



## Wie Sie Kosten reduzieren

Gewinne durch Kostenreduzierung zu erhöhen, muss sich auf die Basis eines organisierten und geplanten Programms stützen. Nur wenn adäquate Daten aus einem guten Buchführungssystem vorhanden sind, gibt es eine Grundlage, die Kosten festzustellen und zu analysieren.

Kostenreduktion versucht nicht einfach sämtliche Ausgaben ohne Methode zu verringern. Der Inhaber muss die Natur der Ausgaben verstehen und wie diese Ausgaben verwandt sind mit den Kosten für den Verkauf, Inventar, Umsatzkosten, mit Bruttogewinnen und Erlösen.

Kostenreduktion bedeutet nicht nur die Reduktion von bestimmten Ausgaben. Sie können grössere Gewinne durch bessere Verwendung der Kostengelder erreichen. Wie Sie das machen? Zum Beispiel indem sie den durchschnittlichen Verkauf pro Kunde erhöhen, durch die wirksamere Nutzung von Werbung, um eine grössere Gegenleistung für Ihre Werbegelder zu erreichen, und durch die Verbesserung Ihrer internen Prozesse und Verfahren.

Profit ist in Gefahr, wenn die Absatzpolitik und die Kosten-Kontrolle nicht Hand in Hand arbeiten. Ein grosses Verkaufsvolumen bedeutet nicht notwendigerweise einen grossen Gewinn, wie Viele lernen müssen.

Oft haben wir gute und ständig steigende Umsätze, basiert auf dem guten Produkte- oder Dienstleistungssortiment. Diese Umsatzsteigerung bringt aber auch höhere Kosten mit sich.

Sollten wir aber feststellen, dass wir immer wieder neue Darlehen aufnehmen müssen – öfter als früher – müssen diese zusätzlichen Ausgaben überprüft werden. So können wir feststellen, welche Güter uns wirklich mehr Gewinn bringen und welche nur Kosten verursachen. Wie ein Bankier sagte, schaffen "Ein grosses und erhöhtes Verkaufsvolumen gibt oft den Eindruck eines Erfolges, während im Hintergrund die Ausgaben den Gewinn auffressen."

### Den richtigen Preis bezahlen

Ihr Ziel sollte sein, den richtigen Preis für Erfolg zu zahlen. Den Preis für Ihre Leistung zu bestimmen, benötigt nicht nur das Wissen, was Ihre Ausgaben sind. Ausgaben zu reduzieren, um Gewinn zu erhöhen, verlangt von Ihnen, die effizienteste Verwendung des Kostengeldes zu erzeugen.

Zum Beispiel, werfen Sie einen Blick auf die Lohnkosten. Verkäufer werden bezahlt, um zu verkaufen, und ihre Produktivität ist der Schlüssel dazu, die Lohnkosten zu reduzieren.

Wenn Sie einen Verkäufer schulen, mehrfache Verkäufe bei höheren Einheitspreisen zu machen, erhöhen Sie die Produktivität und Ihre Gewinne, ohne Kosten zu Ihren Lohnausgaben hinzu zu fügen. Oder, wenn vier Verkäufer dazu ausgebildet werden können, das umzusetzen, was vorher sieben verkauften, kann die Lohnliste um drei Personen reduziert werden.

Ein Verständnis für den Wert jedes Aufwandspostens kommt aus der Erfahrung und einer Analyse der Daten. Adäquate Daten zeigen, was passiert ist. Ihre Analyse stellt Tatsachen bereit, die Ihnen helfen können, realistische Ziele zu setzen. Sie zahlen den richtigen Preis für den Erfolg Ihres Unternehmens.



## **Analysieren Sie Ihre Ausgaben**

Manchmal können Sie einen Ausgabenposten nicht reduzieren. Aber Sie können mehr dafür erhalten und so Ihre Gewinne erhöhen. Beim Analysieren Ihrer Ausgaben sollten Sie besser Prozente als konkrete Geldbeträge benutzen.

Zum Beispiel, wenn Sie Umsätze erhöhen und die Kosten gleich behalten, haben Sie diese Kosten um einen Prozentsatz der Verkäufe, vermindert. Wenn Sie Ihren Kosten-Prozentsatz vermindern, erhöhen Sie Ihren Gewinn-Prozentsatz.

Andererseits, wenn Ihr Verkaufsvolumen gleich bleibt, können Sie den Prozentsatz des Gewinnes erhöhen, indem Sie einen spezifischen Kostenposten reduzieren. Ihr Ziel ist natürlich, beides zu tun: spezifische Ausgaben zu vermindern und deren produktiven Wert gleichzeitig zu erhöhen.

Bevor Sie entscheiden können, ob Ausgabenkürzung ihren Gewinn erhöhen werden, brauchen Sie Informationen über Ihren Betrieb. Diese Informationen können Sie nur erhalten, wenn Sie ein adäquates Buchhaltungssystem haben. Dieses wird die Zahlen bereitstellen, um eine Gewinn- und Verlustrechnung (vorzugsweise monatlich) vorzubereiten, ein Budget, Gewinnschwellenkalkulationen und Schätzungen Ihrer Betriebsverhältnisse im Vergleich mit ähnlichen Unternehmen.

## **Gewinnschwellenanalyse**

Eine nützliche Methode, Kostenvergleiche zu machen, ist die Gewinnschwellenanalyse. Die Gewinnschwelle ist der Punkt, bei dem der Bruttoerlös den Ausgaben entspricht. In einem Betriebsjahr ist es der Zeitpunkt, ab dem Ihre gesamten Absatzvolumen genügend geworden sind, um einen Gewinn zu erzielen.

Sobald Ihr Verkaufsvolumen die Gewinnschwelle erreicht, werden Ihre Fixkosten gedeckt. Jenseits der Gewinnschwelle sollte jeder Euro Verkaufserlös Ihnen ein gleichwertiges, zusätzliches Gewinnergebnis einbringen.

Es ist wichtig, sich zu erinnern: Sobald der Verkauf die Gewinnschwelle überstiegen hat, werden die prozentualen Fixkosten sinken, während das Verkaufsvolumen nach oben geht. Auch der prozentuale Betriebsgewinn nimmt um die gleiche Rate zu wie die Prozentrate für fixe Ausgaben abnimmt – natürlich nur wenn die variablen Ausgaben auch im Griff behalten werden.

## **Identifikation von reduzierbaren Kosten**

Ihre Gewinn- und Verlust- (oder Ertrags-) Berechnung stellt eine Zusammenfassung der Kosten-Informationen zur Verfügung und ist der Ausgangspunkt für die Suche nach Ausgaben, die sich kürzen lassen. Deshalb sollten die Informationen so aktuell wie möglich sein. Ein Bericht über alle bisherigen Ausgaben ermöglicht Ihnen eine Erfolgsrechnung über Aufwandsposten, deren Überwachung sich in der gegenwärtigen Geschäftsperiode lohnt. Wenn Sie bloss jährlich eine Erfolgsrechnung erhalten, sollten Sie daran denken, häufiger eine solche vorbereitet zu haben. Zum Ende jedes Quartals mag für einige Firmen genügen. Idealerweise jedoch erhalten Sie die aktuellsten Informationen durch einen monatlichen Bericht.

Ohne Rücksicht auf die Häufigkeit der Berichte, sollten immer zwei Ertrags-Rechnungen dargestellt werden: Eine sollte die Verkäufe, Ausgaben, Gewinne und/oder Verluste für Ihr Unternehmen für das laufende Betriebsjahr aufzeigen. Die andere sollte die gleichen Inhalte



über den gleichen Zeitraum der letzten vollständigen Berichtsperiode liefern. Jede der Aussagen sollte auch die folgenden Informationen enthalten:

- die Jahreszahlen und jeden Posten in Prozenten des Umsatzes.
- die Vorjahreszahlen und die Prozente.
- die Unterschiede zwischen den Jahren, ob höher oder tiefer.
- budgetierte Zahlen und die jeweiligen Prozente.
- der Unterschied zwischen dem laufenden Jahr und den budgetierten Zahlen, ob höher oder tiefer.
- durchschnittlichen Prozentzahlen für Ihre Branche (Industrieverhältnis), falls verfügbar, und der Unterschied zwischen Ihren jährlichen Prozenten und den Industrieverhältnissen, ob höher oder tiefer.

Mit diesen Informationen können Sie auf drei Wegen die Kosten-Variation:

1. durch den Vergleich zwischen diesem Jahr und dem letztem
2. durch den Vergleich der Ausgaben mit Ihren eigenen budgetierten Zahlen, und
3. durch den Vergleich Ihrer Prozente mit den Verhältnissen in Ihrer Branche.

Die wichtige Grundlage für den Vergleich ist die Prozentzahl. Sie bildet einen einheitlichen Nenner für alle drei Methoden. Wenn Sie die Prozentvariationen erarbeitet haben, sollten Sie dann die Geldbeträge studieren, um sich zu entschliessen, welche wirksame Handlung benötigt wird und möglich ist.

Weil Ihre Ausgabenreduktion zum grossen Teil bei den variablen Kosten ansetzen wird, sollten Sie sicherstellen, dass diese auf Ihrer Ertragsrechnung gekennzeichnet sind. Variable Ausgaben sind jene, die mit der Zunahme oder der Abnahme des Verkaufsvolumens fluktuieren. Einige von diesen sind: Werbung, Logistik, die Vorräte, Verkaufsgehälter, Kommissionen und Steuern. Fixkosten sind Ausgaben, die gleich bleiben ohne Rücksicht auf das Verkaufsvolumen. Unter ihnen sind: Ihr Gehalt, Gehälter für Angestellte (ohne Verkaufspersonal - zum Beispiel, der Buchhalter), Abschreibungen, Miete und Heizung/Strom.

## **Handeln**

Wenn Sie einen Problem-Kostenposten gefunden haben, ist der nächste Schritt offensichtlich, diesen zu reduzieren, um Ihren Gewinn zu erhöhen. Ein Schlüssel zur Effektivität Ihrer Kosten reduzierenden Massnahmen ist der Wert der verschiedenen Ausgaben. Wenn Sie den Wert Ihrer Ausgaben kennen, können Sie profitieren, indem Sie kleine Verbesserungen der Ausgaben machen. Behalten Sie die Augen und den Verstand offen. Es ist besser, einmal pro Monat eine Kurzanalyse zu machen, als mehrere Monate abzuwarten und dann eine ausführliche Studie durchzuführen. Handeln Sie sobald wie möglich. Sie können Ihre Massnahmen über Zeit verfeinern und verbessern.