

Die Buchführung – Übel oder Informationsquelle?

Steuerberater Rudolf Siart gibt Tipps, wie man die Buchführung besser nutzt

Haben Sie sich auch Neujahresvorsätze vorgenommen? Sich das Rauchen abzugewöhnen, ist schwer, keinen Wein mehr zu trinken auch! Aber nutzen Sie die Chan-

Gliederung der Erlöse nach Filialen erfolgen – dies ermöglicht Ihnen eine strukturierte Gegenüberstellung von Erlös und Einsatz je Waren(-gruppe). Ebenso macht es Sinn, die fixen

Stellen Sie den Erlösen je Waren(-gruppe) die variablen Kosten (= Wareneinsatz) gegenüber – die Differenz gibt an, welchen Beitrag jede Waren(-gruppe) zur Deckung der Fixkosten beiträgt.

Wenn Sie die Fixkosten (Miete, Löhne etc.) bereits aufgegliedert haben, kann die Aussagekraft des Deckungsbeitrages – im Rahmen des „mehrstufigen Deckungsbeitrages“ noch aussagekräftiger ermittelt werden.



EXPERTISE

„Eine gute Buchführung ist die Basis, um die Stärken des Unternehmens besser zu nutzen.“

ce und fassen Sie einen Vorsatz, der leicht umzusetzen ist und von dem Sie nur profitieren können! – Analysieren Sie Ihr Buchführungssystem hinsichtlich ungenutzter Potenziale! Das Gesetz besagt, dass jeder Unternehmer Aufzeichnungen über seine Geschäftstätigkeit zu führen hat. Aber die verpflichtenden Aufzeichnungen sind für den Unternehmer nicht zur ein lästiges Übel, das einen Steuerschein produziert, sondern stellt auch eine oft nicht genutzte Informationsquelle dar.

Sehen Sie Ihre Buchhaltung als Informationssystem

Überlegen Sie, welche Informationen Sie herauslesen wollen, um offene Fragen zu beantworten und strukturieren Sie die Aufzeichnungen dementsprechend. Nehmen wir ein Beispiel: Sie haben drei Standorte. Werden die Umsätze und Aufwendungen ohne Gliederung nach Waren(-gruppen) bzw. Standorten erfasst, kann nur erkannt werden, wie hoch das gesamte erwirtschaftete Ergebnis ist. Eine genaue Analyse, wie es zu diesem Ergebnis kommt (in welchen Filialen) bzw. wo der Hebel angesetzt werden soll, ist so nicht möglich. Gehen Sie Ihre Saldenliste durch und prüfen Sie, wo eine tiefere Gliederung sinnvoll und effizient ist! Die Gliederung des Waren- bzw. Materialeinsatzes sollte entsprechend der

Aufwendungen wie Löhne, Miete etc. sofort den einzelnen Standorten zuzuordnen.

Mit ganz einfachen Mitteln haben Sie Ihre Entscheidungsgrundlage – die Buchführung – wesentlich verbessert! Sie haben so die perfekte Basis geschaffen, um die Stärken Ihres Unternehmens gezielt nutzen zu können bzw. die Schwächen zu erkennen – im Konkreten zumindest um grob feststellen zu können, welche Filiale wie läuft.

Buchhaltung auch für KoRe und Kalkulation nutzen

Wissen Sie, ab welchem Umsatz Sie eine „schwarze Null“ schreiben? Die Gewinnschwellen-Analyse zeigt, ob Ihre Umsatzziele ausreichen oder ob höhere Verkaufszahlen bzw. Einsparungen notwendig sind, um Ihr gewünschtes Erfolgsziel zu erreichen. Welche Produkte bzw. Produktgruppen Ihres Sortiments sind für Sie am gewinnbringendsten und sollten demnach besonders gepusht werden? Mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung können Sie diese Frage einfach und schnell beantworten. In der Deckungsbeitragsrechnung werden den Umsätzen der Wareneinsatz (inkl. Nebenkosten) je Produkt(-gruppe) gegenübergestellt. Der Deckungsbeitrag kann – eine gut gegliederte Buchführung vorausgesetzt – einfach anhand der Saldenliste ermittelt werden.

Erstellen Sie einen Finanz- & Liquiditätsplan

Nichts ist unangenehmer bzw. auch fataler, als seinen Zahlungsverpflichtungen nicht pünktlich nachkommen zu können. Aber auch ein zu hoher Stand an verfügbaren Zahlungsmitteln ist nicht sinnvoll, da dieses Geld ungenutztes finanzielles Potenzial darstellt, mit dem nicht gewinnbringend gearbeitet wird.

Der Liquiditätsplan hilft Ihnen, Ihre liquiden Mittel sinnvoll im Unternehmen einzusetzen und stellt gleichzeitig ein Planungsinstrument dar, um stets ausreichend mit liquiden Mitteln versorgt zu sein.

Die Buchführung bildet auch hier wieder die Basis: Welchen Zahlungsverpflichtungen (= Verbindlichkeiten) muss in der nächsten Zeit nachgekommen werden? Welche laufenden Zahlungen (Miete, Energiekosten, Zinsbelastungen etc.) sind zu erfüllen? Mit welchen Geldzuflüssen (= Zahlungseingang offener Forderungen) kann in nächster Zeit gerechnet werden? Wenn Sie diese Überlegungen strukturiert nach Einnahmen und Ausgaben durchgehen und zu Papier bringen, haben Sie schon einen Finanzplan.

Mag. Rudolf Siart ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, Siart + Team Treuhand GmbH, 1160 Wien, Enekelstr. 26, Tel.: 01/493 13 99, siart@siart.at, www.siart.at



Planen · Produzieren · Montieren

Großkücheneinrichtungen
Wirtschaftsherde
Dunstabzugshauben
Niro-Alu-Kassetendecken
Be- und Entlüftungsanlagen

www.gast.co.at

4407 Steyr, Tel. 0 72 52/723 01-17

STIMMUNGSBAROMETER

Austritt der WKO aus der ÖW!



Christoph Madl, Niederösterreich Werbung



Norbert Kettner, Tourismusdirektor Wien

Die Unterstützung der Außenhandelsstellen ist wichtig, aber in den Hauptmärkten brauchen wir Tourismusmarketing-Spezialisten, so wie die ÖW sie uns bietet. Wir bemühen uns seit Jahren intensiv darum, die Marketingaktivitäten der Destinationen, der Bundesländer und der Österreich Werbung zu bündeln und zu konzentrieren – ein Ausbrechen der WKO aus dem gemeinsamen Dachmarketing können wir nicht verstehen.

Die Kündigung des Vertrags sehe ich als fahrlässige Gefährdung des Tourismusstandorts Österreich. Die Kompetenz für nationales Tourismusmarketing liegt hierzulande bei der ÖW und bei niemandem anderen, und daran ist nicht zu rütteln. In den Außenhandelsstellen sitzen ausgezeichnete Expertinnen und Experten, doch deren Kernkompetenz liegt nicht im Tourismus, wo die ÖW jahrzehntelang Know-how erworben und erfolgreich eingesetzt hat. So erfolgreich, dass Österreich heute international als Benchmark für effizientes Tourismusmarketing gilt.



Georg Bliem, GF Steiermark Tourismus



Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand, OÖ Tourismus

Mit dem vorläufigen Austritt der WKO bei der ÖW hat niemand eine Freude, und ich hoffe, dass wir mit der WKO eine neue zukunftsweisende gemeinsame Lösung finden. Der Austritt der Bundesländer im Jahr 2001 ist eine andere Sache. Der Steiermark Tourismus und seine Regionen wurden durch die folgenden Leistungseinkäufe ein sehr guter und verlässlicher Umsatzbringer für die ÖW, sodass in den Folgejahren durch die projektmäßige Zusammenarbeit die gemeinsame Effizienz gesteigert werden konnte.

Im Grunde ist noch kein Austritt erfolgt. Mit der Vertragskündigung signalisiert die WKO nur, dass sie verhandeln will. Wir werden sicher nicht mehr Mitglied der ÖW. Wir fühlen uns in der Allianz der Zehn – ÖW und die neun Landestourismusorganisationen, die 2009 die gemeinsame strategische Marktbearbeitung in den wichtigsten touristischen Herkunftsmärkten beschlossen hat – sehr wohl.

CICERO WUNDERT SICH ÜBER KELLNER

Vor ein paar Wochen wurde für die Besprechung eines gastronomischen Konzepts als inspirierender Raum ein bekanntes Lokal in den Viaduktbögen der Wiener Heiligenstädter Straße ausgewählt. Mitten am Nachmittag war nicht allzu viel Frequenz und Cicero war der Annahme, dass das Service reibungslos vonstatten gehen wird. Dem war aber beileibe nicht so. Nicht nur, dass wir schon für die erste Bestellung lange warten mussten, fand es keiner der vorbeigehenden Herren wert, nach weiteren Wünschen zu fragen, sondern tratschten miteinander an der Schank. Die ursprüngliche Idee, das konstruktive Gespräch mit einer Flasche Wein zu begießen, wurde einstimmig verworfen. So fragte nun Cicero höflich um die Rechnung. Der Ablauf dieses Prozesses ist an Unprofessionalität kaum zu überbieten. Der Kellner kam an den Tisch und fragte: „Wer bezahlt?“

Cicero: „Bitte getrennte Rechnungen.“ Kellner: „Ich habe nur einen Kassa-Bon, die Gäste sollen den Betrag selbst teilen.“

Einer der Gesprächspartner erklärte sich daraufhin bereit, die Rechnung zu übernehmen und schaute sich den Bon genauer an. Zwei Posten wurden nie serviert, daher auch nicht konsumiert – Betrag € 10,80. Der Gast reklamierte die Endsumme, worauf der Kellner die zwei Posten durchstrich und lapidar in schlechtem Deutsch meinte: „Da, kannst Du brauchen für Steuer.“ Der Original-Bon wurde nicht korrigiert. Dieser war dafür unterschrieben mit: „Bitte besuchen Sie uns bald wieder!“ Nun ja ...

Schade nur, dass von der Geschäftsführung niemand als Ansprechpartner anwesend war, denn hier war dringender Handlungsbedarf in Sachen gästeorientiertes Verhalten, Service und korrektes Abrechnen geboten.



Falls Sie sich betroffen fühlen, schreiben Sie uns: gast@wirtschaftsverlag.at (Fax: 01/546 64-360)

WIRT AM WORT

Wer über schlechtes Service in der heimischen Gastronomie lamentiert, möge nach Lateinamerika fahren: Ich habe zehn Wochen in Brasilien, Chile, Peru, Ecuador und Costa Rica gegessen, getrunken und geschlafen und habe kaum irgendwo in diesen Ländern professionelle Bedienung erlebt.

Im Regelfall war das Service mittelmäßig bis mäßig; so wollte ich an einem sonnigen Tag im Schanigarten des Nobelhotels Ritz Carlton in Santiago de Chile eine Kleinigkeit essen; es waren genug Plätze frei, aber die Kellnerin meinte, ich solle doch lieber drinnen Platz nehmen, weil das Service auf der Terrasse so langsam sei. Auf meine erstaunte Rückfrage, wie ich diese Aussage in einem 5-Sterne-Hotel verstehen solle, wiederholte sie lapidar ihre Meinung. Also nahm ich im Innenbereich des Hotels Platz – das

Service war aber auch hier nicht flotter als draußen.

In einem anderen gehobenen Lokal bestellte ich eine Flasche Cabernet Sauvignon Rosé durch klar sichtbaren Fingerzeig auf den entsprechenden Eintrag in der Karte – serviert wurde ein im Eiswasser gekühlter Rotwein (Missverständnisse sind, mit Ausnahme von Brasilien, unwahrscheinlich, weil ich glaube, mich auf Spanisch und Englisch gut genug verständigen zu können).

Lobenswerte Ausnahmen von diesen unerfreulichen Eindrücken konnte ich immerhin in Buenos Aires machen: Hier passt das Preis-Leistungs-Verhältnis in der Regel ebenso wie die Qualität im Service. Aber im summarischen Vergleich meine ich, dass die österreichische Gastronomie den von mir besuchten lateinamerikanischen Pendants turmhoch überlegen ist.



Dr. Stefan Gergely, Schlossquadrat, Wien

Falls Sie sich betroffen fühlen, schreiben Sie uns: gast@wirtschaftsverlag.at (Fax: 01/546 64-360)