

Sanitär-, Heizung- und Lüftungstechniker in
Oberösterreich

Materialbeistellung – off- bzw. online und die betrieblichen Handlungsoptionen

Mag. Peter Voithofer

8. April 2016

www.kmuforschung.ac.at

Inhalte

2/52

- (1) Ausgangssituation und Trends
- (2) Materialbeistellung
- (3) Der Online Einzelhandel in Österreich
 - Die Angebotsseite
 - Die Nachfrageseite
- (4) Betriebswirtschaftliche Situation
- (5) Stundensatzkalkulation
- (6) Implikationen und Handlungsoptionen für Unternehmer
- (7) Fazit

Ausgangssituation

3/52

Sinkende Auftragseingänge

- Geschäftslage aus Sicht der Betriebe (IV. Quartal 2015)
 - 17% "gut",
 - 55% "saisonüblich",
 - 28% "schlecht"

Wenig Berufsnachwuchs -> Fachkräftemangel

Allgemeine Entwicklungen

- Anforderungen bzgl. Energie steigen
- Lüftung stärker im Kommen
- **Kunden kaufen vermehrt Material selbst ein (online) bzw. offline (Baumarkt)**

KMU Forschung Austria: Konjunkturbeobachtung im Gewerbe und Handwerk, 4. Quartal 2015
Johannes Fechner: Trend- und Zukunftsszenarien – der Blick in die Zukunft

Zentrale Konsumententrends greifen ineinander

4/52



Online Plattformen I

5/52

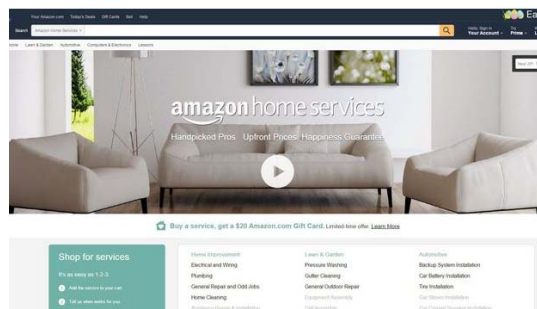
MyHammer 57 Profile für „sanitär heizung klima installationen“



Online Plattformen II

6/52

Marktführer aus anderen Branchen kommen (vorerst in den USA):
30.03.15 Amazon startet Plattform für Handwerker und Dienstleister



Andere Unternehmen sind bereits wieder ausgeschieden
30.03.12 Die neue Plattform für Handwerk und Dienstleistung www.profi-book.at ist online



Potentielle Probleme

7/52

„Installateur hat angefangen aber nicht fertig gestellt“



BHE
Bauherrenhilfe.org - Verein für Qualität am Bau

„ein besonderer Härtefall“

„My-Hammer-Baustelle endet im Gefängnis“

„Baumeister sitzt wegen schwerem gewerblichen Betruges im Gefängnis“

„Tischler hat Dachstuhl mit Fehlern gebaut“

„Baumeister hat gebaut, aber nicht fertig, und extrem mangelhaft“

„Spengler hat Blechdach verpuscht“

Quellen: Pfusch am Bau, Bauherrenhilfe.org

Materialbeistellung

Definitoriale Abgrenzung

9/52

„Materialbeistellung“

Begriff des Umsatzsteuerrechts für die Zurverfügungstellung von Material durch den Auftraggeber an den Hersteller eines Werkes.

Das beigestellte Material ist nicht Bestandteil der Leistung des Werkunternehmers, auch dann nicht, wenn er bei der Materialbeschaffung als Agent oder Berater mitwirkt.

Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Materialbeistellung

Materialbeistellung und Mangel

10/52

Beispiel: Kunde kauft Parkettboden im Baumarkt und lässt ihn von einem Handwerker verlegen. Dieser erkennt nicht, dass der Parkett schadhaft ist. Wochen später löst sich die oberste Schicht des Bodens ab.

- Wer ersetzt das Baumaterial?
- Wer muss die Kosten des Aus- und Neueinbaus übernehmen?

Was heißt das im konkreten Anwendungsfall?

11/52

- (1) Kunde kauft Küchenarmatur in beim Baumarkt oder im Online-Shop
- (2) Kunde beauftragt einen Installateur, diese anzuschließen
- (3) Folge: Wasserschaden
- (4) Was sind die **Rechtsfolgen**?



Spültischarmatur »Nizza«

- verchromt
- Einhebelmischer

[DETAILS ANSCHAUEN](#) →

Artikel vergleichen

<http://www.hellweg.at/>

Mögliche Konstellationen

12/52

- (1) Produkt (Armatur) defekt
- (2) Dienstleistung mangelhaft
- (3) Beigestelltes Material ist ungeeignet, um das beauftragte Werk ordnungsgemäß auszuführen



Spültischarmatur »Nizza«

- verchromt
- Einhebelmischer

[DETAILS ANSCHAUEN](#) →

Artikel vergleichen

<http://www.hellweg.at/>

Gewährleistungsansprüche aus Kaufvertrag

13/52

Gewährleistung → **verschuldensunabhängige Haftung** für bei Übergabe bestehende Mängel

Ist der **Mangel mit wirtschaftlich vernünftigen Mitteln behebbar**, Wahlmöglichkeit zwischen

- Behebung (Reparatur) oder
- Austausch (bei Gattungssachen)
- Rechtsbehelf darf für den Lieferanten nicht unverhältnismäßig sein (zB. kein Austausch, wenn nur kleine Reparaturen erforderlich sind).

Gewährleistungsansprüche aus Kaufvertrag

14/52

- bei **unbehebaren Mängeln**
- wenn **Behebung unzumutbar oder**
- **Behebung wird verweigert/verzögert**
 - **Wandlung** (Rückabwicklung des Vertrages)
 - bei geringfügigen Mängeln **Preisminderung**
- **Verkäufer** muss für Ausbau der mangelhaften Ware und den Einbau der mangelfreien Ware einstehen, wenn die Sache vor Hervorkommen des Mangels vom Verbraucher gutgläubig eingebaut wurde.

Schadenersatzansprüche gegen Baumarkt/Online-Shop

15/52

- Bei Verschulden des Lieferanten → Wahl zwischen Gewährleistung und Schadenersatz
- Kunde muss bei Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen die **schuldhaftige Pflichtverletzung beweisen**
- durch Beweisschwierigkeiten **wenig praxisnahe Konstellation**

Gewährleistungsansprüche gegen Installateur

16/52

- **Werk mangelhaft** (Armatur wird falsch/schlecht eingebaut) → allgemeine Gewährleistungsregeln sind anzuwenden
- Zusätzlich kann **Sondergewährleistungsnorm** § 1168a ABGB zur Anwendung kommen sein:

"...Misslingt aber das Werk infolge offenerbarer Untauglichkeit des vom Besteller gegebenen Stoffes oder offenbar unrichtiger Anweisungen des Bestellers, so ist der Unternehmer für den Schaden verantwortlich, wenn er den Besteller nicht gewarnt hat.,"
- Installateur muss bereitgestellte Stoffe (Armatur) bzw. erteilte Anweisungen (z.B. Monateanleitung) **prüfen und bei Ungeeignetheit warnen.**
- **Haftung des Installateurs** für schuldhaftige Unterlassung der Warnpflicht
- Jedoch **keine Pflicht zu umfangreichen, technisch schwierigen und kostenintensive Untersuchungen!**

Erfüllung der Warnpflicht

17/52

- Aus Beweisgründen **schriftliche Dokumentation der Warnung** wichtig!
- Der **Warnhinweis muss folgende Punkte beinhalten**:
 - Konkrete Benennung der Bedenken des Installateurs (allgemeiner Hinweis „Produkte von XYZ sind nicht gut“, unzureichend)
 - Warnhinweis muss Kunden Risikoabschätzung ermöglichen
 - Warnung muss auf den Verständnishorizont des Werkbestellers abgestimmt sein!
- Ungeeignetheit des Stoffes (Armatur) bzw. der Anweisungen nicht erkennbar → **keine Haftung**.
- Bewegliche Sache (Armatur) wird durch Einbau unselbständiger Bestandteil der unbeweglichen Sache
→ **Gewährleistungsfrist 3 Jahre**

Schadenersatz gegenüber Produzenten

18/52

- **Schadenersatz kann geltend gemacht werden**, wenn
 - das Produkt fehlerhaft ist,
 - ein Schaden entstanden ist und
 - nachweislich ein ursächlicher (kausaler) Zusammenhang zwischen Fehler und entstandenem Schaden besteht.
- **Keine vertragliche Beziehung** zwischen Produzenten und Geschädigten **erforderlich** (außenstehende Dritte sind ebenfalls geschützt)

Conclusio

19/52

- Beigestelltes Material kann „Kopfweh“ verursachen
 - Höhere Anforderungen zur Beratung der Kunden
 - Andere rechtliche Konsequenzen
- Auswirkungen auf Kalkulation werden noch analysiert

Überblick: Österreichischer Online Einzelhandel allgemein

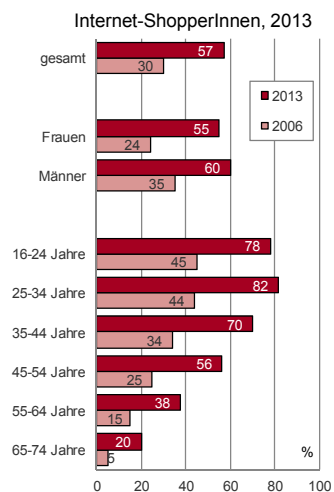
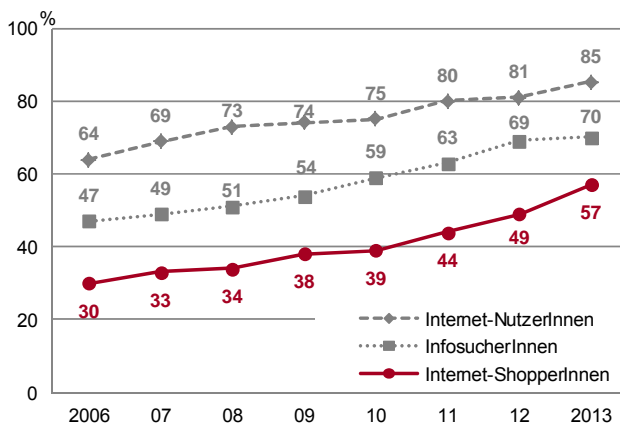
20/52

Angebotsseite: Einzelhandels- unternehmen (mit Sitz in Öst.)	Nachfrageseite: KonsumentInnen (ÖsterreicherInnen 16-74 Jahre)
90 % verfügen über einen Internetzugang	85 % nutzen das Internet
70 % betreiben eine Website	70 % suchen Informationen zu Einzelhandelswaren im Internet
19 % verkaufen via Internet	57 % kaufen im Internet Einzelhandelswaren ein
7.500 Online-Shops sind im österreichischen Einzelhandel aktiv	3,7 Mio Internet-KäuferInnen in Österreich
€ 2,9 Mrd Brutto-Jahresumsatz im heimischen Internet-Einzelhandel (inkl. Ust)	€ 5,9 Mrd Jahresausgaben für Einkäufe im Internet (für Einzelhandelswaren)

Der Online Einzelhandel in Österreich

Die Nachfrageseite

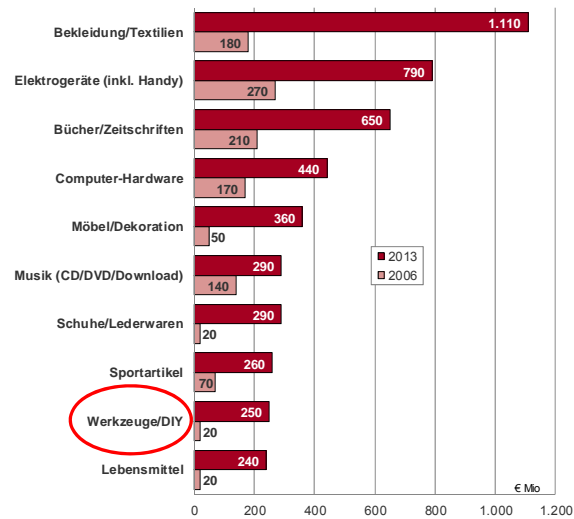
Nachfrageseite: KonsumentInnen im Internet



Anmerkung: ÖsterreicherInnen 16-74 Jahre
Quelle: KMU Forschung Austria

Ausgaben im Internet bei in- und ausländischen Anbietern

23/52



93% der Internet-ShopperInnen kaufen v.a. von zu Hause aus

Beliebteste Einkaufszeit: 19-22 Uhr

Anmerkung: Abschätzung, gerundete Werte
Quelle: KMU Forschung Austria

Online Shopping aus Kundensicht

24/51

Vorteile

- + Preise
- + Überall und jederzeit verfügbar
- + Unabhängigkeit von Ladenöffnungszeiten
- + Größere Auswahl an Angeboten
- + Höhere Markttransparenz: Vergleichbarkeit von Produkten und Angeboten
- + Individuelle Angebote
- + Offenheit
- + Bessere Information

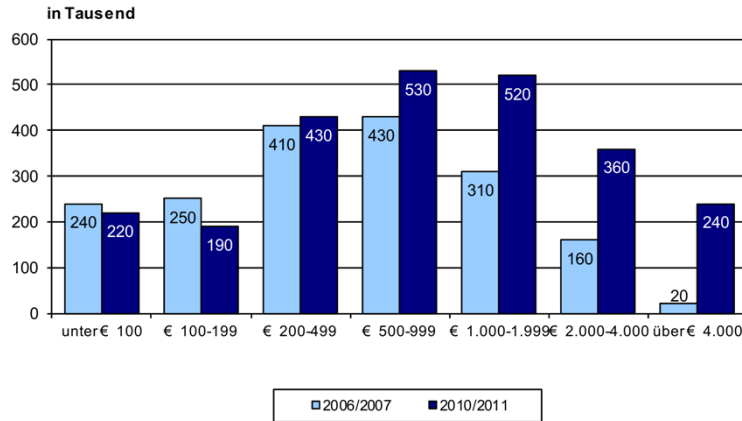
Nachteile und Risiken

- Beratung
- Kein physischer Kontakt zum Produkt vor dem Kauf möglich
- Soziale Aspekte des Einkaufs fallen gänzlich weg
- Schwierigkeiten bei Beschwerden/Reklamation
- Sicherheitsrisiko hinsichtlich der Bezahlung
- Mindestbestellmengen und zusätzliche Kosten (z.B. für Versand)

Quelle: Heinemann, G./Schwarzl, C. (2010): New Online Retailing – Innovation and Transformation. Gabler: Wiesbaden

Jahresausgaben und Anzahl der Internet-KäuferInnen

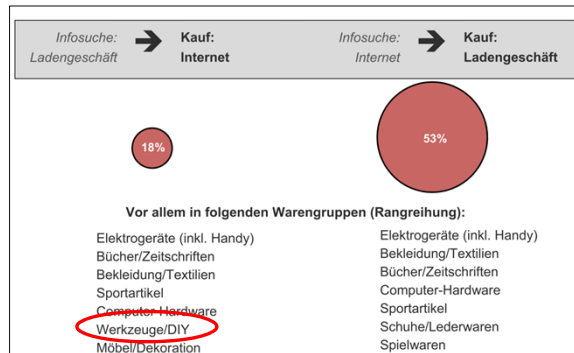
25/52



ÖsterreicherInnen zwischen 16 und 74 Jahre, die im Erhebungszeitraum von 12 Monaten (September 2010 bis August 2011) im Internet-Einzelhandel eingekauft haben
 Lesebeispiel: 240.000 Internet-KäuferInnen haben 2010/2011 (in 12 Monaten) über € 4.000,- im Internet-Einzelhandel ausgegeben (dunkelblauer Balken rechts außen)
 Quelle: KMU Forschung Austria

Im Geschäft informieren und im Internet einkaufen?

26/52



2013:
53% der ÖsterreicherInnen (16 bis 74 Jahre): zumindest einmal im Internet informiert und dann im Ladengeschäft gekauft (2006: rd. 40%).
18% zumindest einmal im Ladengeschäft informiert und dann im Internet gekauft (2006: 16%)

Quelle: KMU Forschung Austria

Erwartungen an Online Anbieter

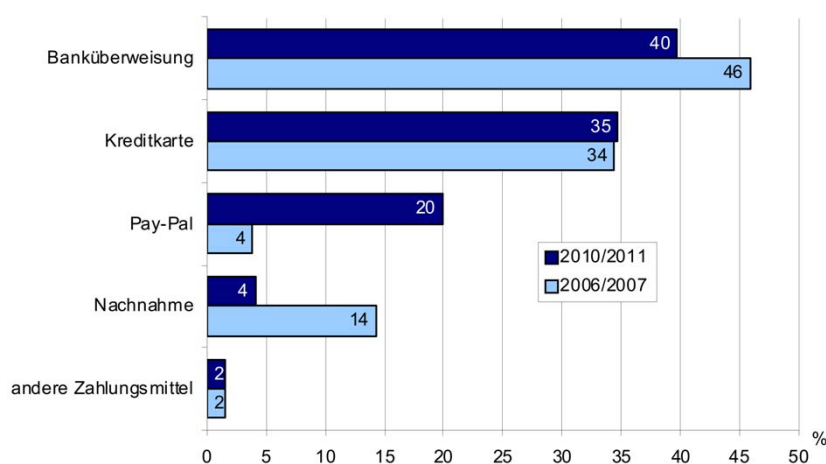
27/52



Quelle: KMU Forschung Austria

Beliebteste Zahlungsmittel im Internet-Einzelhandel

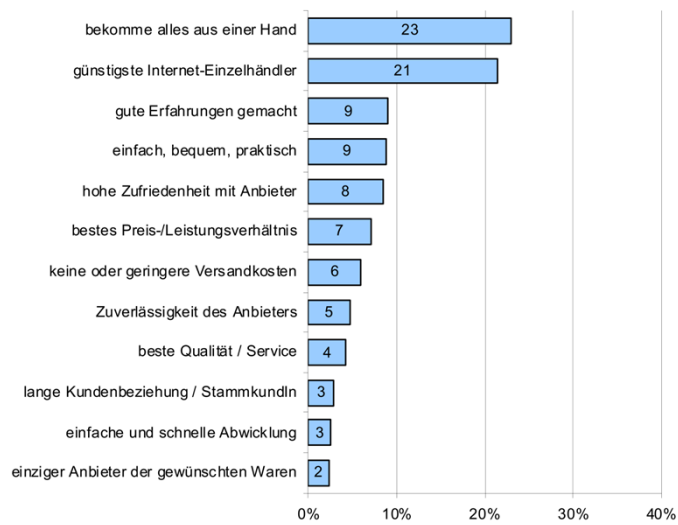
28/52



Beliebtestes Zahlungsmittel in % der Internet-KäuferInnen
ÖsterreicherInnen, zwischen 16 und 74 Jahre alt, die im Erhebungszeitraum von 12 Monaten (Sept. 2010 bis Aug. 2011)
im Internet-Einzelhandel eingekauft haben
Quelle: KMU Forschung Austria

Gründe für Einkauf bei einem Anbieter im Internet

29/52

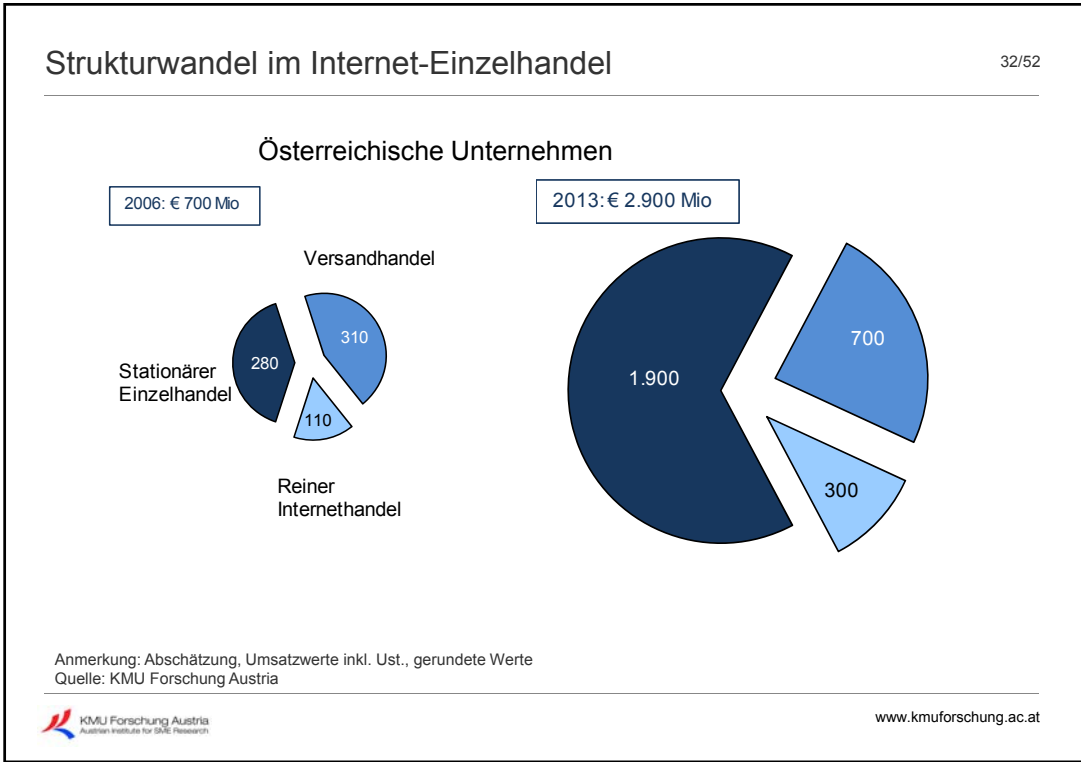
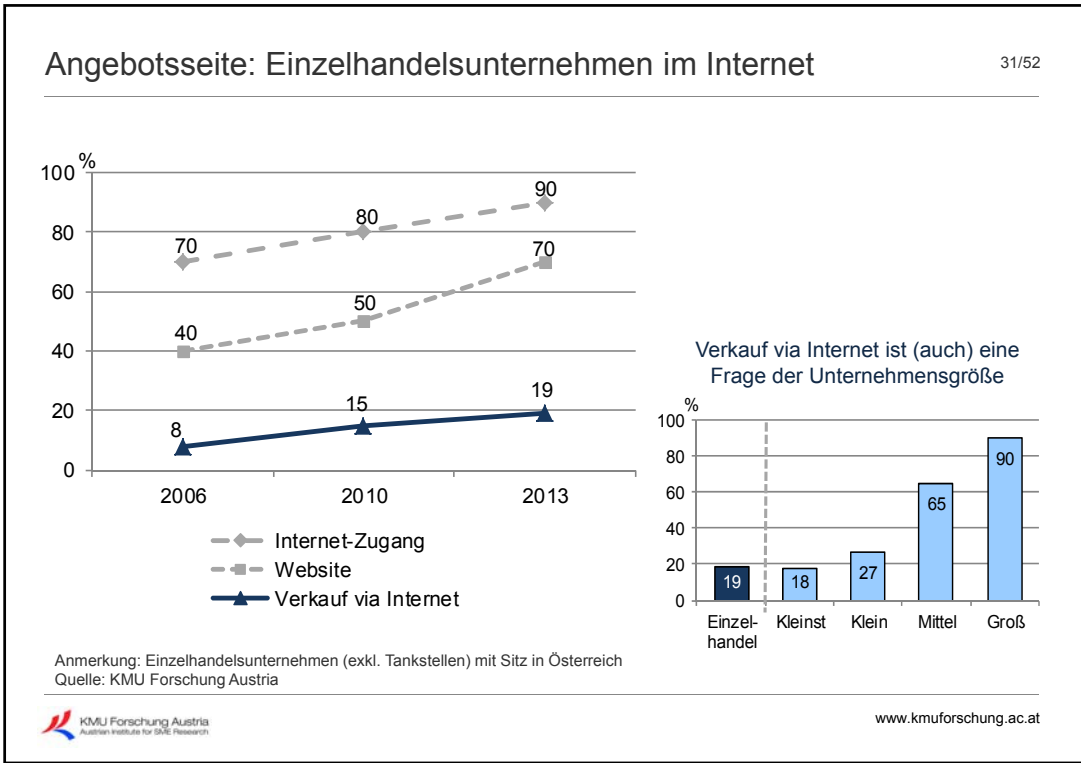


Gründe für Einkauf bei einem Anbieter in % der Internet-KäuferInnen
 ÖsterreicherInnen zwischen 16 und 74 Jahre, die im Erhebungszeitraum von 12 Monaten (September 2010 bis August 2011) im Internet-Einzelhandel eingekauft haben und dabei die jeweiligen Produkte mehrmals gekauft/bestellt haben

Quelle: KMU Forschung Austria

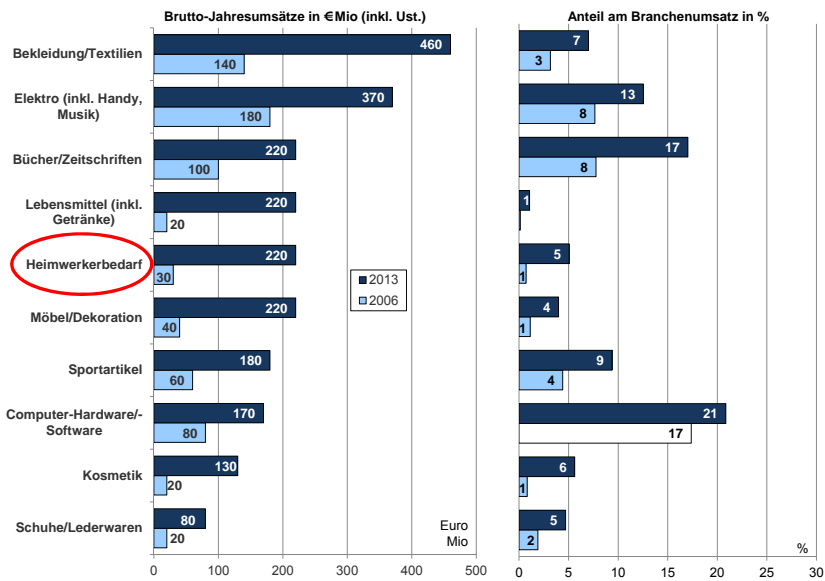
Der Online Einzelhandel in Österreich

Die Angebotsseite



Top-10 Branchen im heimischen Internet-Einzelhandel (Sitz in AT)

33/52



Anmerkung: berücksichtigt werden Online-Umsätze im stationären Einzelhandel, im Versandhandel und im reinen Internethandel (Abschätzung, inkl. Ust.)
Quelle: KMU Forschung Austria

www.kmuforschung.ac.at

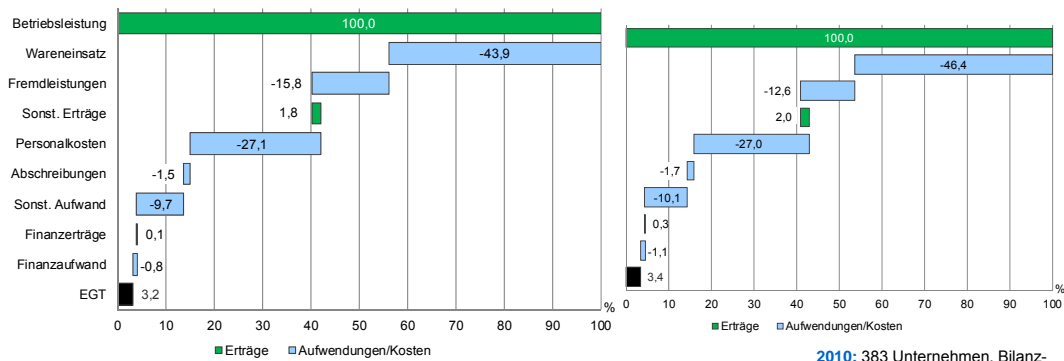


Betriebswirtschaftliche Situation 2013/14

www.kmuforschung.ac.at

Kosten- und Leistungsstruktur

35/52



2010: 383 Unternehmen, Bilanzstichtage **zwischen 1.7.2010 und 30.6.2011**

EGT = Ergebnis gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (Gewinn vor Ertragssteuern in % des Umsatzes)

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

266 Unternehmen der Gas-, Wasser-, Heizungs- und Lüftungs- und Klimaanlageinstallation Oberösterreichs

Bilanzstichtage zwischen **1.7.2013 und 30.6.2014**

Quelle: KMU Forschung Austria

Betriebswirtschaftliche Kennzahlen

36/52

2013

- 29,3% Eigenkapitalquote
- 47,9% bei ergebnisstarken Unternehmen
- 28,8% bei ergebnisschwachen Unternehmen
- 3,2% Umsatzrentabilität (nach Finanzergebnis)
- 10,5% bei ergebnisstarken Unternehmen
- -3,2% bei ergebnisschwachen Unternehmen

2010

- 23,3% Eigenkapitalquote
- 41,0% bei ergebnisstarken Unternehmen
- 7,2% bei ergebnisschwachen Unternehmen
- 3,4% Umsatzrentabilität (nach Finanzergebnis)
- 13,4% bei ergebnisstarken Unternehmen
- -6,6% bei ergebnisschwachen Unternehmen

Bilanzdatenbank der KMU Forschung Austria (2013 n=266, 2010 n=383)

Stundensatzkalkulation

Varianten der Stundensatzkalkulation

38/52

- 1) **Zentrale Annahme:** Das gesamte Material wird vom Installateur geliefert (traditionelle Mischkalkulation)
- 2) **Zentrale Annahme:** Der Installateur liefert komplett die Waren für die Hinterwandinstallation, das Material für die Vorderwandinstallation wird beigestellt.
- 3) **Zentrale Annahme:** Das gesamte Material wird vom Kunden beigestellt.

Variante 1: Das gesamte Material wird vom Installateur geliefert.

39/52

Ermittlung der restlichen Gemeinkosten je Stunde, Österreich, in € 2016

	Summe	Einzelkosten	Gemeinkosten
Materialaufwand inkl. Fremdleistungen (100 %)	846.900	829.962	16.938
Personalkosten	504.150	310.662	193.488
sonstiger Aufwand	199.670	0	199.670
Finanzierungskosten	15.650	0	15.650
Summe Kosten	1.566.370	1.140.624	425.746
Gemeinkosten	425.746		
abzügl. Materialaufschlag	-165.992	20 %	
restliche Gemeinkosten	259.753		
Anwesenheitsstunden	19.562	12 MA	
Anzahl der verrechenbaren Stunden	12,054	61,6 %	
Gemeinkosten/Stunde	21,5		

Anmerkungen:

12 Mitarbeiter: 1 Geschäftsführer, 1 Techniker, 1 Büroangestellter, 5 Monteure, 3 Helfer, 1 Lehrling
20 % Materialaufschlag zur Deckung der sonstigen Gemeinkosten wurden angenommen.

Die Anwesenheitsstunden beziehen sich auf 12 Mitarbeiter bei obiger Zusammenstellung der Mitarbeiterstruktur; Berechnung anhand der Methodik der KMU Forschung Austria auf Basis von Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger.

Die Anzahl der verrechenbaren Stunden ergibt sich aus der Annahme, dass die Anwesenheitsstunden von produktiven Mitarbeitern zu 80 % direkt verrechenbar sind, während dies für unproduktive Mitarbeiter nicht (oder nur in sehr geringem Ausmaß) möglich ist.

Quelle: KMU Forschung Austria

Variante 1: Das gesamte Material wird vom Installateur geliefert.

40/52

Musterstundensatzkalkulation (Monteur, Helfer und Partie), Österreich, Variante mit Überzahlung, in € 2016

	Monteur	Helfer	Partie
Stundenlohn	14,1	10,4	24,5
+ Überzahlung	1,3	0,8	2,1
+ Wegzeit	1,8	1,4	3,2
+ Montagezulage	0,8	0,8	1,6
= Lohnkosten	18,0	13,4	31,4
+ Lohnnebenkosten	15,7	11,7	27,5
+ Entfernungszulage	1,1	1,1	2,2
= Personalkosten	34,8	26,2	61,0
+ Gemeinkosten	21,5	21,5	43,1
= Selbstkosten	56,3	47,8	104,1
+ Gewinnaufschlag	2,8	2,4	5,2
= Stundensatz	59,1	50,2	109,3
+ Skonto	1,8	1,6	3,4
= Verkaufspreis netto	61,0	51,7	112,7
+ Umsatzsteuer	12,2	10,3	22,5
= Verkaufspreis brutto	73,2	62,1	135,2

Anmerkungen:

Beim Monteur wurde die Lohngruppe 2 (qualifizierter Facharbeiter) herangezogen.
Beim Helfer wurde die Lohngruppe 6 (Arbeitsnehmer mit Zusatzausbildung) herangezogen.
Die Überzahlung über KV beträgt bei einem Monteur durchschnittlich gerundet 9 % und bei einem Helfer 8 %.
Die Lohnnebenkosten betragen rd. 87,5 %.
Als Gewinnaufschlag wurden 5 % angenommen (Prozentrechnung auf Hundert).
Als Skonto wurden 3 % angenommen (Prozentrechnung in Hundert).
Dieser Stundensatz wird durch den angeführten Materialaufschlag zur Deckung der Gemeinkosten in der Höhe von 20 % (siehe Tabelle: Ermittlung der sonstigen Gemeinkosten) entlastet.
Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria

Variante 2: Der Installateur liefert komplett die Waren für die Hinterwandinstallation, das Material für die Vorderwandinstallation wird beigestellt.

41/52

Ermittlung der restlichen Gemeinkosten je Stunde, Österreich, in € 2016

	Summe	Einzelkosten	Gemeinkosten
Materialaufwand inkl. Fremdleistungen (Annahme: 10 %)	84.690	82.996	1.694
Personalkosten	504.150	310.662	193.488
sonstiger Aufwand	199.670	0	199.670
Finanzierungskosten	15.650	0	15.650
Summe Kosten	804.160	393.658	410.502
Gemeinkosten	410.502		
abzügl. Materialaufschlag	-41.498	50 %	
restliche Gemeinkosten	369.004		
Anwesenheitsstunden	19.562	12 MA	
Anzahl der verrechenbaren Stunden	12.054	61,6 %	
Gemeinkosten/Stunde	30,6		

Anmerkungen:

12 Mitarbeiter: 1 Geschäftsführer, 1 Techniker, 1 Büroangestellter, 5 Monteure, 3 Helfer, 1 Lehrling
50 % Materialaufschlag (auf Hinterwandinstallation) zur Deckung der sonstigen Gemeinkosten wurden angenommen.

Die Anwesenheitsstunden beziehen sich auf 12 Mitarbeiter bei obiger Zusammenstellung der Mitarbeiterstruktur; Berechnung anhand der Methodik der KMU Forschung Austria auf Basis von Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger.

Die Anzahl der verrechenbaren Stunden ergibt sich aus der Annahme, dass die Anwesenheitsstunden von produktiven Mitarbeitern zu 80 % direkt verrechenbar sind, während dies für unproduktive Mitarbeiter nicht (oder nur in sehr geringem Ausmaß) möglich ist.

Quelle: KMU Forschung Austria

Variante 2: Der Installateur liefert komplett die Waren für die Hinterwandinstallation, das Material für die Vorderwandinstallation wird beigestellt.

42/52

Musterstundensatzkalkulation (Monteur, Helfer und Partie), Österreich, Variante mit Überzahlung, in € 2016

	Monteur	Helfer	Partie
Stundenlohn	14,1	10,4	24,5
+ Überzahlung	1,3	0,8	2,1
+ Wegzeit	1,8	1,4	3,2
+ Montagezulage	0,8	0,8	1,6
= Lohnkosten	18,0	13,4	31,4
+ Lohnnebenkosten	15,7	11,7	27,5
+ Entfernungszulage	1,1	1,1	2,2
= Personalkosten	34,8	26,2	61,0
+ Gemeinkosten	30,6	30,6	61,2
= Selbstkosten	65,4	56,9	122,2
+ Gewinnaufschlag	3,3	2,8	6,1
= Stundensatz	68,7	59,7	128,4
+ Skonto	2,1	1,8	4,0
= Verkaufspreis netto	70,8	61,5	132,3
+ Umsatzsteuer	14,2	12,3	26,5
= Verkaufspreis brutto	84,9	73,9	158,8

Anmerkungen:
Beim Monteur wurde die Lohngruppe 2 (qualifizierter Facharbeiter) herangezogen.
Beim Helfer wurde die Lohngruppe 6 (Arbeitnehmer mit Zweckausbildung) herangezogen.
Die Überzahlung über KV beträgt bei einem Monteur durchschnittlich gerundet 9 % und bei einem Helfer 8 %.
Die Lohnnebenkosten betragen rd. 87,5 %.
Als Gewinnaufschlag wurden 5 % angenommen (Prozentrechnung auf Hundert).
Als Skonto wurden 3 % angenommen (Prozentrechnung in Hundert).
Dieser Stundensatz wird durch den angeführten Materialaufschlag zur Deckung der Gemeinkosten in der Höhe von 50 % (siehe Tabelle: Ermittlung der sonstigen Gemeinkosten) entlastet.
Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria

Variante 3: Das gesamte Material wird vom Kunden beigestellt.

43/52

Ermittlung der restlichen Gemeinkosten je Stunde, Österreich, in € 2016

	Summe	Einzelkosten	Gemeinkosten
Materialaufwand inkl. Fremdleistungen (0 %)	0	0	0
Personalkosten	504.150	310.662	193.488
sonstiger Aufwand	199.670	0	199.670
Finanzierungskosten	15.650	0	15.650
Summe Kosten	719.470	310.662	408.808
Gemeinkosten	408.808		
abzügl. Materialaufschlag	-0	20 %	
restliche Gemeinkosten	408.808		
Anwesenheitsstunden	19.562	12 MA	
Anzahl der verrechenbaren Stunden	12.054	61,6 %	
Gemeinkosten/Stunde	33,9		

Anmerkungen:

12 Mitarbeiter: 1 Geschäftsführer, 1 Techniker, 1 Büroangestellter, 5 Monteure, 3 Helfer, 1 Lehrling
20 % Materialaufschlag zur Deckung der sonstigen Gemeinkosten wurden angenommen.

Die Anwesenheitsstunden beziehen sich auf 12 Mitarbeiter bei obiger Zusammenstellung der Mitarbeiterstruktur. Berechnung anhand der Methodik der KMU Forschung Austria auf Basis von Daten des Hauptverbandes der österreichischen Sozialversicherungsträger.

Die Anzahl der verrechenbaren Stunden ergibt sich aus der Annahme, dass die Anwesenheitsstunden von produktiven Mitarbeitern zu 80 % direkt verrechenbar sind, während dies für unproduktive Mitarbeiter nicht (oder nur in sehr geringem Ausmaß) möglich ist.

Quelle: KMU Forschung Austria

Variante 3: Das gesamte Material wird vom Kunden beigestellt

44/52

Musterstundensatzkalkulation (Monteur, Helfer und Partie),
Variante mit Überzahlung, Österreich, in € 2016

	Monteur	Helfer	Partie
Stundenlohn	14,1	10,4	24,5
+ Überzahlung	1,3	0,8	2,1
+ Wegzeit	1,8	1,4	3,2
+ Montagezulage	0,8	0,8	1,6
= Lohnkosten	18,0	13,4	31,4
+ Lohnnebenkosten	15,7	11,7	27,5
+ Entfernungszulage	1,1	1,1	2,2
= Personalkosten	34,8	26,2	61,0
+ Gemeinkosten	33,9	33,9	67,8
= Selbstkosten	68,7	60,2	128,9
+ Gewinnaufschlag	3,4	3,0	6,4
= Stundensatz	72,1	63,2	135,3
+ Skonto	2,2	2,0	4,2
= Verkaufspreis netto	74,4	65,1	139,5
+ Umsatzsteuer	14,9	13,0	27,9
= Verkaufspreis brutto	89,2	78,1	167,4

Anmerkungen:
Bem Monteur wurde die Lohngruppe 2 (qualifizierter Facharbeiter) herangezogen.
Bem Helfer wurde die Lohngruppe 6 (Arbeitnehmer mit Zweckausbildung) herangezogen.
Die Überzahlung über KV beträgt bei einem Monteur durchschnittlich gerundet 9 % und bei einem Helfer 8 %.
Die Lohnnebenkosten betragen rd. 87,5 %.
Als Gewinnaufschlag wurden 5 % angenommen (Prozentrechnung auf Hundert!).
Als Skonto wurden 3 % angenommen (Prozentrechnung in Hundert!).
Diese Musterstundensatzkalkulation geht davon aus, dass das gesamte Material vom Kunden beigestellt wird – allerdings wird in der Berechnung kein Servicemonteur berücksichtigt.
Rendungsabweichungen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria

Implikationen und Handlungsoptionen für Unternehmer

Aufgabe des Handwerkers

46/52

- **klassische Aufgabe des Handwerkers bleibt GLEICH:**
 - Beratung und Leistung für anspruchsvolle Kunden erbringen
 - Kunden über einen sehr langen Zeitraum („über wechselnde Lebensphasen“) hinweg begleiten
 - Erfüllung der jeweils sich ändernden Bedürfnisse
 - hohe und maßgeschneiderte Qualität liefern
- **was auch im Online Zeitalter weiterhin FALSCH bleibt:**
 - Alle Kunden entscheiden ausschließlich preisgetrieben
 - Kunden entscheiden rational
 - Nur große Unternehmen sind markt- und konkurrenzfähig

Trend Individualisierung

47/52

Ausdifferenzierung von Lebenskonzepten, Karrieren, Marktnischen und Welterklärungsmodellen



- „0815“ Konsumenten gibt es beinahe nicht mehr
- modulare Konzepte gefragter denn je
- Wo finde ich meine Nische?
- Beratung und Kundenorientierung zentral
- Handwerker braucht Konzepte für unterschiedliche Lebensphasen, z.B. vom Badezimmer für die Jungfamilie bis zum barrierefreien Badezimmer

Trend Female Shift

48/52

Auflösung der traditionellen Geschlechterrollen, verstärktes Streben nach Führungsrollen, Einfluss von Frauen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik steigt



- mehr Frauen werden zu Auftraggebern
- Anforderungen an die Kundenkommunikation ändert sich
- mehr Frauen gehen selbst ins Handwerk

Trend Silver Society

49/52

Die Gesellschaft wird nicht nur älter. Auch die Art und Weise wie wir altern ändert sich. Steigende Lebenserwartung bei besserem Gesundheitszustand, es wird „aktiver“ gealtert



- ältere Konsumenten schätzen das Handwerk, sind treuere Kunden (wenn einmal überzeugt), haben eine bessere Zahlungsmoral und fragen öfter individuelle Lösungen nach.
- Vertrauen ist sehr wichtig.
- Kundenloyalität wird wichtiger als -akquise

Trend Online und Mobile

50/52

Gewinnen weiter dazu, Online-Shopping punktet bei den meisten Konsumenten weiter durch Bequemlichkeit, Kundenansprache und –Angebot durch Big Data immer individueller; Internet kann aber persönliche Beziehungen nicht ersetzen



- Handwerk/Gewerbe nicht Handel
- Vertrauensaufbau - face-to-face leichter möglich als durch Online-Kommunikation
- Langfristige Beziehungen und Kundenzufriedenheit sind entscheidend

Fazit

Conclusio

52/52

- Entwicklungen im KonsumentInnenverhalten und im Handel machen auch vor Sanitär-, Heizung- und Lüftungstechnikern in Oberösterreich nicht Halt
 - Verdrängen und Ignorieren wenig sinnvoll
 - Neue Chancen erkennen: neues Qualitätsbewusstsein, neue Zielgruppen, neues Verhalten
- Verzicht auf Handwerk undenkbar, **Handwerk hat gute Zukunft**
- Kein Substitut für Expertise und langjährige Erfahrungen
- Neues (Markt- und Technologieveränderung) als Risiko und Chance



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Website: www.kmuforschung.ac.at

E-Mail: p.voithofer@kmuforschung.ac.at

Mitglied bei / Member of



www.kmuforschung.ac.at