

Kalkulation im Warenhandel

Zweck Preisberechnung, auch: Preisfestsetzung (immer rein rechnerischer Art)

Einleitung Der Katalogpreis einer Ware ist eine Grösse für sich. Was am Schluss für die selbe Ware effektiv bezahlt wird, ist eine andere Grösse. Um die Preisspannen zwischen diesen Grössen berechnen zu können, werden in diesem Kapitel die jeweils dazu notwendigen Werkzeuge in Form eines sinnvollen Schemas vorgestellt.

a) Einkaufskalkulation (Kalkulation aus der Sicht des Käufers)

**Übersicht
Preiselemente
Einkauf**

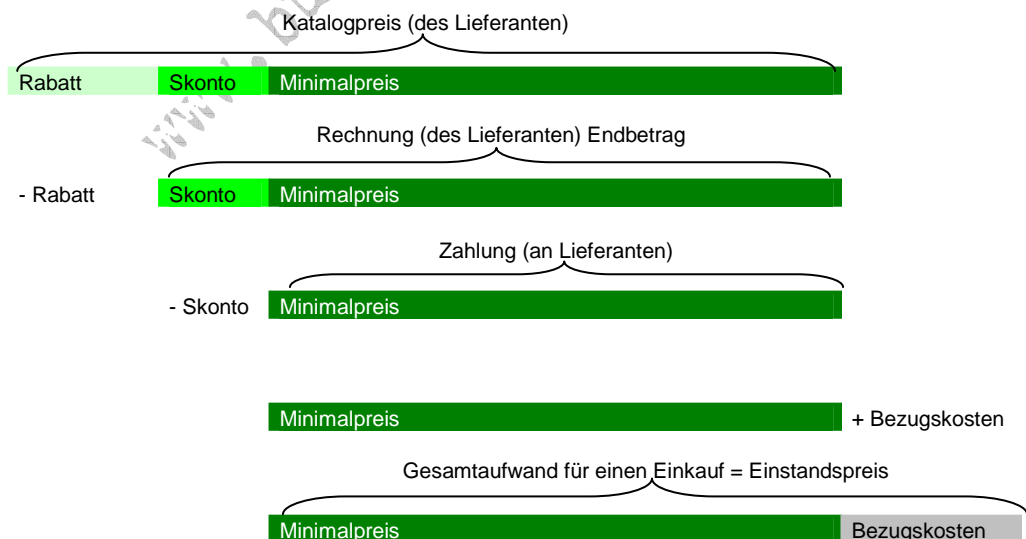
Im Einkauf kommen folgende Kalkulationselemente vor:

Rabatt: Preisnachlass. Zum Beispiel für Händler (**Wiederverkaufsrabatt**), die a) immer wiederkehrend und b) grössere Mengen einkaufen sowie c) für den Lieferanten überhaupt ein wichtiger Absatzkanal sind. Es gibt aber auch den **Mengenrabatt** (eher für Endverbraucher), auch kennt man den **Mängelrabatt** als Entschädigung für die Abnahme von mangelhafter Ware. Vor Abzug eines Rabattes heisst der Preis **Bruttopreis**, nach Abzug des Rabattes heisst der Preis **Nettopreis**.

Skonto: Preisnachlass bei Zahlung innerhalb einer bestimmten, kürzeren Frist. Vor Abzug eines Skontos heisst der Preis **Kreditpreis**, nach Abzug des Skontos heisst der Preis **Barpreis** (ungeachtet, ob Barzahlung oder nicht, also auch bei Banküberweisung).

Bezugskosten: Wie der Name schon beschreibt, sind dies Kosten für Transport (Porto, Fracht), Transportversicherung, Zollbeträge (nicht aber MWST, die ist kein Aufwand!), sofern sie nicht schon in der Rechnung des Lieferanten enthalten sind. Bezugskosten werden an Dritte bezahlt.

**Kurzübersicht,
Schema
Einkauf**



Der **Katalogpreis** des Lieferanten heisst in der Kalkulation **Bruttokrediteinkauf** (Rabatt und Skonto noch nicht abgezogen).

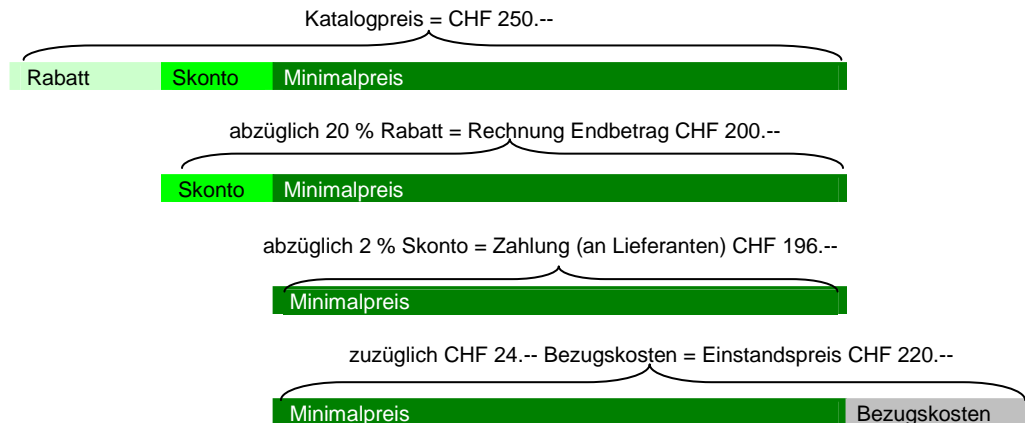
Der **Rechnungsendbetrag** heisst in der Kalkulation **Nettokrediteinkauf** (Rabatt abgezogen, Skonto noch nicht abgezogen).

Die **Zahlung** heisst in der Kalkulation **Nettobareinkauf** (Rabatt und Skonto abgezogen)

Die Bezeichnung **Minimalpreis** ist kein offizieller Begriff in der Kalkulation, dient jedoch zum Verständnis.

Vorgehen
im Detail

Kalkulation mit folgenden Elementen:
Bruttokrediteinkauf CHF 250.--, Rabatt 20 %, Skonto 2 %, Bezugskosten CHF 24.--.



Die Berechnungen lauten wie folgt:

Katalogpreis	250.00	= 100 %	
- Rabatt	50.00	- 20 %	
= Rechnung	200.00	= 80 %	→ 100 %
- Skonto	4.00		2 %
= Zahlung	196.00		= 98 %
+ Bezugskosten	24.00	+ Bezugskosten	
= Einstandspreis	220.00		

In der **abbauenden** Kalkulation (vom Katalogpreis zum Einstandspreis = Ermittlung des Gesamtaufwandes) werden vom Katalogpreis 20 % Rabatt abgezogen ($250 : 100 \cdot 20 = 50$), ergibt den Rechnungsbetrag 200. Der Rechnungsbetrag wird wieder neu als 100 % betrachtet. Vom Rechnungsbetrag werden 2 % Skonto abgezogen ($200 : 100 \cdot 2 = 4$), ergibt die Zahlung 196. Die Bezugskosten werden dazu addiert (es sind weitere Kosten, die an Dritte bezahlt werden, also an jemand anderes als den Lieferanten, 196 plus 24), ergibt den Einstandspreis 220.

In der **aufbauenden** Kalkulation (vom Einstandspreis zum Katalogpreis = Ermittlung des höchsten Katalogpreises, von dem ausgegangen werden kann) muss bezüglich der Prozente gemäss der obigen Darstellung "zeilengetreu" vorgegangen werden, mit der Ausnahme, dass die Vorzeichen wechseln: Vom Einstandspreis werden die Bezugskosten subtrahiert ($220 - 24$), ergibt die Zahlung an Lieferanten 196. Die Zahlung wird als 98 % betrachtet (weil sie hier ein um 2 % verminderter Betrag ist). Zur Zahlung werden 2 % Skonto addiert ($196 : 98 \cdot 2 = 4$), ergibt den Rechnungsbetrag 200. Der Rechnungsbetrag wird als 80 % betrachtet (weil sie hier ein um 20 % verminderter Betrag ist). Zum Rechnungsbetrag werden 20 % Rabatt addiert ($200 : 80 \cdot 20 = 50$), ergibt den Katalogpreis 250.

Hinweise

- Katalogpreis kann auch Listenpreis heissen; -Einkaufspreis kann auch -Ankaufspreis heissen.
- Die Mehrwertsteuer wird in der Einkaufskalkulation der Schule nicht berücksichtigt, da in der Praxis die Listenpreise unter Händlern die Mehrwertsteuer auch nicht enthalten müssen (im Gegensatz zur Preisanschrift für den Endverbraucher).
- In der Kalkulation müssen nicht alle Elemente vorkommen, wie sie oben gezeigt sind. In der Praxis können Rabatt und/oder Skonto auch weggelassen werden.
- Bezugskosten können andernorts auch "Eingangsfracht" heissen.

Häufige Fehler

- Falsche Prozentannahme bei den Prozentrechnungen in der aufbauenden Kalkulation. Hier hilft die bildhafte Vorstellung des jeweiligen Wertes: Zum Beispiel kann eine Zahlung nicht als 100 % betrachtet werden, wenn sie ein Betrag ist, der bereits um den Skonto verringert worden ist.
- Falsche Vorzeichen bei Bezugskosten. Bezugskosten stellen "Verteuerung" dar. Sie müssen zusätzlich zum Preis des Lieferanten noch an eine andere Partei bezahlt werden.

Kurz-
zusammen-
fassung

- Die Dichte der Informationen in diesem Abschnitt ermöglicht keine sinnvolle weitere Zusammenfassung.

b) Verkaufskalkulation (Kalkulation aus der Sicht des Verkäufers)

Übersicht
Preiselemente
Verkauf

Im Verkauf kommen die gleichen Kalkulationselemente vor wie in im Einkauf. Zusätzlich dazu wird auch noch die Mehrwertsteuer mit einbezogen, da diese gemäss Gesetz im Preis für den Endverbraucher enthalten sein muss.

Kurzübersicht,
Schema
Verkauf



Die **Zahlung** des Kunden heisst in der Kalkulation **Nettobarverkauf** (Rabatt und Skonto abgezogen)

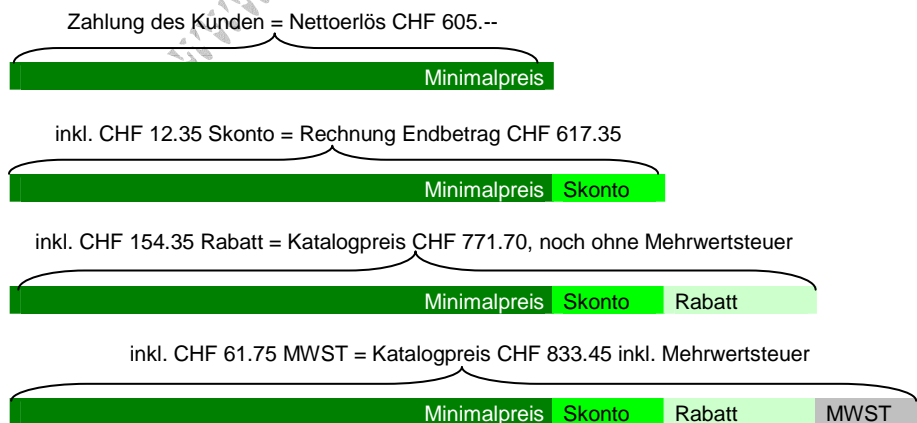
Der **Rechnungsendbetrag** heisst in der Kalkulation **Nettokreditverkauf** (Rabatt abgezogen, Skonto noch nicht abgezogen).

Der **Katalogpreis** heisst in der Kalkulation **Bruttokreditverkauf** (Rabatt und Skonto noch nicht abgezogen).

Die Bezeichnung **Minimalpreis** ist kein offizieller Begriff in der Kalkulation, dient jedoch zum Verständnis.

Vorgehen
im Detail

Kalkulation mit folgenden Elementen:
Nettobarverkauf CHF 605.--, Skonto 2 %, Rabatt 20 %, Mehrwertsteuer 8,0 %.



Die Berechnungen lauten wie folgt:

Nettoerlös	605.00	= 98 %	
+ Skonto	12.35	+ 2 %	
= Rechnung	617.35	= 100 %	→ 80 %
+ Rabatt	154.35		+ 20 %
= Katalogpreis ohne MWST	771.70		= 100 %
+ MWST	61.75		+ 8,0 %
= Katalogpreis inklusive MWST	833.45		= 108,0 %

In der **aufbauenden** Kalkulation (vom Nettoerlös zum Katalogpreis = Ermittlung des höchsten Katalogpreises, der angeboten werden kann) muss bezüglich der Prozente gemäss der obigen Darstellung vorgegangen werden.

Die Zahlung (Nettoerlös) wird als 98 % betrachtet (weil sie hier ein um 2 % verminderter Betrag ist).
Zum Nettoerlös werden 2 % Skonto addiert ($605.00 : 98 \cdot 2 = 12.35$), ergibt den Rechnungsbetrag 617.35.
Der Rechnungsbetrag wird neu als 80 % betrachtet (weil er hier ein um 20 % verminderter Betrag ist).
Zum Rechnungsbetrag werden 20 % Rabatt addiert ($617.35 : 80 \cdot 20 = 154.35$), ergibt Katalog o/St. 771.70.
Der Katalogpreis 771.70 wird als 100 % betrachtet, weil er der Ausgangspunkt der Steuerberechnung ist.
Zum Katalogpreis werden 8,0 % MWST addiert ($771.70 : 100 \cdot 8,0 = 61.75$), ergibt Katalog m/St. 833.45.

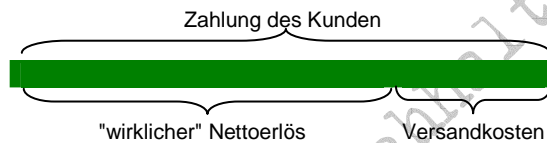
In der **abbauenden** Kalkulation (vom Katalogpreis zum Nettoerlös = Ermittlung des erreichbaren Ertrages) muss nur speziell beachtet werden, dass ein Betrag inklusive Mehrwertsteuer mehr als 100 % beträgt - der Rest kann dann so behandelt werden, "wie er sich liest", nämlich aus der Sicht des Kunden.
Vom Katalogpreis inklusive MWST werden 8,0 % MWST abgezogen ($833.45 : 108,0 \cdot 8,0 = 61.75$), also 833.45 minus 61.75, ergibt den Katalogpreis ohne MWST 771.70.

Der Katalogpreis ohne MWST wird als 100 % betrachtet.
Vom Katalogpreis ohne MWST werden 20 % Rabatt abgezogen ($771.70 : 100 \cdot 20 = 154.35$), also 771.70 minus 154.35, ergibt den Rechnungsbetrag 617.35.
Der Rechnungsbetrag wird als 100 % betrachtet.
Vom Rechnungsbetrag werden 2 % Skonto abgezogen ($617.35 : 100 \cdot 2 = 12.35$), also 617.35 minus 12.35, ergibt den Nettoerlös 605.00.

Behandlung von Versandkosten im "Minimalpreis":

Ein Verkäufer, der seinen Kunden Ware als frankierte Lieferung sendet (Transportkosten, Porto bezahlt), tut gut daran, diese Versandkosten im Verkaufspreis mit einzukalkulieren. Der Minimalpreis, den der Kunde dann zahlt, enthält in einem solchen Fall den entsprechenden Versandkostenanteil.

Auszug aus dem obigen Schema:



Egal, ob der Verkäufer die Versandkosten im Verkaufspreis mit einkalkuliert oder nicht: Der Aufwand, der dem Verkäufer beim Versand der Ware tatsächlich entsteht, wird bei Barzahlung mit dem Buchungssatz Warenertrag / Liquide Mittel gebucht (oder, wenn eine entsprechende Rechnung der Transportfirma besteht: Warenertrag / Kreditoren). Erst dann stellt der Saldo im Konto Warenertrag wirklich den Nettoerlös dar.

- Hinweise*
- Gerade in der verkaufsseitigen Kalkulation ist es wichtig, stufenweise vorzugehen. Das heisst, dass die Kalkulation von zum Beispiel 20 % Rabatt und 2 % Skonto nicht in einer einzigen Ausrechnung mit 22 % berechnet werden kann, da die Bezugsgrössen nicht die selben sind. Es muss stufenweise erst die 20 % Rabatt ausgerechnet werden, was dann die neue Bezugsgrösse für die Ausrechnung der 2 % Skonto ergibt.
 - Auch in der verkaufsseitigen Kalkulation gilt: Die Elemente in der Kalkulation sind beliebig einsetzbar. In der Praxis können Rabatt und/oder Skonto weggelassen werden.
 - Versandkosten können andernorts auch "Ausgangsfracht" heissen.
- Häufige Fehler*
- Falsche Prozentannahme bei den Prozentrechnungen in der aufbauenden Kalkulation. Hier hilft die bildhafte Vorstellung des jeweiligen Wertes: Zum Beispiel kann eine Zahlung nicht immer als 100 % betrachtet werden, gerade dann, wenn sie ein Betrag ist, der bereits um den Skonto vermindert worden ist, und von dem aus nun der Rechnungsbetrag ermittelt werden soll.
 - Berechnung des Skontos direkt vom Katalogpreis, wenn auch noch andere Abzüge (wie Rabatt) vorgenommen werden. Der Skonto darf erst von der Restschuld ausgerechnet werden. Es besteht kein Anspruch auf Skonto von einem höheren Betrag als der Restschuld.
 - Buchung der Versandkosten im Soll des Kontos Warenaufwand. Bloss weil etwas zu Lasten des Unternehmens geht, muss es noch nicht in einem Aufwandkonto gebucht werden. Gerade bezüglich der Kalkulation muss eine strikte Einhaltung des Bereiches gewährt werden: Wenn Frachtspesen für einen Verkauf bestehen, vermindert dies den Erlös. Es erhöht nicht den Einkaufspreis. Deshalb: Warenertrag / Liquide Mittel (oder Warenertrag / Kreditoren).
- Kurz-zusammenfassung*
- Die Dichte der Informationen in diesem Abschnitt ermöglicht keine sinnvolle weitere Zusammenfassung.

- Hinweise für die Einkaufs- und für die Verkaufskalkulation*
- Im Rahmen dieses Kapitels wird der Rabatt jeweils als Unterschied zwischen Katalogpreis und Rechnungsendbetrag betrachtet. Es soll hier ja festgestellt werden, wie sich ein Rabatt auf den Endpreis auswirken würde, wenn er in Anspruch genommen würde. Wenn der Rabatt tatsächlich gewährt wird, kommt dies auch in der Praxis meistens bereits in der Rechnung zum Ausdruck, die dann um den entsprechenden Betrag vermindert wird.
- Im Kapitel Warenkonten ist auch schon einmal die Rede von Rabatt gewesen, doch damit ist nicht dieser Rabatt gemeint, wie er in diesem Kapitel vorkommt. Es ist dort ausdrücklich von *nachträglich* gewährtem Rabatt die Rede, der natürlich in der Praxis wie in der Schule jederzeit auch noch zusätzlich, also nachträglich gebucht werden kann, und der nicht Gegenstand der (theoretischen Voraus-)Kalkulation dieses Kapitels hier ist.
- Die Einkaufskalkulation und die Verkaufskalkulation bestehen im reinen "Durchrechnen" von ganz einfach bestimmten Abzügen beziehungsweise Zuschlägen (je nach Blickrichtung). Sie fallen deshalb nicht unter den Begriff der "Zuschlagskalkulation", wie dies für die Kalkulation gemäss dem folgenden Abschnitt zutrifft.

c) Kalkulation vom Einstandspreis zum Nettoerlös

Übersicht Elemente

So wie sich im Umgang mit Lieferanten nach Elementen wie "Rabatt" oder "Skonto" das Element "Einstandspreis" ergibt, der in der Erfolgsrechnung dem Konto "Warenaufwand" entnommen werden kann, und so wie sich im Umgang mit Kunden nach Elementen wie "Rabatt" oder "Skonto" das Element "Nettoerlös" ergibt, der in der Erfolgsrechnung dem Konto "Warenaufwand" entnommen werden kann, gibt es innerhalb des Unternehmens weitere Elemente, die in die Kalkulation eingebaut werden können, und zwar genau zwischen den Elementen "Einstandspreis" und "Nettoerlös".

Es handelt sich dabei erst einmal um die Elemente "Gemeinkosten" und "Reingewinn".

Die **Gemeinkosten** sind in der Schule alle Aufwände ausser dem Warenaufwand, also die Summe der Salden aller Gemeinkostenkonti.

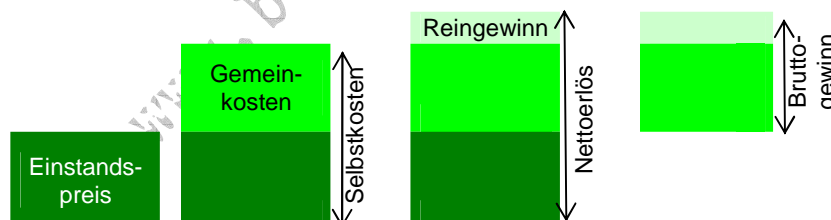
Der **Reingewinn** ist die Differenz zwischen dem Warenaufwand und der Summe *aller* Aufwandkonten (also einschliesslich Warenaufwand).

Dazu kommen noch zwei weitere Elemente, nämlich die Selbstkosten und der Bruttogewinn. Beide haben keine "eigene Position" in der Erfolgsrechnung wie die Konten (wobei die Position "Reingewinn" hier kurzerhand auch einem Konto gleichgesetzt wird, er erscheint jedenfalls in einem gleichen Rang wie ein Konto in der Erfolgsrechnung). Die Selbstkosten und der Bruttogewinn sind gewissermassen Kombinationen von Elementen, die oben bereits vorgestellt worden sind.

Bei den **Selbstkosten** handelt es sich einfach um die Summe der Elemente "Einstandspreis" und "Gemeinkosten". Die Selbstkosten sind also nicht "Neues", nichts "Zusätzliches". Sie sind bloss eine Kombination von etwas bereits Bekanntem, die hin und wieder in der Kalkulation verwendet werden kann.

Beim **Bruttogewinn** handelt es sich einfach um die Summe der Elemente "Gemeinkosten" und "Reingewinn". Auch der Bruttogewinn ist also nicht "Neues", nichts "Zusätzliches". Er ist auch bloss eine Kombination von etwas bereits Bekanntem, die hin und wieder in der Kalkulation verwendet werden kann.

Schematische Darstellung



Buchhalterische Darstellung

Diese Elemente können wie folgt aus der Erfolgsrechnung herausgelesen werden:

		Erfolgsrechnung					
SK	EP	Warenaufwand		300'000	Warenaufwand	NERl	825'000
	GK	Raumaufwand	180'000				
		Lohnaufwand	120'000			BG	
		ÜBA	150'000	450'000			
	RG	Reingewinn		75'000			
				<u>825'000</u>			<u>825'000</u>

EP = Einstandspreis, bestehend aus dem Warenaufwand

GK = Gemeinkosten, bestehend aus den anderen Aufwänden (ausser dem Warenaufwand)

RG = Reingewinn, bestehend aus der Differenz zwischen Ertrag und gesamtem Aufwand

SK = Selbstkosten, bestehend aus Einstandspreis und Gemeinkosten

BG = Bruttogewinn, bestehend aus Gemeinkosten und Reingewinn. Es gibt für den Bruttogewinn auch noch die Berechnungen **NERl** minus **EP**, sowie **WaE** minus **WaA**

NERl = Nettoerlös, bestehend aus dem Warenaufwand

*Vorgehen
im Detail*

Um für die Zukunft kalkulieren zu können, wird erst einmal ausgerechnet, in welchen prozentualen Verhältnissen einige der oben angegebenen Elemente in der Vergangenheit zueinander gestanden haben:

Gemeinkosten in Prozenten des Einstandspreises

$$\text{Gemeinkostenzuschlag} = \frac{\text{Gemeinkosten} \cdot 100}{\text{Einstandspreis}} = \frac{450'000 \cdot 100}{300'000} = 150 \%$$

Mögliche Anwendung dieses Zuschlagssatzes:

Zum Einstandspreis von 300'000 ist ein Zuschlag in der Höhe von 150 % des Einstandspreises für Gemeinkosten dazugeschlagen worden, also 450'000, was die Selbstkosten von 750'000 ergibt.

Reingewinnzuschlag in Prozenten der Selbstkosten

$$\text{Reingewinnzuschlag} = \frac{\text{Reingewinn} \cdot 100}{\text{Selbstkosten}} = \frac{75'000 \cdot 100}{750'000} = 10 \%$$

Mögliche Anwendung dieses Zuschlagssatzes:

Zu den Selbstkosten von 750'000 ist ein Zuschlag in der Höhe 10 % der Selbstkosten für Reingewinn dazugeschlagen worden, also 75'000, was den Nettoerlös von 825'000 ergibt.

Damit ist der Unterschied zwischen Einstandspreis und Nettoerlös in *zwei* Schritten berechnet worden.

Die ganze Berechnung vom Einstandspreis zum Nettoerlös kann aber auch mit *einem einzigen* Zuschlag erfolgen, dem Bruttogewinnzuschlag. Dies ist dann möglich, wenn das Zwischenresultat "Selbstkosten" nicht benötigt wird:

Bruttogewinnzuschlag in Prozenten des Einstandspreises

$$\text{Bruttogewinnzuschlag} = \frac{\text{Bruttogewinn} \cdot 100}{\text{Einstandspreis}} = \frac{525'000 \cdot 100}{300'000} = 175 \%$$

Mögliche Anwendung dieses Zuschlagssatzes:

Zum Einstandspreis von 300'000 ist ein Zuschlag in der Höhe von 175 % des Einstandspreises für Bruttogewinn dazugeschlagen worden, also 525'000, was den Nettoerlös von 825'000 ergibt.

Obwohl mit dem Bruttogewinnzuschlag das selbe erreicht wird wie mit dem Gemeinkostenzuschlag und dem Reingewinnzuschlag zusammen, beträgt der Bruttogewinnzuschlag nicht die Summe von jenen, also nicht 160 %. Dies deshalb, weil bei den beiden anderen Zuschlagssätzen jeweils eine andere Basis zugrunde liegt.

*Kurz-
zusammen-
fassung*

- Die bei diesen Berechnungen verwendeten Zahlen stammen aus der Erfolgsrechnung. Die Erfolgsrechnung enthält die Zusammenfassung der gesamten Geschäftsfälle eines charakteristischen Zeitraumes (normalerweise ein Jahr). Deshalb heissen diese Berechnungen auch **Gesamtkalkulation**.

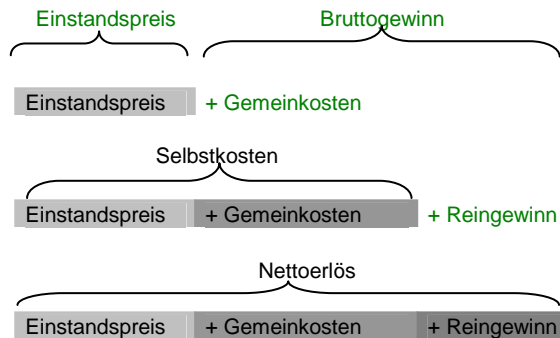
Die Gesamtkalkulation liefert jeweils das *bisherige* prozentuale Verhältnis von

- Gemeinkosten zum Einstandspreis und
 - Reingewinn zu den Selbstkosten
- oder
- Bruttogewinn zum Einstandspreis

- Die Gesamtkalkulation liefert also die durchschnittlichen Werte des gesamten Geschäftsfälle *aus der Vergangenheit*.

Die Zuschlagssätze aus der Gesamtkalkulation können sodann für eine Preisbestimmung eines einzelnen Artikels (oder eine einzelne Artikelgruppe) *für die Zukunft* angewendet werden. Deshalb heisst diese Anwendung **Einzelkalkulation**.

Kurzübersicht,
Schema



Vorgehen
im Detail

Eine Ware zum Einstandspreis von CHF 220.-- soll zum Nettoerlös weiterverkauft werden, wie er sich mit den Zuschlagssätzen aus der vorhin erstellten Gesamtkalkulation ergibt:

Bruttogewinnzuschlag = 175 %
oder
Gemeinkostenzuschlag = 150 % und
Reingewinnzuschlag = 10 %

Mit dem Bruttogewinnzuschlag kann der Nettoerlös in einem einzigen Schritt berechnet werden:

$$\text{Bruttogewinn} = \frac{\text{Einstandspreis} \cdot \text{Bruttogewinnzuschlag}}{100} = \frac{220 \cdot 175}{100} = \text{CHF } 385.--$$

Einstandspreis CHF 220.-- plus Bruttogewinn CHF 385.-- = Nettoerlös CHF 605.--.

Oder der gesuchte Nettoerlös wird in den beiden Schritten des Gemeinkostenzuschlages und des Reingewinnzuschlages berechnet:

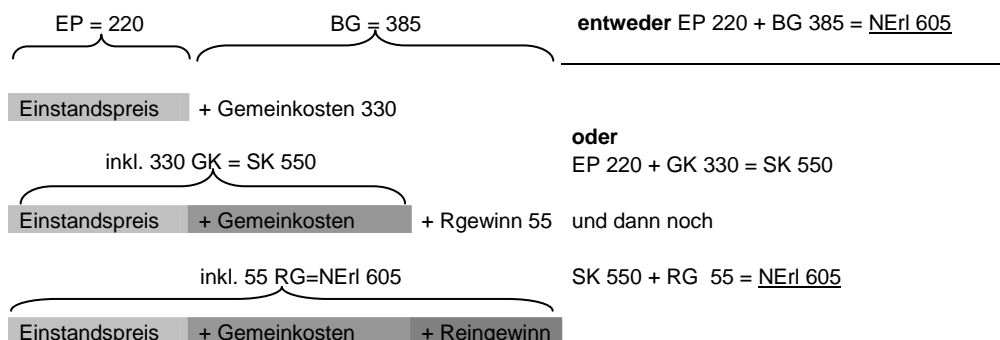
$$\text{Gemeinkosten} = \frac{\text{Einstandspreis} \cdot \text{Gemeinkostenzuschlag}}{100} = \frac{220 \cdot 150}{100} = \text{CHF } 330.--$$

Einstandspreis CHF 220.-- plus Gemeinkosten CHF 330.-- = Selbstkosten CHF 550.--

$$\text{Reingewinn} = \frac{\text{Selbstkosten} \cdot \text{Reingewinnzuschlag}}{100} = \frac{550 \cdot 10}{100} = \text{CHF } 55.--$$

Selbstkosten CHF 550.-- plus Reingewinn CHF 55.-- = Nettoerlös CHF 605.--.

Schema
in der
Anwendung



Kalkulationsfaktor

Es gibt ein weiteres, kurzes Verfahren: Wenn auf Zwischenresultate kein Wert gelegt wird, kann eine bestimmte Grösse mit einem sogenannten Kalkulationsfaktor multipliziert werden, auch Schlüsselzahl genannt, um mit einer einzigen Operation auf das Resultat zu kommen.

Um zum Beispiel für jeden beliebigen Einstandspreis mit nur einer Multiplikation den entsprechenden Nettoerlös zu berechnen, wird der Kalkulationsfaktor mit denjenigen Werten berechnet, die das gewünschte Verhältnis aufweisen (hier die Zahlen von oben):

$$\text{Kalkulationsfaktor} = \frac{\text{Zieleinheit}}{\text{Anfangseinheit}} = \frac{\text{Nettoerlös}}{\text{Einstandspreis}} = \frac{605}{220} = 2,75$$

Der Einstandspreis von CHF 220 kann demnach mit 2,75 multipliziert werden, und schon liegt der entsprechende Nettoerlös vor. Der Einstandspreis von CHF 500 ergäbe demnach CHF 1'375, usw.

Wenn die Berechnung umgekehrt geschehen soll, also vom Nettoerlös zum Einstandspreis, ergibt sich ein Kalkulationsfaktor, der kleiner als 1 ist, der also verkleinert:

$$\text{Kalkulationsfaktor} = \frac{\text{Zieleinheit}}{\text{Anfangseinheit}} = \frac{\text{Einstandspreis}}{\text{Nettoerlös}} = \frac{220}{605} = 0,3636$$

Der Nettoerlös von CHF 605 ergibt aufgrund der Multiplikation mit 0,3636 wiederum den Einstandswert von CHF 220; bei CHF 1'375 wird wieder zu 500 - von Rundungsdifferenzen einmal abgesehen.

Hinweise

- In diesem Abschnitt wurden Zuschlagssätze vorgestellt. Diese geben an, wie ihr Name sagt, um wieviel sich eine Grösse erhöht, also von einem kleineren Ausgangswert auf einen höheren Endwert. Dies darf nicht verwechselt werden mit der **Marge**, die gerade das Gegenteil angibt, nämlich wieviel der Unterschied von einem höheren Ausgangswert zu einem tieferen Endwert beträgt.

Beispiel: Selbstkosten = 20'000, Nettoerlös = 40'000, was einen Reingewinn von 20'000 ergibt.

Der Reingewinnzuschlag beträgt hier 100 % (20'000 mal 100 durch 20'000, oder eben nochmals so viel, also 100 %).

Die Reingewinnmarge beträgt hier aber nur noch 50 % (20'000 mal 100 durch 40'000, oder eben die Hälfte, also 50 %).

Diese beiden Bezeichnungen werden in der Praxis oft verwechselt. Es empfiehlt sich deshalb, einen unbekanntem Geschäftspartner beziehungsweise Gesprächspartner ohne falsche Hemmungen zu fragen, wie er das meint, wenn er von Marge spricht.

- Die oben vorgestellten Kalkulationsmethoden haben ihre Grenzen. So, wie sie vorgestellt worden sind, können sie nur gleiche Verhältnisse reproduzieren. Für eine neue Anwendung sind jedoch nicht immer die selben Proportionen erwünscht. In einem solchen Fall muss Kreativität entwickelt werden. Ein bisher längst akzeptierter Bruttogewinnzuschlag kann zum Beispiel um 10 % erhöht werden usw. Die Formeln aus diesem Abschnitt sind nur Werkzeug, das durchaus auch etwas freier angewendet werden darf - dies führt zu keinem Konflikt mit irgend einem Gesetz. Hauptsache ist in solchen Fällen bloss, dass die wirtschaftlichen Grundsätze und Wünsche beachtet werden.

- Die Kalkulation gemäss diesem Abschnitt c) ist die sogenannte **differenzierte Zuschlagskalkulation** (im Handel) (Zuschlag aufgeteilt in Gemeinkosten und Reingewinn).

Häufige Fehler

- Nichterkennen des Sinnes der drei vorgestellten Formeln. Entweder wird in den beiden Schritten Gemeinkostenzuschlag und Reingewinnzuschlag vorgegangen, oder es wird gleich mit der einzigen Berechnung des Bruttogewinnzuschlages gearbeitet.

- Ausrechnung des Reingewinnzuschlages vom Einstandspreis (so wie der Gemeinkostenzuschlag). Der Reingewinnzuschlag erfolgt jedoch immer nur auf die Selbstkosten, und muss deshalb auch in Prozenten der Selbstkosten ausgerechnet werden.

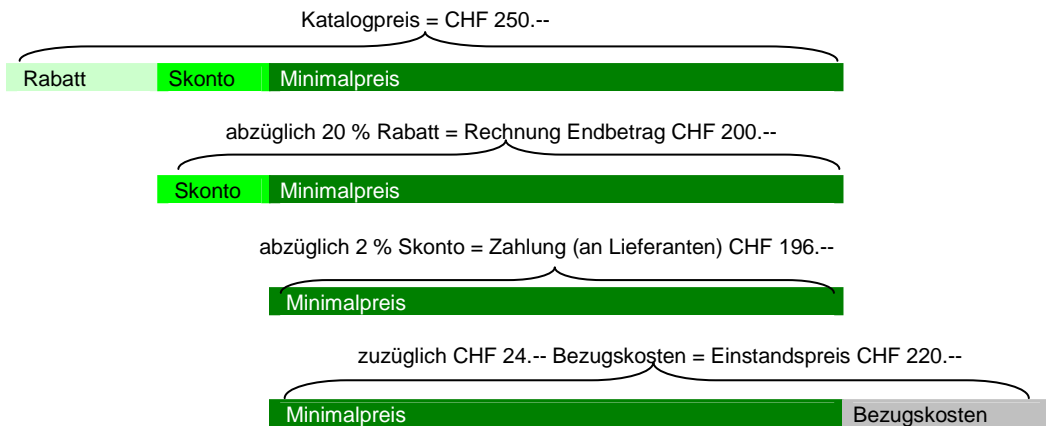
Kurz-zusammenfassung

- Auch hier erlaubt die Dichte der Informationen in diesem Abschnitt keine sinnvolle weitere Zusammenfassung.

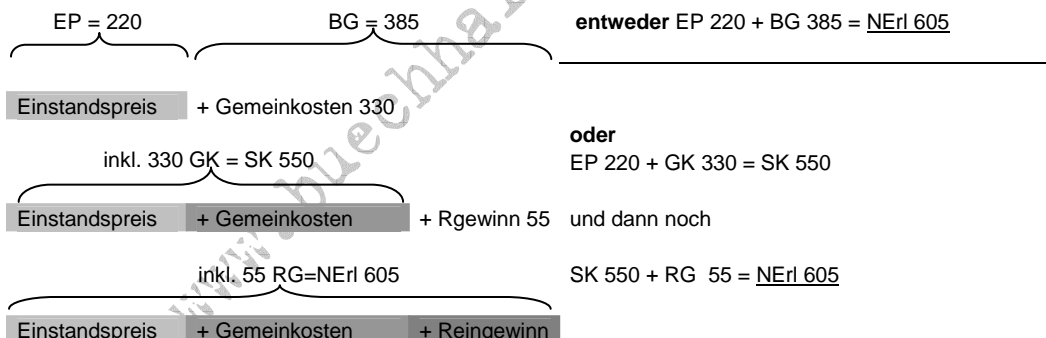
Übersicht
über alle drei
Abschnitte

Alle drei oben vorgestellten Abschnitte greifen ineinander, wie die folgende Zusammenstellung zeigt. (Es bleiben diejenigen Werte eingesetzt, die in den Abschnitten zuvor ermittelt worden sind.)

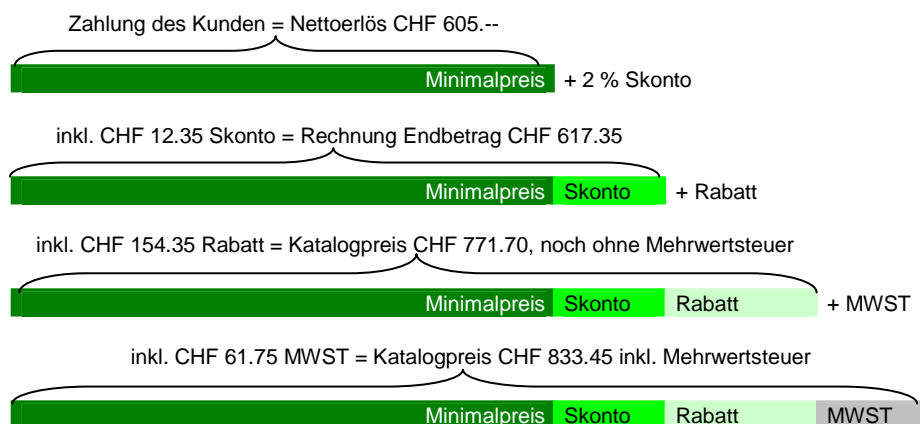
In der Einkaufskalkulation wird eine Ware, die im Katalog des Lieferanten mit CHF 250.-- angeschrieben ist, schlussendlich zum Einstandspreis von CHF 220.-- eingekauft:



Für das Fortbestehen muss ein Unternehmen seine Kosten zurückbezahlt und auch einen angemessenen Reingewinn erhalten. Um dies zu erreichen, wird deshalb zur Deckung von Gemeinaufwand und Reingewinn, ausgehend von den bisherigen Verhältnissen, ein Nettoerlös von CHF 605.-- bestimmt:



Oft liegt preislich ja noch etwas mehr drin als immer nur der Minimalpreis (...man kann es ja zumindest mal versuchen...). Zudem kennt man auch das Phänomen, dass Kunden zufriedener sind, wenn sie einen Rabatt erhalten (auf welcher Preisbasis, sei hier einmal dahingestellt...). Kurz und gut: Es muss nicht schaden, einen zweckmässigen Katalogpreis zu berechnen:

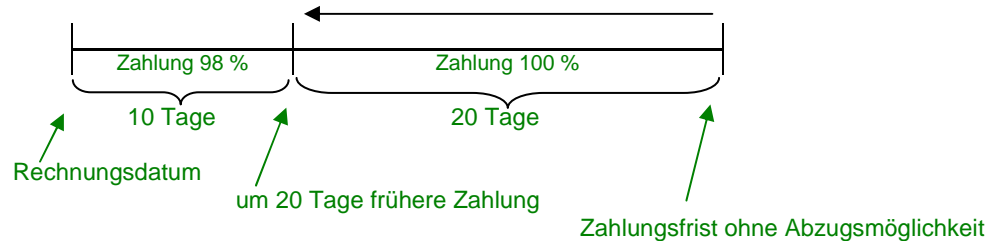


Betrachtung zum Skonto

Der Skonto (ital. "sconto" für "Abzug", was sich zusammensetzt aus dem abgekürzten "es" - dem lateinischen "ex" für "aus, heraus, weg von" - also dem "s" und dann noch "conto" für "Rechnung") ist, wie bereits zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, eine Belohnung für vorzeitige Zahlung.

Bei näherer Betrachtung stellt sich der Skonto jedoch als eine für den Gebenden sehr teure Angelegenheit heraus, derjenige, der den Skonto für sich in Anspruch nehmen kann, ist es somit äusserst ergiebig:

Beispiel: Eine Rechnung über CHF 1'000.-- kann entweder innert 30 Tagen "rein netto" oder innert 10 Tagen unter Abzug von 2 % Skonto bezahlt werden. Dies bedeutet, dass diese CHF 1000 nach 30 Tagen den zu bezahlenden Nettobetrag darstellen, oder dass bei der um 20 Tage verkürzten Zahlungsfrist nur 98 % von den CHF 1000 bezahlt werden müssen:



Wenn der Skonto als Zins betrachtet werden soll, müssen die folgenden Einheiten bereitgestellt werden:

$K = 1000$ (der Rechnungsbetrag, von dem der Prozentwert ausgerechnet wird)
 $p = 2 \%$
 $t = 20$ Tage

t ist hier nicht 10 Tage, wie vielleicht gerne angenommen wird. Die Blickrichtung geht von der spätesten, hier 30-tägigen Zahlungsfrist aus zurück zur maximalen abzugsberechtigten, hier 10-tägigen Zahlungsfrist, was 20 Tage ergibt. Die um 20 Tage früher erfolgte Zahlung berechtigt hier zum Abzug von 2 %. Wenn zum Beispiel sogar 25 Tage früher bezahlt würde, ergäbe sich keine weitere Belohnung, wenn aber bloss 19 Tage früher bezahlt würde, entfielen die ganze Abzugsberechtigung.

Weil sich die 2 % nun nicht auf ein ganzes Jahr beziehen, sondern nur auf einen Teil davon, handelt es sich um einen sogenannten Marchzins. Umgerechnet auf ein Jahr ergibt dies den sehr stattlichen Zins von 36 %!

2 % dividiert durch 20 Tage und multipliziert mit 360 Tagen = 36 %.

Nachgerechnet mit der kaufmännischen Zinsformel wird dies bestätigt:

$$\text{Zinsfuss } p = \frac{\text{Zins} \cdot 100 \cdot 360}{\text{Kapital} \cdot \text{Zinsdauer}} = \frac{Z \cdot 100 \cdot 360}{K \cdot t} = \frac{20 \cdot 100 \cdot 360}{1000 \cdot 20} = \underline{\underline{36 \%}}$$

Skonto wird deshalb nur noch gewährt, wenn er marktüblich oder branchenüblich ist, wenn er also ein notwendiges Verkaufsargument darstellt.

Als Beweggrund für die Gewährung von Skonto spricht somit die Wettbewerbsfähigkeit ("den anderen Anbietern nicht nachstehen"). Die Gewährung von Skonto kann aber auch die Wirkung haben, dass ein sonst eher zahlungsunwilliger Kunde eine Rechnung überhaupt (und dazu sogar noch "zu früh") bezahlt, um sich einen Gewinn nicht entgehen zu lassen.