

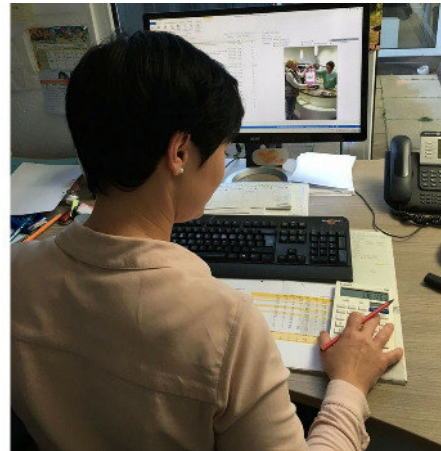
## Deckungsbeitragsrechnung - ein absolutes MUSS

Vertrieb auf vielen Kanälen ist wie das Balancieren mit mehreren Bällen: Immer darauf achten, dass man keinen verliert und alle im Spiel bleiben.

Leider ist der Umsatzrhythmus der verschiedenen Vertriebskanäle nicht so synchron wie runde Bälle, was den Überblick schwierig macht.

Zusätzlich verändern sich durch die Komplexität unserer Umwelt und Schnelligkeit unseres Alltags Gegebenheiten oft rasant.

Ein neuer Konkurrent betritt den Markt, ein Mitbewerber scheidet aus, Leerstände werden nicht nachbesetzt, immer mehr Marktteilnehmer streben auf die namhaften Online-Plattformen: Alles Faktoren, die die Marktsituation rasch verändern können. Es gehen Umsätze in Vertriebskanälen verloren und es wird nicht bemerkt, da die notwendigen aktuellen differenzierten Daten fehlen.



Hier ist schnelles Reaktionsvermögen gefragt, welches schwierig wird, wenn ich nicht weiß wo ich stehe.

Um den Überblick über die Erfolgsparameter der Vertriebskanäle im Auge zu behalten, ist ein hohes Maß an Differenzierung und Schnelligkeit notwendig.

### Diese wird durch mehrere Komponenten oft erschwert:

1. Die Buchhaltung karrt den Monatsergebnissen oft bis zu 2 Monaten hinterher, so dass im ungünstigsten Fall im Januar sichtbar ist, was im November passiert ist.
2. In vielen Fällen werden Wareneinkäufe gebucht und keine Wareneinsätze, denn dazu müssten die Bestandsveränderungen monatlich gebucht werden.
3. So kann nur mit erheblichem Aufwand einer Nebenrechnung über die WWS-Rohertragsquoten ein Rohertrag errechnet werden.
4. Auch hier ist mit Behinderung zu rechnen, da keine saubere Definition des Begriffes Rohertrag gegeben ist. Die Warenwirtschaftssysteme bieten oft drei Varianten an und der Ausweis, was genau an OUTPUT aufgerufen wurde unterbleibt. Wer nicht gerade täglich mit Zahlen arbeitet, hat es schwer hier die richtigen Ergebnisse zu ziehen.
5. Voraussetzung einer Bestandsveränderungsbuchung ist eine sauber gepflegte Warenwirtschaft, in der alle Warengruppen und alle Warenbewegungen enthalten sind.

Einzig: In der Regel sind alle Vertriebskanäle in der Warenwirtschaft als solche auch angelegt.

Hat man nun endlich einen Rohertrag für die einzelnen Vertriebskanäle erhalten, ist ein großer Schritt Richtung Transparenz getan, denn mit dem Rohertrag ist eine wesentliche Erfolgskomponente offengelegt.

Die Buchhaltung ist in vielen Fällen relativ undifferenziert, gerade wenn es um die beiden größten Kostenpositionen Personal- und Raumkosten geht.

Raumkosten werden in der Regel noch differenziert kontiert, was bei den Personalkosten häufig nicht der Fall ist.

Gerade im Online-Bereich fehlt häufig eine Personalkostenzuordnung, die aber notwendig ist, um reale Ergebnisse abzubilden. Das Argument: „Mitarbeiter sind eh da und können Päckchen packen“ hinkt, denn für Päckchen packen sind Verkaufsmitarbeiter zu teuer.

Daher ist eine Personalkostenaufteilung nach Vertriebskanälen zwingend notwendig. Sinn macht zudem Werbekosten zu differenzieren, da sie ein Hebel in der Umsatzgenerierung sein können.

Im Online-Bereich ist es zwingend notwendig, Gebühren, Versand-Portokosten und IT-Kosten zu differenzieren.

**Erst dann ist es möglich, ein reales Ergebnis je Vertriebskanal ablesen zu können.**

Eine zeitnah erstellte Deckungsbeitragsrechnung zeigt genau, in welchen Vertriebskanälen Ergebnisse generiert werden und wo Handlungsbedarf besteht. So kann zeitnah unterjährig entsprechend reagiert werden.

Beispiel Rohertrag: Schwächelnde Vertriebskanäle kurzfristig auf Kalkulation und Reduzierungsplanungen der nächsten Monate prüfen; mittelfristig in der nächsten Einkaufsplanung mehr auf Rabatte/Margen achten.

Gesamtunternehmen				
Filiale 1	Filiale 2	e-shop	e-Plattform	Overhead
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> <li>Wareneinsatz</li> <li>Rohertrag</li> <li>Personalkosten</li> <li>Raumkosten</li> <li>Werbung</li> <li>Umlage Overhead</li> <li>Filialergebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> <li>Wareneinsatz</li> <li>Rohertrag</li> <li>Personalkosten</li> <li>Raumkosten</li> <li>Werbung</li> <li>Umlage Overhead</li> <li>Filialergebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> <li>Wareneinsatz</li> <li>Rohertrag</li> <li>Personalkosten</li> <li>Raumkosten</li> <li>Werbung</li> <li>Gebühren</li> <li>Fracht/Porto</li> <li>IT/EDV</li> <li>Umlage Overhead</li> <li>Filialergebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> <li>Wareneinsatz</li> <li>Rohertrag</li> <li>Personalkosten</li> <li>Raumkosten</li> <li>Werbung</li> <li>Gebühren</li> <li>Fracht/Porto</li> <li>IT/EDV</li> <li>Umlage Overhead</li> <li>Filialergebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> <li>Warenverrechnungen (Boni/Skonti)</li> <li>Personalkosten</li> <li>Sonst. allgem. Kosten</li> </ul>

Hilfreich ist zudem eine Hochrechnung vom jeweiligen Zeitpunkt auf das Gesamtjahr, um zu sehen, wohin sich das Unternehmen und einzelne Vertriebskanäle entwickeln.

Neben den kurzfristigen Eingriffsmöglichkeiten ist eine Deckungsbeitragsrechnung zwingend, um mittel- und langfristig unternehmensstrategische Entscheidungen zu treffen.

**Fazit:**

Eine fehlende Deckungsbeitragsrechnung begrenzt die unternehmerischen Entscheidungsspielräume auf ein Minimum und gefährdet eine langfristige Unternehmensentwicklung.

Die CONVENTA bietet mit ihrem digitalen Controllingsystem die Möglichkeit für Ihr Unternehmen zeitnahe Profitcenterrechnungen auch mit entsprechenden Hochrechnungen zu erstellen.

Gerne erstellen wir Ihnen dazu ein individuelles Angebot! Lassen Sie uns darüber sprechen!

Sigrid Wies  
Beratungsspezialistin Controlling

**Kontaktformular – bitte per Fax 06182-928-2508 oder per Mail  
nicole.baumann@conventa.de zurücksenden!**

CONVENTA Unternehmensberatungsgesellschaft mbH  
Nicole Baumann  
Nord-West-Ring-Str. 11  
D-63533 Mainhausen

**Dieser Artikel hat unser Interesse geweckt...**

- Football-Index: Was tun bei Frequenzverlust**
  - Überblick Verkauf/Vertriebsplattformen**
  - Kombination on/offline als ganzheitlicher Strategie-Ansatz**
  - Deckungsbeitragsrechnung – ein absolutes MUSS**
  - 10 Tipps für on/offline Marketing**
- 

- Bitte geben Sie uns Bescheid sobald ein Workshop zu diesem Thema angeboten wird.**
- Wir haben Informationsbedarf und bitten um Rückruf**

**Telefonnr.:** \_\_\_\_\_ **Ansprechpartner:** \_\_\_\_\_

**Name des Unternehmens:** \_\_\_\_\_