nicht besichert ist?
- **Planung & Controlling:** Kann ich die Investitionen, das Wachstum und die Finanzierung über meine künftige Geschäftsentwicklung stemmen und den Sachverhalt plausibel darstellen?

Wenn Sie diese Fragen beantworten können, bekommen Sie ein gutes Gefühl für Ihre Verhandlungsposition und können mit dem Firmenkundenberater auf Augenhöhe

sprechen. Je besser die genannten Parameter ausfallen, desto leichter fallen alle weiteren Kreditentscheidungen der Bank.

Die Kapitaldienstfähigkeit können Sie selbst berechnen – allerdings kann die Bank zu anderen Ergebnissen kommen, abhängig von der Berechnungsmethode. Die Bewertung von Sicherheiten ist schon schwerer, da die Vorstellungen über deren Wert oft weit auseinander gehen. Und bei der Rating-Note ist endgültig die Bank am Zug. Fragen Sie Ihre Hausbank, die kennt die Antwort auf die Rating-Note, auch wenn Sie diese nur ungern preisgibt.

Strategisch vorgehen beim Bankwechsel!

Alexander Ruck
alexander.ruck@ar-con.eu
T 08376 9294247



Steuerung erfolgt VORWÄRTSGERICHTET und nicht durch den Rückspiegel!

Die reine Steuerung mittels BWA und Jahresabschluss ist gleichbedeutend mit dem Blick in den Rückspiegel.

Wer auf Basis dieser Informationsquellen sein Unternehmen steuert, hat keine Möglichkeit, sein Unternehmen in Zukunft vernünftig zu navigieren. Mit einem verlässlichen Controlling-System schon.



Hört auf euch zu VERGLEICHEN!

*Warum das Vergleichen der Stundenverrechnungssätze
Unsinn ist und dem Unternehmen nichts bringt!*

„Wir können die Preise nicht erhöhen“, „Die Konkurrenz nimmt doch auch nur 59 € Stundensatz“, „Puh, mit 65 € sind wir deutlich teurer als alle anderen im Markt“, „Der Markt gibt nicht mehr her als 60 €, weil kein Konkurrent mehr nimmt“ ...

Nirgendwo wird gefühlt mehr auf die Konkurrenz und deren Preise geschaut als in Deutschland. Doch mal Hand auf's Herz – wissen Sie, wie Ihre Konkurrenz kalkuliert?

Wissen Sie, ob der Preis tatsächlich auskömmlich ist, den Ihre Konkurrenten aufrufen? Haben Sie die gleiche Kostenstruktur, produktive Auslastung und eine ähnliche Gewinnstruktur wie Ihre Konkurrenten? Vermutlich nicht. Warum dann die Vergleiche?

Ein Stundenverrechnungssatz alleinstehend ist einfach nichtssagend. Die einen Betriebe nehmen einen niedrigeren Stundensatz, dafür deutlich höhere Zuschläge auf das Material, während andere Betriebe einen höheren Stundensatz verlangen und dafür einen deutlich niedrigeren Materialzuschlag berechnen. Vergleichbar ist am Ende nur der Endpreis aber nicht die Kalkulation und schon gar nicht der Stundenverrechnungssatz.

Eine auskömmliche Preisgestaltung sichert Ihr Fortbestehen und ist auf Ihren Betrieb zugeschnitten. Umsatzrenditen von 2,3% oder gar 4% sind ganz nett, aber wer langfristig angemessen wirtschaften will, braucht mehr.

10 – 15% vom Rohertrag sollten als Rendite erstrebenswert sein, um Rücklagen zu bilden, Investitionen zu tätigen und für das Alter vorzusorgen.

Einige schütteln jetzt vermutlich den Kopf und betonen, dass das in ihrer Branche nicht möglich sei.

Wir sagen doch! Das folgende Beispiel soll Aufschluss geben.

Beispiel: GmbH mit 22 Mitarbeitern

Das Unternehmen hat 18,75 produktive Mitarbeiter und verlangt einen Stundenverrechnungssatz von 56 € bei 30% Material- und 15% Fremdleistungszuschlag. Dabei erzielt das Unternehmen eine Umsatzrendite von 3,6%, was etwa 7,4% vom Rohertrag entspricht.

BWA bisher:

Gesamtleistung	4.552.023 €
Materialaufwand	2.048.410 €
Fremdleistungsaufwand	273.121 €
Rohertrag	2.230.492 €
Personalaufwand	1.450.000 €
Fixkosten	490.000 €
Abschreibungen	40.000 €
Betriebsergebnis	250.492 €
Zinsen	5.000 €
Steuern	81.000 €
Gewinn	164.492 €
Rendite	3,61%

Um auf eine 10%-ige Quote vom Rohertrag zu kommen, gibt es mehrere Möglichkeiten:

1. Kostensenkungen
2. Erhöhung der Material- und Fremdleistungszuschläge
3. Anpassung der Stundensatzkalkulation

Da in kleinen und mittleren Betrieben das Kostensenkungspotential schnell ausgeschöpft ist, lassen wir dies in der Betrachtungsweise außen vor. Bei den Material- und Fremdleistungszuschlägen kann man ansetzen – wir raten aber davon ab, da die Kundschaft sich vermehrt über die Materialpreise informiert. Eine Anpassung der Stundensätze ist der beste und transparenteste Weg, eine Steigerung der Rendite herbeizuführen.

Um bei unserem Beispiel zu bleiben, müsste der Betrieb seinen Stundenverrechnungssatz um 4 € anheben, um auf die gewünschte Rendite zu kommen. Die Kosten würden sich in der Praxis nicht ändern, da nur die Rendite verbessert wird. Wir haben trotzdem 20.000 € Marketingkosten aufgeschlagen, um die Themen wie Kundenakzeptanz, Imageverbesserung usw. sicherzustellen. Ohne die Marketingkosten wäre die Erhöhung des Stundensatzes bei 3,32 €.

BWA neu:

Gesamtleistung	4.665.531 €
Materialaufwand	2.048.410 €
Fremdleistungsaufwand	273.121 €
Rohertrag	2.344.000 €
Personalaufwand	1.450.000 €
Fixkosten	510.000 €
Abschreibungen	40.000 €
Betriebsergebnis	344.000 €
Zinsen	5.000 €
Steuern	105.000 €
Gewinn	234.000 €
Rendite	5,02%

Bricht man das ganze auf einen Auftrag herunter wird ersichtlich, dass die 4 € nicht wirklich schwer ins Gewicht fallen.

Nehmen wir an, dass es sich um einen SHK-Betrieb und eine Badsanierung handelt. Veranschlagt sind für die Badsanierung 120 Arbeitsstunden.



Es ergibt sich ein Unterschiedsbetrag nach der Stundensatzanpassung für diesen Auftrag von lediglich 480 €. Nichts, was den Kunden vom Kauf abhält.

Natürlich können Sie auch an dieser Stelle mit der Preisensibilität der Kunden argumentieren, aber möglicherweise müssen Sie sich eingestehen, dass das die falschen Kunden zum Geld verdienen sind!

4 Maßnahmen, um die Rendite nachhaltig zu verbessern:

- Behalten Sie Ihre Produktivität im Blick
- Kalkulieren Sie exakt Ihre Stundensätze
- Durchforsten Sie kritisch die Kostenstruktur
- Investieren Sie in Marketing, Markenaufbau und die richtige Positionierung

Gewinnbringend kalkulieren mit uns!

Alexander Ruck
 alexander.ruck@ar-con.eu
 T 08376 929 42 47

	Alte Kalkulation		Neue Kalkulation	
Lohnerlöse	120 Std.	56 €/Std.	6.720 €	120 Std. 60 €/Std. 7.200 €
Materialerlöse	45% Materialaufwand vom Angebotspreis		7.300 €	bleibt gleich 7.300 €
Materialzuschläge	30% vom Material		2.200 €	bleibt gleich 2.200 €
Angebotspreis			16.220 €	16.700 €



Diese Zahl sollten Sie kennen ...

Effiziente

NACHKALKULATION

Nachkalkulationen werden häufig außen vor gelassen oder nur bei größeren Projekten angewandt – und dann aufwendig. Ein Fehler wie wir finden.

Durch eine konsequente Nachkalkulation lässt sich die strategische Positionierung des Unternehmens verbessern und der Fokus auf lukrative Kunden und Segmente legen.

Dabei benötigen Sie nur eine entscheidende Kennzahl, um zu sehen welcher Auftrag lukrativ war und welcher nicht.

Um diese Kennzahl zu ermitteln, benötigen Sie aus Ihrem Auftrag lediglich 4 Werte, eine Formel und einen Vergleichswert.

1. Die Werte:

Wenn Sie in Ihrem ERP-System oder der Buchhaltung sehr genau arbeiten, stehen Ihnen diese Werte schnell und einfach zur Verfügung.

- Der Nettoerlös des Auftrages
- Die Netto-Materialkosten für den Auftrag
- Die Netto-Fremdleistungskosten für den Auftrag (Subunternehmer, Dienstleister)
- Die erfassten Arbeitsstunden der Produktivkräfte

2. Die Formel

Alle Werte beisammen? Prima! Dann machen Sie sich an die Rechenarbeit.

Ziehen Sie die Materialkosten und die Fremdleistungen vom Nettoerlös ab, um den Rohertrag zu ermitteln. Teilen Sie im Anschluss den Rohertrag durch die erfassten Stunden – und fertig!

Nettoerlös
– Materialkosten netto
– Fremdleistungen netto
Rohertrag
÷ Erfasste Stunden
Rohertrag je Stunde

Das Ergebnis liefert Ihnen nun Fakten, wie viel Euro pro Stunde und gesamt der Auftrag zur Deckung der Kosten und zur Erzielung eines Gewinns beigetragen hat.



3. Der Vergleichswert

Wer wissen will, ob er rentabel arbeitet oder nicht, benötigt einen Vergleichswert. Wer seine Stundenverrechnungssätze betriebswirtschaftlich sauber kalkuliert und mit den entsprechenden Gewinnmargen versieht, liefert sich automatisch den Vergleichswert mit der Stundensatzkalkulation.

Beispiel: Stundensatzkalkulation einer GmbH

Saubere Kalkulation des Stundenverrechnungssatzes: Wer seine verkaufbaren Produktivstunden, seine Kostenstruktur, die Materialzuschläge und die Gewinnmarge ordentlich für das neue Geschäftsjahr plant, kalkuliert damit automatisch seinen Stundenverrechnungssatz.

Anzahl verrechenbarer Stunden		10.121
Personalkosten	400.797 €	39,60 €
Summe der betrieblichen Fixkosten	215.760 €	21,32 €
Kalkulatorische Kosten	50.698 €	5,01 €
Lohnverrechnungssatz ohne Gewinn	667.255 €	65,93 €
Gewinn	118.237 €	11,68 €
Lohnverrechnungssatz mit Gewinn	785.492 €	77,61 €
abzüglich Materialzuschlag	91.697 €	9,06 €
Stundenverrechnungssatz	693.795 €	68,55 €

Preisuntergrenze
= nur kostendeckend

Vergleichswert für
die Nachkalkulation

Wird die Kalkulation wie im dargestellten Beispiel in die relevanten Teilbereiche aufgegliedert, erhält man aus der Kalkulation die wichtigsten Informationen.

Der Lohnverrechnungssatz mit Gewinn stellt dabei den Vergleichswert für die Nachkalkulation dar, da dieser alle Kosten inkl. Gewinn umfasst.

Der Lohnverrechnungssatz mit Gewinn sollte auch als Angebotspreis pro Stunde verwendet werden, für alle Regieleistungen ohne wirklichen Material- oder Fremdleistungsbedarf.



Welche Erkenntnisse gewinne ich durch die Nachkalkulation?

Wenn Sie Ihre Aufträge konsequent nachkalkulieren und die Daten etwas erweitern, verfügen Sie über einen wahren Goldschatz an Informationen. Sie können nicht nur Aufträge aus dem gleichen Geschäftsbereich miteinander vergleichen, Sie sehen auch relativ schnell, welche Kunden sich lohnen, welche Aufträge lukrativ und welche nicht lukrativ sind und welche Geschäftsbereiche welchen Deckungsbeitrag liefern.

Dadurch ergeben sich wertvolle Erkenntnisse!

- Ist der Rohertrag bei kleinen oder großen Projekten höher?
- Sind die Aufträge von Privatkunden oder Gewerbekunden lukrativer? Oder doch von der öffentlichen Hand?
- Mit welchem Architekten/Partner lohnt sich die Zusammenarbeit?
- Bringt mir Leistung A mehr oder doch Leistung B?

So verbessern Sie die Steuerung Ihres Unternehmens und betreiben aktiv Controlling! Sie werden überrascht sein, welche Erkenntnisse Sie erwarten.

Wann ist der beste Zeitpunkt für die Nachkalkulation?

Primär sollten Sie mit dieser einfachen Methode versuchen jeden Auftrag nachzukalkulieren. Am besten kalkulieren Sie den Auftrag vor der Rechnungsstellung nach. Wenn das Ergebnis der Nachkalkulation nicht so rosig ausfällt, haben Sie noch die Möglichkeit effektiv gegenzusteuern. In solchen Fällen kann zum Beispiel folgendes geprüft werden:

- Haben Sie bei der Berechnung etwas vergessen?
- Sind Nachträge möglich, weil Sie zusätzliche Leistungen für den Kunden erbracht haben?
- Hat sich der Leistungsumfang grundlegend geändert?

Sobald der Kunde die Schlussrechnung hat, können Sie solche Fehler nicht mehr korrigieren und schlimmstenfalls lassen Sie viel Geld liegen.

Tip: Wer vermehrt größere Aufträge abwickelt, sollte eine begleitenden Nachkalkulation einführen bzw. ein geeignetes Projektcontrolling. So haben Sie während der Auftragsbearbeitung die Zahlen im Blick und bemerken frühzeitig, ob die Kosten aus dem Ruder laufen und ob der Stand der Abschlagszahlungen noch passt. Wichtig ist dabei, dass die Kosten und Arbeitsstunden dabei auftragsbezogen erfasst werden müssen.

Warum die Nachkalkulation mit Softwareprogrammen tückisch ist

Oft mit im Softwarepaket integriert sind Auswertungen zur Nachkalkulation. Die Ergebnisse können aber oftmals trügen und zu falschen Auswertungen führen. Nicht selten sind in den Programmen Formeln hinterlegt, für welche bestimmte Zahlen benötigt werden.

Nicht immer sind die ERP-Systeme bis ins letzte Detail optimal gepflegt und somit liefern die Programme dann auch keine vollständigen Ergebnisse. Lieber 5 Minuten Zeit investieren und selber den Taschenrechner betätigen, um die richtigen Ergebnisse zu erhalten.

Ein Verzicht auf die Nachkalkulation kommt einem Blindflug gleich. Sie wissen unter'm Strich nicht, ob und mit was Sie Geld verdienen. In wirtschaftlich schlechten Zeiten zahlen Sie sogar regelmäßig drauf und merken es nicht.

Genau hinsehen für mehr Erfolg!

Alexander Ruck

alexander.ruck@ar-con.eu

T 08376 9294247

”

Ich prüfe jedes Angebot. Es könnte
das Angebot meines Lebens sein.

Henry Ford (1863 – 1947)

“

