



## Kennzahl „Others“

### Wieso Sie nicht alle Kennzahlen angeben müssen

von Kristoffer Ditz

Jedes Jahr, wenn im Unternehmen das Budget erstellt wird, fangen die Controller an, die Planungen der einzelnen Bereiche bzw. Abteilungen zu konsolidieren.

Nachdem die Einnahmen und Ausgaben erstellt sind, werden diese in einer BWA zusammengefasst. Diese wird in mehreren Meetings mit den zuständigen Bereichsleitern, Geschäftsführern, etc. diskutiert. Schon beim Planungsprozess fallen erste Unstimmigkeiten seitens der Bereichsleiter auf, da diese oft jedes noch so erdenkbare Konto planen müssen. Dies können zum Beispiel die Konten Heizung, Wasser, Strom sein. Wenn Sie einen Wellness-Betrieb betreiben, ist dies sicherlich sinnvoll. Bei einem Filialbetrieb, wo das Wasser von den Mitarbeitern lediglich verwendet wird, um Tee und Kaffee zu kochen eher nicht. Fassen Sie diese Positionen besser als Energie zusammen. Sollten Sie tatsächlich eine negative Abweichung zum Plan haben, können

Sie diese immer noch im Detail analysieren und es sei noch erwähnt, die Energiekosten werden nicht der Haupttreiber sein, wenn es dem Unternehmen wirtschaftlich nicht gut geht.

Kommen wir nun zum Materialaufwand. Die größte Position ist hier wohl der Wareneinsatz. Gefolgt von Werbekostenzuschüssen und Inventuren. Natürlich gibt es jetzt noch kleinere Positionen wie Retouren (Online-Handel ausgenommen), Entsorgungskosten, etc. Oftmals ist es der Wunsch des kaufmännischen Leiters, dass der Controller diese Positionen bzw. Konten in der BWA mit auflistet, was auch legitim ist. Wenn Sie den Materialaufwand jetzt allerdings in PowerPoint darstellen, wird Ihre Folie unübersichtlich.

Von daher fassen Sie die kleinen Positionen (unter einem Anteil von 5 %) in die Kennzahl Others bzw. Sonstige zusammen. Zum einen hat es hier den Vorteil, dass Ihre PowerPoint-Folie übersichtlicher wird und in der Regel kein Teilnehmer fragt, welche Posten sich hinter den letzten 5 % verbirgt. Des Weiteren werden die meisten BWAs in Millionen Euro präsentiert. Stellen Sie sich vor, Sie haben einen Umsatz in Höhe von 400 mEUR, einen Materialaufwand von 160 mEUR. Wenn Ihre Warenbezugskosten nun bei 115 T-EUR liegen würde Ihre BWA mit der Gegenüberstellung zum Vorjahr so aussehen, wie in Abbildung 1 dargestellt.

Sie sehen schon welchen Effekt das ganze grafisch hat – keinen. Es ist mehr verwirrend als hilfreich. Vergessen Sie bitte nicht, dass die Bereichsleiter aus dem Einkauf, Vertrieb, etc. keine ausgebildeten Controller sind. ■

Kennzahl	Plan	Vorjahr	Δ EUR	Δ %
<b>Nettoumsatz</b>	<b>400,0</b>	<b>399,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,2 %</b>
Wareneinsatz	154,0	153,6	0,4	0,3 %
Werbekostenzuschüsse	5,5	5,3	0,2	3,8 %
Warenbezugskosten	0,1	0,1	0,0	6,5 %

Abb. 1: Konsolidierte BWA

#### Autor



#### ■ Kristoffer Ditz

ist Leiter der Hanseatic Business School und verfügt über mehrjährige Erfahrung im Controlling. An der Hochschule Fresenius ist er als freiberuflicher Dozent tätig. Seine Schwerpunkte sind das Ein- und Verkaufscontrolling sowie Online-Controlling.

E-Mail: [kditz@hanseatic-business-school.com](mailto:kditz@hanseatic-business-school.com)

[www.hanseatic-business-school.com](http://www.hanseatic-business-school.com)