



Herzlich willkommen zum
üK 3 „Beschaffung – Sourcing“

Beschaffung – Sourcing: Ziele

- Einkauf - Beschaffung - Sourcing:
Waren und Dienstleistungen beschaffen
Beschaffungsprozess, Beschaffungsarten
und Ziele der Beschaffung beschreiben und
verstehen
- Kalkulation & Kennzahlen
Preise kalkulieren, Kennzahlen verstehen
- Qualitätsmanagement & Umweltschutz
Massnahmen im Qualitätsmanagement und im
Umweltschutz erkennen und beschreiben

Programm Tag 1

- ▶ Begrüssung; Tagesprogramm
- ▶ Rückblick vergangenes Semester
- ▶ Qualitätsmanagement & Umweltschutz
- ▶ Strategische Beschaffung

Mittagessen

- ▶ Beschaffung Fallstudie (Waren und Dienstleistungen)

Programm Tag 2

- ▶ Beschaffung Fallstudie (Waren und Dienstleistungen)

Mittagspause

- ▶ Kalkulation & Kennzahlen
- ▶ üK-Kompetenznachweis
- ▶ Beschaffung Fallstudie (Personal)

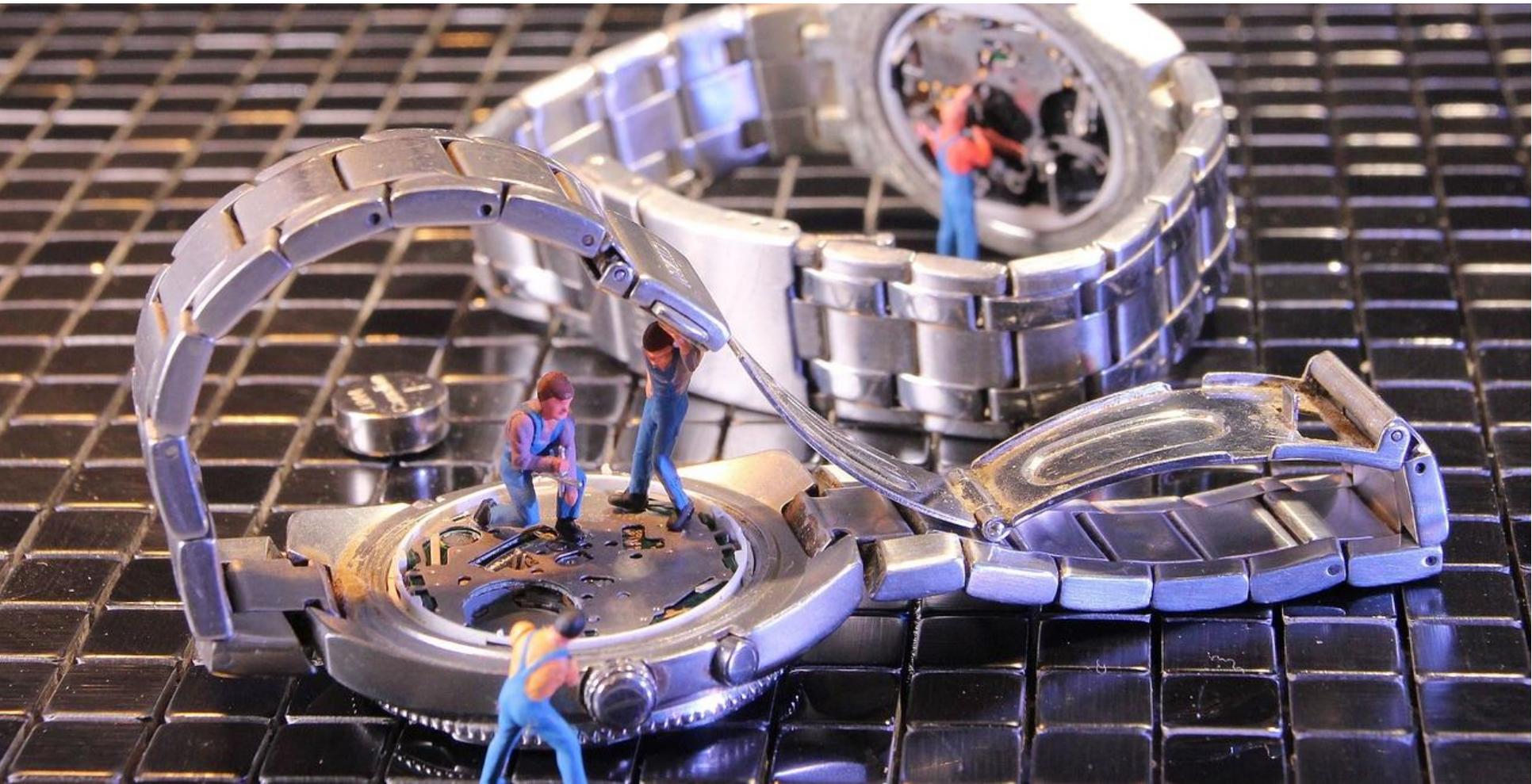
who is who?



Regeln und Umgangsformen



Qualitätsmanagement QM

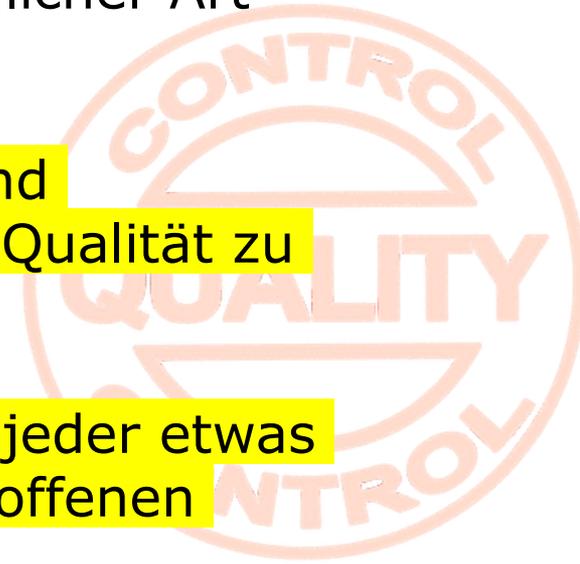


Qualitätsmanagement: Definition

Qualitätsmanagement bezeichnet alle organisatorischen Massnahmen, die der Verbesserung der Prozessqualität, der Leistungen und damit den Produkten jeglicher Art dienen.

Ein Unternehmen ist in der Lage Produkte und Dienstleistungen jederzeit in der definierten Qualität zu gewährleisten.

Qualität ist allerdings ein Begriff, unter dem jeder etwas anderes versteht, je nach Anspruch der betroffenen Person.



Qualitätsmanagement: Auftrag

Auftrag	Sammele und notiere alles, was du findest, wo Massnahmen in Bezug auf das Qualitätsmanagement getroffen und umgesetzt werden. Im Betrieb, zu Hause und in der Schule.
Sozialform: 4er-Gruppen	Gruppe 1: Massnahmen im Betrieb Gruppe 2: Massnahmen in der Schule Gruppe 3: Massnahmen zu Hause
Hilfsmittel	Know-how der Gruppe und euren Erfahrungen
Zeit	15 Minuten
Plenum	Vergleich und Besprechung der Massnahmen

Qualitätsmanagement: Ziele

Das übergeordnete Ziel des Qualitätsmanagements ist **Unternehmenserfolg**. Weil damit mehrere Ziele gleichzeitig verfolgt werden, spricht man von einem System.

- Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Verbesserung der internen und externen Kommunikation
- Steigerung der Produktivität
- Verbesserung der Produktqualität



Qualitätsmanagement: Bedeutung

Bedeutung für Unternehmen

- Wettbewerbsvorteil
- Einsparung von Kosten für Nachbesserung, Reparatur, Entsorgung, Preisnachlässe und anderes
- Vermeidung von Produktions- und Lieferausfällen oder -verzögerungen
- kein Imageverlust durch Verärgerung von Kunden
- keine Negativwerbung durch unzufriedene Kunden oder Konsumentenorganisationen

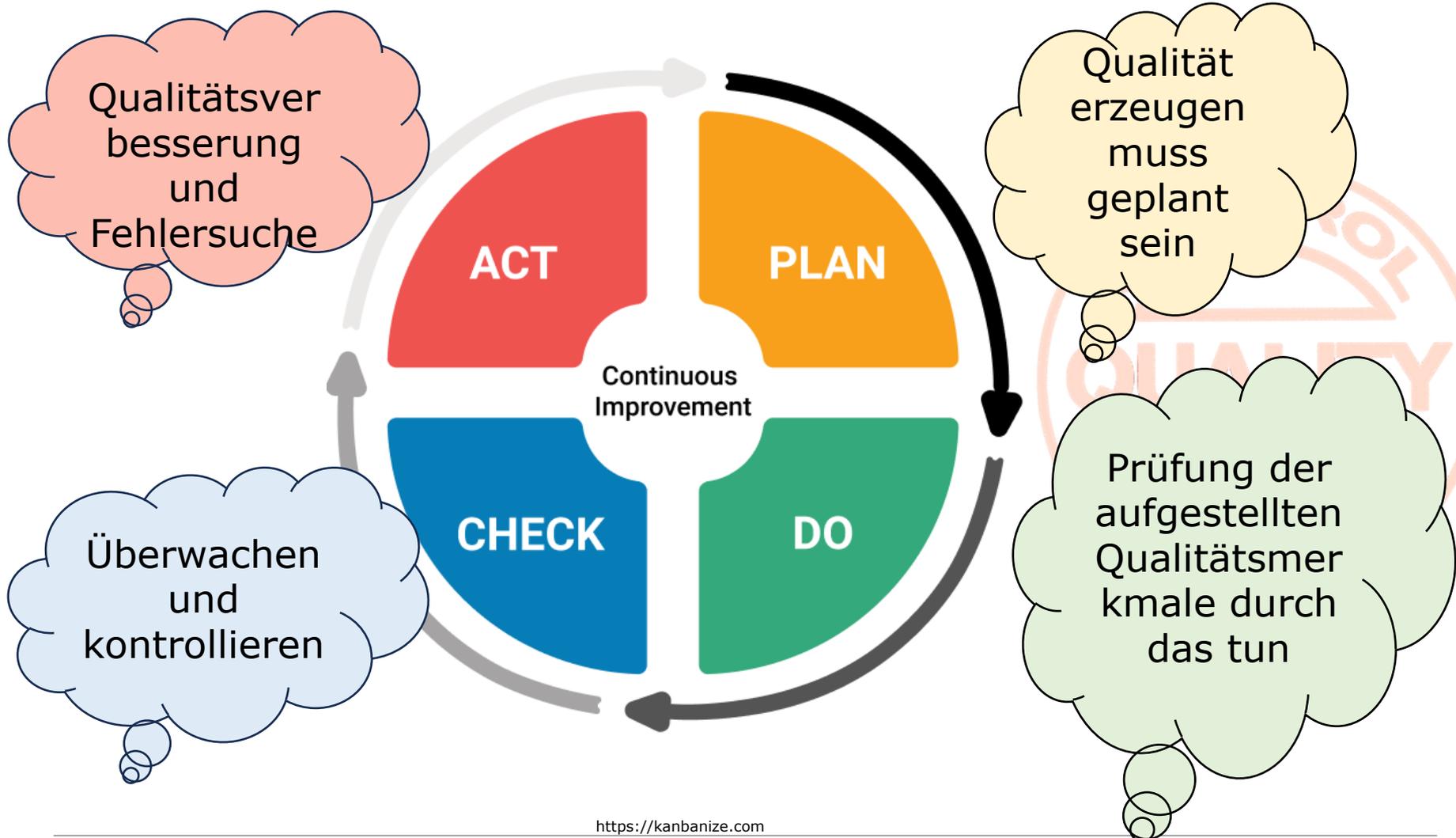


Qualitätsmanagement: Grundsätze

1. Kundenorientierung
2. Führung (Verantwortung)
3. Einbezug der Personen
4. Prozessorientierter Ansatz
5. Kontinuierliche Verbesserung
6. Entscheidungsfindung
7. Lieferantenbeziehungen



Qualitätsmanagement: Kontinuierlicher Verbesserungsprozess KVP oder PDCA-Zyklus



<https://kanbanize.com>

Qualitätsmanagement: Auftrag

Auftrag	Kreiere ein Beispiel aus deiner täglichen Arbeit. Nutze den PDCA-Zyklus dazu. Beurteile ob sich die Qualität verbessert oder nicht und begründe deine Einschätzung.
Sozialform:	4er-Gruppen
Hilfsmittel	Einzelarbeit
Zeit	15 Minuten
Plenum	Vergleich und Besprechung der Massnahmen

Qualitätsmanagement: ein Weg zum Ziel



International
Organization for
Standardization



Qualität bedeutet also auch immer, dass eine Norm bzw. ein Standard erfüllt ist.

<https://youtu.be/TIQIDrUlouc>

Qualitätsmanagement: Labels



Umweltschutz



Umweltschutz: Definition

Umweltschutz bezeichnet die Gesamtheit aller Massnahmen zum Schutze der Umwelt, um die Gesundheit der Menschen zu erhalten.

Der natürliche Lebensraum aller Lebewesen auf der Erde soll erhalten bleiben.

Umweltschutz: Auftrag

Auftrag	Erstelle eine Checkliste für mehr Umweltschutz im Büro. Praktische Tipps, die im Büro leicht umsetzbar sind.
Form	4er-Gruppen
Hilfsmittel	Know-how der Gruppe und euren Erfahrungen
Zeit	10 Minuten
Plenum	Vergleich und Besprechung der Massnahmen

Umweltschutz im Unternehmen: Ziele

Nutzen

- Wettbewerbsfähigkeit
- Argument bei Kaufentscheidungen

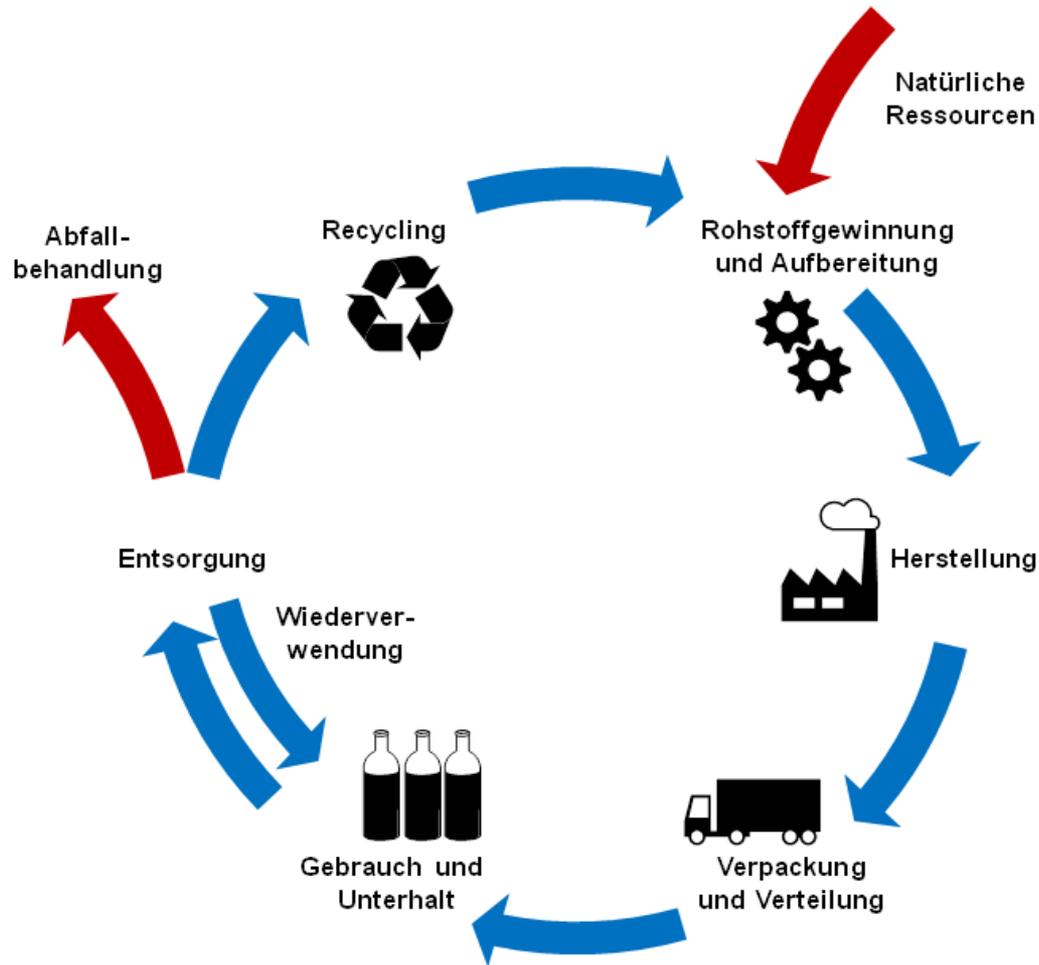
Aufgaben

- Erfassung von Umweltauswirkungen des Unternehmens
- Förderung des sparsamen Umgangs mit Ressourcen
- Berücksichtigung von gesetzlichen Vorschriften und Verordnungen
- Einbindung von Mitarbeiter
- Kosteneinsparungen durch Innovation
- Schutzmassnahmen durchsetzen

Umweltschutz im Unternehmen: Ziele

- Kostensenkung
- Einsparung von Energie- und Wasserkosten
- Einsparung von Rohstoffen
(weniger Ausschuss)
- Verringerung der Entsorgungskosten
- Verhinderung von Umweltschäden

Umweltschutz: Kreislaufwirtschaft



Umweltschutz: Mein persönlicher Beitrag?

Ökologischer Fussabdruck:

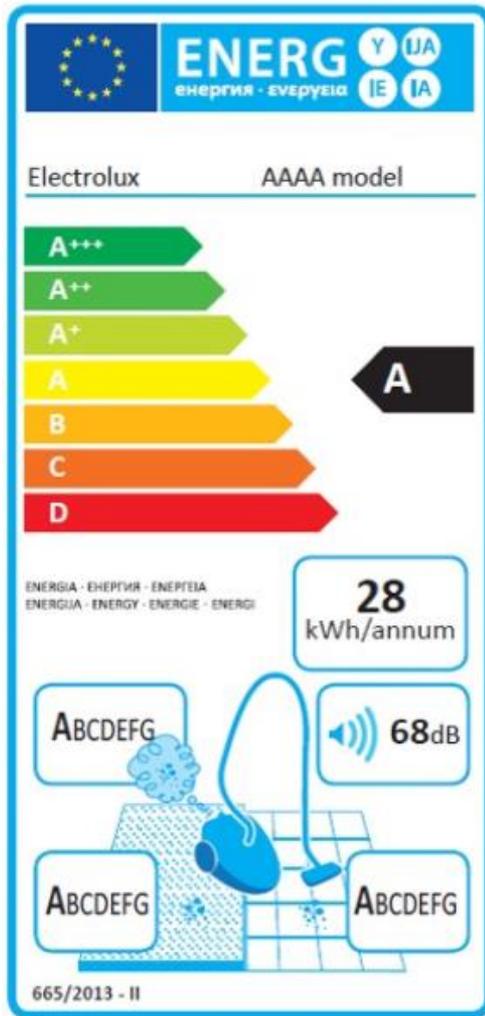
<https://youtu.be/LFNmoDYpLRg>

- idealer Fussabdruck: **1:1**
(Erde kann in 1 Jahr verbrauchte Ressourcen ersetzen und entstandene Schadstoffe absorbieren)
- aktueller Fussabdruck weltweit: **1:1.7**
- aktueller Fussabdruck Schweiz: **1:3.1**

eigenen Fussabdruck berechnen:

www.wwf.ch/de/aktiv/besser_leben/footprint/

Labels: Hinweise für Benutzer



Nice to know

Labelinfo schafft Durchblick

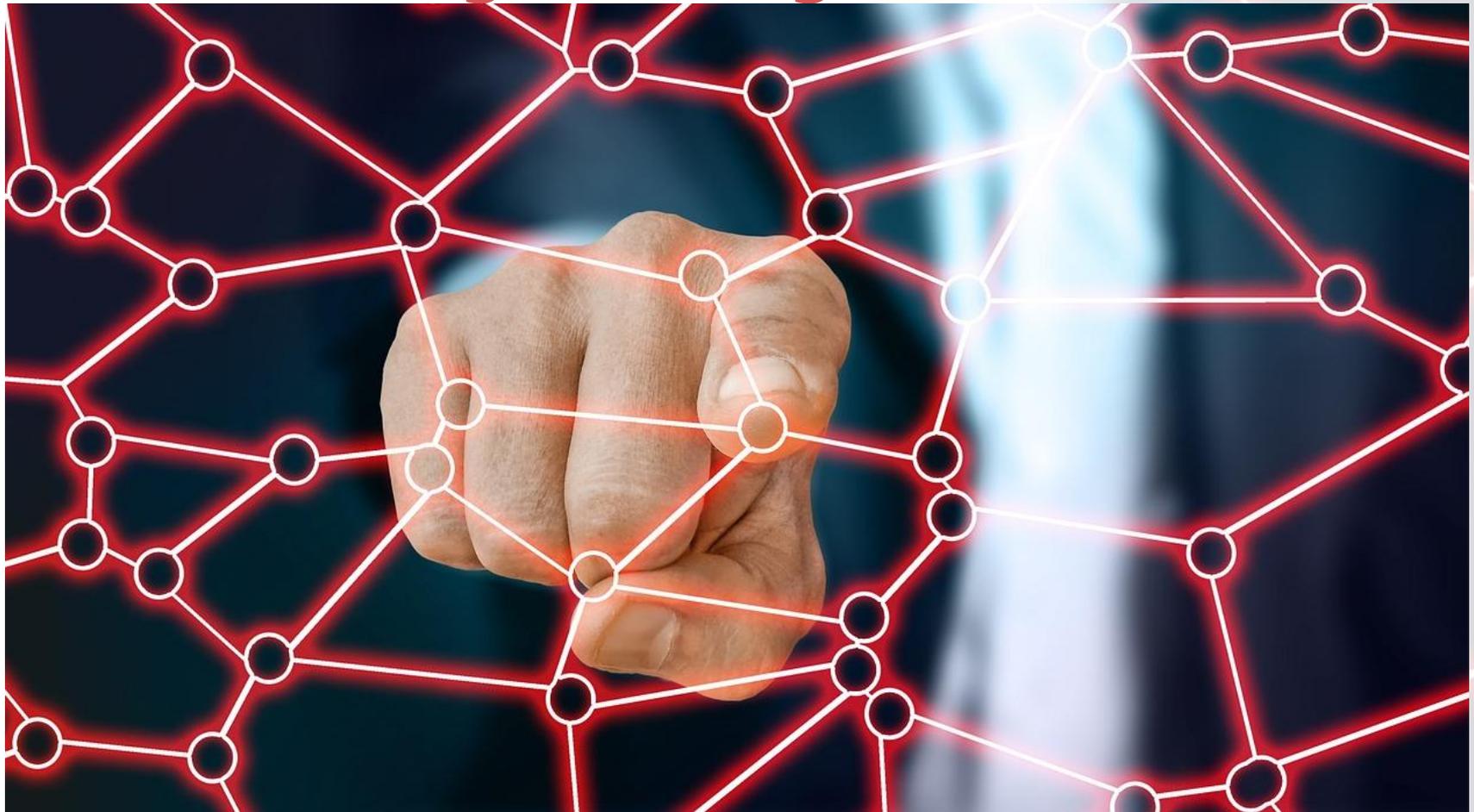
Möchten Sie als Unternehmen nachhaltig beschaffen, bieten Ihnen Labels und Standards gute Unterstützung. Die Vielzahl an Labels kann den Überblick jedoch erschweren. [Labelinfo.ch](https://www.labelinfo.ch) sorgt für mehr Durchblick im Labeldschungel. Die unabhängige Informationsplattform informiert Sie mittlerweile zu über 150 Labels in den unterschiedlichsten Produktkategorien – von Lebensmitteln über elektronische Geräte bis zu Reinigungsmitteln. Mit einer einfachen Vergleichsfunktion können Sie unter [Labelinfo.ch](https://www.labelinfo.ch) unterschiedliche Labels vergleichen und erhalten so die Hintergrundinformationen für bewusste Einkaufsentscheide.



PUSCH



Strategisches Beschaffungsmanagement



Umsetzung der Strategie



Eine Strategie kann nur dann erfolgreich sein, wenn diese Reihenfolge konsequent eingehalten und jede Ebene von der darüberliegenden Ebene abgeleitet wird.

strategisch oder operativ?

strategisch

- ✓ langfristige Sicht (2-3 Jahre)
- ✓ Managementaufgaben
- ✓ Intervall: jährlich
- ✓ langfristige Beschaffungsaktivitäten im Unternehmen

operativ

- ✓ kurzfristige Sicht
- ✓ durch Mitarbeitende
- ✓ Intervall: täglich
«Tagesgeschäft»
- ✓ Richten sich nach den Vorgaben und Informationen der strategischen Beschaffung

strategisch oder operativ?

strategisch

- *Versorgungssicherheit*
- *Rahmenverträge verhandeln*
- *Qualitätssicherheit (Material und Prozesse)*
- *Festlegung der Strategie*
- *Preisstabilität*
- *Kennzahlen definieren*
- *make-or-buy Entscheidung*
- *Marktanalysen*
- *Lieferantenbewertung*

operativ

- *Bestandsplanung*
- *Optimierung der Beschaffungskosten (Kalkulation)*
- *Bestellüberwachung*
- *Lieferbereitschaft*
- *Qualität*
- *Fehlmengen monieren*
- *e-Auktionen durchführen*

Ziel der Beschaffungsstrategie



Beschaffung-Sourcing

GmbH



Papieroffice



Waren-, Geld- und Informationsflüsse in der Wertschöpfungskette

Informationsfluss



Lieferant



Fertigung



Distribution



Einzelhandel



Kunde

Materialsfluss

Zahlungsfluss

Einführung Beschaffung -Sourcing

Definition „Beschaffung“:

Beschaffung bezeichnet den Einkauf aller Objekte, die zur Erreichung der Unternehmensziele benötigt werden.

- Beschaffungsprozess
- Ziele und Zielkonflikte der Beschaffung
- Waren- Geld- und Informationsflüsse
- Beschaffungsarten (Fallstudie)
- Kalkulation (Fallstudie)
- Personalbeschaffung (Fallstudie)

Beschaffungsprozess

1. Warenbedarf ermitteln (Art, Menge, Qualität,...)
2. Bezugsquelle (Sourcing) ermitteln
3. Lieferanten auswählen / Offerten einholen
4. Bestellabwicklung: Bestellung auslösen
5. Bestellüberwachung: Lieferfristen kontrollieren usw.
6. Wareneingang terminieren / Ware kontrollieren und einlagern
7. Rechnung prüfen
8. Zahlung: Rechnung freigeben und bezahlen

Unterstützung der Beschaffungsprozesse

Warenwirtschaftssysteme WWS

- Bestandesverwaltung
- Bestellungen
- Abverkaufsdaten

Voraussetzungen

- Codierung der Waren mit GTIN
- Lesegeräte an allen Kontaktpunkten mit der Ware (Bestellung, Wareneingang, Warenausgang, Verkaufspunkt)

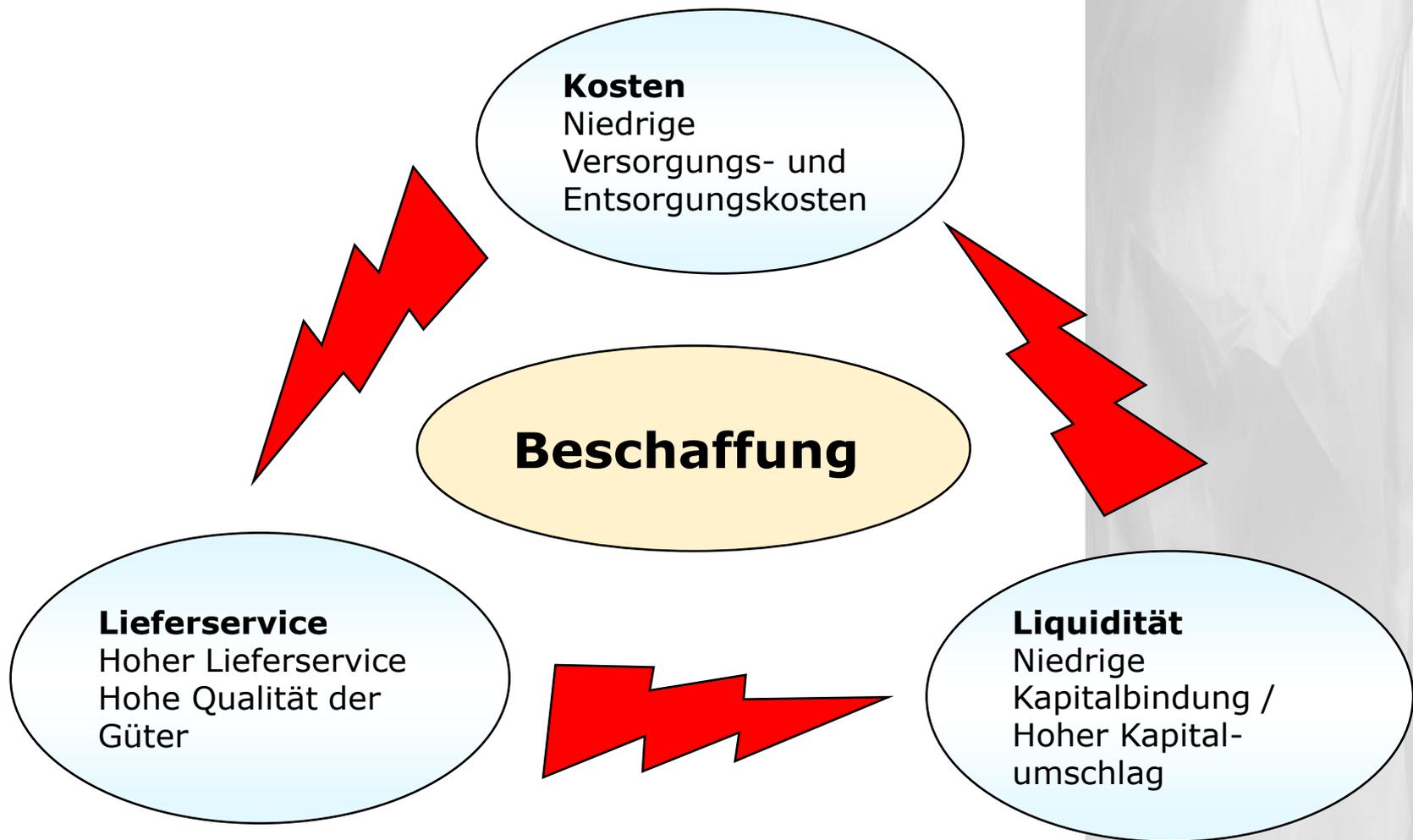
Ziele und Aufgaben der Beschaffung

Die 7 R der Beschaffung:

- ✓ Die **richtigen** Materialien und Produkte
- ✓ in der **richtigen** Qualität
- ✓ zum **richtigen** Preisen
- ✓ in der **richtigen** Menge
- ✓ zur **richtigen** Zeit
- ✓ am **richtigen** Ort
- ✓ beim **richtigen** Kunden bereitzustellen.

= **Beschaffungswirtschaftliches Optimum**

Zielkonflikte in der Beschaffung



Fallstudie Beschaffung - Sourcing

Anhand einer Fallstudie werden wir das ganze Thema der Beschaffung in Gruppen bearbeiten und besprechen. Die Fallstudie ist im time2learn unter „Durchführung“ hinterlegt.

Sie besteht aus 10 Aufgaben die während den zwei üK-Tagen in Gruppen oder als Einzelarbeit gelöst werden.

In einem Test (üK Kompetenznachweis), der zu der Schlussnote zählt werden die Inhalte überprüft.

Auftrag 1: Problemverständnis

Auftrag	<p>Lies die Ausgangslage der Fallstudie genau durch und löse eine Aufgabe nach der andern.</p> <p><u>Aufgabe 1</u> Versuche die Gründe für die Zielsetzung zu finden.</p> <p><u>Aufgabe 2</u> Suche nach Lösungen, wie die Firma die Ziele erreichen könnte und welche Möglichkeiten der Geschäftsleitung zur Verfügung stehen.</p>
Material	Flip-Chart, Filzstift
Sozialform	4 Gruppen
Zeit	20 Minuten Vorbereitung
Plenum	Präsentation je Gruppe ca. 5 Min.

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

Bedarfsermittlung - Was brauchen wir eigentlich?

- **Primärbedarf**
Waren an den Endkonsumente
- **Sekundärbedarf**
Materialien, Rohstoffe, Einzelteile
Stoffe, die zur Herstellung benötigt werden
- **Tertiärbedarf**
Hilfsstoffe und Betriebsstoffe
- Stoffe die nicht direkt ins Produkt einfließen

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

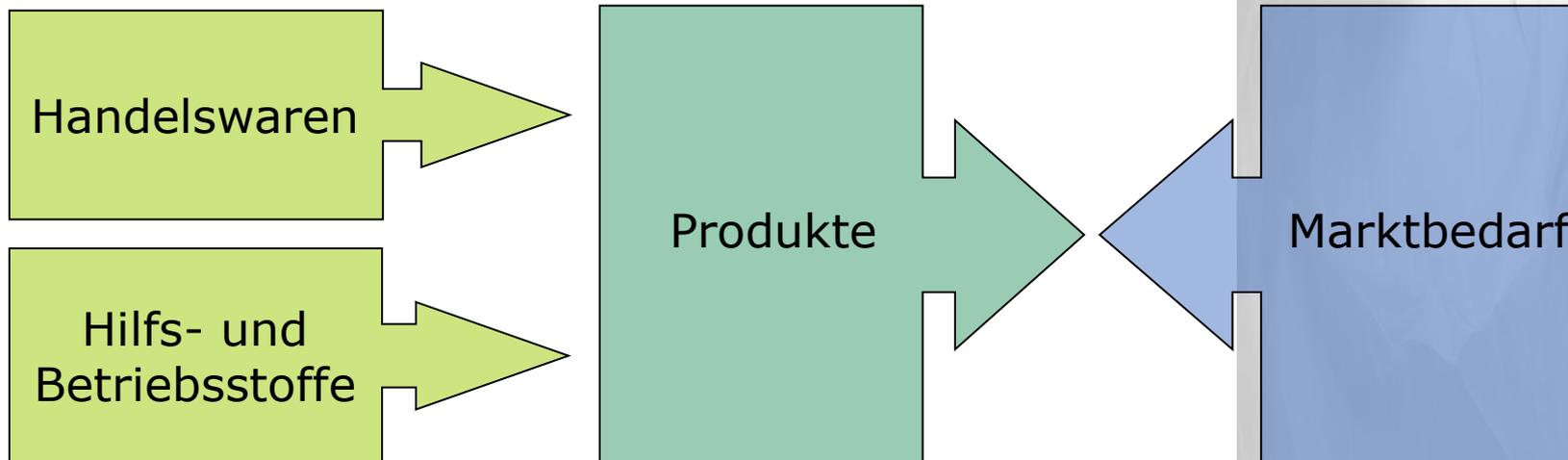
Sourcingkonzepte sind die Grundlage der Beschaffungsstrategie. Sie lassen sich wegen ihrer klaren Prägung einfach kategorisieren:

- **Anzahl der Lieferanten**
Single Sourcing, Dual Sourcing, Multiple Sourcing
- **Ort der Beschaffung**
Local Sourcing, National Sourcing, Global Sourcing
- **Art der beschafften Güter**
Unit Sourcing, Modular Sourcing, System Sourcing

Auftrag 1: Einkaufsstrategie

Auftrag	Welche Strategien passen zur Papieroffice GmbH? Du hast das Problem der Firma erfasst. Nun geht es darum, eine neue Strategie festzulegen unter Berücksichtigung der Ausgangslage und der festgelegten Rahmenbedingungen der Geschäftsleitung. Welche der Strategien passen am besten zur Papieroffice GmbH? Begründe deine Wahl für und gegen das jeweilige Sourcing-Konzept
Material	Flip-Chart, Filzstift
Sozialform	4 Gruppen
Zeit	30 Minuten Vorbereitung
Plenum	Präsentation je Gruppe ca. 5 Min.

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

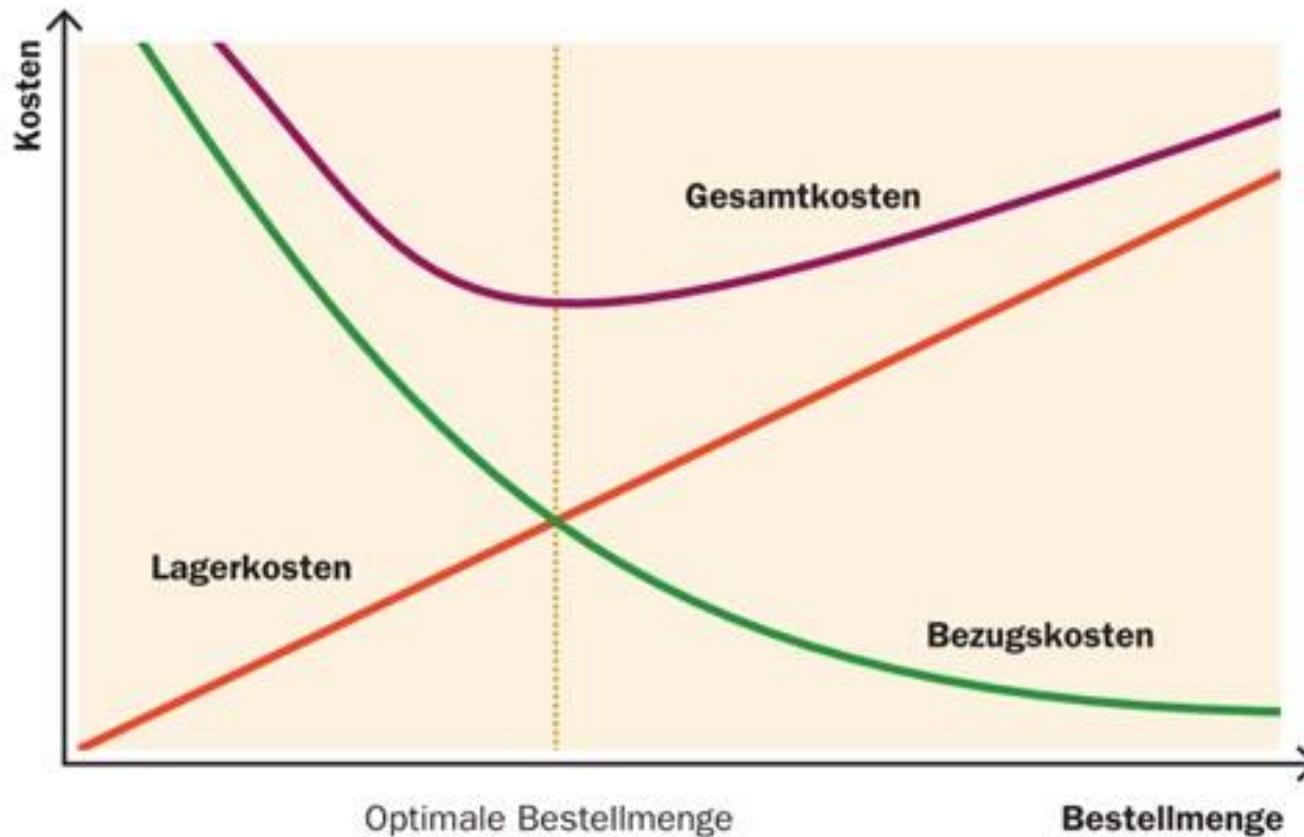


Einflussfaktoren:

- Lagerbestände, Absatzplanung
- Wetter, Saison
- Trends, Produkteinführungen
- Werbemaßnahmen, Aktionen

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

Beziehung zwischen Bezug- und Lagerkosten



Auftrag 3: Einkaufsstrategie

Auftrag	<p>Die Papieroffice GmbH braucht Papier, da gleich mehrere grosse Bestellungen eingetroffen sind – nun geht es darum, die optimale Bestellmenge des gewünschten Papiers zu berechnen.</p> <p>Führe diese Berechnung aus aufgrund der Informationen in der Fallstudie durch. Zuerst alleine und anschliessend vergleicht ihr die Resultate in der Gruppe und besprecht die Lösung.</p>
Material	Fallstudie, Taschenrechner, Text
Sozialform	Einzelarbeit - 4 Gruppen
Zeit	15 Minuten Vorbereitung
Plenum	Diskussion der Lösung

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

Einzelbeschaffung

- Zeitpunkt der Bestellung wird von der Produktionsplanung bestimmt
- Bestellung beim Lieferanten erfolgt aufgrund einer konkreten Kundenbestellung

Vorratsbeschaffung

- periodische Beschaffung von relativ grossen Mengen
- Waren gehen an Lager, kein direkter Zusammenhang zwischen Beschaffung und Verbrauch zu einem bestimmten Zeitpunkt



Fallstudie Beschaffung - Sourcing

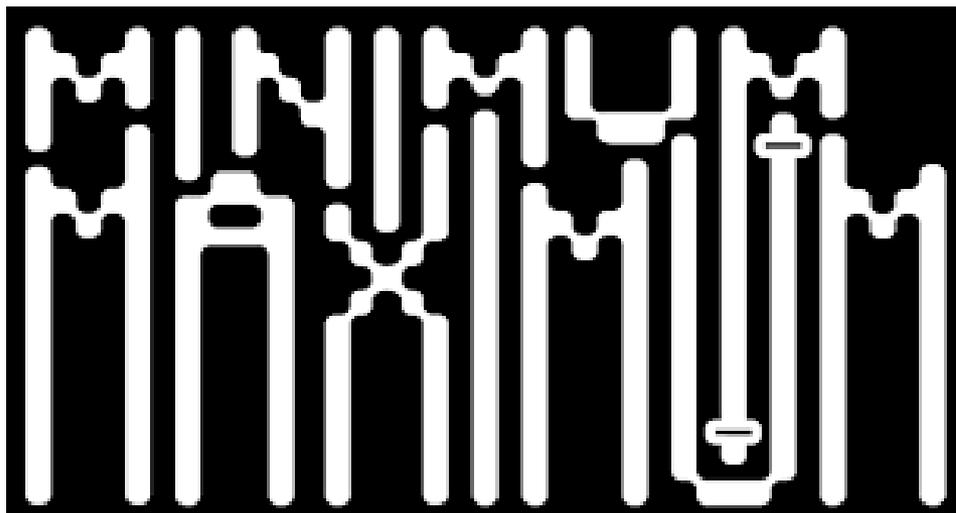
Just-in-time-Beschaffung

- geringe oder keine Lagerhaltung
- angelieferte Ware wird sofort verarbeitet
- Voraussetzung: Abschluss von langfristigen Lieferverträgen

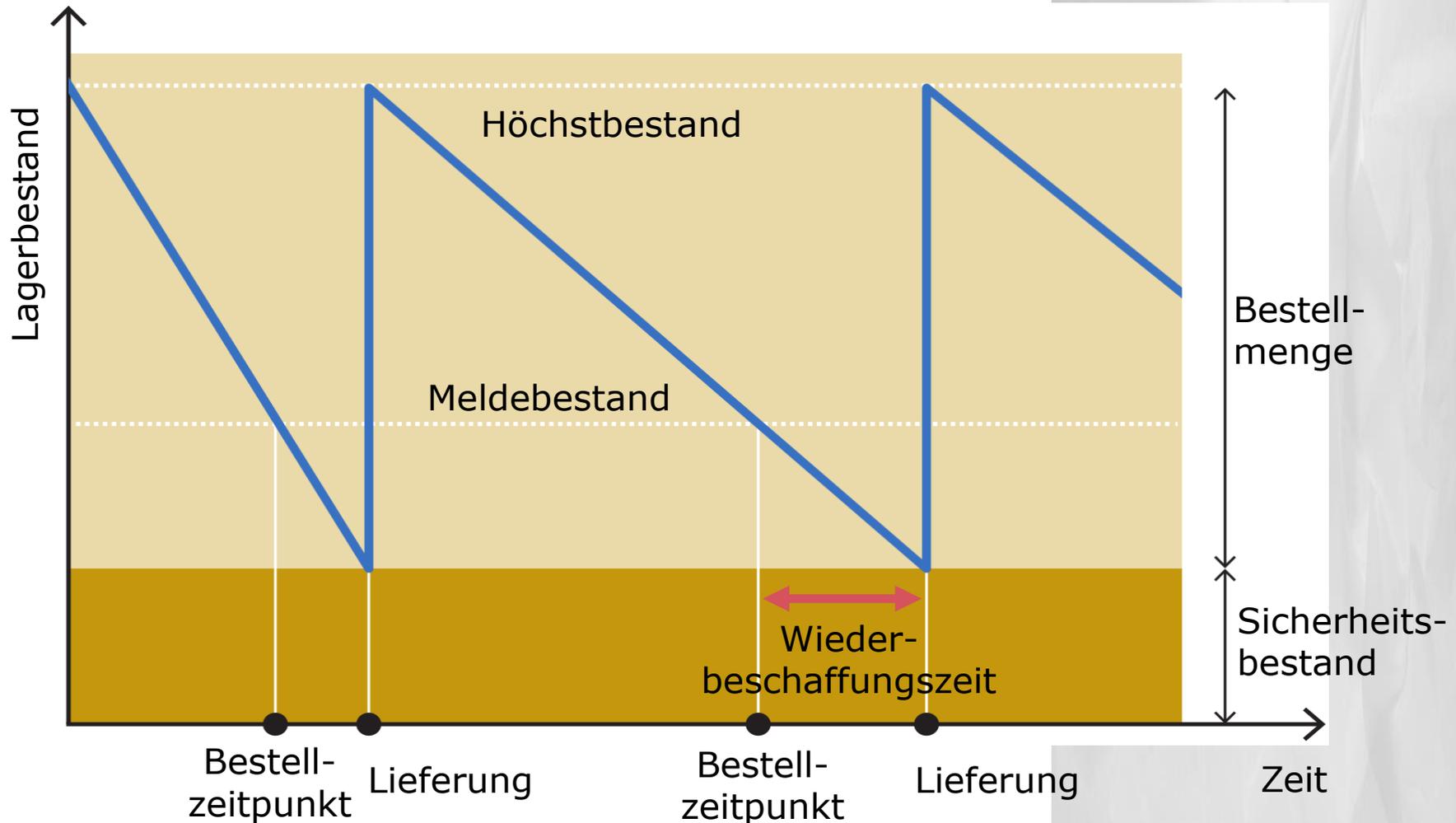


Fallstudie Beschaffung - Sourcing

- **Höchstbestand** maximal erlaubter Bestand
- **Meldebestand** Meldung zur Nachbestellung
- **Mindestbestand / Sicherheitsbestand** minimal vorhandener Bestand / keine Unterschreitung erlaubt



Fallstudie Beschaffung - Sourcing



Auftrag 4: Bestellzeitpunkt

Auftrag	<p>Die Papieroffice GmbH braucht Papier, da gleich mehrere grosse Bestellungen eingetroffen sind – nun geht es darum, den Bestellzeitpunkt zu bestimmen, um auf Wunsch der Kunden liefern zu können.</p> <p>Führe diese Berechnung aus aufgrund der Informationen in der Fallstudie durch. Zuerst alleine und anschliessend vergleicht ihr die Resultate in der Gruppe und besprecht die Lösung.</p>
Material	Fallstudie, Taschenrechner, Text
Sozialform	Einzelarbeit - 4 Gruppen
Zeit	15 Minuten Vorbereitung
Plenum	Diskussion der Lösung

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

Was (Produkte und Materialien) sollen beschafft werden?

- Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe
- Handelswaren
- Energien
- Anlagegüter (Investitionsgüter)
- Informationen und Rechte
- Dienstleistungen
- Kapital
- Personal

Fallstudie Beschaffung - Sourcing

In welcher Qualität ? Anforderungsprofil an das Produkt

- Wofür wird das Produkt benutzt oder eingesetzt?
- Wie oft wird es benötigt?
- Aus welchem/n Material/ien soll es bestehen?
- Welche Leistungen sollen damit verbunden sein?
- Wer benutzt das Produkt?



Fallstudie Beschaffung - Sourcing

In welcher Qualität ? Anforderung an die Verpackung

- Schutzfunktion
- Lagerfunktion
- Transportfunktion
- Verkaufsfunktion
- Verwender- oder Wiederverwendungsfunktion
- Allgemeine und gesetzliche Erwartungen



Fallstudie Beschaffung - Sourcing

mögliche Kriterien für die Auswahl von Lieferanten:

- Zuverlässigkeit
- Fertigungsmöglichkeit
- Preis und Konditionen
- Produkte
- Qualität
- Standort
- Unternehmen
- Zusammenarbeit



Fallstudie Beschaffung - Sourcing

		Lieferant A		Lieferant B		Lieferant C	
Kriterien	Gew.	Urteil	Punkte	Urteil	Punkte	Urteil	Punkte
Qualität	30	5	150	4	120	5	150
Preis	30	5	150	3	90	4	120
Termintreue	15	2	30	4	60	5	75
Zuverlässigkeit	15	3	45	4	60	5	75
Konditionen	5	4	20	5	25	2	10
Standort	5	4	20	5	25	5	25
Summe	100		415		380		455

Legende: 0 = keine / 1 = geringste / 5 = beste Voraussetzungen



Welchen Lieferanten würden Sie wählen? Und warum?

Auftrag 5: Lieferantenwahl- Nutzwertanalyse

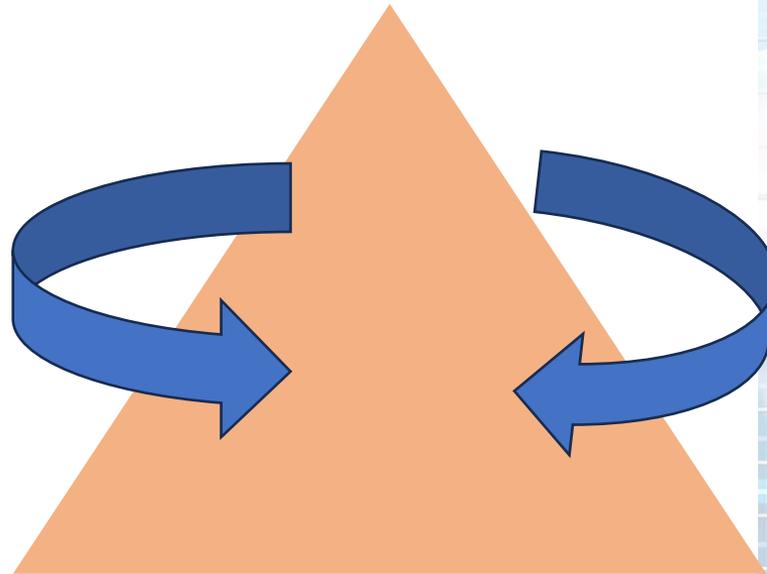
Auftrag	<p>Die Geschäftsleitung hat dich beauftragt, aufgrund der Lieferantenporträts eine Lieferantenbeurteilung zu erstellen. Die Nutzwertanalyse mit deiner Empfehlung soll zur Entscheidungsfindung durch die Geschäftsleitung beigezogen werden. Zur Auswahl stehen 3 Angebote.</p> <p>Definiere 5 passende Auswahlkriterien und eine klare Gewichtung und erstelle eine Nutzwertanalyse.</p>
Material	Fallstudie, Text
Sozialform	4er-Gruppen
Zeit	30 Minuten
Plenum	Präsentation je Gruppe 2 Minuten

Kalkulation



Preiskalkulation: magisches Dreieck

Kostenorientierter Ansatz:
Fr. 19.50



Konkurrenzorientierter
Ansatz: Fr. 24.50

Nachfrageorientierter
Ansatz: Fr. 22.50

Kosten

Bezugs- oder Beschaffungskosten

- Einkaufspreis der Waren
- Lieferung, Warenannahme und Einlagerung

Lagerkosten

- Lagerräumlichkeiten, Lagereinrichtung, Bewirtschaftung
- Kapitalkosten der eingelagerten Waren

Unternehmenskosten

- Miete, Heizung, Energie, Immobilienunterhalt
- Maschinen, Mobilien, Fahrzeuge, Verbrauchsmaterial
- Löhne, Personen- und Sachversicherungen
- Verwaltungsaufwand, Marketing, IT, Produktschulungen, Service
- Abschreibungen, Abgaben, Steuern

Preisgestaltung: Einflussfaktoren

- Preisschätzung: Was kostet dieses Produkt ihrer Meinung nach?
- Preisvorstellung: Was darf das Produkt kosten?
- Preisbereitschaft: Was zahlt der Kunde?
- Preisklassen: Lassen sich Preiskategorien unterscheiden?
- Preis-Leistungs-Verhältnis: Welches überzeugt den Kunden?
- Preisbewusstsein: Welches Verhalten zeigt der Kunde?

Massnahmen:

- Rabatte, Aktionen
- Kreditpolitik (Finanzierung, Ratenzahlung)
- Lieferbedingungen (Kosten, Lieferort usw.)
- Zahlungsbedingungen (Zahlungsweise, Zahlungsfristen, Skonto, Barzahlungsnachlässe usw.)

Auftrag 6: Einkaufskalkulation für Handelswaren

Auftrag 6 Fallstudie	Berechne den Einstandspreis für 1 BE Kopierpapier hochweiss aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 14, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	20 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Einkaufskalkulation für Handelswaren

	Stufe 1	Stufe 2	CHF
Katalogpreis (Listenpreis)	100 %		250.00
– Rabatt	20 %		50.00
= Rechnung	80 % → 100%		200.00
– Skonto		2 %	4.00
= Zahlung		98 %	196.00
+ Bezugskosten			24.00
= <u>Einstandspreis</u>			<u>220.00</u>

Kalkulation



Auftrag 7: Verkaufskalkulation für Handelswaren mit Zuschlagssätzen

Auftrag 7 Fallstudie	Berechne den Verkaufspreis für ein Bestelleinheit BE-Kopierpapier hochweiss mit Zuschlagssätzen aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 14, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	20 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Verkaufskalkulation mit Zuschlagssätzen

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4/5	CHF
Einstandspreis	100 %				220.00
+ Gemeinkosten Zuschlag	30 %				66.00
= Selbstkosten	130 %	→100 %			286.00
+ Reingewinn		20 %			57.20
= Nettoerlös		120 %	→98 %		343.20
+ Verkaufssonderk., Skonto			2 %		7.00
= Händlerpreis (Zielverkaufspreis)			100 %	→80 %	350.20
+ Wiederverkaufsrabatt				20 %	87.55
= Listenverkaufspreis (ex. MWST)				100 %	437.75
+ MWST				7.7 %	33.70
= <u>Listenverkaufspreis (inkl. MWST)</u>				107.7 %	<u>471.45</u>

Kalkulation



Auftrag 8: Verkaufskalkulation für Handelswaren mit Faktor

Auftrag 8 Fallstudie	Berechne den Verkaufspreis für ein Bestelleinheit BE-Kopierpapier hochweiss mit Zuschlagsfaktor aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 16, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	15 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Verkaufskalkulation mit Zuschlagsfaktor

Berechn. Zuschlagsfaktor

	Total Handelsumsatz / Jahr	4'800'000
/	Total Einstandspreise / Jahr	3'000'000
=	Zuschlagsfaktor	1.6

Berechn. Verkaufspreis

		Stufe 1	Stufe 2	CHF
	Einstandspreis			220.00
X	Zuschlagsfaktor			1.6
=	Händlerpreis (Zielverkaufspreis)	80 %		352.00
+	Wiederverkaufsrabatt	20 %		88.00
=	Listenverkaufspreis (ex. MWST)	100 %	→100 %	440.00
+	MWST		7.7 %	33.90
=	<u>Listenverkaufspreis (inkl. MWST)</u>		107.7 %	<u>473.90</u>

Kennzahlen



Kennzahlen

Zweck

- Basis für Entscheidungen
- Planung
- Koordination
- Kontrolle
- Dokumentation



Kennzahlen

- **Erfolgskennzahlen** Messgrößen für den Unternehmenserfolg.
- **Lagerkennzahlen** Indikatoren für eine wirtschaftliche Lagerhaltung
- **Liquiditätskennzahlen** Fähigkeit von Unternehmen gemessen, seinen kurzfristigen Zahlungsverpflichtungen rechtzeitig nachzukommen
- **Rentabilitätskennzahlen** Sie berechnen unter anderem die interne Verzinsung für eingesetztes Kapital
- **Bilanzkennzahlen** Darstellung der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens, der den Vergleich mit Konkurrenten aus der gleichen Branche möglich macht

Kennzahlen für die Öffentlichkeit

Veröffentlichung / Publikation

in

- Jahresberichten
- Quartalsberichten
- Bilanzpressekonferenzen

von

- Jahresumsätzen
- Gewinnen / Verlusten
- Anzahl Stellen usw.

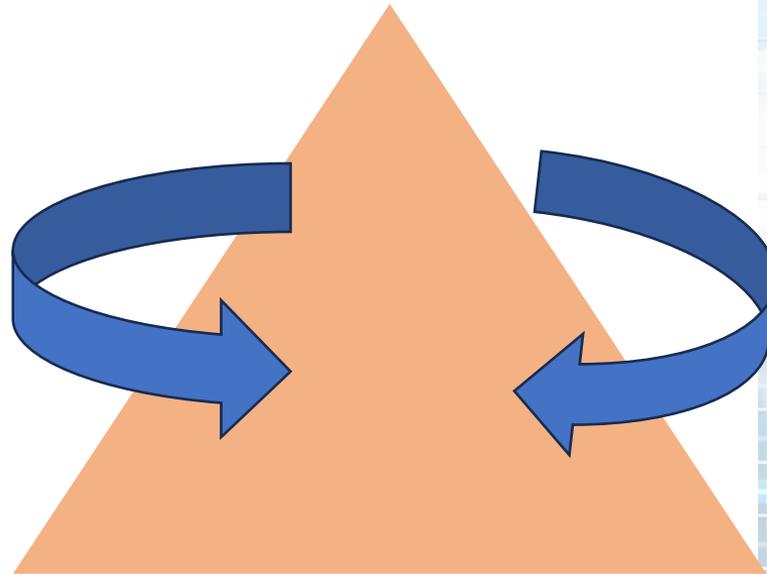
⇒ Informationen für Anleger und Geschäftspartner

Kalkulation & Kennzahlen



Preiskalkulation: magisches Dreieck

Kostenorientierter Ansatz:
Fr. 19.50



Konkurrenzorientierter
Ansatz: Fr. 24.50

Nachfrageorientierter
Ansatz: Fr. 22.50

Kosten

Bezugs- oder Beschaffungskosten

- Einkaufspreis der Waren
- Lieferung, Warenannahme und Einlagerung

Lagerkosten

- Lagerräumlichkeiten, Lagereinrichtung, Bewirtschaftung
- Kapitalkosten der eingelagerten Waren

Unternehmenskosten

- Miete, Heizung, Energie, Immobilienunterhalt
- Maschinen, Mobilien, Fahrzeuge, Verbrauchsmaterial
- Löhne, Personen- und Sachversicherungen
- Verwaltungsaufwand, Marketing, IT, Produktschulungen, Service
- Abschreibungen, Abgaben, Steuern

Preisgestaltung: Einflussfaktoren

- Preisschätzung: Was kostet dieses Produkt ihrer Meinung nach?
- Preisvorstellung: Was darf das Produkt kosten?
- Preisbereitschaft: Was zahlt der Kunde?
- Preisklassen: Lassen sich Preiskategorien unterscheiden?
- Preis-Leistungs-Verhältnis: Welches überzeugt den Kunden?
- Preisbewusstsein: Welches Verhalten zeigt der Kunde?

Massnahmen:

- Rabatte, Aktionen
- Kreditpolitik (Finanzierung, Ratenzahlung)
- Lieferbedingungen (Kosten, Lieferort usw.)
- Zahlungsbedingungen (Zahlungsweise, Zahlungsfristen, Skonto, Barzahlungsnachlässe usw.)

Auftrag 6: Einkaufskalkulation für Handelswaren

Auftrag 6 Fallstudie	Berechne den Einstandspreis für 1 BE Kopierpapier hochweiss aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 14, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	20 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Einkaufskalkulation für Handelswaren

	Stufe 1	Stufe 2	CHF
Katalogpreis (Listenpreis)	100 %		250.00
– Rabatt	20 %		50.00
= Rechnung	80 % → 100%		200.00
– Skonto		2 %	4.00
= Zahlung		98 %	196.00
+ Bezugskosten			24.00
= <u>Einstandspreis</u>			<u>220.00</u>

Auftrag 7: Verkaufskalkulation für Handelswaren mit Zuschlagssätzen

Auftrag 7 Fallstudie	Berechne den Verkaufspreis für ein Bestelleinheit BE-Kopierpapier hochweiss mit Zuschlagssätzen aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 14, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	20 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Verkaufskalkulation mit Zuschlagssätzen

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4/5	CHF
Einstandspreis	100 %				220.00
+ Gemeinkosten Zuschlag	30 %				66.00
= Selbstkosten	130 %	→100 %			286.00
+ Reingewinn		20 %			57.20
= Nettoerlös		120 %	→98 %		343.20
+ Verkaufssonderk., Skonto			2 %		7.00
= Händlerpreis (Zielverkaufspreis)			100 %	→80 %	350.20
+ Wiederverkaufsrabatt				20 %	87.55
= Listenverkaufspreis (ex. MWST)				100 %	437.75
+ MWST				7.7 %	33.70
= <u>Listenverkaufspreis (inkl. MWST)</u>				107.7 %	<u>471.45</u>

Auftrag 8: Verkaufskalkulation für Handelswaren mit Faktor

Auftrag 8 Fallstudie	Berechne den Verkaufspreis für ein Bestelleinheit BE-Kopierpapier hochweiss mit Zuschlagsfaktor aufgrund der Angaben in der Fallstudie.
Material	Fallstudie Seite 16, Text, Taschenrechner
Sozialform	Einzelarbeit
Zeit	15 Minuten
Plenum	Lösungen sammeln, Fragen klären

Verkaufskalkulation mit Zuschlagsfaktor

Berechn. Zuschlagsfaktor

	Total Handelsumsatz / Jahr	4'800'000
/	Total Einstandspreise / Jahr	3'000'000
=	Zuschlagsfaktor	1.6

Berechn. Verkaufspreis

		Stufe 1	Stufe 2	CHF
	Einstandspreis			220.00
X	Zuschlagsfaktor			1.6
=	Händlerpreis (Zielverkaufspreis)	80 %		352.00
+	Wiederverkaufsrabatt	20 %		88.00
=	Listenverkaufspreis (ex. MWST)	100 %	→100 %	440.00
+	MWST		7.7 %	33.90
=	<u>Listenverkaufspreis (inkl. MWST)</u>		107.7 %	<u>473.90</u>

Kennzahlen

Zweck

- Basis für Entscheidungen
- Planung
- Koordination
- Kontrolle
- Dokumentation



Kennzahlen

- **Erfolgskennzahlen** Messgrößen für den Unternehmenserfolg.
- **Lagerkennzahlen** Indikatoren für eine wirtschaftliche Lagerhaltung
- **Liquiditätskennzahlen** Fähigkeit von Unternehmen gemessen, seinen kurzfristigen Zahlungsverpflichtungen rechtzeitig nachzukommen
- **Rentabilitätskennzahlen** Sie berechnen unter anderem die interne Verzinsung für eingesetztes Kapital
- **Bilanzkennzahlen** Darstellung der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens, der den Vergleich mit Konkurrenten aus der gleichen Branche möglich macht

Kennzahlen für die Öffentlichkeit

Veröffentlichung / Publikation

in

- Jahresberichten
- Quartalsberichten
- Bilanzpressekonferenzen

von

- Jahresumsätzen
- Gewinnen / Verlusten
- Anzahl Stellen usw.

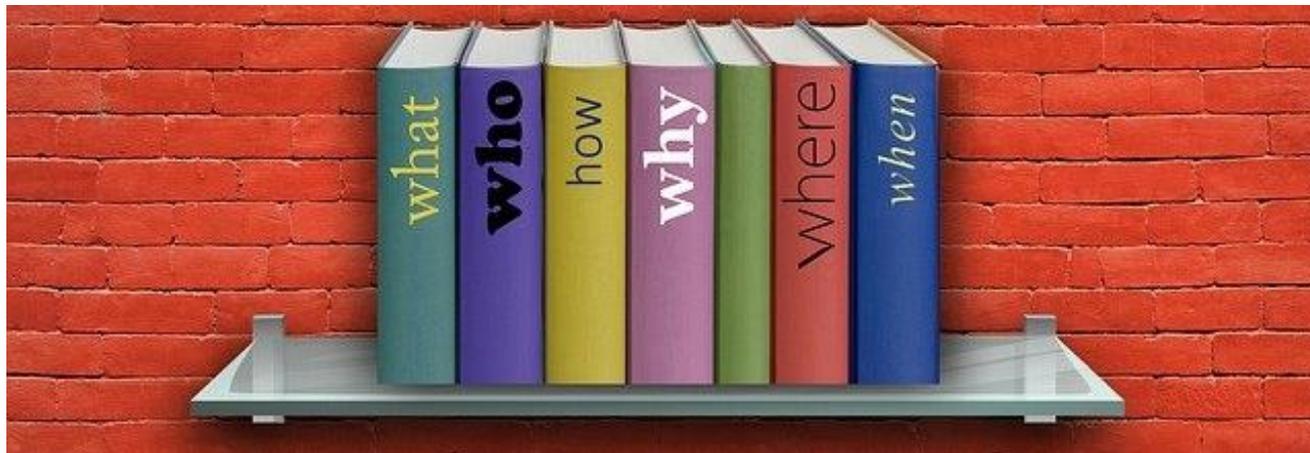
⇒ Informationen für Anleger und Geschäftspartner

Ausblick überbetriebliche Kurse



Vorbereitungsaufgaben lösen

- Feedback üK „Beschaffung – Sourcing“ in time2learn erfassen
- Ordner für die üK-Unterlagen erstellen
- Einladung und Aufträge in time2learn abrufen und gemäss Einladung erledigen



üKs: Inhalte der kommenden üKs

- Der Lehrbetrieb kann wählen, welchen üK du als nächstes besuchen wirst.
- Dabei achtet er auf die Abteilung, in der du dich gerade befindest, oder er bucht den Kurs, der noch frei ist.



SOS: Wo finde ich Hilfe

Leitfaden der Branche Handel



www.branche-handel.ch



info@branche-handel.ch



061 202 94 45



üK-Leitung via time2learn



Spezialist via time2learn

