SUCCEED-INSIGHTS

Nachrichten, Trends und Entwicklungen
aus der Unternehmerberatungswelt

Mit effektivem Berichtswesen & Target Costing zum Erfolg

In der heutigen dynamischen Geschäftswelt ist es für Unternehmen unerlässlich, Kosten nicht nur rückblickend zu analysieren, sondern sie proaktiv zu steuern. Strategische Ansätze wie ein intelligentes Berichtswesen und das Target Costing sind dabei unerlässlich. Diese Methoden versetzen Sie in die Lage, fundierte Entscheidungen zu treffen, Ihre Marktposition zu stärken und langfristiges Wachstum zu sichern.

Erfahren Sie, wie Sie Kostenziele bereits frühzeitig definieren und mit klaren Datenanalysen jederzeit den Überblick behalten.



DIESES MAL IM BLICKPUNKT

Kosten im Griff kriegen
- mit Berichten
& Target Costing

SUCCEED
DIE UNTERNEHMERBERATER

@Karola G von Pexels via Canva.com

Externes und Internes Berichtswesen: Ein Überblick

Im Controlling unterscheidet man prinzipiell zwischen dem externen und dem internen Berichtswesen, die unterschiedlichen Zwecken dienen und verschiedene Zielgruppen ansprechen.

Externes Berichtswesen:

Das externe Berichtswesen umfasst alle gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungen, wie den Geschäftsbericht, auch Lagebericht genannt, die die finanzielle und strategische Lage des Unternehmens beschreiben. Viele Unternehmen nutzen diese Verpflichtung geschickt als Chance zur Außendarstellung, indem sie einen professionell aufbereiteten Geschäftsbericht präsentieren und ihn als Werbemittel für Kapitalgeber und Kunden nutzen. Neben dem jährlichen Geschäftsbericht gibt es auch Zwischenberichte, wie die Quartalsberichte.

In einen umfassenden Geschäftsbericht gehören typischerweise Informationen über die konjunkturellen Entwicklungen in den relevanten Märkten, eine detaillierte Umsatzentwicklung (oft nach Produktgruppen oder Regionen aufgeteilt und mit Zukunftsprognosen ergänzt), Angaben zur Investitionstätigkeit sowie zu Forschung und Entwicklung. Ebenso wichtig sind Informationen zur Mitarbeiterstruktur und selbstverständlich der vollständige Jahresabschluss mit Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz.
Geschäftsberichte von Kapitalgesellschaften werden von Wirtschaftsprüfern geprüft und sind ein wichtiges Dokument für die öffentliche Wahrnehmung.

Ein professioneller Geschäftsbericht kann Vertrauen bei Stakeholdern aufbauen. Setzen Sie auch klare Ziele für interne Berichte und passen Sie den Detaillierungsgrad an den Empfänger an.

Internes Berichtswesen:

Das interne Berichtswesen ist, wie der Name bereits andeutet, nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. Es dient der Bereitstellung aller relevanten Kennzahlen, die zur Planung, Steuerung und Kontrolle der betrieblichen Abläufe notwendig sind. Im Controlling werden sie häufig mit der monatlichen Erstellung von Standardberichten betraut sein, die stets wiederkehrende Informationen wie zum Beispiel variable und fixe Kosten, Umsatz, Betriebsergebnis, Mitarbeiterzahlen, Personalkosten und Liquidität enthalten.

In diesen Berichten werden Istwerte den ursprünglichen Planwerten und unterjährigen Prognosewerten gegenübergestellt. Ein solcher Bericht muss selbsterklärend sein und alle wichtigen Informationen zusammenfassen, oft pro einzelnem Produkt, worauf dann detailliertere Berichte folgen können.
Achten Sie hierbei stets auf den Adressaten und die Relevanz der Informationen, um nicht in unnötige Detailtiefe abzugleiten. Behalten Sie den Fokus auf das Ziel des Berichts: Welche konkrete Aussage soll er treffen?
Eine weitere zentrale Aufgabe des Controllings ist die Erstellung von Prognosen, beispielsweise über zukünftige Umsatzerlöse. Hierbei können Sie sich an Vergangenheitswerten orientieren, um Abhängigkeiten zu erkennen und diese in Zukunftsprognosen einfließen zu lassen, oder auch externe Unternehmensberatungen hinzuziehen.

Target Costing:
Von Marktpreis zur Kostenkontrolle

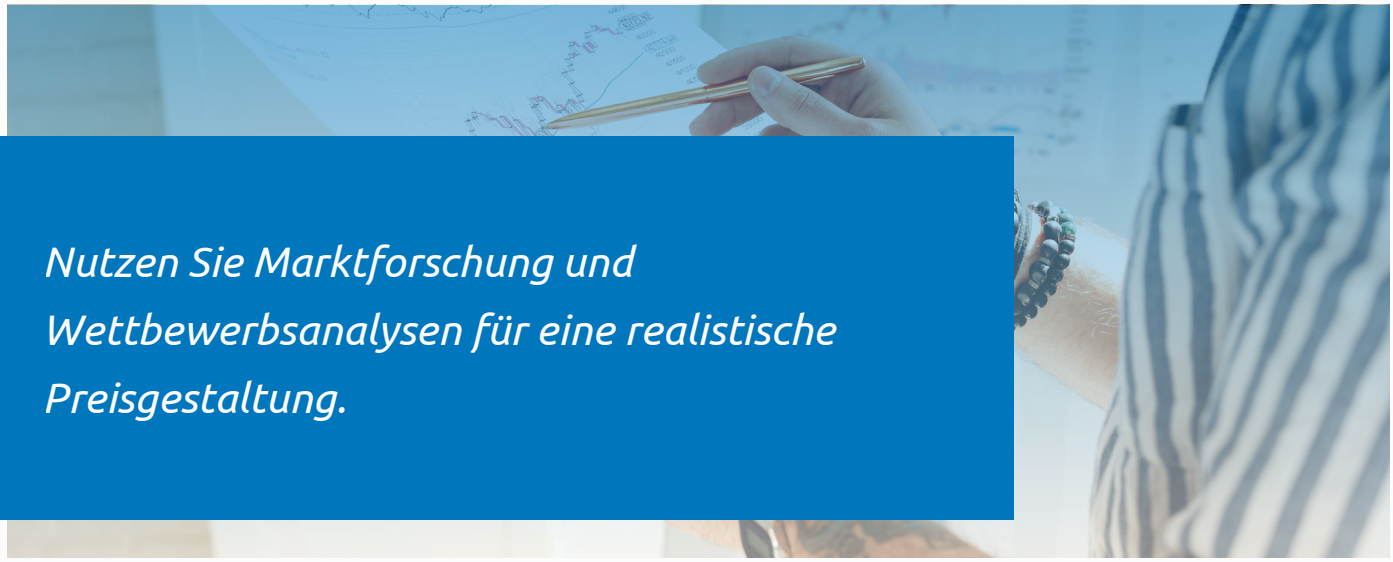
Das Target Costing stellt einen proaktiven Ansatz zur Kostenplanung dar, der seinen Ursprung im Markt hat. Statt zu fragen, was ein Produkt kosten wird, stellen Sie zwei grundlegende Fragen: Zum einen, welchen Preis Sie für Ihr Produkt am Markt erzielen können, und zum anderen, welchen Gewinn Sie daraus erzielen möchten. Aus den Antworten auf diese beiden Fragen ergeben sich die maximal erlaubten Kosten für Ihr Produkt. Dieser marktorientierte Ansatz eignet sich hervorragend für Serienprodukte und bietet Ihnen die Möglichkeit, die Kostenstruktur bereits in der Produktentwicklung maßgeblich zu beeinflussen.

Die Schritte des Target Costing am Beispiel einer Kaffeemaschine

Stellen Sie sich vor, Sie entwickeln eine neue Kaffeemaschine. Der Prozess des Target Costing würde dabei wie folgt ablaufen:

Zuerst ermitteln Sie den Marktpreis. Sie analysieren den Markt gründlich, um einen realistischen Verkaufspreis für Ihre Kaffeemaschine festzulegen, der beispielsweise bei 150 Euro liegen könnte. Im nächsten Schritt legen Sie Ihre Gewinnspanne fest. Basierend auf Ihren Unternehmenszielen definieren Sie den gewünschten Gewinn pro Kaffeemaschine, etwa 20 Prozent, was 30 Euro entspricht. Nun erfolgt die Verteilung der erlaubten Kosten auf die Produktionskomponenten und den Vertrieb. Dazu ziehen Sie den gewünschten Gewinn vom Marktpreis ab, um die maximal erlaubten Kosten zu erhalten (150 € - 30 € = 120 €). Diese 120 Euro verteilen Sie anschließend auf die einzelnen Komponenten Ihrer Kaffeemaschine, beispielsweise 20 Euro für das Gehäuse, 40 Euro für die Brühgruppe, 30 Euro für die Elektronik und weitere 30 Euro für Montage und sonstige Ausgaben.

Parallel dazu ermitteln Sie die Kosten anhand einer klassischen Kalkulation. Ihre Ingenieure und Einkäufer kalkulieren die tatsächlichen Kosten der Komponenten basierend auf aktuellen Angeboten und Fertigungsprozessen. Es könnte sich herausstellen, dass die Brühgruppe tatsächlich 45 Euro und das Gehäuse 22 Euro kosten würde. Im abschließenden Verhandlungsprozess vergleichen Sie die erlaubten Kosten mit den kalkulierten Ist-Kosten. Nun beginnt die Arbeit, um Abweichungen zu schließen: Verhandeln Sie mit Lieferanten und optimieren Sie interne Prozesse, um die Zielkosten von 120 Euro pro Maschine zu erreichen.



Nutzen Sie Marktforschung und Wettbewerbsanalysen für eine realistische Preisgestaltung.

@Karola G von Pexels via Canva.com

Das Datenlager: Ihr Fundament für fundierte Entscheidungen

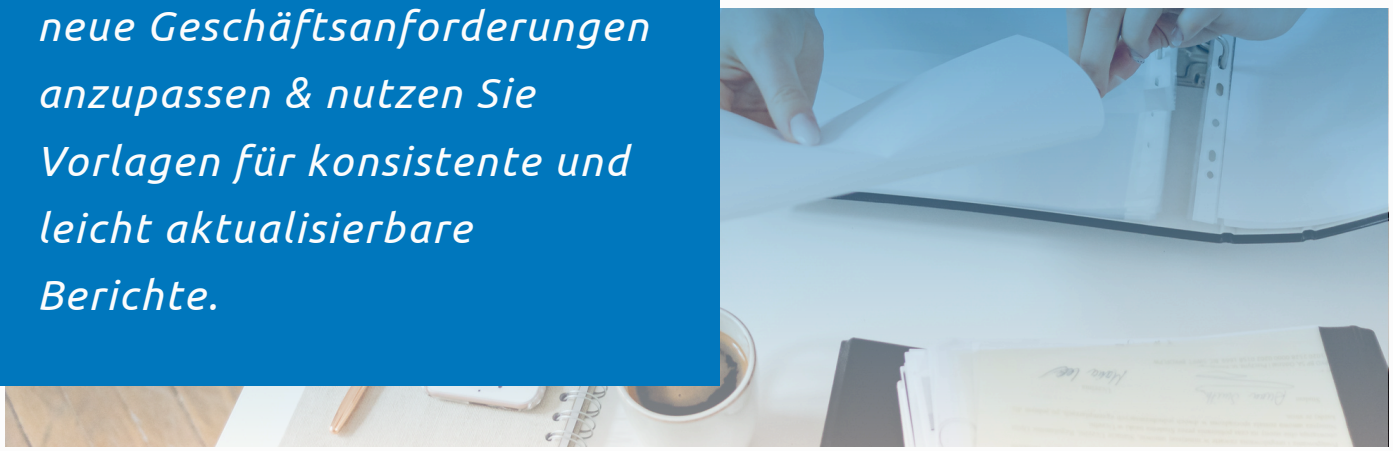
Bevor eine Preisgestaltung stattfinden kann, müssen relevante Daten zusammengelegt werden. Ein Datenlager (Data Warehouse, DWH) ist das zentrale Nervensystem für die Daten Ihres Unternehmens. Es handelt sich um ein speziell strukturiertes System, das entscheidende Informationen sammelt und für Analysen aufbereitet, um Ihnen bei fundierten Entscheidungen zu helfen.

Ein Datenlager zeichnet sich dadurch aus, dass es relevante Informationen verdichtet: Es sammelt Daten aus verschiedenen Vorsystemen, filtert Unwichtiges heraus und komprimiert die für Entscheidungen relevanten Informationen. Es ermöglicht eine mehrdimensionale Analyse, indem es Kennzahlen über verschiedene Dimensionen hinweg betrachtet – zum Beispiel den Umsatz gleichzeitig nach Produkt, Region und Zeitraum. Ein Datenlager ist niemals statisch, es erfordert eine ständige Weiterentwicklung, um sich an neue Geschäftsanforderungen und Datenmodelle anzupassen. Der Zugriff auf die Daten erfolgt über eine Abfragesprache wie SQL (Structured Query Language), die für die Verwaltung und Abfrage relationaler Datenbanken genutzt wird.
Mit einem gut zugänglichen Datenlager können Sie detaillierte Berichte für Ihr Controlling erstellen.

Sorgen Sie für die Flexibilität Ihres Datenlagers, um es an neue Geschäftsanforderungen anzupassen & nutzen Sie Vorlagen für konsistente und leicht aktualisierbare Berichte.

Berichtswesen: Klare Kommunikation durch Daten
Die Art und Weise, wie Sie Berichte aufbereiten und präsentieren, ist entscheidend für ihre Wirksamkeit und Akzeptanz. Es geht darum, komplexe Informationen verständlich und prägnant zu vermitteln.
Versuchen Sie, jeden Bericht so flexibel wie möglich zu gestalten. Diese Anpassbarkeit ermöglicht es Ihnen, schnell auf unterschiedliche Anforderungen oder Darstellungsbedürfnisse zu reagieren.
Die Datenbasis ist dabei stets Pflicht: Für alle berichteten Zahlen muss eine klare und nachvollziehbare Grundlage in Ihren vorhandenen Systemen existieren. Eine gute Strategie ist es, ein jährliches Berichtsverzeichnis anzulegen, das nicht nur die aktuelle Arbeit erleichtert, sondern auch eine wertvolle Archivfunktion erfüllt.

Für die Berichtserstellung ist Excel ein überaus wertvolles Werkzeug. Es ermöglicht Ihnen nicht nur, Zahlen aus alten Berichten zu ziehen, sondern bietet auch Funktionen für automatisierte Berechnungen, ansprechende Datenvisualisierungen, detaillierte Szenario-Analysen und die Erstellung interaktiver Dashboards.



@Karola G von Pexels via Canva.com

Adressatengerechte Berichterstattung

Überlegen Sie genau, wer die Empfänger Ihrer Berichte sind, denn die Anforderungen variieren stark. Während die operative Ebene eher detaillierte Berichte benötigt, die bei der täglichen Arbeit unterstützen, sollten für höhere Hierarchieebenen die Zahlen stärker zusammengefasst und auf das Wesentliche reduziert werden.
Beachten Sie bei der Gestaltung neuer Berichte das Prinzip „Weniger ist mehr“. Seien Sie sparsam mit verschiedenen Schriftarten, Farben und Formatierungen. Ein schlichtes, klares Design lenkt nicht vom Inhalt ab, sondern unterstreicht ihn. Bei der Aktualisierung bestehender Berichte ist es wichtig, die Stabilität für den Leser zu wahren.

Letztlich ist es entscheidend, den Umfang und die Relevanz der Berichte im Auge zu behalten. Beschränken Sie sich auf das Nötigste und stellen Sie sicher, dass die Berichte tatsächlich relevant sind und gelesen werden.

Ein effektives Kostenmanagement, wie es das Target Costing ermöglicht, kann ein Grundstein für die Profitabilität Ihres Unternehmens. Es erlaubt Ihnen, proaktiv zu agieren und die Weichen für den Erfolg bereits in der Produktentwicklungsphase zu stellen. Genauso entscheidend ist ein gut strukturiertes und flexibles Berichtswesen, das auf einem soliden Datenlager basiert. Ob extern für Stakeholder oder intern zur Steuerung der operativen Prozesse – klare, prägnante und zielgruppengerechte Berichte sind unverzichtbar. Sie ermöglichen fundierte Entscheidungen, decken Potenziale auf und sichern die langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Indem Sie die hier vorgestellten Methoden und Tipps beherzigen, schaffen Sie eine transparente Datengrundlage und stärken Ihre Position in einem sich ständig wandelnden Marktumfeld. Investieren Sie in Ihre Datenarchitektur und in die Kompetenzen Ihrer Mitarbeiter, denn am Ende sind es präzise Informationen, die Ihr Unternehmen zum Erfolg führen. Bei Unsicherheiten bei der Umsetzung können Sie auch auf externe Hilfe, wie beispielsweise einem Unternehmensberater, zurückgreifen.

Bitte beachten Sie, dass dieser Artikel lediglich einen ersten Überblick bietet und als Einstieg in die Thematik dient.

