Dr. Hans Hahn, Helge Meyer

Rechnungswesen

Bürokaufmann/Bürokauffrau
Kaufmann/Kauffrau
für Bürokommunikation

3. Auflage

Bestellnummer 31501

Bildungsverlag EINS

Haben Sie Anregungen oder Kritikpunkte zu diesem Produkt?
Dann senden Sie eine E-Mail an 31501_003@bv-1.de
Autoren und Verlag freuen sich auf Ihre Rückmeldung.

Legende der verwendeten Symbole:

Allgemeine Wirtschaftslehre AWL

Spezielle Wirtschaftslehre SWL

Bildquellenverzeichnis

Elisabeth Galas, Bad Neuenahr/Bildungsverlag EINS GmbH, Troisdorf, S. 8
dpa-infografik GmbH, Hamburg, S. 273
MEV Verlag GmbH, Augsburg, S. 9

www.bildungsverlag1.de

Bildungsverlag EINS GmbH
Sieglarer Straße 2, 53842 Troisdorf

ISBN 978-3-427-**31501**-8

© Copyright 2010: Bildungsverlag EINS GmbH, Troisdorf
Das Werk und seine Teile einschließlich der CD/DVD sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.
Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Vorwort

Dieses Buch erfüllt die Anforderungen der Richtlinien für den Ausbildungsberuf **„Bürokaufmann/Bürokauffrau“**.
Neben der Integration von **Buchführung** und **Rechnen** haben die Autoren in allen Kapiteln die Inhalte des Rechnungswesens betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen in Produktions-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen zugeordnet, um den Anforderungen dieses Querschnittsberufes gerecht zu werden.

Lehrplangemäß werden Kenntnisse und Fertigkeiten in der Erfassung, Aufbereitung und Auswertung von Informationen zur Planung, Steuerung und Kontrolle vermittelt.
Wegen der Ausbildung in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen – Industrie, Handel, Handwerk und Dienstleistungsbereich – haben die Autoren den Buchungsteilen den von der **ZPA** in Anlehnung an den **Industriekontenrahmen** (IKR) zusammengestellten Kontenrahmen zugrunde gelegt, weil dieser

- nach dem im Rahmenlehrplan geforderten Abschlussgliederungsprinzip aufgebaut ist und
- eine Querschnittsorientierung hinsichtlich der Branchen ermöglicht.

Bewusst verzichten die Autoren auf die Darstellung von Spezialkenntnissen. Statt dessen vermitteln sie Grundstrukturen des Faches in starker Einbindung in betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, indem die wichtigsten Lerninhalte mithilfe von Belegen problematisiert werden. Dadurch können mit diesem Buch schon wesentliche Vorerfahrungen für den bürowirtschaftlichen Unterricht gesammelt werden.

Auf Querverbindungen, die in dem entsprechenden AWL- bzw. SWL-Buch derselben Reihe vertieft werden können, wird durch besondere Symbole hingewiesen (siehe Seite 2).
Die einzelnen Themenbereiche werden am Beispiel eines Büromöbelherstellers (**Modellunternehmen Bürodesign GmbH**) erarbeitet, der mit einem mehrperspektivisch orientierten Absatzprogramm – Produkte, Handelswaren, Dienstleistungen – dem Querschnittsgedanken besonders gerecht wird und eine einseitige Orientierung an Industrieunternehmen vermeidet.

Jedes Kapitel wird mit einer unternehmens- und fachtypischen Handlungssituation eingeleitet. Über Arbeitsaufträge werden die Schüler zur eigenständigen Lösung aufgefordert. Mit der verständlichen und illustrierten Darstellung und Erklärung der Inhalte an Beispielen werden Hilfen zur Entwicklung von eigenen Lösungsvorschlägen und damit zu einer identifizierenden Handlungsorientierung angeboten.

Jedes Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der Lernstruktur und einem umfangreichen Aufgabenteil. Durch den hohen Stellenwert des Aufgabenteils haben auch lernschwächere Schüler die Möglichkeit, die Bestandteile des Rechnungswesens systematisch einzuüben. Ein umfangreiches Lehrerhandbuch enthält ausführliche Lösungen.
Zum Inhalt der beiliegenden CD-ROM siehe Umschlagseite 3.

Die Verfasser

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

Ein Industrieunternehmen stellt sich vor 7

1 Aufgaben des Industrieunternehmens und Aufgabenbereiche des betrieblichen Rechnungswesens 15

2 Mathematische Grundlagen des Rechnungswesens 21
2.1 Dreisatz 21
2.2 Durchschnittsrechnen 24
2.3 Verteilungsrechnen 27
2.4 Prozentrechnen 31
2.4.1 Größen der Prozentrechnung 31
2.4.2 Prozentrechnen auf und im Hundert (vom vermehrten und verminderten Grundwert) 37

3 Einführung in die Systematik der Buchführung 41
3.1 Rechtsgrundlagen der Buchführung 41
3.2 Inventur, Inventar, Bilanz 43
3.2.1 Inventur und Inventurarten 43
3.2.2 Inventar einschließlich Eigenkapitalvergleich 50
3.2.3 Ableitung der Bilanz aus dem Inventar 57
3.3 Grundlegende Buchungen auf Bestandskonten 61
3.3.1 Wertbewegungen in der Bilanz 61
3.3.2 Eröffnung und Führung von Bestandskonten 68
3.3.3 Buchungssatz 73
3.3.4 Buchung von Geschäftsfällen im Grundbuch und im Hauptbuch 77
3.3.5 Abschluss der Bestandskonten 80
3.3.6 Eröffnungs- und Schlussbilanzkonto 84
3.4 Erfolgs- oder Ergebniskonten 89
3.5 Kauf und Verkauf von Handelswaren 100
3.6 Umsatzsteuersystem und Umsatzsteuerbuchungen 103
3.7 Privatkonto im Einzelunternehmen und in Personengesellschaften 114
3.8 Organisation der Buchführung 122
3.8.1 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) 122
3.8.2 Kontenrahmen (nach IKR) und Kontenplan 124
3.8.3 Nebenbücher der Buchführung 130
3.9 Buchung von Belegen und Leistungen eines Finanzbuchhaltungsprogramms 135
3.10 Jahresabschluss und Lagebericht der Kapitalgesellschaften 148

4 Besondere Buchungen in den betrieblichen Funktionsbereichen 161
4.1 Materialwirtschaft 161
4.1.1 Bezugskalkulation 161
4.1.2 Sofortrabatte und Anschaffungsnebenkosten in der Buchführung 166
4.1.3 Gutschriften von Lieferern für Rücksendungen und Nachlässe 173
4.2 Absatzwirtschaft 179

4.2.1 Verkäufe von Erzeugnissen, Handelswaren und Dienstleistungen unter Anwendung der Verkaufskalkulation für Handelswaren . . . 179
4.2.1.1 Vorwärtskalkulation . . . 179
4.2.1.2 Rückwärts- und Differenzkalkulation . . . 183
4.2.1.3 Kalkulationsvereinfachungsverfahren . . . 187
4.2.1.4 Währungsrechnen . . . 195
4.2.2 Sofortrabatte, Verpackungskosten, Frachten, Vertriebsprovisionen . . . 200
4.2.3 Rücksendungen durch Kunden und Gutschriften . . . 205
4.2.4 Bestandsveränderungen . . . 213
4.2.4.1 Bestandsveränderungen an Materialien und Handelswaren . . . 213
4.2.4.2 Bestandsveränderungen an unfertigen und fertigen Erzeugnissen . . . 219
4.3 Finanzwirtschaft und Zahlungsverkehr . . . 226
4.3.1 Kaufmännische Zinsrechnung . . . 226
4.3.2 Zahlungsverkehr mit Lieferern und Kunden . . . 233
4.3.3 Vorzeitige Zahlung mit Skontoabzug . . . 237
4.3.4 Aufnahme und Rückzahlung von Krediten . . . 247
4.3.5 Berechnung und Buchung von Forderungsausfällen . . . 254
4.4 Personalwirtschaft . . . 258
4.4.1 Löhne, Gehälter und Lohnnebenkosten . . . 258
4.4.2 Buchung der Löhne und Gehälter . . . 269
4.5 Anlagenwirtschaft . . . 283
4.5.1 Berechnung der Anschaffungskosten von Anlagen und ihre Buchung . . . 283
4.5.2 Planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen . . . 286
4.5.3 Verkauf von Anlagegütern . . . 300
4.5.4 Darstellung des Anlagevermögens bei Kapitalgesellschaften im Anlagenspiegel (Anlagengitter) . . . 303
4.6 Arbeiten zur Vorbereitung des Jahresabschlusses . . . 311
4.6.1 Posten der Rechnungsabgrenzung . . . 311
4.6.2 Sonstige Verbindlichkeiten und sonstige Forderungen . . . 317
4.6.3 Rückstellungen . . . 322
4.6.4 Bewertung nach Handelsrecht . . . 328
4.6.5 Hauptabschlussübersicht (Betriebsübersicht) . . . 339
4.7 Betriebsstatistik . . . 345
4.8 Auswertung des Jahresabschlusses und Finanzierungsaspekte . . . 353
4.8.1 Auswertung der Bilanz mithilfe von Kennzahlen zum Vermögensaufbau, zur Finanzierung, Investierung und Liquidität . . . 353
4.8.2 Auswertung der Gewinn- und Verlustrechnung mithilfe von Kennzahlen zur Ertragslage . . . 364

5 Kosten- und Leistungsrechnung . . . 373
5.1 Kosten- und Leistungsrechnung als Vollkostenrechnung . . . 373
5.1.1 Aufgaben und Stufen der Kosten- und Leistungsrechnung . . . 373
5.1.2 Grundkosten und neutraler Aufwand, Leistungen und neutrale Erträge . . . 376
5.1.3 Statistische Ermittlung des Betriebsergebnisses durch eine Abgrenzungsrechnung . . . 383
5.1.4 Kostenrechnerische Korrekturen durch Erfassen von Zusatzkosten . . . 389
5.1.5 Gliederung der Kostenarten . . . 400
5.1.6 Kostenstellenrechnung . . . 408
5.1.7 Kostenträgerrechnung als Vollkostenrechnung . . . 414
5.1.8 Vollkostenrechnung mit Ist- und Normalkosten und Abstimmung des Betriebs- und Umsatzergebnisses . . . 433

5.2 Kosten- und Leistungsrechnung als Teilkostenrechnung 440
5.2.1 Markt- statt Kostenorientierung in der Kostenrechnung 440
5.2.2 Deckungsbeitragsrechnung für ein Produkt und für Produktgruppen 445
5.2.3 Teilkostenrechnung als Entscheidungsinstrument bei der Produktions- und Absatzplanung 450
5.3 Plankosten als Maßstäbe des Controllings 457

Sachwortverzeichnis 462

Anhang: Kontenrahmen in Anlehnung an den IKR

1 Aufgaben des Industrieunternehmens und Aufgabenbereiche des betrieblichen Rechnungswesens

Während ihres ersten Rundgangs durch den Betrieb mit Frau Jäger wird Silvia Land, die Auszubildende zur Bürokauffrau, auch der Leiterin des Rechnungswesens, Frau König, vorgestellt. Diese schildert Silvia Land die besondere Bedeutung des Rechnungswesens für das Unternehmen: „Ich habe das Gefühl, dass meine Abteilung das Nachrichtenzentrum für die Unternehmensleitung und die anderen betrieblichen Abteilungen ist. Noch vor wenigen Minuten wollte Frau Grell, Gruppenleiterin „Auftragsbearbeitung", den Kontostand der Büromöbelgroßhandlung Klaus Oswald e. K. wissen. Herr Stein hat vor einer halben Stunde nach dem Umsatz des Schreibtisches „Chef 2000" im ersten Quartal gefragt.
Wir sind eigentlich das große Gedächtnis des Unternehmens, ohne uns würde manches drunter und drüber gehen."

Arbeitsaufträge

- Erläutern Sie anhand des Schaubildes auf S. 16 die Notwendigkeit des Rechnungswesens für die Bürodesign GmbH.
- Stellen Sie einen Aufgabenkatalog des Rechnungswesens zusammen, aus dem hervorgeht, dass das Rechnungswesen ein Informationssystem für die Geschäftsleitung, für die Abteilungsleiter und für Kreditgeber und Behörden ist.

● Aufgaben der Industriebetriebe

AWL

Täglich **kauft** der Industriebetrieb **Werkstoffe** (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe) und **Betriebsmittel** (Maschinen, Werkzeuge) bei seinen **Lieferern ein**.

Die Werkstoffe werden sofort oder nach einer Zeit der **Lagerung** im **Produktionsprozess** zu neuen **Erzeugnissen** be- oder verarbeitet. Die fertigen Erzeugnisse werden auf dem **Absatzmarkt** an die Kunden (Großhandel, Einzelhandel, Großverbraucher) verkauft. Die neuen Erzeugnisse sind neben Dienstleistungen wie Kundenberatung bei der Entwicklung und Gestaltung neuer Büroeinrichtungen, Montage und Wartung verkaufter Erzeugnisse und die Entsorgung von Verpackungen die typischen Leistungen des Industrieunternehmens.

Beispiele Die Bürodesign GmbH:
- kauft fast täglich Span- und Tischlerplatten, Furniere, Polsterstoffe, Leim, Lack, Hartwachs und Schrauben von verschiedenen Lieferern (vgl. S. 13) ein,
- verarbeitet diese auftragsgemäß mithilfe von Maschinen wie Sägen, Hobelmaschinen, Fräsen, Bohrmaschinen und Pressen,
- verarbeitet diese zu Designermöbeln für Büros wie Schreibtische, Drehstühle, Regalsysteme, Konferenztische, Stapelstühle (vgl. S. 10 f.),
- und liefert diese an Groß- und Einzelhandelskunden, die überwiegend zum Bürobedarfs- und Einrichtungsfachhandel zählen (vgl. S. 12).

Die **menschlichen Arbeitsleistungen**, **Werkstoffe** und **sonstigen Güter**, die das Industrieunternehmen zur Erfüllung seiner Aufgaben beschaffen und einsetzen muss, werden als **Produktionsfaktoren** bezeichnet.

Produktionsfaktoren		
menschliche Arbeitsleistung	**Betriebsmittel**	**Werkstoffe**
– **leitende** Arbeiten des Unternehmers – **ausführende** Arbeiten der Angestellten und Arbeiter	– Grundstücke – Lagergebäude – Verwaltungsgebäude – Fertigungshallen – Gabelstapler – Maschinen – Regale – Büromöbel, -maschinen – Pkw und Lkw	– Rohstoffe (Holz, Metalle) – Hilfsstoffe (Leim, Lacke, Schrauben) – Betriebsstoffe (Verpackungsmaterial, Brennstoffe, Prospektmaterial)

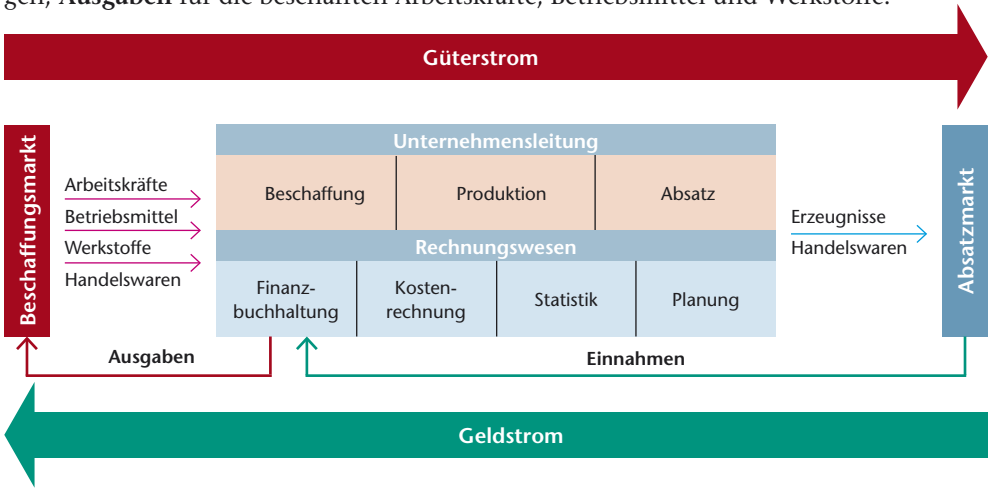
Sachziele der Industriebetriebe sind Produktion und Vertrieb von Erzeugnissen und **damit verbundene Dienstleistungen** wie Kundenberatung, Kundenschulungen, Montage verkaufter Erzeugnisse, Reparaturen verkaufter Erzeugnisse sowie der Verkauf von Handelswaren, die das Produktionsprogramm ergänzen.

Beispiel Sachziel der Bürodesign GmbH ist die Produktion und der Vertrieb von Designermöbeln für das Büro, der Handel mit bürowirtschaftlichen Zubehör sowie entsprechenden Dienstleistungen.

AWL

AWL

Güter- und Geldströme im Industrieunternehmen: Vom **Beschaffungsmarkt**, auf dem Lieferer anbieten, fließt ein **Strom von Gütern und Dienstleistungen** in das Industrieunternehmen. **Beim Verkauf strömen Güter und Dienstleistungen zu den Kunden am Absatzmarkt.** Diesen Güter- und Dienstleistungsströmen stehen andererseits **Geldströme** gegenüber: **Einnahmen** aus dem Verkauf von Erzeugnissen und Dienstleistungen, **Ausgaben** für die beschafften Arbeitskräfte, Betriebsmittel und Werkstoffe.



Um die Produktionsfaktoren beschaffen und einsetzen zu können, benötigt das Industrieunternehmen **finanzielle Mittel**. Diese besorgt die Abteilung **Finanzierung** von verschiedenen Geldgebern wie dem Unternehmer, den Banken, Lieferern und Gesellschaftern.

Die **Beschaffung** der Produktionsfaktoren führt zu **Ausgaben** für das Industrieunternehmen. Über die Erlöse aus dem **Verkauf der Produkte (Umsatzerlöse)** an die Kunden werden Einnahmen erzielt. Damit fließen ursprünglich ausgegebene finanzielle Mittel wieder in das Unternehmen zurück. Es ist im Allgemeinen das Ziel des Unternehmers in der Marktwirtschaft, einen **Überschuss** der Einnahmen gegenüber den Ausgaben zu er-

zielen. Das ist sein **positiver Erfolg**, sein **Gewinn**. Er setzt sich jedoch auch dem Risiko aus, einen **negativen Erfolg**, einen **Verlust**, zu erleiden.

Im Industrieunternehmen werden die Einzelaufgaben wie Einkauf, Produktion, Verkauf und die Verwaltung von einzelnen Abteilungen ausgeführt, die sich auf die Erledigung der jeweiligen besonderen Arbeiten spezialisiert haben (vgl. auch Organigramm der Bürodesign GmbH S. 9).

Einzelaufgaben in den Aufgabenbereichen des Rechnungswesens

- **Finanzbuchhaltung:** Die Finanzbuchhaltung erfasst
  - die **Einnahmen** und **Ausgaben** zwischen Betrieb und Außenwelt (Kunden, Lieferer, Arbeitnehmer, Kreditinstitute, Versicherungsgesellschaften, Behörden) und damit die **Veränderungen des Vermögens und der Schulden**.

    Beispiel Die Buchhalterin Frau Kiefer erfasst die Kassenbelege, wie z. B. Barkäufe von Briefmarken, Barzahlung von Fracht, Benzin, Bareinkauf von Büromaterial, Barverkäufe von Erzeugnissen auf dem Kassenkonto, indem sie Einnahmen und Ausgaben gegenüberstellt.

Einnahmen		Kasse	Ausgaben
Anfangsbestand	2270,00	Porto	28,00
AR 85	195,00	Benzin	104,00
AR 105	217,00	Büromaterial	196,00
		Endbestand	2354,00
	2682,00		2682,00

  - den **Werteverzehr** (**Aufwendungen**) durch den Einsatz für Werkstoffe, Personal, Dienstleistungen und den **Wertzuwachs** (**Erträge**) über die Einnahmen durch Verkauf von Erzeugnissen an Kunden.

    Beispiel Im Monat Oktober wurden Büromöbel im Werte von 360000,00 EUR verkauft. Dafür wurden im selben Monat Ausgaben für Material, Löhne, Gehälter, Miete, Büromaterial von insgesamt 320000,00 EUR getätigt. Der Erfolg, in diesem Fall ein Gewinn, beträgt 40000,00 EUR.

  - die **Werte** (Gewinn, Umsatzerlös), die vom Finanzamt für die **Festlegung von Steuern** benötigt werden.

- **Kostenrechnung:** Die Hauptaufgabe der Kostenrechnung besteht darin, Unterlagen zur Berechnung der Verkaufspreise zu beschaffen und die **Verkaufskalkulation** aller Produkte und Handelswaren durchzuführen.

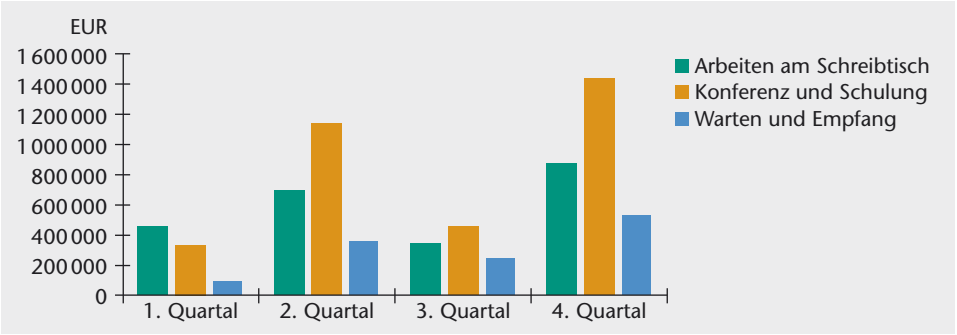
  Beispiel Für die Unterbreitung eines Angebots benötigt Herr Stam in der Abteilung Absatz den Verkaufspreis eines Kombinationsschreibtisches „Modulo“.

  Ausgaben für Werkstoffe, Löhne, Gehälter, Büromaterial usw. sollen über die Verkaufspreise der Erzeugnisse wieder hereingeholt werden. Deshalb müssen diese Ausgaben vollständig festgehalten und bei der Kalkulation berücksichtigt werden.

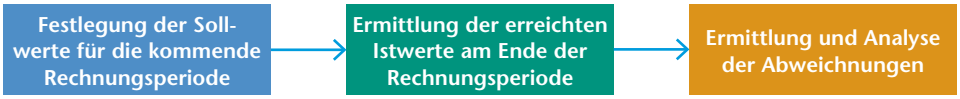
- **Statistik:** Sie ermittelt für die Unternehmensleitung beispielsweise den Anteil einzelner Produktgruppen am Gesamtumsatz (vgl. Diagramm), die Ausgaben des Unternehmens in verschiedenen Zeiträumen für den Einsatz des Personals und anderer Produktionsfaktoren. Die Statistik **sammelt** betriebliches und außerbetriebliches **Zahlenmaterial**. Sie **ordnet** diese Daten übersichtlich in **Tabellen** und bemüht sich um eine **Darstellung in Schaubildern**.

  Beispiel Herr Stein und Frau Friedrich erwarten als Geschäftsführer der Bürodesign GmbH eine grafische Darstellung der Quartalsumsatzerlöse der drei Produktgruppen.

Mit einem Blick übersehen sie so die Bedeutung der einzelnen Produktgruppen und deren Entwicklung im Laufe des Geschäftsjahres.



- **Planung:** Die in der Finanzbuchhaltung und in der Statistik und auch teilweise in der Kostenrechnung ermittelten **Istwerte der Vergangenheit** bilden die Grundlage für zukünftige Planungen. Für solche Planungen werden **Sollwerte für die kommende Rechnungsperiode** geschätzt und in Plänen festgehalten. So entstehen Absatz-, Beschaffungs-, Personal-, Lager-, Produktions-, Finanz- und Investitionspläne. Die einzelnen Pläne werden dann am Ende der Rechnungsperiode mit den tatsächlich erreichten Istwerten verglichen und anschließend werden die **Abweichungen** festgestellt und analysiert.

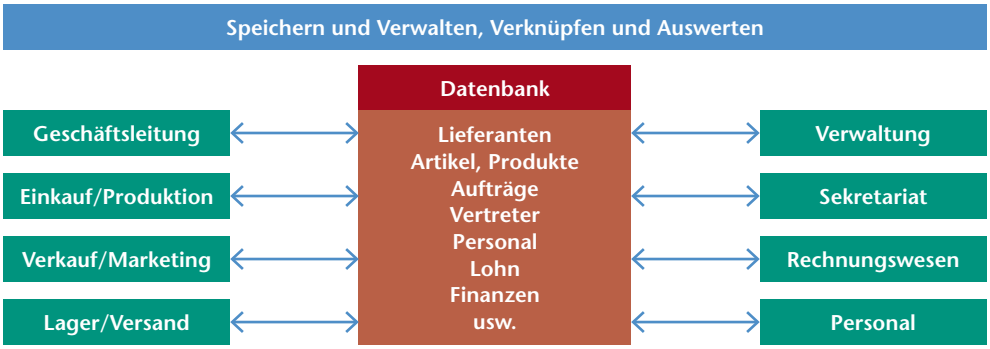


Beispiel

Soll- und Ist-Umsatz des Produktes „Regalsystem Wikinger“			
Planungsperiode	Sollumsätze EUR	Istumsätze EUR	Abweichungen EUR
Oktober	7 700,00	9 240,00	+ 1 540,00
November	9 900,00	8 800,00	– 1 100,00
Dezember	11 000,00	11 660,00	+ 660,00

SWL

Das Rechnungswesen ist vergleichbar mit einer **Datenbank**, in der Daten von allen Funktionsbereichen gesammelt und von allen Bereichen für die unterschiedlichsten Zwecke abgerufen werden.



	A	B	C	D	E
1	**Preiskalkulation (Differenzkalkulation)**				
2	Wenn Listeneinkaufs- bzw. Bezugspreis und der Listenverkaufspreis durch Marktbedingungen vorge-				
3	geben sind, so muss untersucht werden, ob der verbleibende Gewinn ausreicht.				
4	**Kalkulationsschema**	%	EUR		Eingaben C5,B6,C8,B10,B14,C15
5	Listeneinkaufspreis		200,00	Eingabe.	**Formeln**
6	- Liefererrabatt	25,00	50,00		=C5*B6/100
7	= Zieleinkaufspreis		150,00		=C5-C6
8	+ Bezugskosten		10,00	Eingabe.	
9	= Bezugspreis (Einstandspreis)		160,00		=C7+C8
10	+ Handlungskosten	25,00	40,00		=C9*B10/100
11	= Selbstkostenpreis		200,00		=C9+C10
12	+ Gewinn	**9,25**	**18,50**		C12:=C13-C11 und B12:=C12*100/C11
13	= Barverkaufspreis		218,50		=C15-C14
14	+ Kundenrabatt (i. H.)	5,00	11,50		=C15*B14/100
15	= Listenverkaufspreis		230,00	Eingabe.	

Rückwärts- und Differenzkalkulation

Rückwärtskalkulation	Differenzkalkulation
– durch Markt vorgegebener Listenverkaufspreis	– durch Markt vorgegebener BP (EP) und LVP
– Ermittlung des aufwendbaren BP (EP)	– Ermittlung des verbleibenden Gewinns

Schema zur Ermittlung des BP (vgl. S. 184)

Schema zur Ermittlung des verbleibenden Gewinns (vgl. S. 185)

1. Ein Unternehmen möchte einen Artikel neu in sein Sortiment aufnehmen. Aus Konkurrenzgründen soll dieser Artikel zu einem Listenverkaufspreis von 1 700,00 EUR verkauft werden. Das Unternehmen kalkuliert mit folgenden Sätzen: 30 % Handlungskosten, 20 % Gewinn, 3 % Kundenskonto und 5 % Kundenrabatt.
   Zu welchem Bezugspreis (Einstandspreis) muss das Unternehmen diesen Artikel einkaufen?

2. Um einen Artikel auf den Markt bringen zu können, empfiehlt ein Hersteller dem Großhändler einen Listenverkaufspreis von 76,00 EUR.
   Welchen Bezugspreis (Einstandspreis) kann der Großhändler höchstens anlegen, wenn er mit 25 % Handlungskostenzuschlagssatz, 16⅔ % Gewinnzuschlagssatz, 5 % Verkaufsprovision und 10 % Kundenrabatt kalkuliert?

3. Ein Unternehmen kalkuliert mit folgenden Zuschlägen: 5 % Kundenrabatt, 2 % Kundenskonto, 40 % Handlungskosten, 22 % Gewinn, 4 % Verkaufsprovision.
   Eine Ware, die neu in das Sortiment aufgenommen werden soll, darf aus Konkurrenzgründen höchstens zu einem Listenverkaufspreis von 307,02 EUR verkauft werden.
   Ermitteln Sie den aufwendbaren Bezugs-/Einstandspreis.

4. Zu welchem Bezugs-/Einstandspreis kann ein Unternehmen einen Artikel höchstens einkaufen, wenn der Listenverkaufspreis aus Konkurrenzgründen auf höchstens 349,13 EUR festgesetzt werden muss?
   Das Unternehmen rechnet mit folgenden Zuschlägen: 12,5 % Gewinn, 25 % Handlungskosten und 2 % Kundenskonto.

5. Ein Unternehmer erhält ein Angebot für einen Artikel zum Listeneinkaufspreis von 180,00 EUR pro Stück. Der Lieferer gewährt 5 % Rabatt und 3 % Skonto. Die Bezugskosten für 100 Stück dieses Artikels betragen 40,00 EUR. Der Unternehmer kalkuliert mit 10 % Handlungskosten und 3 % Kundenrabatt. Welchen Gewinn in EUR und Prozent kann der Unternehmer erzielen, wenn er aus Konkurrenzgründen diesen Artikel für 250,00 EUR zum Verkauf anbietet?

6. Errechnen Sie die höchstens aufwendbaren Bezugs-/Einstandspreise:

	Listenverkaufspreis in EUR	Kundenskonto in %	Kundenrabatt in %	Handlungskosten in %	Gewinnzuschlagssatz in %
a)	1105,26	2	10	25	15
b)	750,88	3	5	20	12,5
c)	113,16	2	$8\frac{1}{3}$	30	25
d)	69,30	2	5	15	10
e)	2,79	–	–	20	25

7. Ermitteln Sie den Gewinn in EUR und in Prozent, den man bei nachfolgenden Kalkulationswerten erzielen kann:

	Bezugspreis (Einstandspreis) in EUR	Handlungskostenzuschlagssatz in %	Kundenskonto in %	Kundenrabatt in %	Listenverkaufspreis in EUR
a)	40,00	25	3	5	77,98
b)	298,00	20	2	10	463,86
c)	6,40	15	2	–	9,63
d)	430,00	$16\frac{2}{3}$	2	$8\frac{1}{3}$	788,60

8. Eine fremdbezogene Handelsware wird in einem Industriebetrieb zum Listenverkaufspreis von 59,65 EUR angeboten. Der Industriebetrieb kalkuliert mit 8 % Handlungskosten und 5 % Kundenrabatt. Der Listeneinkaufspreis beträgt 44,00 EUR. Der Lieferer gewährt 20 % Liefererrabatt.
Berechnen Sie den Gewinn in EUR und in Prozent.

9. Ein Hersteller empfiehlt für einen Artikel einen Listenverkaufspreis von 560,00 EUR. Ein Großhändler kann diesen Artikel zu einem Bezugs-/Einstandspreis von 360,00 EUR beziehen. Er kalkuliert mit 33 ⅓ % Handlungskosten.
Berechnen Sie den Gewinn in EUR und in Prozent.

4.2.1.3 Kalkulationsvereinfachungsverfahren

Nachdem Renate Becker etwa 30 Verkaufspreise für verschiedene Artikel kalkuliert hat, beginnt sie laut zu schimpfen. „Das ist ja eine Arbeit für Sträflinge. Immer wieder muss ich die gleichen Berechnungen vornehmen. Ich habe bereits zum vierten Mal bei einem Artikel 30 % Handlungskosten, 40 % Gewinnzuschlag, 2 % Kundenskonto und 20 % Kundenrabatt ausrechnen müssen, um den Verkaufspreis zu ermitteln. Vor lauter Zahlen sehe ich schon nichts mehr.“ Frau Grell, die zufällig vorbeikommt und die Äußerungen von Renate mitbekommen hat, lächelt und sagt: „Überlegen Sie doch einmal, wie Sie sich die Arbeit vereinfachen können.“

Arbeitsaufträge

- Überlegen Sie, welche Vereinfachungen Renate bei der Kalkulation der Verkaufspreise vornehmen kann.
- Ermitteln Sie für Renate den Kalkulationszuschlagssatz.
- Ermitteln Sie für Renate den Kalkulationsfaktor.

● Vereinfachungsverfahren bei der Vorwärtskalkulation

Das Kalkulieren von Verkaufspreisen ist normalerweise sehr zeitraubend. Deshalb wird in der Praxis nicht jeder einzelne Artikel in der bisher dargestellten Weise kalkuliert. Da für die einzelnen Warengruppen über gewisse Zeiträume die allgemeinen Geschäftskosten (Handlungskosten), der Gewinnzuschlag, der Kundenskonto und der Kundenrabatt konstant bleiben, kann die Kalkulation vereinfacht werden, indem man die einzelnen prozentualen Zuschläge zu einem Gesamtprozentsatz, dem **Kalkulationszuschlagssatz** zusammenfasst[1].

Der Kalkulationszuschlag kann auch als Kalkulationsfaktor ausgedrückt werden.

- **Kalkulationszuschlagssatz:** Ausgangspunkt für die Errechnung des Kalkulationszuschlagssatzes ist der Bezugspreis (Einstandspreis), der immer 100 % entspricht.

  Der Kalkulationszuschlagssatz ist die Differenz zwischen Bezugs-/Einstandspreis und Listenverkaufspreis, ausgedrückt in Prozent des Bezugs-/Einstandspreises.

  Viele gebräuchliche Kalkulationszuschläge sind in Tabellen erfasst, aus denen die Listenverkaufspreise einfach abgelesen werden können.

  Um den Kalkulationszuschlagssatz berechnen zu können, müssen entweder die einzelnen Prozentsätze für die Handlungskosten, den Gewinn, den Skonto und den Rabatt bekannt sein oder Bezugspreis (Einstandspreis) und Listenverkaufspreis einer Ware müssen gegeben sein.

- **Prozentsätze für die einzelnen Zuschläge sind bekannt.**

  Beispiel Die Bürodesign GmbH kalkuliert mit 75 % Handlungskosten, 8 % Gewinn, 2 % Kundenskonto, 15 % Kundenrabatt.

  Wie viel EUR beträgt der Kalkulationszuschlag und wie viel Prozent der Kalkulationszuschlagssatz?

  In diesem Fall ist der Bezugspreis (Einstandspreis) nicht bekannt. Er wird daher mit 100 angesetzt.

[1] *Im Einzelhandel wird die Umsatzsteuer zusätzlich im Kalkulationszuschlagssatz berücksichtigt, weil die Preisangabenverordnung die Angabe des vergleichbaren Bruttoverkaufspreises für den Konsumenten verlangt.*