

Baustein für Ihren Erfolg:

DIE NACHKALKULATION IHRER AUFTRÄGE

Das Handwerk hat ein Instrument für den Erfolg, um das andere Branchen es beneiden:

DIE AUFTRAGSNACHKALKULATION

Aus dem Nachkalkulieren Ihrer einzelnen Aufträge können Sie u.a. erkennen:

- + Welche Aufträge liegen meinem Betrieb?
- + Mit welchen Kunden kommen wir gut klar?
- + Mit welchen Arbeiten kommen meine Mitarbeiter gut klar?
- + Welche Aufträge muss ich anders kalkulieren?
- + Welche Aufträge muss ich anders organisieren?

Wenn Sie alle diese Fragen beantworten können, haben Sie einen wertvollen Schatz an Informationen.

Dafür müssen Sie folgendes tun:

1. Kontrollieren, ob die von Ihnen geplanten Ansätze (Zeit, Material, Subunternehmer) eingehalten wurden.
2. Wenn es Abweichungen gibt, Ihre Mitarbeiter fragen, woran es gelegen hat.
3. Die Erkenntnisse aus den Abweichungen für den nächsten ähnlichen Auftrag nutzen.

Für Rückfragen stehen wir gerne zu Ihrer Verfügung.

perfakta.SH e. V. | Handwerk in Zahlen
 Russeer Weg 167 | 24109 Kiel
 Tel.: 0431 / 979 99 49 - 0 | kontakt@perfakta.de

Perfekt geeignet für die Auftragsnachkalkulation ist die Kennzahl:

WERTSCHÖPFUNG JE STUNDE

Die Wertschöpfung zeigt Ihnen, wie erfolgreich der Auftrag war, unabhängig davon mit welchen Bestandteilen der Kalkulation Sie das Geld verdient haben. Sie ist unkompliziert und richtet ihren Blick auf das Wesentliche.

Rechnen Sie wie folgt (alle Euro-Angaben in Netto):

$$\frac{\text{Gesamtumsatz gemäß Schlussrechnung} - \text{Materialeinsatz} - \text{Fremdleistungen}}{\text{Summe der benötigten Stunden (Ist-Stunden)}}$$

Diese Kennzahl ist nicht Ihr erzielter Stundenverrechnungssatz.



Allein durch das Vergleichen Ihrer eigenen Aufträge miteinander finden Sie in Ihrem Auftragsbestand erfolgreiche und nicht erfolgreiche Aufträge. Das Ergebnis könnte Sie überraschen!

Wenn **Preiserhöhungen** anstehen, empfiehlt es sich, erst einmal die Preise (Zeiten) der Aufträge mit einer niedrigen Wertschöpfung anzuheben. Falls diese Aufträge wegen des neuen höheren Preises ausfallen, wäre das weniger gravierend als der Verlust eines lukrativen Auftrags. Für Aufträge mit einer hohen Wertschöpfung sollten die Preise zunächst nicht erhöht werden. Diese Aufträge möchten Sie nicht wegen eines zu hohen Preises verlieren.