

# Kosten senken – Rendite steigern

## Methoden zur Kostensenkung

Kostensenkung tut weh – wie jede Diät! Besonders, wenn man selbst betroffen ist !

### **1. Leerkostenanalyse**

Ziel:

Wo verstecken sich Leerzeiten?

- Nutzkosten? (Anfallende Kosten werden sinnvoll für die Produktion, Vertrieb, Verwaltung genutzt)
- Leerkosten? (Nichtausgelastete Mitarbeiter, Maschinen, Ressourcen...)

Gute Auslastung ist die beste Kostensenkungsmaßnahme

Vorgehen:

- A. Definition des Bereichs, der untersucht wird
- B. Eckdaten ermitteln (Auslastungen, Kosten...)
- C. Prozentuale Größenordnung der Leerkosten ausfindig machen
- D. Kostenmäßige Bewertung der nicht genutzten Kapazitäten
- E. Wer trägt die Leerkosten? (Leerkosten sind Gewinnfresser)

### **2. ABC-Analyse**

Ziel:

Prioritäten bei der Kostensenkung setzen

Vorgehen:

- A. Ermittlung des zukünftigen Bedarfs an Material, Zeit, Ressourcen
- B. Aufstellen der Kosten für diesen Bedarf, den Wert der Produkte
- C. Man bildet prozentuale Anteile der Einzelwerte im Verhältnis zum Gesamtwert
- D. A-Artikel werden zuerst angegangen

# Kosten senken – Rendite steigern

## Methoden zur Kostensenkung

### **3. Wertanalysen („add values or don't do it“)**

#### Ziel:

Die geplante Leistung/Funktion mit weniger Kosten erbringen?

Sind die Leistungen/Funktionen überhaupt notwendig?

Was ist der Nutzen für den Kunden?

#### Vorgehen:

- A. Ermittlung des Ist-Zustandes (Aufteilung in Haupt- und Nebenfunktionen)
- B. Ermittlung des Sollzustandes (Überflüssige Funktionen feststellen)
- C. Entwicklung von Alternativen (Ermittlung und Gewichtung der Kosten des Solls)
- D. Auswahl der optimalen Alternative (Kostengünstigste Lösung bei Sicherstellung des gewünschten Werts)

### **4. Zero Base Budgeting**

#### Ziel:

Lösen vom Istzustand und vorurteilsfreie Neubewertung

Bewusstes Ignorieren von bestehenden Strukturen

Keine Rechtfertigung bestehender Funktionen

Cut-off-point: Spitze der Kosten abschneiden (auf was kann als erstes verzichtet werden?)

#### Vorgehen:

- A. Auflisten aller wirklich notwendigen Tätigkeiten (inkl. Häufigkeit und Dauer)
- B. Bezugsgrößen für die Tätigkeiten finden (Stunden, Anzahl Gespräche, Fläche...)
- C. Ermittlung der Kosten für jede Bezugsgröße
- D. Vergleich Zero Base und Ist-Zustand
- E. Ursachensuche bei Abweichung

# Kosten senken – Rendite steigern

## Methoden zur Kostensenkung

### **5. Schwachstellenanalyse**

#### Ziel:

Mitarbeiter nach Schwachstellen befragen (Leerläufe, Leerzeiten, Mängel, Fehler...)

#### Vorgehen:

- A. Fragebogen verteilen und auswerten
- B. Ordnen – gewichten – bewerten
- C. Realisierung und Feed-back geben

### **6. Deckungsbeitragsanalyse / Prüfung des Leistungsangebots**

#### Ziel:

Herausfinden der Gewinnbringer, Aufstellen von Renner-/Penner-Listen

#### Vorgehen:

- A. Aufstellung der Umsatz- und Absatzzahlen je Artikel (Ist- oder Plandaten)
- B. Ermittlung der variablen Kosten je Stück
- C. Feststellen, ob DB I positiv oder negativ ausfällt
- D. Prozentuale DB's verschiedener Artikel vergleichen und in Rangliste bringen

### **7. Target Costing (Zielkostenrechnung)**

#### Ziel:

Was darf das Produkt kosten?

Was sind die Funktionen eines Produkts, die der Kunde wünscht?

#### Vorgehen:

- A. Strategische Festlegung des Zielmarktes
- B. Zielkosten festlegen (nach Abzug der Gewinnspanne)  
„market into company“; „out of company and out of optimal costs“; „out of competition“
- C. Zielkostenspaltung (Kosten der einzelnen Funktionen des Produkts festlegen)
- D. Prüfung der Realisierbarkeit

# Kosten senken – Rendite steigern

## Methoden zur Kostensenkung

### **8. Life-Cycle-Costing**

#### Ziel:

Kalkulation des kompletten Lebenszyklus eines Produkts

„Die Investitionen von heute sind die Kosten von morgen“

#### Vorgehen:

- A. Aufstellung aller Einnahmen / Ausgaben während des Lebenszyklus
- B. Kalkulation des Entwicklungs-Zyklus
- C. Kalkulation des Markt-Zyklus
- D. Kalkulation des Nachsorge-Zyklus

### **9. Absatzsteigerung / Fixkostendegression**

#### Ziel:

Elastizität der Preis-/Absatzfunktion ermitteln

Mengensteigerung führt zwangsläufig zur Senkung der Stückkosten

Problem: Sind Absatzsteigerungen im Markt (ohne Preisnachlässe) durchsetzbar?

#### Vorgehen:

- A. Abschätzung der Preis-Absatz-Abhängigkeiten
  - Elastischer Markt: Je niedriger der Preis, desto höher der Absatz (lineare Abh.)
  - Elastischer Markt: Kleinste Preisveränderungen haben enormen Einfluss auf Absätze
  - Unelastischer Markt: Der Preis hat kaum Einfluss auf den Absatz
- B. Errechnung der Absatz- und Umsatzveränderungen
- C. DB II -Vergleich mit/ohne Preisveränderung anstellen

### **10. Outsourcing**

#### Ziel:

Senkung der fixen Kosten