

Thema: Ertrag/Gewinn

Man muss nicht gleich mit dem Preis nachgeben!

Einkäufer setzen gerne Gesamt-Gemeinkosten der Vergangenheit in Bezug zum Gesamtumsatz bzw. dem Gesamt Einkaufsvolumen.

Hinzugerechnet wird noch ein prozentuales Gewinnziel. Beide Komponenten werden dann als notwendige Spanne oder notwendiger Aufschlag formuliert. Bei dieser Vorgehensweise und einem verschärften Marktdruck kann dies zu Fehlentscheidungen führen. Hier ist es für den Vertrieb wichtig, dies zu erläutern.

BEISPIEL:

Der Einkäufer weis aus der Vergangenheit, dass er mit einer Gewinnspanne von 25 % alle Kosten abdecken und einen Ertrag / Gewinn von 3% erzielen kann. Diese 25 % entsprechen 33,3 % Aufschlag.

Im vergangenen Jahr wurde so mit dem Unternehmen x ein Einkaufs-Umsatz von 100.000 erzielt.

Im laufenden Jahr ist mit dem Unternehmen x ein Umsatz von + 30 % prognostiziert. Jedoch ist ein verstärkter Preiskampf eingetreten und es sind nur noch + 24 % zu erzielen. Der Einkäufer möchte daher unbedingt den Bezugspreis verbessern. Er geht davon aus, dass die enthaltenen Gemeinkosten nicht mehr gleich gut gedeckt sind. Das ist ein Irrtum.

	Letztes Jahr	Laufendes Jahr
Umsatz	100.000	130.000
Gesamtspanne	25 %	24 %
Bruttoertrag	25.000	31.200
bei 19% MWST	15.970	20.761
Nettoertrag nun	9.030	10.439
Hiervon gehen fixe Gemeinkosten von	6.000 ab	6.000 ab
zu nun = Ertrag	3.030 = 3,03%	4439 = 3,41 %

Es hat sich der **Ertrag trotzdem verbessert** ohne die Bezugskosten zu verändern. Also mehr verkaufen rechnet sich auch so, und der Einkäufer profitiert trotzdem (bei gleichem Bezugspreis).

Kunden sind das Kapital
Mitarbeiter sind das Eigenkapital

www.wuest-weiterbildung.com

Tel. **08764 / 9479606**

E-Mail info@wuest-weiterbildung.com

Erfolg

sei anders als alle anderen
sei besser als alle anderen
sei cleverer als alle anderen