

Unternehmenskompass 2007

Steigende Gesamteinnahmen

Auch im vergangenen Jahr hat das Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln in enger Zusammenarbeit mit dem CDH-Forschungsverband den Unternehmenskompass durchgeführt. Nachfolgend sind einige Durchschnittswerte für das Berichtsjahr 2006 wiedergegeben, die tiefer gehende Analyse mit weiteren Ergebnissen ist den Teilnehmern am Unternehmenskompass vorbehalten.

Im Durchschnitt der erfassten Handelsvertretungen sind die Gesamteinnahmen im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr um 5 % gestiegen. Die Betriebe ohne Geschäfte auf eigene Rechnung hatten einen Anstieg ihrer Gesamteinnahmen um durchschnittlich 3 % gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Die Betriebe mit Geschäften auf eigene Rechnung hatten im Durchschnitt sogar um 10 % wachsende Gesamteinnahmen. Auf einen Mitarbeiter (einschließlich Inhaber) entfielen im Berichtsjahr Gesamteinnahmen in Höhe von 107.903 Euro. Das waren 5,4 % mehr als im Jahre 2005 (102.415 Euro), allerdings 1,6 % weniger als im Jahr 2004 (109.662 Euro).

Die betriebswirtschaftlichen Gesamtkosten (Kosten einschließlich kalkulatorischem Unternehmerlohn und kalkulatorischer Zinsen für Eigenkapital) beliefen sich 2006 im Durchschnitt der Handelsvertreterbetriebe auf 91,4 % der Gesamteinnahmen. Die Kostenbelastung ist somit gegenüber 2005 (92,0 %) um 0,6 % der Gesamteinnahmen zurückgegangen, nachdem sie bereits den beiden Vorjahren gesunken war.

Dementsprechend verbesserte sich das betriebswirtschaftliche Betriebsergebnis im Durchschnitt der erfassten Handelsvertreterbetriebe von 8,0 % auf 8,6 % der Gesamteinnahmen. Legt man als Bezugsgröße nicht die Gesamteinnahmen, sondern den vermittelten Warenumsatz zugrunde, dann betrug im Jahre 2006 der Anteil des betriebswirtschaftlichen Betriebsergebnisses 0,36 % gegenüber 0,35 % und 0,34 % in den beiden vorangegangenen Jahren.

Im Gegensatz zum Vorjahr, hat sich im Berichtsjahr auch das steuerliche Betriebsergebnis verbessert, und zwar um 0,8 Prozentpunkte von 22,2 % auf 23,0 % der Gesamteinnahmen.

Von den dreizehn untersuchten Kostenarten sind im Berichtsjahr die Anteile von vier Kostenarten an den Gesamteinnahmen z. T. stark gestiegen, während die Anteile von neun Kostenarten zurückgingen. Am stärksten erhöht hat sich der Anteil der Gewerbesteuer und Pflichtabgaben von 2,7 % auf 4,0 % um 1,3 Prozentpunkte. Ebenfalls kräftig gestiegen sind die Abschreibungen um einen Prozentpunkt von 4,0 % auf 5,0 % der Gesamteinnahmen. Der kalkulatorische Unternehmerlohn, mit einer Erhöhung von 12,6 % auf 12,9 %, und die Werbekosten, mit einer Steigerung von 2,2 % auf 2,5 %, sind jeweils um 0,3 Prozentpunkte der Gesamteinnahmen gewachsen.

Entgegen dem langjährigen Trend, und um 0,9 Prozentpunkte von 44,1 % auf 43,2 % der Gesamteinnahmen, sind die Personalkosten im Berichtsjahr am stärksten zurückgegangen. Auch die Provisionen an selbständige Untervertreter waren um 0,6 Prozentpunkte von 1,4 % auf 0,8 % deutlich rückläufig. Trotz der oben erwähnten Erhöhung des kalkulatorischen Unternehmerlohns um 0,3 Prozentpunkte verringerte sich damit der Kostenanteil für Personal an den Gesamteinnahmen deutlich um 1,2 Prozentpunkte.

Bei dieser Betrachtung der Kostenentwicklung muss aber unbedingt folgendes beachtet werden: Die betriebswirtschaftlichen Kosten wurden auf die Gesamteinnahmen prozentuiert. Bei einem Anstieg der Gesamteinnahmen kann folglich der Anteil der Kosten an den Gesamteinnahmen im Vergleich zum Vorjahr sinken, auch wenn sich die absolute Höhe der einzelnen Kostenarten im Vergleich mit den Werten des Vorjahres nicht verringert hat.

Die betriebswirtschaftlichen Gesamtkosten sind im Jahre 2006 im Durchschnitt aller Handelsvertretungen im Vergleich zum Vorjahr um 8 % gestiegen, bei den Handelsvertretungen ohne Eigengeschäft um 7 % und bei den Handelsvertretungen mit Eigengeschäft sogar um 10 %.

Nutzen des Unternehmenskompass

Der CDH Forschungsverband bietet mit dem Unternehmenskompass allen CDH-Mitgliedsunternehmen ein wertvolles Instrument zur Unternehmensführung an. Damit lassen sich die Zahlen des eigenen Betriebes vom Vorjahr mit den entsprechenden Daten anderer Handelsvermittlungsbetriebe, aber auch mit Durchschnittswerten der eigenen Branche oder der Umsatzgrößenklasse des eigenen Betriebes vergleichen. Im Gegensatz zum Vergleich der eigenen Zahlen mit denen des Vorjahres oder mehrerer Vorjahre, wie er von Steuerberatern angeboten wird, ermöglicht der Unternehmenskompass damit den überbetrieblichen Vergleich von Kostenstrukturen und Leistungskennzahlen und damit auch echtes Benchmarking. Die jeweiligen Teilnehmerdaten werden dabei so aufbereitet und anonymisiert, dass eine Identifikation von einzelnen Betrieben durch die übrigen Teilnehmer unmöglich ist.

Sowohl die eigenen als auch die Vergleichsdaten werden im Unternehmenskompass zu Tabellen und Grafiken aufbereitet, und zwar kurz, übersichtlich und prägnant. So lassen sich Stärken und Schwächen und deren Ursachen ermitteln, korrigierende Maßnahmen ableiten und realistische Ziele setzen. Außer betriebswirtschaftlichen Daten wird auch die Intensität der Kundenbindung dargestellt, die die teilnehmenden Betriebe erreicht haben. Die Intensität der Kundenbindung wird damit unter den Teilnehmern vergleichbar. Jeder teilnehmende Betrieb erhält nach der Auswertung einen individuellen für ihn erstellten Unternehmenskompass.

Entwicklung einzelner Kosten

Auswertungsposition	2002	2003	2004	2005	2006
Entwicklung der Gesamteinnahmen <i>Vorjahr=100</i>	98	98	103	99	95
Entwicklung verschiedener Kostenarten					
Personalkosten ohne Provisionen an selbständige Untervertreter und Unternehmerlohn	47,7	43,7	41,1	44,1	43,2
Provisionen an selbständige Untervertreter	0,8	1,3	1,7	1,4	0,8
Kalkulatorischer Unternehmerlohn	10,9	13,0	15,7	12,6	12,9
Kraftfahrzeugkosten	6,5	7,7	6,8	6,9	6,5
Reisekosten	2,8	2,6	2,3	2,4	2,1
Bewertungsspesen und sonstige Kosten der Werbung	2,2	2,0	1,9	2,2	2,5
Raumkosten	4,5	4,6	4,0	4,7	4,6
Telekommunikations- und Portokosten	2,4	2,3	2,5	2,3	1,9
Gewerbesteuer und Pflichtabgaben	2,5	2,5	2,9	2,7	4,0
Zinsen für Fremdkapital	1,3	1,4	1,1	1,4	1,1
Abschreibungen	6,0	4,8	4,2	4,0	5,0
Allgemeine Verwaltungs- und sonstige Kosten	8,0	6,8	6,9	5,7	5,1

H&V JOURNAL – Wirtschaftsmagazin für Handelsvermittlung und Vertrieb

Nr. 1 vom 16. Januar 2008

Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin

Tel. 030/725 26-600, Fax 030/7 26 25-666

e-mail: mischon@cdh.de, www.cdh.de