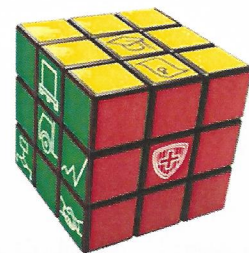


SVBL
ASFL

Berufsprüfung
Basismodul SVBL 2, 58
Offerte und Kalkulation

**Vorbereitung auf die Berufsprüfung nach
modularem System**

Logistiker / Logistikerin mit eidg. Fachausweis



SVBL ASFL

Schweizerische Vereinigung für die Berufsbildung in der Logistik
Association Suisse pour la formation professionnelle en logistique
Associazione Svizzera per la formazione professionale in logistica

Ausgabe: 2014 (überarbeitet)

Autor: Kurt Lander

Offerte und Kalkulation

Leistungsziele	4
1 Angebot.....	5
2 Rabatt.....	5
3 Offerte	8
3.1 Protokoll Offertöffnung	8
3.2 Offertzusammenstellung (Benchmark Tabelle).....	9
3.3 Prozessablauf Offertanfrage	11
4 Kalkulation	15
4.1 Nutzen einer Kalkulation.....	15
4.2 Vorkalkulation	15
4.3 Mitlaufende Kalkulation	15
4.4 Nachkalkulation	15
4.5 Leistungseinheitsbezogene Kostenträgerstückrechnung	16
5 Kalkulationsbeispiele.....	17
5.1 Einkaufskalkulation	17
5.2 Verkaufskalkulation 1.....	17
5.3 Verkaufskalkulation 2.....	17
5.4 Lösungen.....	18

Offerte und Kalkulation

Leistungsziele

	Leistungsziele Offerte und Kalkulation	Taxonomie
1	Versteht die Begriffe der Kalkulation und kann diese erklären.	K 2
2	Kann auf Grund einer Gesamtkalkulation eine Einzelkalkulation durchführen.	K 3
3	Kann in der Einkaufskalkulation den Einstandspreis berechnen.	K 3
4	Kann in der Verkaufskalkulation den Bruttoverkaufspreis ermitteln.	K 3
5	Erstellt eine formal richtige Offerte auf Grund einer Einzelkalkulation.	K 3
6	Kann an einer Fallstudie den Ablauf eines Auftrages (Anfrage – Kalkulation – Offerte – Auftragsbestätigung) richtig anwenden	K 3
7	Kann die Nutzschwelle rechnerisch und ausrechnen auf Grund der Einzelkosten und Gemeinkosten.	K 3

1 Angebot

Das Angebot ist im kaufmännischen Bereich ein Teil des **Beschaffungsvorgangs** um **Dienstleistungen** zu erbringen.



Die Abgabe eines Angebotes kann formlos (mündlich, telefonisch) erfolgen, verbreitet ist allerdings die Schriftform.

Üblicherweise führt ein Einkäufer anhand mehrerer eingegangener Angebote einen **Angebotsvergleich** durch und gibt anschließend eine **Bestellung** auf, die der Lieferant mit einer **Auftragsbestätigung** annimmt. Dadurch kommt ein **Kaufvertrag** zustande, an den sich die **Lieferung** oder **Leistung** und die Weiterverarbeitung der bezogenen Güter im betrieblichen Leistungsprozess anschließt.

Das Angebot enthält insbesondere bei hohen Warenwerten zahlreiche Einzelheiten. In der Praxis sind folgende Punkte obligatorische Bestandteile eines Angebotes, sofern sie nicht aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen hervorgehen:

- Die genaue Bezeichnung der Ware und ihre Qualität
- Menge und Preis der Ware inklusive Rabatte
- Kosten der Fracht und Verpackung
- Erfüllungsort, Gerichtsstand und Eigentumsvorbehalt
- Lieferzeit
- Zahlungsbedingungen

2 Rabatt

Ein **Rabatt** ist:

1. ein Nachlass vom Listenpreis einer Ware oder Dienstleistung.
2. ein Nachlass von dem Preis, den der Unternehmer in sonstiger Weise allgemein ankündigt oder fordert (Netto-Verkaufspreis).
3. ein Sonderpreis, der wegen der Zugehörigkeit zu bestimmten Verbraucherkreisen, Berufen, Vereinen oder Gesellschaften eingeräumt wird.

Rabatte werden als Kaufanreize in der Preispolitik eingesetzt. Die Berechnung erfolgt bei der Preiskalkulation. Rabatte werden meist in Prozent vom Listenpreis als **Rabattsatz** angegeben.

Die wichtigsten Rabattformen sind:

- Als Skonto oder Barzahlungsnachlass bezeichnet man die Kürzung des Rechnungsbetrages bei Zahlung innerhalb der Skontofrist.
- Der Mengennachlass oder Staffelpreis soll zum Kauf großer Mengen von Waren in einer einzigen Lieferung anregen. Beim Kauf respektive der Bestellung von Waren oder gewerblichen Leistungen wird ein Preisnachlass oder eine unentgeltliche Zusatzmenge derselben Ware (Draufgabe) gewährt.
- Es können Rabattstufen festgelegt werden, bei der Rabattstufe verringert sich der Preis schrittweise bei Abnahme einer größeren Stückzahl. Wird der Nachlass ab einem bestimmten Wert gewährt, spricht man von einem Warenwertpreisrabatt.
- Der Jahresrabatt wird auf den in einem Jahr getätigten Umsatz gewährt. Er kann einmalig festgelegt oder nach Umsatz gestaffelt werden.
- Der Treuerabatt soll die Kundenbindung fördern und Wettbewerber abwehren.
- Der Positionspreisrabatt wird meist nur auf eine Rechnungsposition gewährt, kann aber auch auf mehrere Positionen in der Rechnung abgezogen werden.
- Der Umsatzbonus ist eine Kunden-Gutschrift, die ausgezahlt wird, wenn am Jahresende ein vereinbarter Gesamtumsatz erzielt wurde.
- Der Umsatz-Konditionen-Bonus belohnt das Kauf- und Zahlungsverhalten der Kunden.
- Der Wiederverkäuferpreisrabatt ist, die dem Gross- und Einzelhandel gewährte, Handelsspanne bei Waren, deren Endverkaufspreis vom Hersteller festgesetzt wird. Er soll dem Händler einen angemessenen Gewinn sichern.
- Der Saisonerabatt wird bei vorzeitigem Bezug von Waren, die starken Saisonschwankungen unterliegen, gewährt.

Daneben bestehen vielfältige Formen von Sonderrabatten, zum Beispiel:

- Erstbestellerrabatt, um neue Kunden zu gewinnen
- Personalrabatt für Betriebsangehörige
- Jubiläumsrabatt bei Geschäftsjubiläen
- Lagerräumungsrabatt, der zum Ende einer Saison Lagerplätze für neue Waren schaffen soll (z. B. Winterschlussverkauf)
- Web-Rabatt: Rabatt, der dem Käufer gewährt wird, wenn das Produkt über das Internet bestellt wird und damit weniger Kosten (z. B. Personal, Lager) für das Unternehmen anfallen

Ein Rabatt erweckt beim Kunden oft den Eindruck, er könne ein hochwertiges Produkt zu einem für ihn günstigen Preis erwerben. Dies ist allerdings bei weitem nicht immer so, denn der tatsächliche Warenwert bleibt dem Käufer oft verborgen. Stattdessen orientiert er sich am so genannten Bruttopreis, von dem der Rabatt abgezogen wird. Unseriöse Händler nutzen dies aus, indem sie vorsätzlich überhöhte Preise (sog. **Mondpreise**) ansetzen, um auf diese dann scheinbar großzügige Nachlässe zu gewähren. Vergleicht man den so erhaltenen Preis mit dem tatsächlichen Wert des Produktes, so stellt sich manches vermeintliche **Schnäppchen** als teure Falle heraus.

Rabatte wurden in der menschlichen Handelsgeschichte schon immer aus verschiedenen Gründen gewährt. Wenn auch in der Literatur weniger belegt, gibt es wohl den „Schnäppchenjäger“ ebenso lange.

Ein Hinweis darauf könnte das dem englischen Schriftsteller **John Ruskin** zugesprochene Zitat sein:

„Es gibt kaum etwas auf dieser Welt, das nicht irgendjemand ein wenig schlechter machen und etwas billiger verkaufen könnte, und die Menschen, die sich nur am Preis orientieren, werden die gerechte Beute solcher Machenschaften. - Es ist unklug, zu viel zu bezahlen, aber es ist noch schlechter, zu wenig zu bezahlen. Wenn Sie zu viel bezahlen, verlieren Sie etwas Geld. Das ist alles. Wenn Sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren Sie manchmal alles, da der gekaufte Gegenstand die ihm zugedachte Aufgabe nicht erfüllen kann. Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld viel Wert zu erhalten. - Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn Sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres zu bezahlen.“

– JOHN RUSHKIN, PROFESSOR FÜR KUNST AN DER UNIVERSITÄT OXFORD, ENGLAND (1819-1900)

3 Offerte

3.1 Protokoll Offertöffnung

	Unternehmer (Name, Adresse)	Datum	Anwesend bei Offertöffnung (Name/Vorname) (Unterschrift)		Nettobetrag Inkl. MWSt.
1	Name, Adresse, PLZ Ort				
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Unternehmervarianten (Benchmark)

	Unternehmer (Name, Adresse)	Datum	Anwesend bei Offertöffnung (Name/Vorname) (Unterschrift)		Nettobetrag Inkl. MWSt.
1	Name, Adresse, PLZ Ort				
2					
3					
4					

Anwesende Personen

	Unternehmer (Name, Adresse)	Datum	Anwesend bei Offertöffnung (Name/Vorname) (Unterschrift)		Nettobetrag Inkl. MWSt.
1	Name, Adresse, PLZ Ort				
2					
3					
4					

3.2 Offertzusammenstellung (Benchmark Tabelle)

Rang	Unternehmer / Name	Nettobetrag		Bemerkungen
1				
2				
4				
5				
6				
7				
8				

Muster Offerte "Lagerung Paletten"
(Briefkopf Firma)

① (Absender)
Cargo Logistics
Industriestrasse 2
4600 Olten

② (Adresse/Empfänger)
E. Meyer AG
Herr Christoph Zeller
Neue Landstrasse 13a
5312 Derendingen

③ (Olten,) 30. August 2014

④ Unser Zeichen: LAGER-ef

⑤ Offerte Einlagerung Euro-Palette - 002

⑥ Sehr geehrter Herr Zeller (Anrede)

⑦ Vielen Dank für Ihre Anfrage. Gerne offerieren wir Ihnen die Lagerung von 740 EURO-Paletten für die Monate November/Dezember 2014. (Einleitung)

⑧

Lagerung		
Pos.		Preis in CHF/Jahr
1	Euro-Palette Typ 1 (80x120cm), Ladungshöhe max. 120 cm. ohne Überhang	85.00
2	Euro-Palette Typ 1 (80x120cm), Ladungshöhe max. 180 cm. ohne Überhang	98.00
3	Zuschlag für Beladung mit Überhang (max. 12cm/Breite: 15cm/Länge)	12.00
Kommissionierung		
4	Max. Dimension (lxbxh) 10x5x5cm; max. Gewicht 0,2 kg	1.50
5	Max. Dimension (lxbxh) 20x10x10cm; max Gewicht 1.0 kg	2.20

⑨ Rabatte:
Rechnungsbetrag: CHF 5001.00 - 10'000.00/Monat = 2%
ab CHF 10'01.00 / Monat = 5%

⑩ Skonto: Bei Zahlung innert 5 Tagen 2 % Skonto

⑪ Zahlungsinfo: Rechnung zahlbar innert 30 Tagen

⑫ Gültigkeit der Offerte: 30 Tage

⑬ Bitte beachten Sie unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) als integrierender Bestandteil unserer Offerte.

⑭ Wir freuen uns, wenn wir diesen Auftrag für Sie ausführen dürfen und sichern Ihnen eine fachgerechte und sorgfältige Ausführung zu. (Schlusssatz mit Grussformel und Unterschrift)

⑮

Freundliche Grüsse
Cargo Logistics AG

(Unterschrift)

Ernst Leitner, Leiter Lager

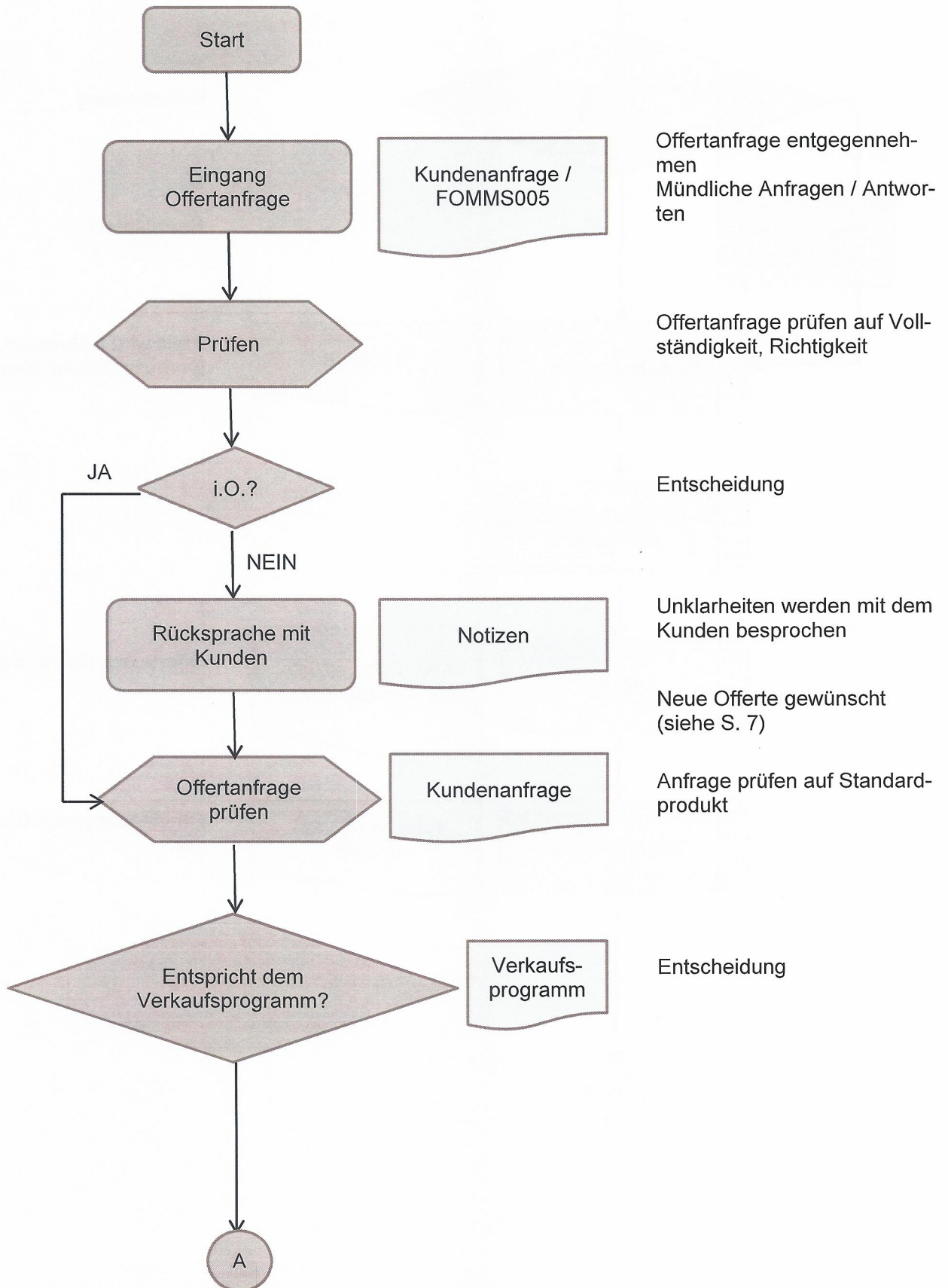
⑯ MUSTEROFFERTE_2014_01/doc

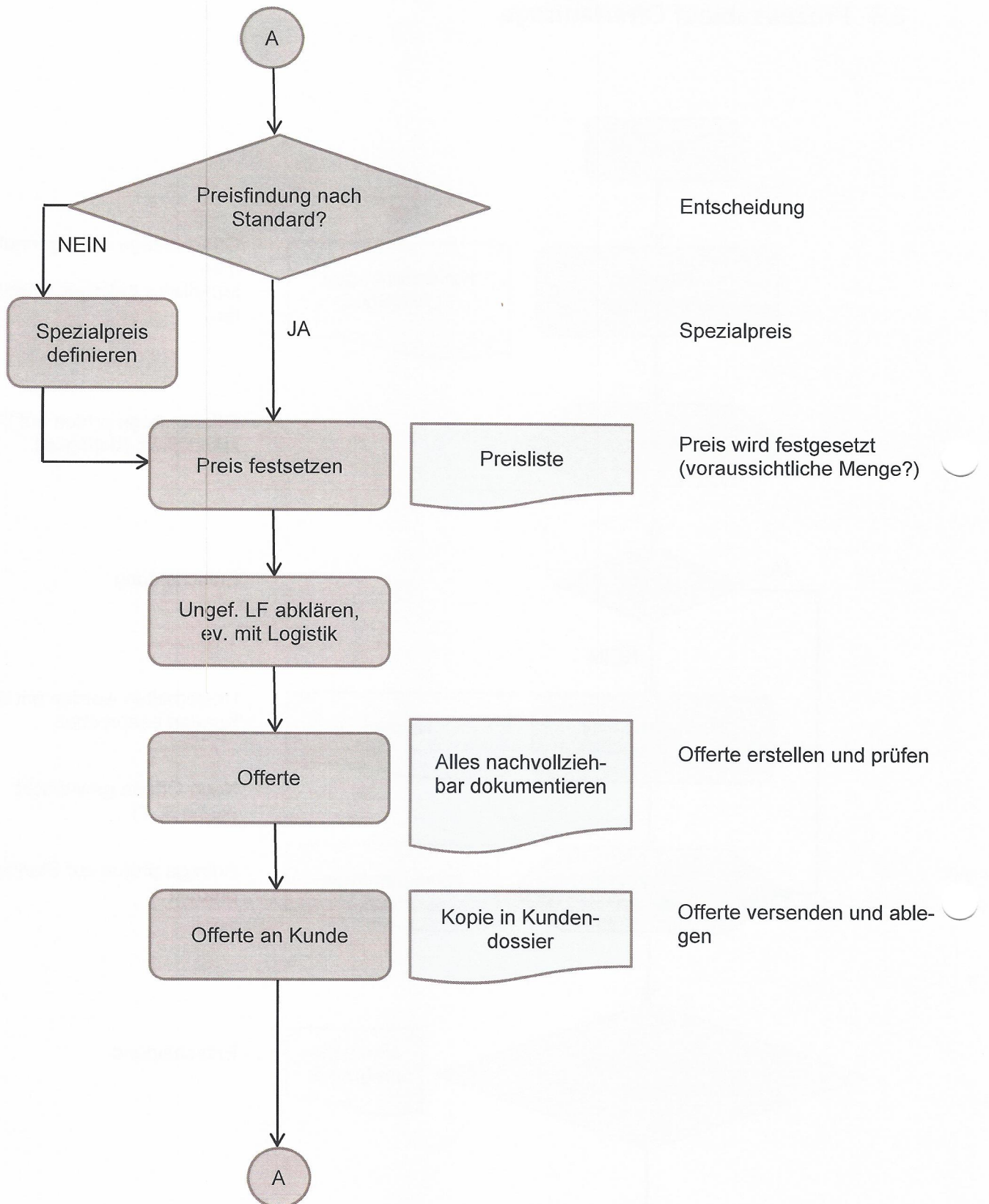
⑰ Seite 1 von 1

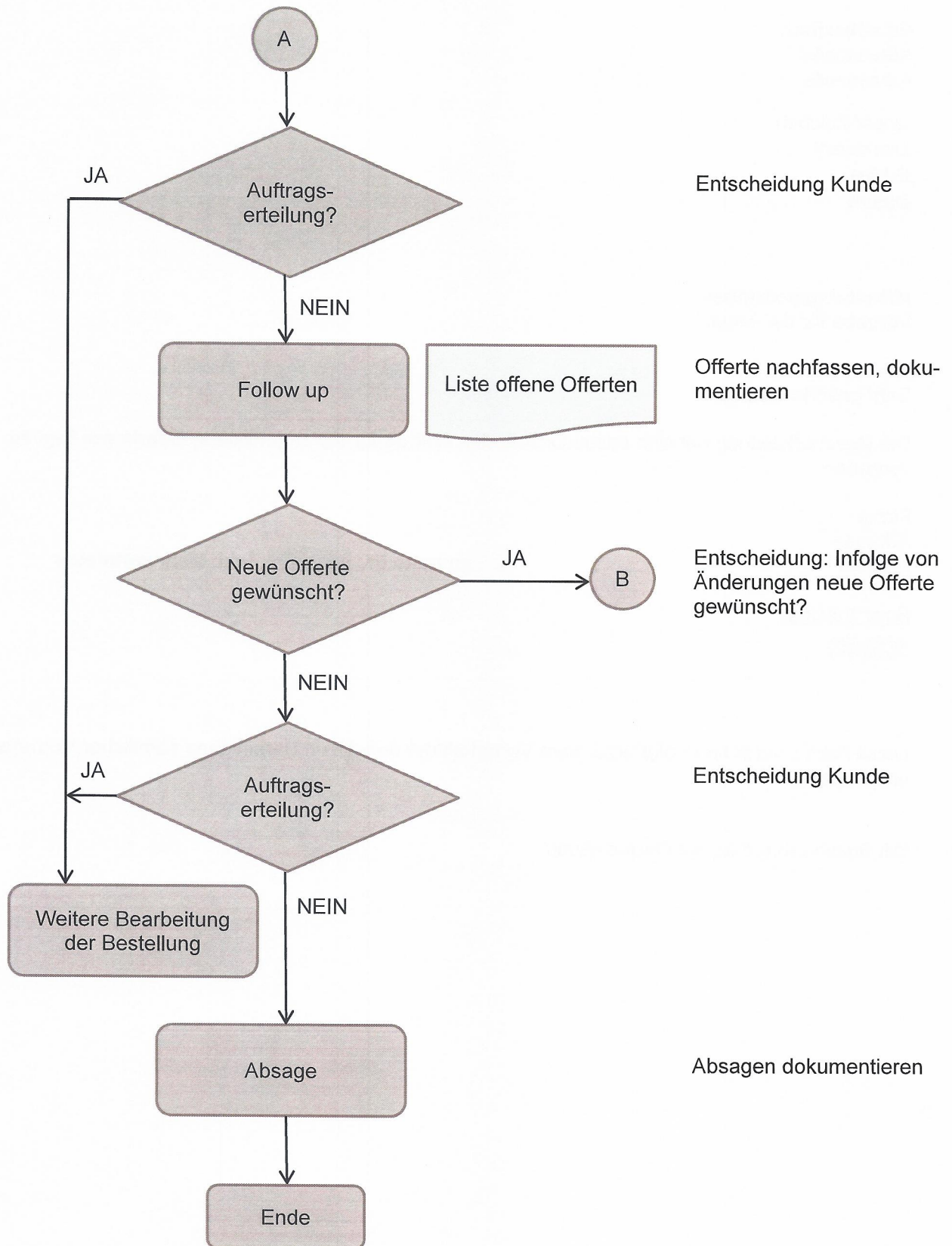
Lösung:

1) Absender	7) Einleitung/Lauftext	13) Verweis AGB
2) Adresse Empfänger	8) Auflistung Offerte/Preise	14) Schlusssatz
3) (Ort), Datum	9) Konditionen/Rabatte	15) Grussformel / Unterschrift
4) Zeichen	10) Skonto	16) Dokument-Name
5) Betreff	11) Zahlungsinformationen	17) Seitenzahl (wenn mehrere Seiten)
6) Anrede	12) Gültigkeit der Offerte	

3.3 Prozessablauf Offertanfrage







Einschreiben

Adresszeile
Adresszeile

Unser Zeichen
Direktwahl
E-Mail
Datum

Mitteilungsschreiben

Vergabe für die Arbeit

Sehr geehrte Anrede

Die Geschäftsleitung hat sich entschlossen, den Auftrag für die angeforderte Offerte wie folgt zu vergeben:

Firma
Adresse
PLZ/Ort

zu netto Fr. [REDACTED], inkl. Mehrwertsteuer

Begründung:

[REDACTED]

Diese Arbeitsvergabe erfolgt unter dem Vorbehalt der definitiven Bereinigung sämtlicher Vertragsunterlagen.

Wir danken Ihnen für die Offertstellung.

4 Kalkulation

Unter Kalkulation (vom lat.: *calcularre* = rechnen) versteht man im Allgemeinen eine Berechnung, besonders im kaufmännischen Bereich.

4.1 Nutzen einer Kalkulation

Im Rechnungswesen dient die Kalkulation

- der Ermittlung der Stückkosten einer Ware, Dienstleistung oder eines Halbfabrikates (vgl. Kostenträgerstückrechnung).
- der Ermittlung der Produktionskosten einer Ware pro Periode (vgl. Kostenträgerzeitrechnung).
- der Ermittlung von Brutto- und Netto-Verkaufspreises abhängig von Vertriebskanal und Kundenrabattgruppe.

Die Kalkulation dient der Ermittlung der Kosten einzelner betrieblicher Leistungen bzw. einzelner Aufträge. In einer Kalkulation werden alle Elemente erfasst, die zur Leistungserbringung notwendig sind. Kalkulationselemente sind Material, Arbeit, Gemeinkosten und technische Bearbeitung.

Die Kalkulation teilt sich in verschiedene Phasen auf. Je nach Zeitpunkt und Zweck der Durchführung spricht man von Vorkalkulation, mitlaufender Kalkulation oder Nachkalkulation.

4.2 Vorkalkulation

Mit der Vorkalkulation wird der Preis bestimmt. Sie beruht auf Erfahrungswerten und kann deshalb nur annähernd den genauen Preis aufzeigen. Die grösste Genauigkeit kann erzielt werden, wenn die mit dem Auftrag zusammenhängenden Einflussgrössen möglichst seriös erfasst werden. Die Materialeinzelkosten, die Personaleinzelkosten sowie die Sonderkosten sind zu diesen Einflussgrössen zu zählen. Die Vorkalkulation bietet eine verlässliche Grösse um den Mindestpreis zu bestimmen. Um den Fortbestand der Unternehmung sichern zu können, müssen die Preise kostendeckend sein. Im Verlaufe eines Auftrages muss der durch die Vorkalkulation ermittelte Preis deshalb regelmässig kontrolliert werden. Dies kann mit der mitlaufenden Kalkulation erreicht werden.

4.3 Mitlaufende Kalkulation

Die mitlaufende Kalkulation entspricht der Nachkalkulation und verlangt eine fortlaufende und aktuelle Dokumentation des Arbeitsablaufes. Sie dient der kostenmässigen Überwachung eines Auftrages. So werden z.B. die Verrechnung von zusätzlichen Leistungen, das frühzeitige Erkennen von Kostenabweichungen, die Beurteilung der Arbeitsleistung oder Korrekturen rechtzeitig ermöglicht.

4.4 Nachkalkulation

Nach Abschluss des Auftrages werden mit der Nachkalkulation die effektiven Kosten des Auftrages ermittelt. Durch die Gegenüberstellung der tatsächlichen Kosten und des tatsächlichen Erlöses (Rechnungsbetrag) kann der Gewinn oder Verlust des Auftrages festgestellt werden. Voraussetzung für die Nachkalkulation ist ein effektives Rapportwesen. Die Ergebnisse der Nachkalkulation bilden die Grundlage für die Kostenschätzungen in der Vorkalkulation. Vor- und Nachkalkulation müssen deshalb gleich aufgebaut sein. Als Führungsinstrument liefert die Nachkalkulation Grundlagen für die künftige Preisgestaltung und für unternehmerische Entscheide. Aus der Nachkalkulation fallen als Nebenprodukte Resultate an, welche zu Kennzahlen zusammengestellt, wesentliches über die Leistung des Betriebes aussagen.

4.5 Leistungseinheitsbezogene Kostenträgerstückrechnung

Die Kalkulation ist eine Kostenrechnung die zu folgenden Zwecken dient:

1. Der Kostenermittlung
2. Der Preisermittlung, und zwar bei der Preisforderungspolitik auf dem Absatzmarkt, bei der Preisgebotspolitik auf dem Beschaffungsmarkt und für die Festlegung von Verrechnungspreisen im Innenbereich des Betriebes.
3. Der Preiskontrolle für die Überprüfung der Kosten- und Erlössituation der einzelnen Leistungseinheiten.
4. Der Erfolgsermittlung durch Gegenüberstellung von Kosten und Erlösen.
5. Der Durchführung von Vergleichsrechnungen, z.B. von Soll-Ist-Vergleichen zum Zwecke der Kostenkontrolle.
6. Der Bewertung innerbetrieblicher Leistungen, wenn einzelne Kostenstellen des Betriebes Leistungen für andere Kostenstellen erbringen.

5 Kalkulationsbeispiele

5.1 Einkaufskalkulation

Ein Versandhaus möchte sein Sortiment an Sportgeräten ausbauen. Ein Sportartikelhersteller offeriert dem Versandhaus eine Hantel mit Gewichtsscheiben zu folgenden Bedingungen:

Listenpreis pro Stück	Fr. 28.00 (ab Fabrik) 100% Basis
Mengenrabatt	25%
Skonto bei Bezahlung innert 30 Tagen	2%

Das Versandhaus möchte erstmals 200 Stück bestellen.

Die Bezugskosten (Transport-/Versandkosten) belaufen sich auf 384.00 (oder Fr. 1.92 pro Stück).

Wie hoch kommt der Einstandspreis pro Hantel zu stehen?

Beachten Sie: Rabatt und Skonto berechnet sich jeweils aus der Basis (100%) des Kalkulationsschrittes.

Bezugskosten (Transport-/Versandkosten) können nicht in einem prozentualen Kalkulationssatz angegeben werden, da sie von Artikel zu Artikel beziehungsweise von Lieferung zu Lieferung ganz unterschiedlich ausfallen.

Mehrwertsteuer (MWST) bei der Einkaufskalkulation

Unternehmen welche MWST-pflichtig sind, dürfen diese in der Buchhaltung als „Vorsteuer“ wieder in Abzug bringen. Die MWST berechnet sich immer auf dem sogenannten Mehrwert und wird vom Endverbraucher bezahlt.

In der Einkaufskalkulation müssen diese bei MWST-pflichtigen Unternehmen nicht berücksichtigt werden.

5.2 Verkaufskalkulation 1

(aufbauend = ausgehend vom Nettoerlös)

Das Versandhaus möchte einen Nettoerlös von Fr. 36.00 pro Hantel erzielen. Welcher Preis muss im Katalog festgelegt werden, wenn folgende Verkaufssonderkosten und Erlösminderungen gedeckt werden sollen?

Verkaufssonderkosten	22.5% vom Nettoerlös, Kalkulations-Satz für Porto, Versicherung etc, gemäss Erfahrungswert = Fr. 8.10
Einführungsrabatt	10% (im nächsten Katalog auf allen Fitnessartikeln)
Skonto bei Zahlung innert 10 Tagen	2%

Beachten Sie, dass jeder einzelne Kalkulationsschritt (Zwischenergebnis) die Basis (100%) bildet.

5.3 Verkaufskalkulation 2

(abbauend ausgehend vom Bruttokreditverkauf oder Katalogpreis)

Das Versandhaus möchte aus Konkurrenzgründen den Katalogpreis auf höchstens Fr. 50.00 festlegen (Mitbewerber bieten Hanteln in ähnlicher Qualität im Preisrahmen von Fr. 45.00 bis 55.00 an). Welcher Nettoerlös verbleibt, nachdem Rabatt, Skonto und Verkaufssonderkosten gemäss obigem Angaben abgezogen sind?

5.4 Lösungen

Lösung zur Aufgabe 5.1 Einkaufskalkulation

Bruttokreditankauf	28.00	100%		↓	Bruttoankaufspreis
- Rabatt	7.00	25%			
Nettokreditankauf	21.00	75%	100%	↓	Rechnungsbetrag
- Skonto	0.40		2%		
Nettobarankauf	20.60	100%	98%	↓	Nettoankaufspreis
+ Bezugskosten	1.92	9.3%			
Einstand (Warenkosten)	22.52	109.3%			Einstandspreis (Warenaufwand)

könnte noch gerundet werden

Lösung zur Aufgabe 5.2 Verkaufskalkulation 1 aufbauend (von oben nach unten)

Nettoerlös	36.00	100%		↓	Nettoerlös
+ Verkaufssonderkosten	8.10	22.5%			
Nettobarverkauf	44.10	122.5%	98%		Nettobarverkauf / Zahlung
+ Skonto	0.90		2%		
Nettokreditverkauf	45.00	90%	100%		Nettoverkaufspreis/ Bruttoverkaufspreis I oder fakturierter Preis
+ Rabatt	5.00	10%			Bruttoverkaufspreis II oder Katalogpreis
Bruttokreditverkauf	50.00	100%			

Lösung zur Aufgabe 5.3 Verkaufskalkulation 2 abbauend (von unten nach oben)

Nettoerlös	36.00		100%		Nettoerlös
+ Verkaufssonderkosten	8.10		22.5%		
Nettobarverkauf	44.10	98%	122.5%		Nettobarverkauf
+ Skonto	0.90	2%			
Nettokreditverkauf	45.00	100%	90%		Nettoverkaufspreis/ Bruttoverkaufspreis I
+ Rabatt	5.00		10%		
Bruttokreditverkauf	50.00		100%		Bruttoverkaufspreis II / Katalogpreis