



Kurzbeschreibung & Zweck

Target-Costing ist eine Methode zur Festlegung des Zielkosten für ein Produkt während des Entwicklungsprozesses, basierend auf den erwarteten Marktanforderungen und Gewinnzielen des Unternehmens.

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Kosten

Aufwand

3 - mittel

Kompetenz

3 - Anwender

Dauer

über 4h

Rahmenbedingungen & Vorbereitung

Du brauchst dafür: Um Target-Costing durchzuführen, benötigt man ein gründliches Verständnis der Marktanforderungen, der Produktionskosten und der angestrebten Gewinnmarge des Unternehmens.

Vorbereitung: Vor der Anwendung von Target-Costing ist es wichtig, detaillierte Informationen über die Kundenpräferenzen, Wettbewerberpreise und interne Kostenstrukturen zu sammeln und zu analysieren.

Wofür gut geeignet?



Target-Costing ist besonders geeignet für Unternehmen, die sich in wettbewerbsintensiven Branchen befinden, in denen Preiskämpfe üblich sind. Es kann auch verwendet werden, um die Rentabilität neuer Produkte sicherzustellen und die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. zusätzlich kann es auch dafür genutzt werden, bestehende Konzept im Unternehmen zu hinterfragen und durch vorgegebene Maximalkosten (Allowable Costs) die Erzeugung/Herstellung auf Kostenreduktionsbedarfe zu überprüfen.

Fragen und Antworten

Frage 1: Was ist der Hauptunterschied bei Target-Costing?

Target-Costing konzentriert sich darauf, die Kosten eines Produkts anhand der Kundenanforderungen und Marktpreise festzulegen, während traditionelle Kostenrechnungsmethoden sich auf die Kontrolle der bereits angefallenen Kosten konzentrieren.

Frage 2: Wie können Unternehmen sicherstellen, dass sie die richtigen Zielkosten festlegen?

Durch eine gründliche Analyse der Kundenpräferenzen, Wettbewerberpreise und internen Kostenstrukturen können Unternehmen fundierte Entscheidungen über die Zielkosten treffen.

Frage 3: Ist Target-Costing nur für die Produktentwicklung relevant?

Nein, Target-Costing kann auch auf bestehende Produkte angewendet werden, um die Kostenstruktur zu optimieren und die Rentabilität zu verbessern.

Frage 4: Wie oft sollten Unternehmen ihre Zielkosten überprüfen und aktualisieren?

Zielkosten sollten regelmäßig überprüft und bei Bedarf aktualisiert werden, insbesondere wenn sich die Marktanforderungen oder die Kostenstrukturen ändern.



Kurzbeschreibung & Zweck

Target-Costing ist eine Methode zur Festlegung des Zielkosten für ein Produkt während des Entwicklungsprozesses, basierend auf den erwarteten Marktanforderungen und Gewinnzielen des Unternehmens.

Ereignisse

Einsichten gewinnen

Dimensionen

Kosten

Aufwand

3 - mittel

Kompetenz

3 - Anwender

Dauer

über 4h

Wie kannst Du es nutzen?

Schritt 1:

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Um das Target-Costing erfolgreich anzuwenden, beginnen Sie mit einer gründlichen Analyse des Marktes und der Wettbewerbssituation. Untersuchen Sie die Kundenpräferenzen, Trends und Preisstrukturen in Ihrer Branche. Identifizieren Sie auch die wichtigsten Wettbewerber und deren Produktangebot sowie deren Preisstrategien. Diese Analyse liefert Ihnen wichtige Einblicke, die bei der Festlegung angemessener Zielkosten helfen.

Schritt 2:

Festlegung der Zielmarge

Nach der Marktanalyse legen Sie die angestrebte Gewinnmarge fest. Berücksichtigen Sie dabei die Unternehmensziele, die Erwartungen der Stakeholder und die aktuelle Marktsituation. Die Zielmarge sollte realistisch sein und ausreichend Spielraum bieten, um die Kostenziele zu erreichen und dennoch wettbewerbsfähig zu bleiben. Diese Marge dient als Leitfaden für die Ableitung der Zielkosten.

Schritt 3:

Ableitung der Zielkosten

Basierend auf der festgelegten Zielmarge ziehen Sie diese von den erwarteten Verkaufspreisen ab, um die Zielkosten zu bestimmen. Berücksichtigen Sie dabei auch etwaige Kostenreduktionsziele und stellen Sie sicher, dass die Zielkosten realistisch und erreichbar sind. Dieser Schritt erfordert eine detaillierte Analyse der Kostenkomponenten des Produkts und möglicher Einsparungsmöglichkeiten.

Schritt 4:

Überprüfung der Machbarkeit

Überprüfen Sie die Machbarkeit der Zielkosten, indem Sie die Kostenstruktur des Produkts analysieren. Identifizieren Sie potenzielle Bereiche für Kosteneinsparungen und prüfen Sie, ob die angestrebten Zielkosten mit den Anforderungen an Qualität, Leistung und Funktionalität des Produkts vereinbar sind. Stellen Sie sicher, dass alle relevanten Stakeholder in den Überprüfungsprozess eingebunden sind und mögliche Bedenken oder Einschränkungen berücksichtigt werden.

Schritt 5:

Umsetzung und Kontrolle

Implementieren Sie die Zielkosten in den Produktentwicklungsprozess und überwachen Sie kontinuierlich die Kostenentwicklung während des gesamten Produktlebenszyklus. Halten Sie die tatsächlichen Kosten im Auge und vergleichen Sie sie regelmäßig mit den Zielkosten. Bei Abweichungen nehmen Sie entsprechende Anpassungen vor, um sicherzustellen, dass die Zielkosten erreicht werden. Enge Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Abteilungen und kontinuierliches Feedback sind entscheidend für den Erfolg dieser Methode.



Deine Notizen