

Engineering IT-basierter Dienstleistungen

Prof. Dr. Klaus-Peter Fährnich

Exkurs: Target Costing

Target Costing



- Erfahrungen zeigen, dass während der ersten 20 Prozent der Entwicklung von Produkten etwa 80 Prozent der später anfallenden Kosten festgelegt werden. Aus diesem Grund ist ein Kostenmanagement vor allem in frühen Entwicklungsphasen wirksam.
- Beim Target Costing wird von einem maximalen am Markt erzielbaren Preis ausgegangen (ermittelt über Marktanalysen) und davon eine einzukalkulierende Gewinnspanne abgezogen. Der verbleibende Betrag stellt schließlich die maximal erlaubten Dienstleistungskosten dar. Grundgedanke des Target Costing ist also nicht mehr die Frage »Was **wird** eine Dienstleistung kosten?«, sondern die Frage »Was **darf** eine Dienstleistung kosten?«.

Quelle: Fraunhofer IAO

Target Costing



Klassisch:

Cost-Plus-Kalkulation

(periodenbezogen)

Materialkosten
Materialgemeinkosten
Fertigungslöhne
Fertigungsgemeinkosten

HERSTELLKOSTEN

Entwicklungsgemeinkosten
Verwaltungsgemeinkosten
Vertriebsgemeinkosten

SELBSTKOSTEN

Gewinnzuschlag

VERKAUFSPREIS

Was wird uns ein Produkt kosten?
(Und wie können wir das auf den Kunden überwälzen?)

Target Costing:

Retrograde Kalkulation

(vor Entwicklungsstart bezogen auf den
Produktlebenszyklus)

Zielumsatz
./. verbindliche Zielgewinnrate (produktanteilig)

VOM MARKT ERLAUBTE KOSTEN

Ziel-Herstellkosten

Ziel-Entwicklungskosten

Ziel-Vertriebs- und
Verwaltungskosten

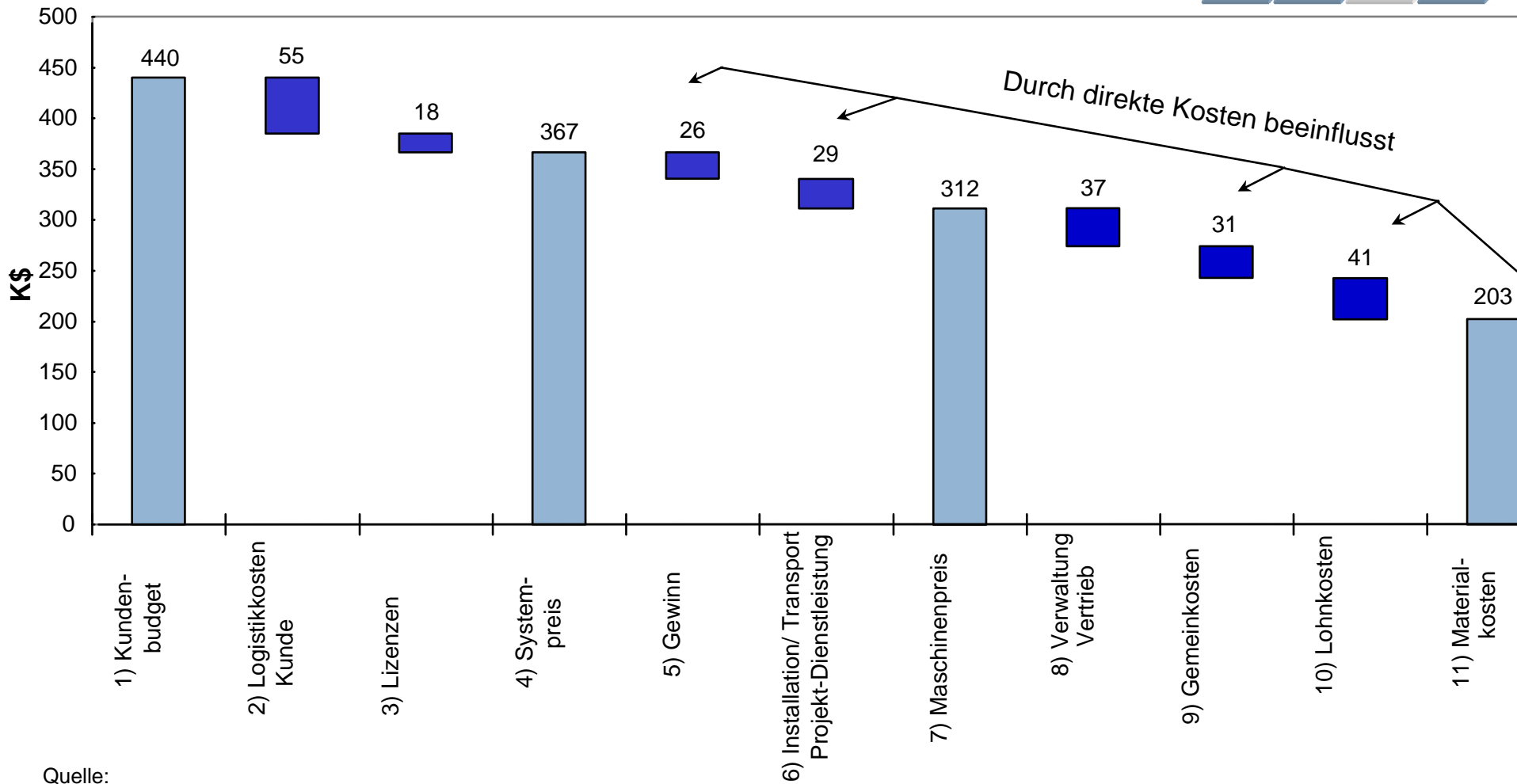
*gezielt um
Prozesskostenblöcke
vertieft*

*zu vertiefen
über die anschließende
Zielkostenspaltung*

Was darf uns ein Produkt kosten?
(Und wie können wir das erreichen?)

Quelle:
Niemand, 1995

Target Costing



Quelle:
Niemand, 1995

Target Costing



Quelle:
Niemand, 1995