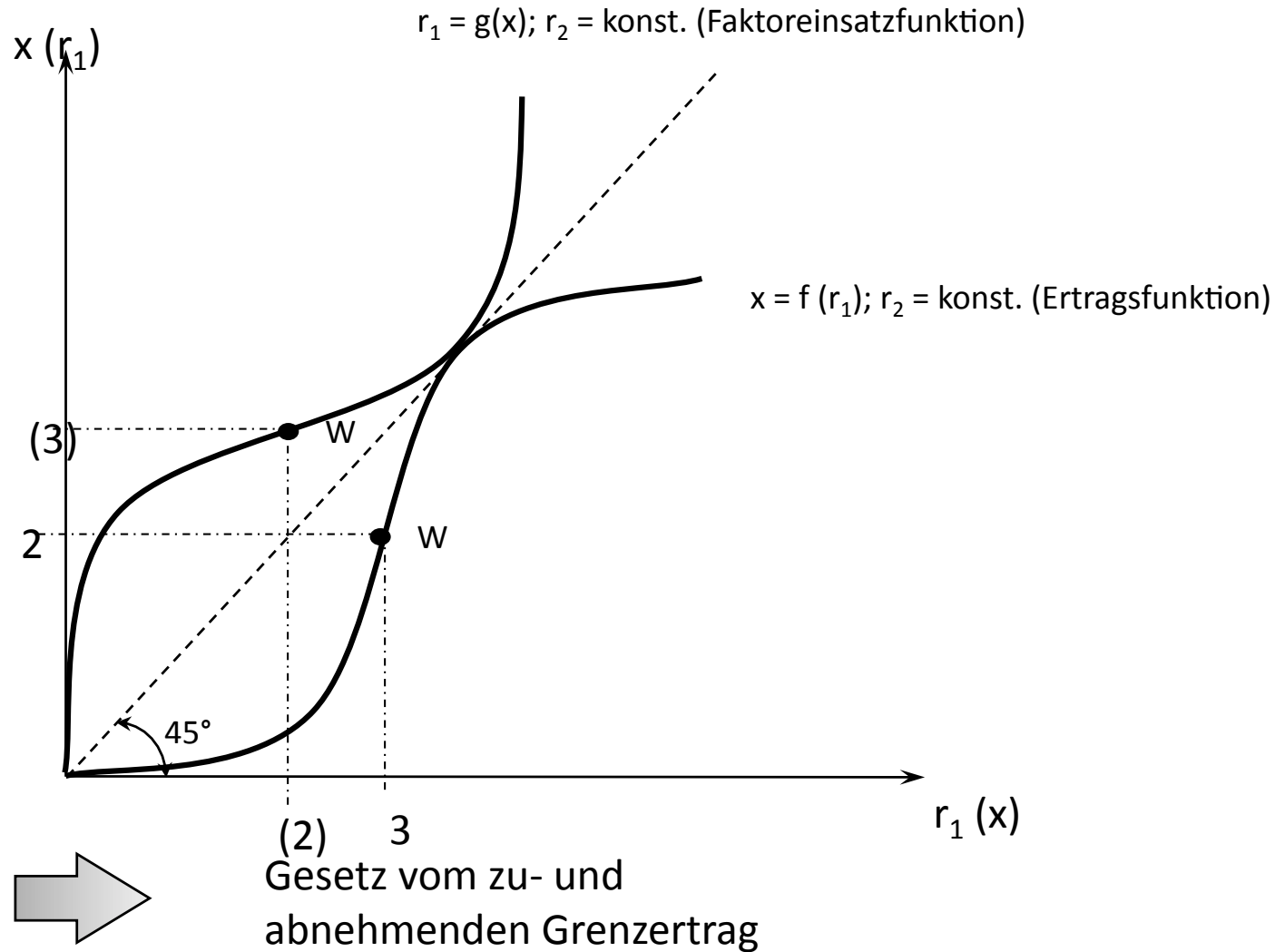
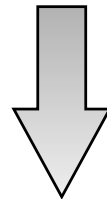


# Produktionsfunktion Typ A [Ertragsgesetz]

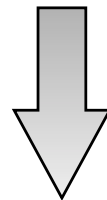


# Produktionsfunktion Typ B [Gutenberg]

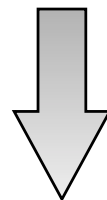
Abkehr von der globalen Betrachtungsweise der PF Typ A



Ausrichtung auf die Verhältnisse der industriellen Produktion



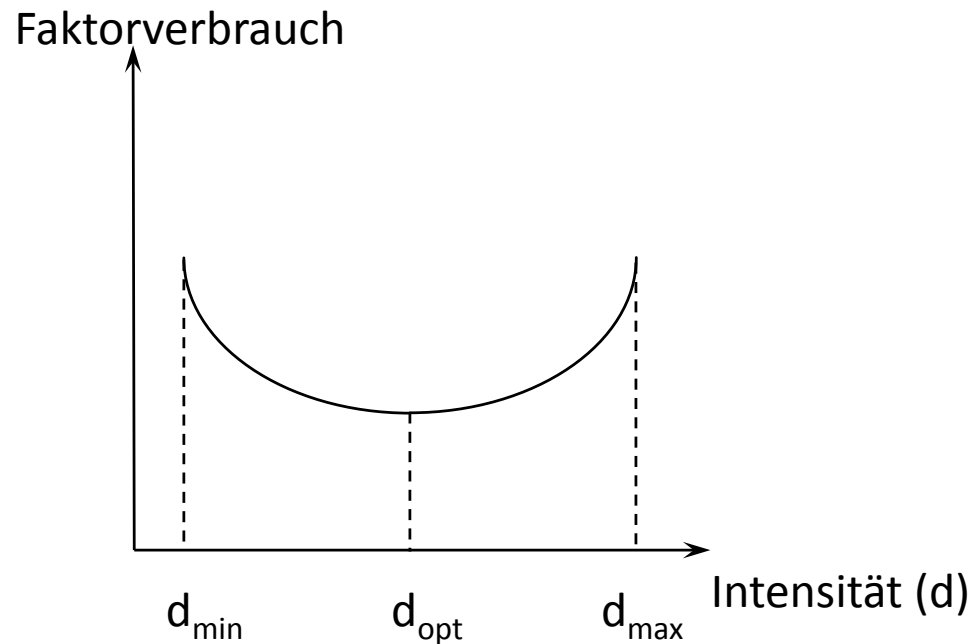
Detaillierte Untersuchung der Teilproduktionsprozesse



System von Verbrauchsfunktionen

# Verbrauchsfunktion

Verbrauchsfunktion ist die technisch bedingte Beziehung zwischen dem Leistungsgrad eines Betriebsmittels und dem Verbrauch an Produktionsfaktoren.



# Anpassungsmaßnahmen

- Intensitätsmäßige Anpassung  
Veränderung der Maschinenintensität, d.h. der gesamte fertigungstechnische Apparat wird bei unveränderter Betriebsdauer unterschiedlich stark beschäftigt.
- Zeitliche Anpassung  
Bei dieser Form der Anpassung werden die Betriebsanlagen jeweils während der Zeit ihrer Beschäftigung voll genutzt, die Beschäftigungsdauer wird dagegen variiert (Überstunden, Kurzarbeit).
- Quantitative Anpassung  
Bei rückgängiger Beschäftigung legt der Betrieb Teile seiner Produktionsanlagen still. Bei steigender Beschäftigung werden vorhandene Maschinen wieder in Betrieb genommen und/oder neue angeschafft.
- Kombinierte Anpassung  
Kombination von intensitätsmäßiger, zeitlicher und/oder quantitativer Anpassung.

# Aufgabe Effiziente Produktion

Ein Produkt M kann durch verschiedene Kombinationen von zwei Produktionsfaktoren R1 und R2 in den Mengen  $r_1$  und  $r_2$  produziert werden. Die folgende Tabelle gibt alle denkbaren  $r_1$ - $r_2$ -Kombinationen zur Produktion unterschiedlicher Mengen des Produktes M wieder. Zeichnen Sie nur die effizienten Faktorkombinationen in ein  $r_1$ - $r_2$ -Diagramm ein und verbinden Sie die Faktoreinsatzkombinationen, die zur selben Ausbringungsmenge gehören, durch eine Linie miteinander. Begründen Sie bei den nicht eingezeichneten Faktoreinsatzkombinationen, warum diese nicht effizient sind!

Punkt	r1	r2	m
A	2	4	4
B	5	3	5
C	3	4	5
D	3	1	3
E	2	5	4
F	1	3	3
G	2	2	3
H	3	4	4
I	4	2	4
J	5	2	5
K	3	3	4
L	4	1	3

# 4 Absatz

- Absatzmarkt: Unternehmen als Anbieter von Gütern und Dienstleistungen
- Unternehmen in Marktwirtschaft = freie Entscheidung, was in welchen Mengen zu welchem Preis am Markt verkauft werden soll
- aber: keine Abnahmegarantie, der Kunde will umworben werden

- wichtig für Unternehmen:
  - Nachfragewünsche genau analysieren
  - besseres Angebot als Konkurrenz
- Unterscheidung zwischen ungesättigten Märkten (Verkäufermärkten) und gesättigten Märkten (Käufermärkte)
- Käufermärkte: Wie kann man Absatzwiderstände überwinden?



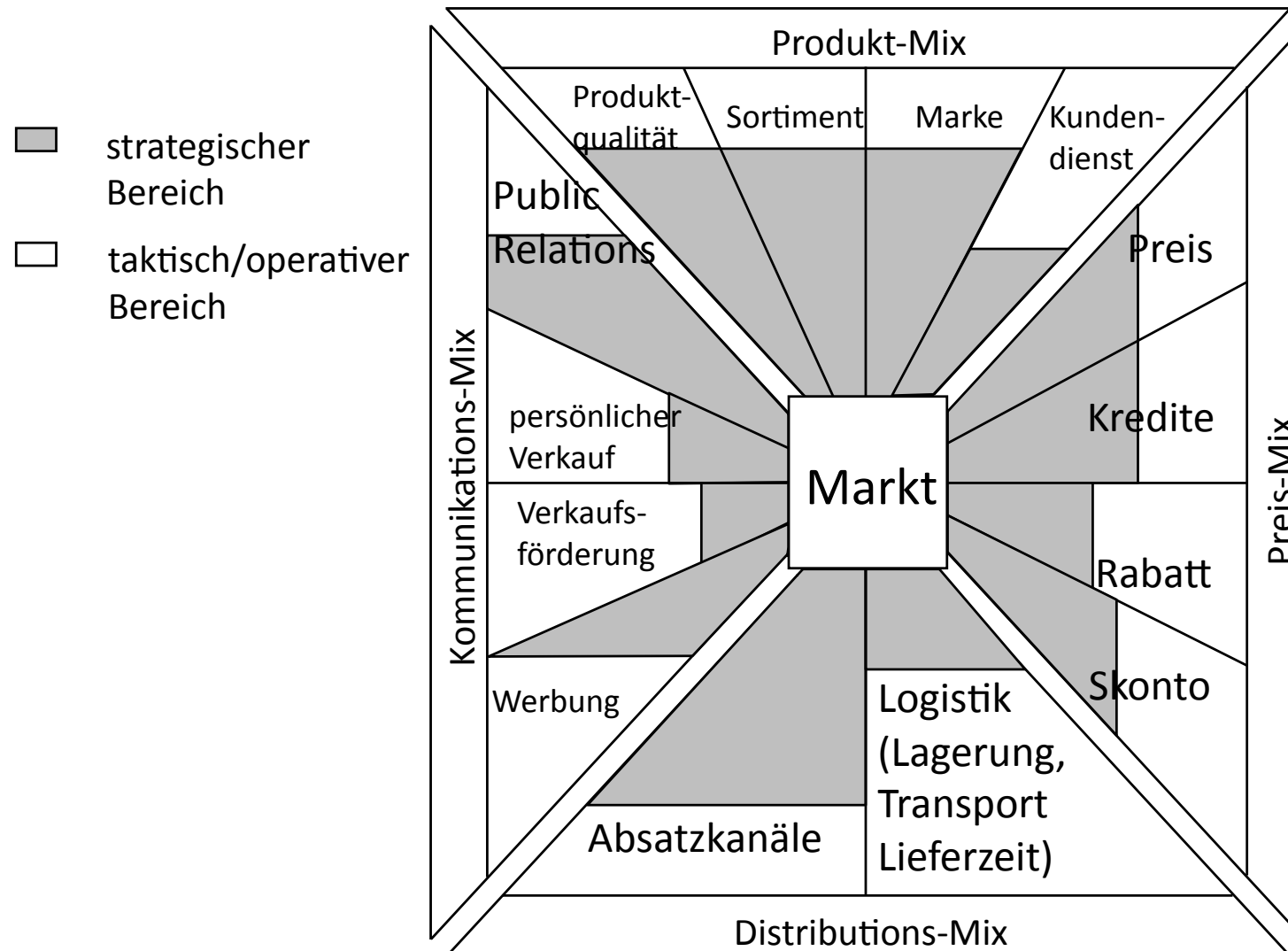
Merkmal	Verkäufermarkt	Käufermarkt
Wirtschaftliches Entwicklungsstadium	Knappheitswirtschaft	Überflussgesellschaft
Verhältnis Angebot zu Nachfrage	Nachfrage > Angebot (Nachfrageüberhang) Nachfrager aktiver als Anbieter)	Angebot < Nachfrage (Angebotsüberhang) Anbieter aktiver als Nachfrager
Engpassbereich der Unternehmung	Beschaffung und/oder Produktion	Absatz
Primäre Anstrengung der Unternehmung	Rationelle Erweiterung der Beschaffungs- und Produktionskapazität	Weckung von Nachfrage und Schaffung von Präferenzen für eigenes Angebot

- Marktanalyse und planvolles Einsetzen der absatzpolitischen Instrumente notwendig:
  - Marktanalyse:
    - Analyse der Nachfragerwünsche und des Nachfragerverhaltens
    - Aufteilung des Gesamtmarktes in homogene Nachfragergruppen
  - Absatzpolitische Instrumente:
    - Untersuchung von Kaufmotiven und Wecken von Bedürfnissen durch geeignete Maßnahmen
    - marketingspezifische Fragen:

- Welche Bedürfnisse haben potentielle Nachfrager?
- In welche Richtung laufen künftig die Käuferwünsche?
- Was bieten Konkurrenten, was können wir besser?
- Auf welche Käuferschicht (Marktsegment) sollen wir uns konzentrieren?
- Wie verhalten sich die Nachfrager und wie steigert man ihre Kaufbereitschaft?
- Mit welcher Marke kann man sich von der Konkurrenz abheben?
- Mit welchem Produkt/Sortiment ist die Marktlücke zu füllen?
- Lässt sich der Markterfolg durch Preisgestaltung oder Werbung steigern?
- Auf welchem Vertriebsweg lassen sich die Kunden am besten erreichen?

# Komponenten des Marketing-Mix

im Konsumgüterbereich



absatzpolitische Instrumente = alle Maßnahmen, die ein Anbieter ergreifen kann, um Absatzwiderstände zu reduzieren und die eigene Wettbewerbsposition zu stärken

- Produktpolitik: Entwicklung eines bedarfsgerechten Angebotes
- Preispolitik: Suche nach gewinnmaximalen Absatzpreisen
- Kommunikationspolitik: Optimierung von Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit
- Distributionspolitik: Suche nach dem günstigsten Vertriebsweg
- Optimierung notwendig = Marketingmix

# Produktpolitik

- Käufer befriedigt objektiven Grundnutzen und subjektiven Zusatznutzen
- Grundnutzen: Materielle Komponenten
- Zusatznutzen:
- gesättigte Märkte = Überwindung von Kaufwiderständen durch Befriedigung der Nachfragerwünsche
- Kernbereiche der Produktpolitik:
  - Produktinnovation: Entwicklung völlig neuer Produkte
  - Produktvariation: Verbesserung bereits bestehender Produkte
  - Produktelimination: Verschwinden der Produkte vom Markt

# Betriebliches Leistungsprogramm

<b>Leistungsprogramm</b> zum Absatz bestimmte, verwendungsreife, betriebliche Außenleistungen	
<b>Leistungsprogrammbreite</b>  Umfang der Leistungen, Erzeugnisgruppen und Erzeugnisarten	<b>Leistungsprogrammtiefe</b>  Anzahl der Ausführungen in einer Produktlinie
<b>Beispiel:</b> <b>Produktlinien eines Schuhproduzenten:</b> Damenschuhe, Herrenschuhe, Kinderschuhe, Bergschuhe, Tanzschuhe, Sportschuhe	<b>Beispiel:</b> <b>Sorten innerhalb der Produktlinie "Sportschuhe":</b> Laufschuhe, Tennisschuhe, Hallenschuhe, Fußballschuhe

# Leistungspolitik

## Produktgestaltung

- ⇒ **Gestaltung der Produktbeschaffenheit**
  - Produktqualität
  - Produktäußeres
- ⇒ **Verpackungsgestaltung**
- ⇒ **Markierung**

## Leistungsprogrammpolitische Entscheidungsfelder

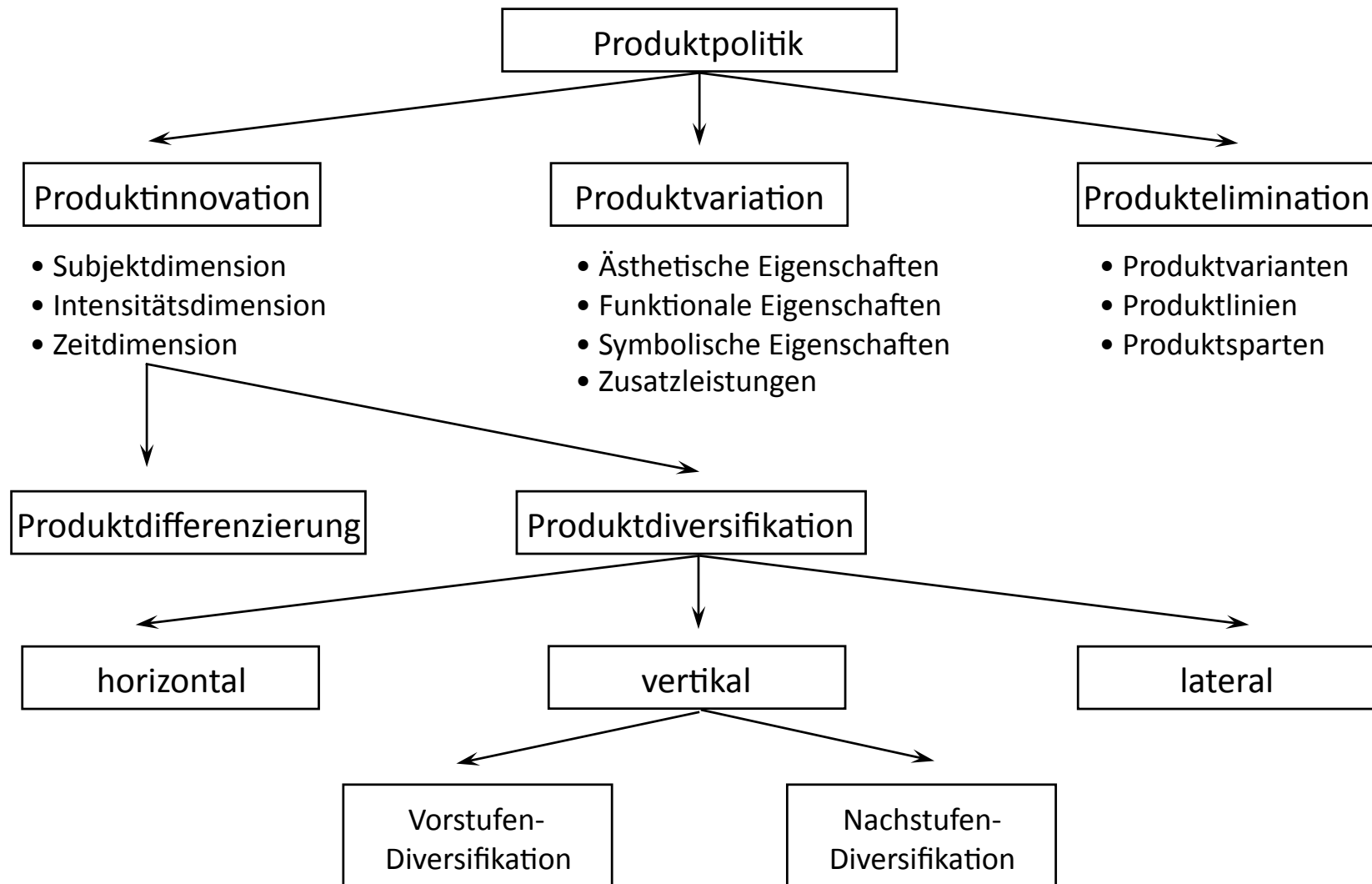
- ⇒ **Produktinnovation**
  - Entwicklung und Einführung neuer Produkte
- ⇒ **Produktvariation/Produktdifferenzierung**
  - Modifikation bestehender Produkte
- ⇒ **Produktelimination**
  - Ausscheiden von Produkten

## Entscheidungen der Programmpolitik

- ⇒ **Art- und mengenmäßige Zusammensetzung des Leistungsprogramms**
- ⇒ **Nutzung von Verbundeffekten im Angebotsprogramm**
- ⇒ **Programmpolitische Nebenleistungen**
  - Garantieleistungen, Kundendienst



# Formen der Produktpolitik



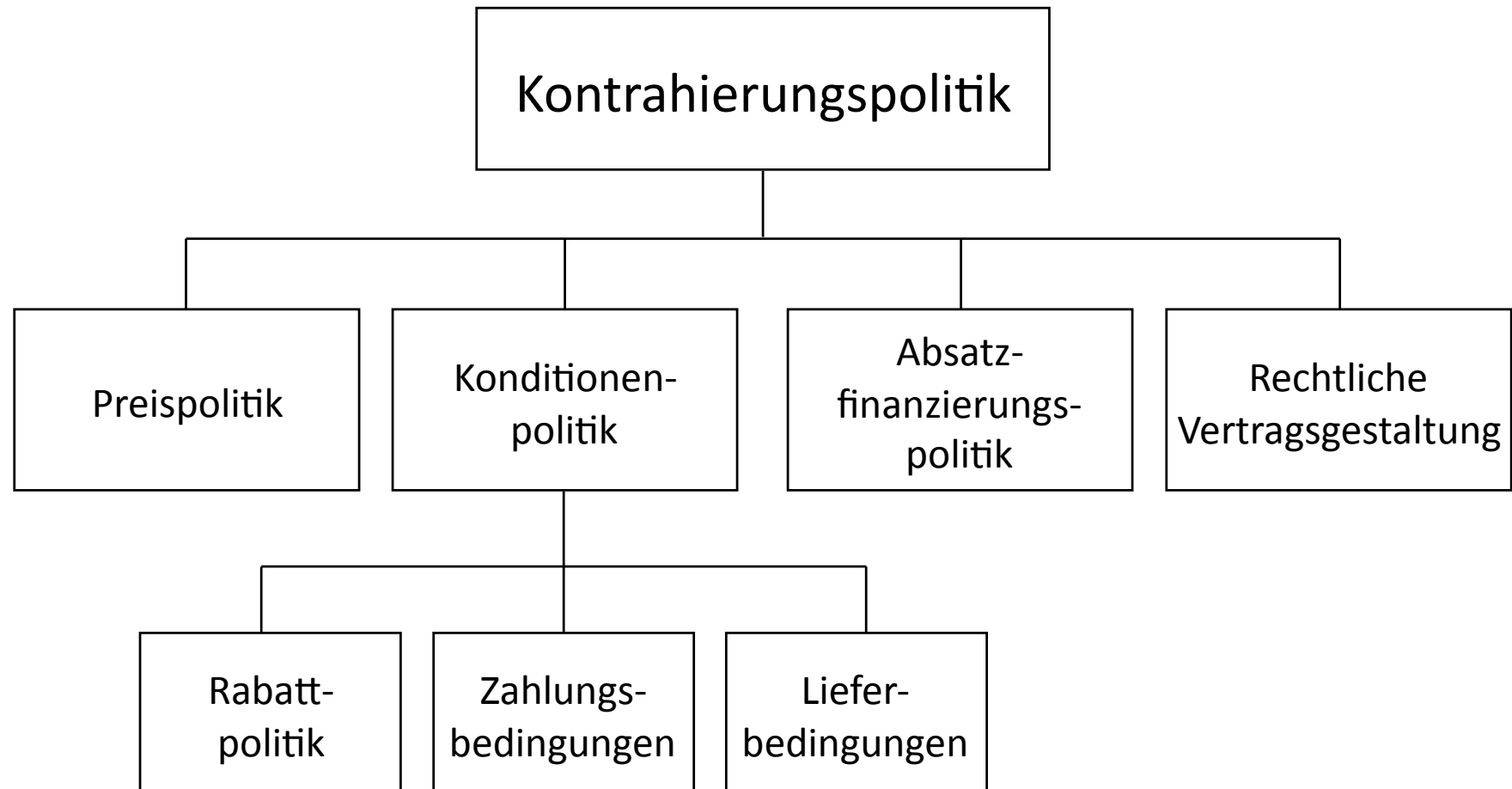
# Weitere Bereiche der Produktpolitik

- Programm- und Sortimentspolitik: Unternehmen bieten in der Regel mehrere Produkte gleichzeitig an, optimale Gestaltung des Leistungsprogramms notwendig
- Verpackungs- und Markenpolitik: Verpackung bestimmt oft die äußere Erscheinung des Produktes, verschiedene Funktionen der Verpackung:
  - technisch, rechtlich, wirtschaftlich
  - Kundendienstpolitik: Nachfrager erwartet Nebenleistungen wie Garantie und Service
    - Information, Beratung und Unterstützung beim Einkauf
    - Schulung und Instruktion der Endabnehmer bzw. der Einzelhandelsmitarbeiter
    - Transport und Inbetriebnahme
    - Unterhalt, Reparatur, Ersatzteil- und Garantiedienst
    - Entsorgung

# Preispolitik

- auf unvollkommenen Märkten versuchen Anbieter, sich vom Preiswettbewerb unabhängig zu machen
  - Ziel: langfristige Gewinnmaximierung
  - $G = E - K$
  - $E = m \cdot p$
  - preispolitische Instrumente:
    - » Preise
    - » Rabatte
    - » Zahlungsbedingungen
    - » Lieferbedingungen

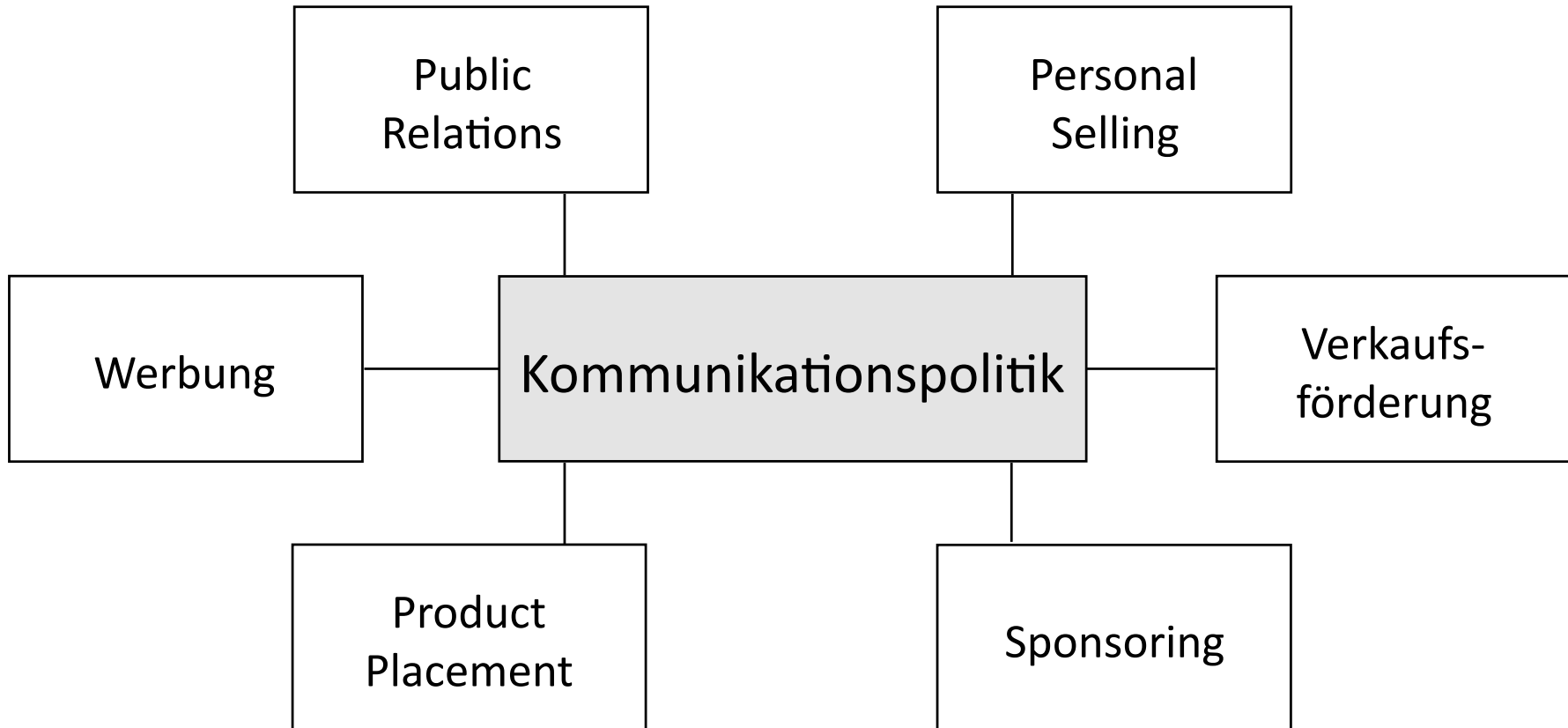
# Kontrahierungspolitik



# Kommunikationspolitik

- Werbung: breit gestreute Werbemedien
- Verkaufsförderung: gezielte Maßnahmen am Ort des Verkaufs (Sonderverkaufsaktionen mit Preisnachlass, Verteilung von Produktproben, Preisausschreiben)
- Öffentlichkeitsarbeit: Einstellung der Öffentlichkeit zum Unternehmen positiv beeinflussen
- persönlicher Verkauf: Außendienst informiert im direkten Gespräch den Kunden und regt zum Kauf an

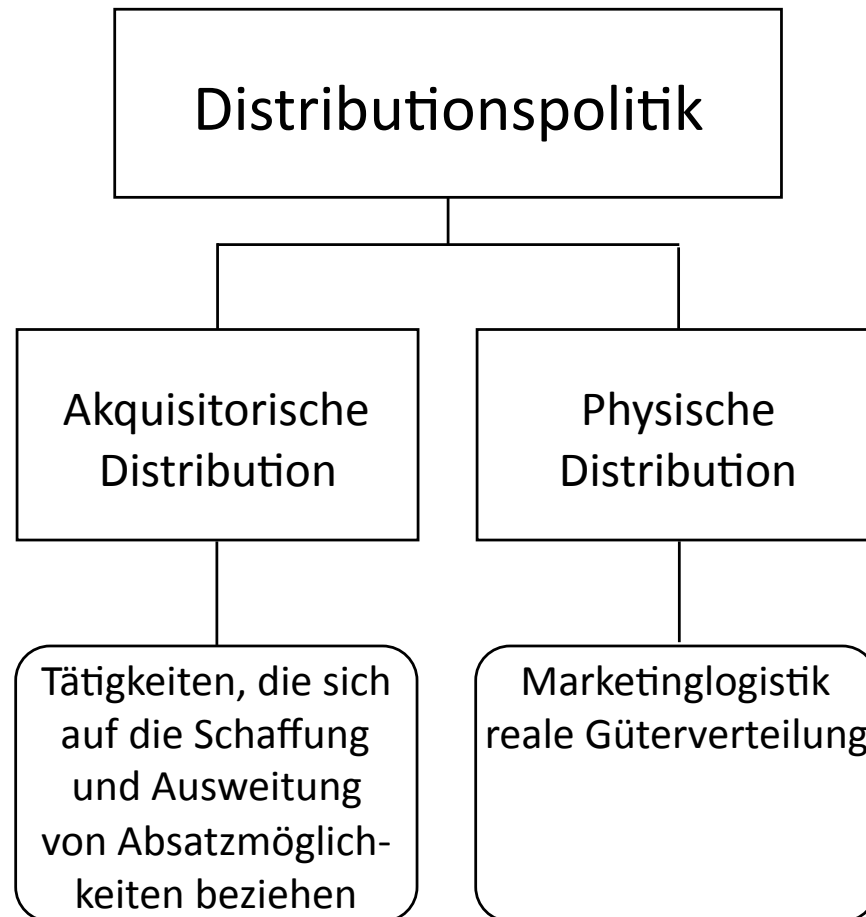
# Kommunikationspolitik



# Distributionspolitik

- hat die Aufgabe, den Weg eines Gutes vom Hersteller zum Endabnehmer effizient zu gestalten
- Produkt muss
  - jederzeit am Ort der Nachfrage verfügbar sein
  - in bedarfsgerechten Kleinmengen verfügbar sein
  - in bedarfsgerechten Leistungsbündeln verfügbar sein

# Distributionspolitik





# Variante 1

- Ich verkaufe Kleidung einer bestimmten Modemarke (**Produkt**), die hochpreisig (**Preis**) ist und nur über den Anbieter vertrieben wird (**Distribution**), mit intensiver Öffentlichkeitsarbeit, Fernsehwerbung und Werbung auf Internet-Seiten (**Kommunikation**).

# Variante 2

- **Product**

Ich verkaufe in meinem Geschäft neue Produkte, wie Sachbücher, Romane, Krimis, Kinderbücher, Kurzgeschichten, für Frauen, Männer, und für jedes Alter, ob als gebundene Ausgabe, als Taschenbuch, oder zum Anhören auf CD... Meine Produkte beziehe ich u. a. von Verlagen... Usw.

- **Price**

Meine Produkte kosten zwischen 4 bis 120 Euro. Meine Kunden erhalten keinen (Treue-...) Rabatt. In der vorweihnachtlichen Zeit gibt es eine Sonderpreis-Aktion. Weitere Konditionen biete ich nicht an.

- **Promotion**

Ich bewerbe mein Geschäft in Zeitungen, [Magazinen, im Radio und Internet]. Ich bewerbe Produkte im eigenen Schaufenster und ich bin jährlich [auf einer Messe und] auf einer Veranstaltung vertreten. Ich veranstalte in meiner Buchhandlung 2x im Jahr eine Vorlesung mit Vorankündigung im Geschäft. Pressetexte und Werbebriefe versende ich nicht. [Ich sponsere einen Verein.] Mein Personal ist adrett gekleidet, mit Namensschild. Für die gekauften Produkte erhalten meine Kunden eine Papier-Tragetasche [mit Werbeaufdruck] kostenlos.

- **Place**

Ich verkaufe über mein Geschäft, am POS (in klassischer Verkaufsstätte). Einen Direktverkauf z. B. über Versandhandel, Internetverkauf über meine Webseite, betreibe ich nicht. Bestellte Bücher holen meine Kunden im Geschäft ab.

# Aufgabe Marktforschung

- Typen von Kaufentscheidungen: Die Verhaltensforschung unterscheidet zwischen impulsiven, habitualisierten, extensiven und limitierten Kaufentscheidungen. Wie lassen sich die folgenden Beispiele den einzelnen Typen zuordnen?
- Nachdem Herr Nikolaus auf einem ausgedehnten Weihnachtsmarkt drei Bäume der mittleren Preisklasse und Größe in Augenschein genommen hat, entscheidet er sich mangels nennenswerter Qualitätsunterschiede für den ersten.
- Überwältigt vom Gipfelerlebnis erwirbt Herr Waterkant an der Bergstation der Zugspitzbahn einen Trachtenhut.
- Sonniges Winterwetter und ein günstiges Sonderangebot im Kaufhaus beflügeln Frau Sponti, die eigentlich einen Tennisschläger erstehen wollte, zum Kauf von Langlaufskiern.
- Im achten Juweliergeschäft findet ein Brautpaar endlich die Trauringe, die es schon immer gesucht hatte.

- Unbeirrt von Sonderangeboten kauft Frau Stetig immer nur die streichfähige Teewurst mit der roten Plombe.
- Nach langer Prüfung und abschließender Lektüre einer Verbraucherzeitschrift entschließt sich Herr Gründlich zum Abschluss einer Lebensversicherung bei der Securitas AG.
- Herr Liebling will seiner Freundin zum Geburtstag eine Handtasche schenken. Glücklicherweise wird er schon im zweiten Geschäft fündig, denn seine Mittagspause ist sehr kurz.
- Beim Discounter um die Ecke kauft ein Stadtreicher die Rotweinmarke, an die er sich so gewöhnt hat.

# Aufgabe Absatzpolitik auf Käufermärkten

- Das Unternehmen Sleepyhead produziert PC für den einheimischen Markt. Bei voller Kapazitätsauslastung können 10.000 Stück des Typs 0815 produziert werden. Die Kostenfunktion lautet  $K = 8.000.000 + 800m$ . Bislang war die Produktionskapazität zu 80 Prozent ausgelastet. Die Geräte werden zu 2.400 €/Stück an den Fachhandel abgegeben. Der Endverkaufspreis liegt bei 3.000 €/Stück.
- Teilaufgabe 1:
- Welches Jahresergebnis konnte die Firma Sleepyhead bislang ausweisen?

- Teilaufgabe 2:
- Ein Konkurrent aus Fernost überschwemmt den heimischen Markt mit einem vergleichbaren Gerät, das für 1.980 €/Stück in Kaufhäusern angeboten wird. Obwohl die Firma Sleepyhead den Händlerabgabepreis auf 2.000 €/Stück gesenkt hat, ist die Kapazitätsauslastung infolge des Wettbewerbsdrucks auf 50 Prozent zurückgegangen. Befindet sich Sleepyhead noch in der Gewinnzone?

# 5 Investition und Finanzierung

- Investition: wenn die heutige Hingabe von Geld (= Auszahlung) in der Absicht erfolgt, mit dem Mitteleinsatz einen höheren Geldrückfluss (= Einzahlung) in der Zukunft zu erreichen
- Finanzierung: Bereitstellung finanzieller Mittel, die zur Durchführung einer Investition benötigt werden



- Sachinvestitionen, Finanzinvestitionen, Immaterielle Investitionen
- Finanzierung:
  - Rechtsstellung der Kapitalgeber (Eigenfinanzierung/Fremdfinanzierung)
  - Weg der Mittelbereitstellung (Innenfinanzierung/Außenfinanzierung)

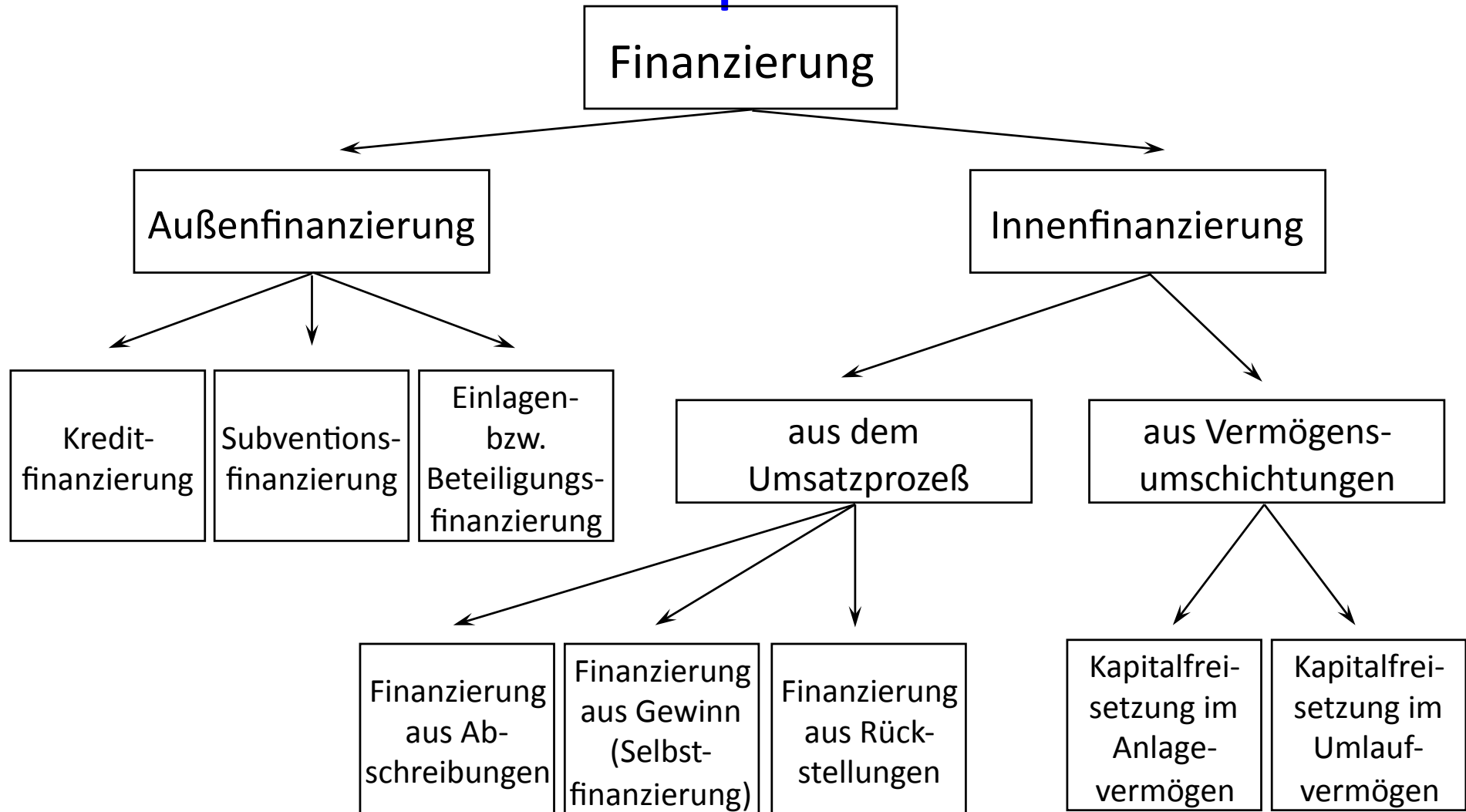
# a) Grundlagen der Finanzplanung

- Kapitalkostenminimierung
- Sicherung der Zahlungsbereitschaft
- Finanzplanung: Suchen der günstigsten Finanzierungsalternative und des optimalen Liquiditätspolsters für das Unternehmen
  - Außenfinanz.: Kreditfinanzierung (Eigen- und Fremdfin.)
  - Innenfinanz.: Gewinnthesaurierung

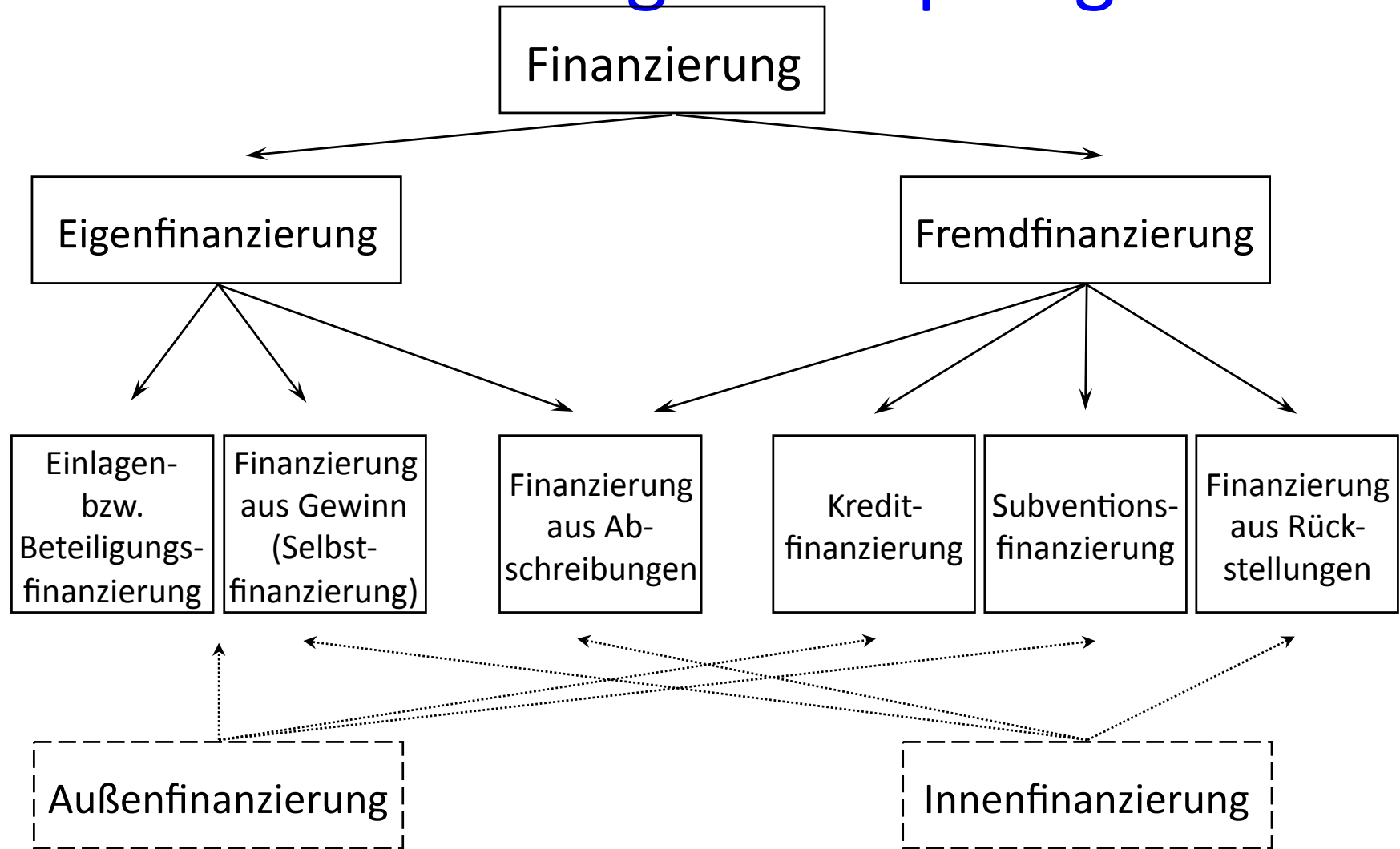
# Finanzierungsarten

Unterscheidungsmerkmale	Finanzierungsart
Herkunft des Kapitals	Außenfinanzierung Innenfinanzierung
Rechtsstellung der Kapitalgeber	Eigenfinanzierung Fremdfinanzierung
Dauer der Finanzmittelbereitstellung	Unbefristete Finanzierung Befristete Finanzierung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• langfristig</li> <li>• mittelfristig</li> <li>• kurzfristig</li> </ul>
Anlaß des Finanzierungsvorganges	Gründungsfinanzierung Umsatzfinanzierung Erweiterungsfinanzierung Sanierungsfinanzierung
Angemessenheit der Ausstattung mit Finanzmitteln	Normalfinanzierung Unterfinanzierung Überfinanzierung

# Finanzierungsarten nach der Kapitalherkunft



# Finanzierungsarten nach der Rechtsstellung der Kapitalgeber



# Finanzierungsregeln

- sind **Grundregeln für die Gestaltung der Kapitalstruktur** zur Sicherung des finanziellen Gleichgewichts der Unternehmung
- sind wissenschaftlich kaum begründbar, jedoch für die Finanzanalyse **in der Praxis weit verbreitet**
- werden **in Form von Bilanzkennziffern ausgedrückt**. Je nach Art der gebildeten Bilanzrelationen sind zu unterscheiden:
  - horizontale Finanzierungsregeln
  - vertikale Finanzierungsregeln

# Horizontale Finanzierungsregeln

fordern Fristenkongruenz zwischen Kapitalbeschaffung und Kapitalverwendung:

Goldene Finanzierungsregel

$$\frac{\text{langfristiges Vermögen}}{\text{langfristiges Kapital}} \leq 1 \qquad \frac{\text{kurzfristiges Vermögen}}{\text{kurzfristiges Kapital}} \geq 1$$

Goldene Bilanzregel (engere Fassung)

$$\frac{\text{Eigenkapital} + \text{langfristiges Fremdkapital}}{\text{Anlagevermögen}} \geq 1$$

Goldene Bilanzregel (weitere Fassung)

$$\frac{\text{Eigenkapital} + \text{langfristiges Fremdkapital}}{\text{Anlagevermögen} + \text{langfristig gebundene Teile des Umlaufvermögens}} \geq 1$$

# Vertikale Finanzierungsregeln

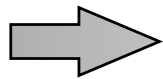
beziehen sich auf die Gestaltung der Kapitalstruktur:

$$\text{Verschuldungsgrad} = \frac{\text{Fremdkapital}}{\text{Eigenkapital}}$$

$$\text{Eigenkapitalquote} = \frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}}$$

$$\text{Fremdkapitalquote} = \frac{\text{Fremdkapital}}{\text{Gesamtkapital}}$$

$$\text{Verschuldungskoeffizient} = \frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Fremdkapital}}$$



Eine theoretisch begründbare allgemeingültige Aussage über das richtige Verhältnis von EK zu FK ist nicht möglich. In der Praxis wird ein Verhältnis von 1:1 für zweckmäßig erachtet.



# Leverage-Effekt

Der Leverage-Effekt besagt, dass mit steigender Fremdfinanzierung die Eigenkapitalrentabilität zunimmt, wenn die Gesamtkapitalrentabilität über dem Fremdkapitalzins liegt (Hebelwirkung):

$E$  = Eigenkapital

$F$  = Fremdkapital

$r$  = Gesamtkapitalrentabilität

$r_e$  = Eigenkapitalrentabilität

$r_f$  = Fremdkapitalrentabilität (Zinssatz für Fremdkapital)

$$r_e = r + \frac{r \cdot F - r_f \cdot F}{E}$$

## b) Investitionsplanung und -rechnung

- Optimierung der Investitionsentscheidung
- Realisation des Investitionsprojektes
- Kontrolle des Investitionsobjektes
- Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung

# Investitionsbegriff

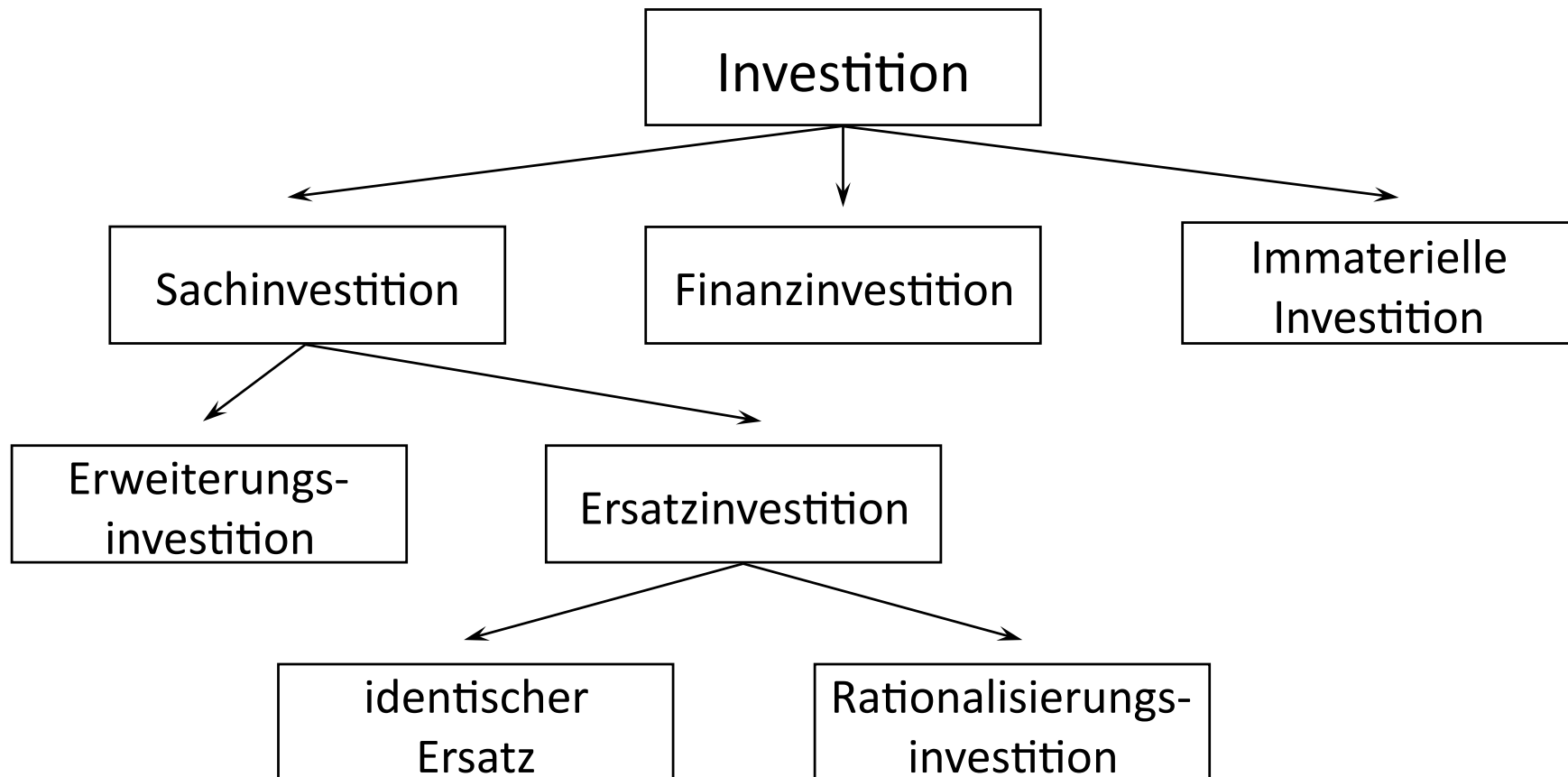
Investition ist die Verwendung von finanziellen Mitteln zur Beschaffung von Sachvermögen, immateriellem Vermögen oder Finanzvermögen (leistungswirtschaftlicher Aspekt).  
Quelle: Wöhe/Bilstein [Unternehmensfinanzierung 1991], S. 327

Investition ist ein Zahlungsstrom, der zunächst durch Auszahlungen und später durch Einzahlungen charakterisiert ist. Dabei dienen die Auszahlungen der Erzielung von Einzahlungen (finanzwirtschaftlicher Aspekt).  
Quelle: Matschke [Finanzierung 1991], S. 14

# Investition

Investitions- objekte	Sachanlage- vermögen (Grundstücke, Maschinen, Rechte usw.)	Finanzanlage- vermögen (Beteiligungen, langfristige Aus- leihungen usw.)	Umlaufvermögen (Vorräte, Forderungen, Kassenreserven)	Ausgaben für F&E, für gering- wertige aber dauerhafte Wirt- schaftsgüter usw.	laufende Produktions-, Vertriebs- und Verwaltungs- ausgaben
Umfang alternativer Investitions- begriffe	Investitionen im engsten Sinn				
	Investitionen im engen bilanzorientierten Sinn				
	Investitionen im weiten bilanzorientierten Sinn				
	Investitionen im erweiterten bilanzorientierten Sinn (einschließlich langfristiger "Off-Balance-Sheet" Investitionen)				
	Investitionen im weitesten Sinn				

# Investitionsarten



# Verfahren der Investitionsrechnung

**Statische Verfahren** sind einfache, in der Praxis weitverbreitete Vergleichsverfahren. Sie sind durch die Vernachlässigung der zeitlichen Verteilung der Zahlungsströme eines Investitionsobjektes gekennzeichnet.

**Dynamische Verfahren** sind Mehrperiodenmodelle, die alle Einzahlungs- und Auszahlungsströme bis zum Ende der wirtschaftlichen Nutzungsdauer eines Investitionsobjektes erfassen.

# Verfahren der Investitionsrechnung

## **Statische Verfahren**

- Kostenvergleichsrechnung
- Gewinnvergleichsrechnung
- Rentabilitätsrechnung
- Amortisationsrechnung

## **Dynamische Verfahren**

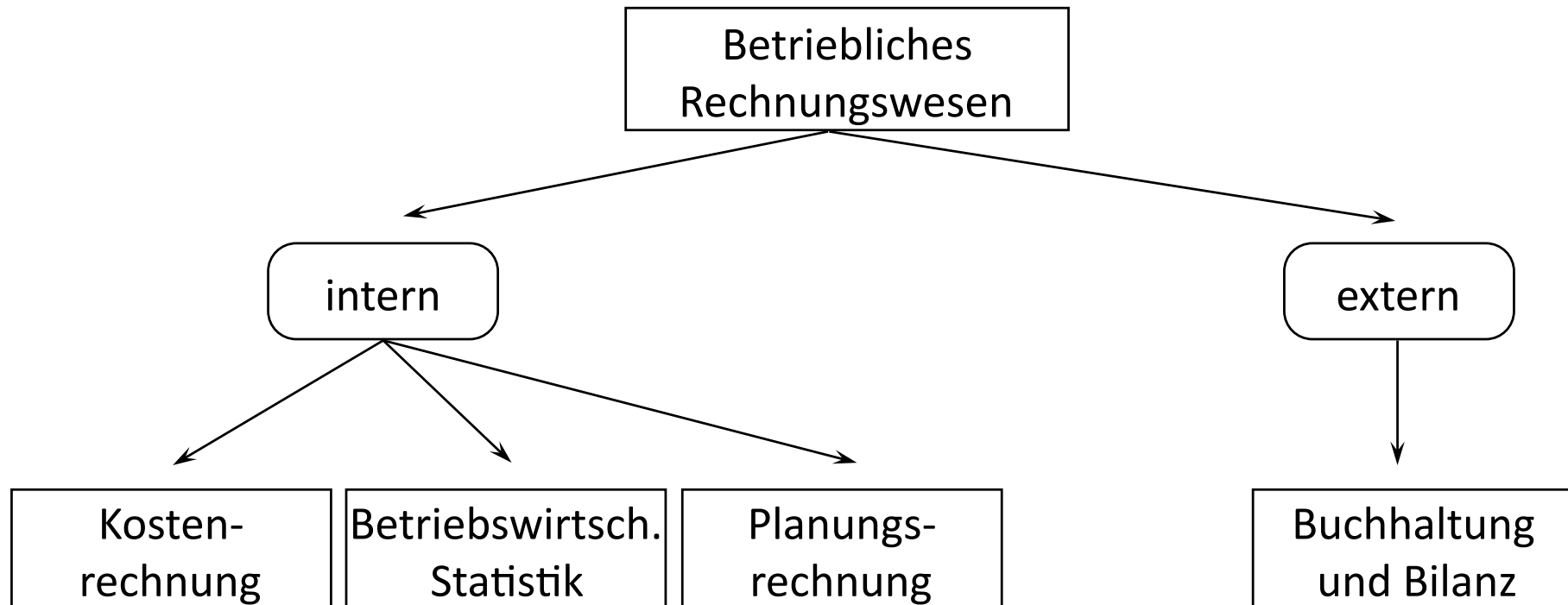
- Kapitalwertmethode
- Annuitätenmethode
- Methode des internen Zinsfußes

# 6 Grundlagen des Rechnungswesens

- Finanzieller Überblick über ein U
- Externes Rewe: Finanzbuchhaltung mit Jahresabschluss
- Internes Rewe: Kosten- und Leistungsrechnung



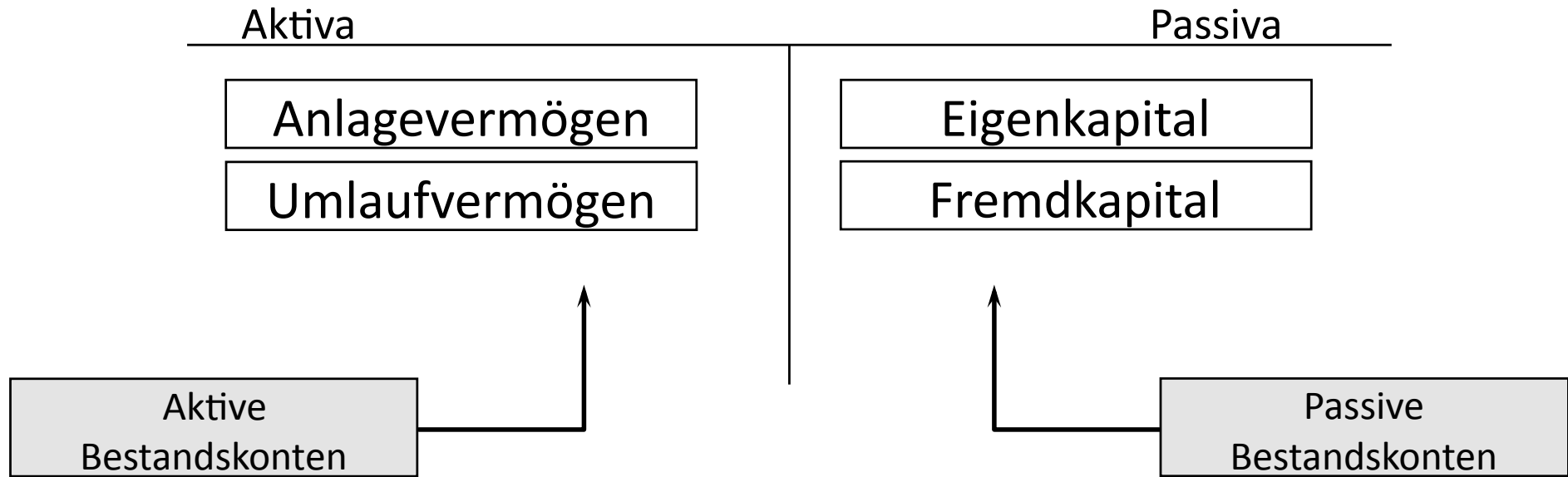
# Teilbereiche des betrieblichen Rechnungswesens



# Aufgaben des betrieblichen Rechnungswesens

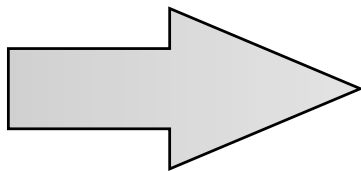
- ⇒ **Dokumentations- und Kontrollaufgabe**  
umfaßt die wert- und mengenmäßige Erfassung und Überwachung sämtlicher im Betrieb auftretender Geld- und Leistungsströme
- ⇒ **Dispositionsaufgabe**  
enthält die Stichtagsfeststellung oder den Zeitvergleich von Bestands- und Erfolgsgrößen zur Kontrolle der Wirtschaftlichkeit und Rentabilität der betrieblichen Prozesse
- ⇒ **Rechenschaftslegungs- und Informationsaufgabe**  
dient aufgrund gesetzlicher Vorschriften zur Rechenschaftslegung und informiert Gesellschafter, Gläubiger, Belegschaft, Finanzbehörden und Öffentlichkeit über die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Betriebes

# Bilanz

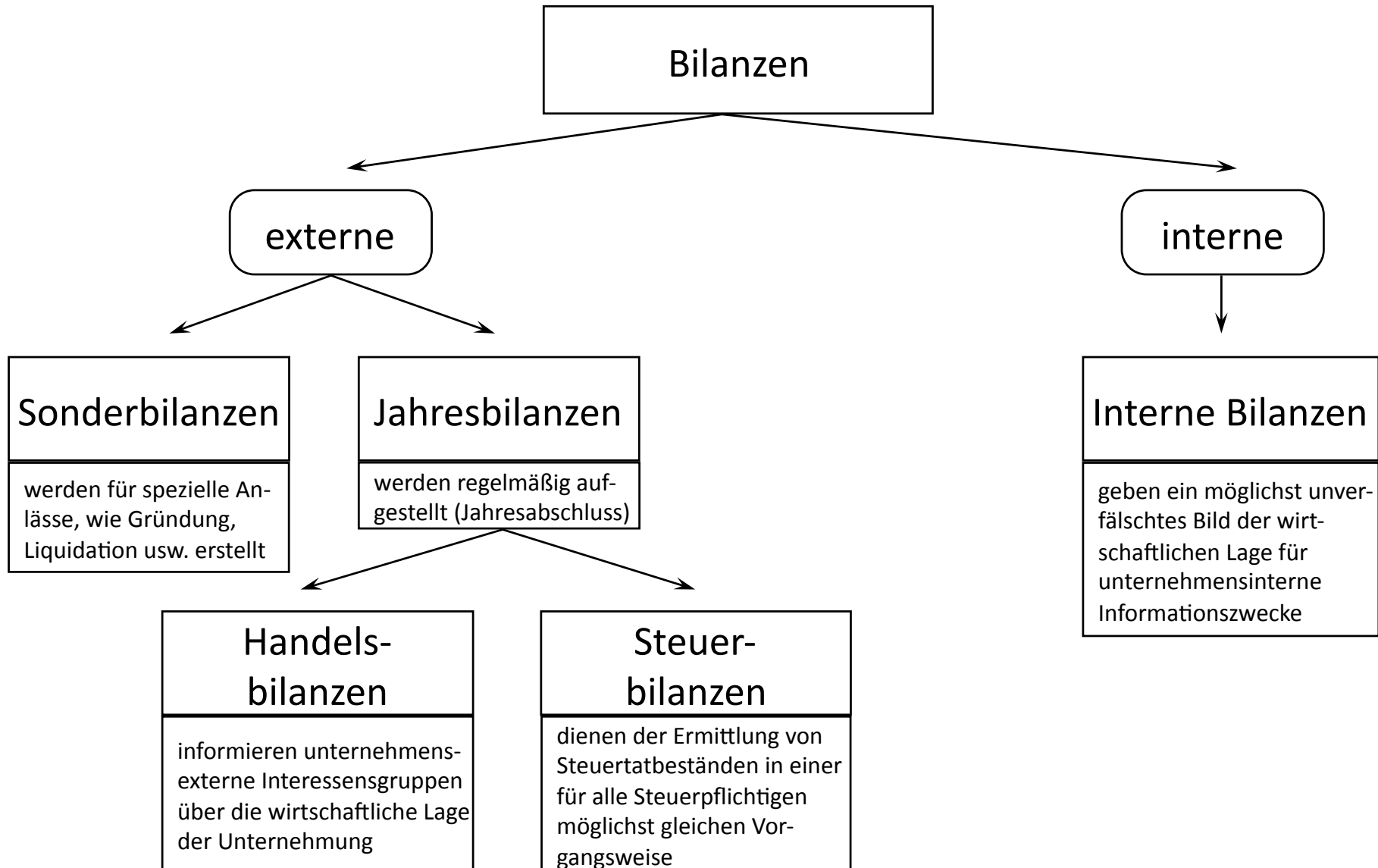


Die Bilanz ist

- die **Gegenüberstellung**
- der **Vermögenswerte** und des
- **Kapitals**
- eines **Betriebes**
- zu einem bestimmten **Zeitpunkt**
- in **Kontoform**



# Arten von Bilanzen



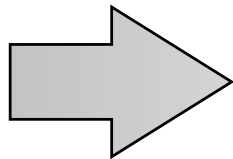
# Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)

- ist die **Aufstellung**
- der in einem **Zeitraum**
- erwirtschafteten **Erträge** und
- angefallenen **Aufwände**
- eines **Betriebes**
- in **Staffelform**
- nach dem **Umsatz- oder Gesamtkostenverfahren**

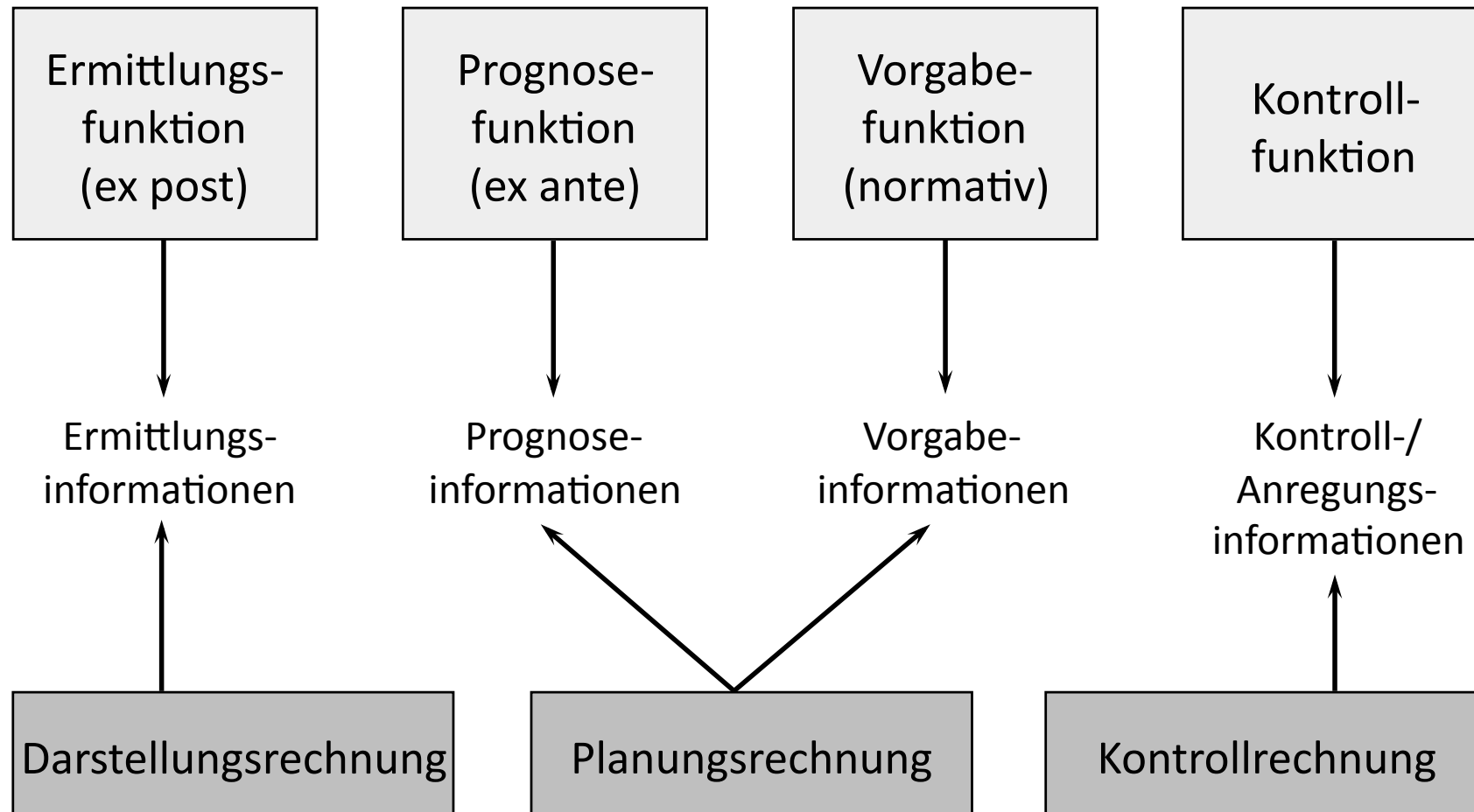
# Doppelte Erfolgsermittlung

- durch **Saldierung von Aufwänden und Erträgen** in der Gewinn- und Verlustrechnung
- durch **Vergleich des Eigenkapitalstandes** am Ende des Erfolgsermittlungszeitraumes mit dem Eigenkapitalstand am Anfang des Erfolgsermittlungszeitraumes (Reinvermögensvergleich)



ermöglicht die Kontrolle der Richtigkeit und Vollständigkeit der Buchhaltung

# Funktionen und Informationen der Kostenrechnung



# Teilgebiete der Kostenrechnung

Kostenartenrechnung



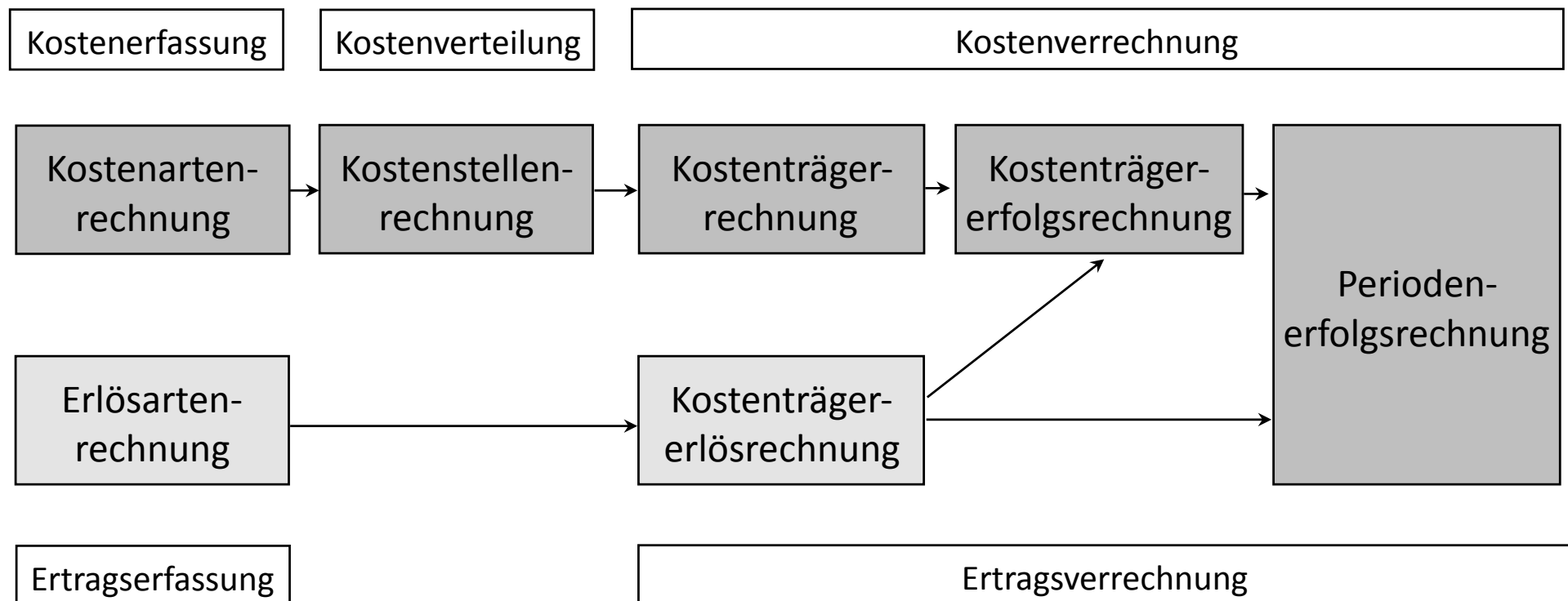
Kostenstellenrechnung



Kostenträgerrechnung



# Wechselbeziehungen zwischen den Teilgebieten der Kostenrechnung und der Erlösrechnung



# Kostenartenrechnung

Sie ist jener Teilbereich der Kostenrechnung, in dem die gesamten Kosten einer Abrechnungsperiode systematisch erfasst werden. Weiters werden die für eine Weiterverrechnung der Kosten benötigten Zusatzinformationen gesammelt.

**WELCHE Kosten sind angefallen?**

Die Kostenartenrechnung ist die Grundlage für die Kostenstellen- und die Kostenträger-rechnung.

# Wichtige Kostenarten

## Materialkosten

Fertigungsmaterialkosten, Hilfsmaterialkosten

## Personalkosten

Löhne und Lohnnebenkosten, Gehälter und Gehaltsnebenkosten, Überstundenentgelte, sonstige Personalkosten

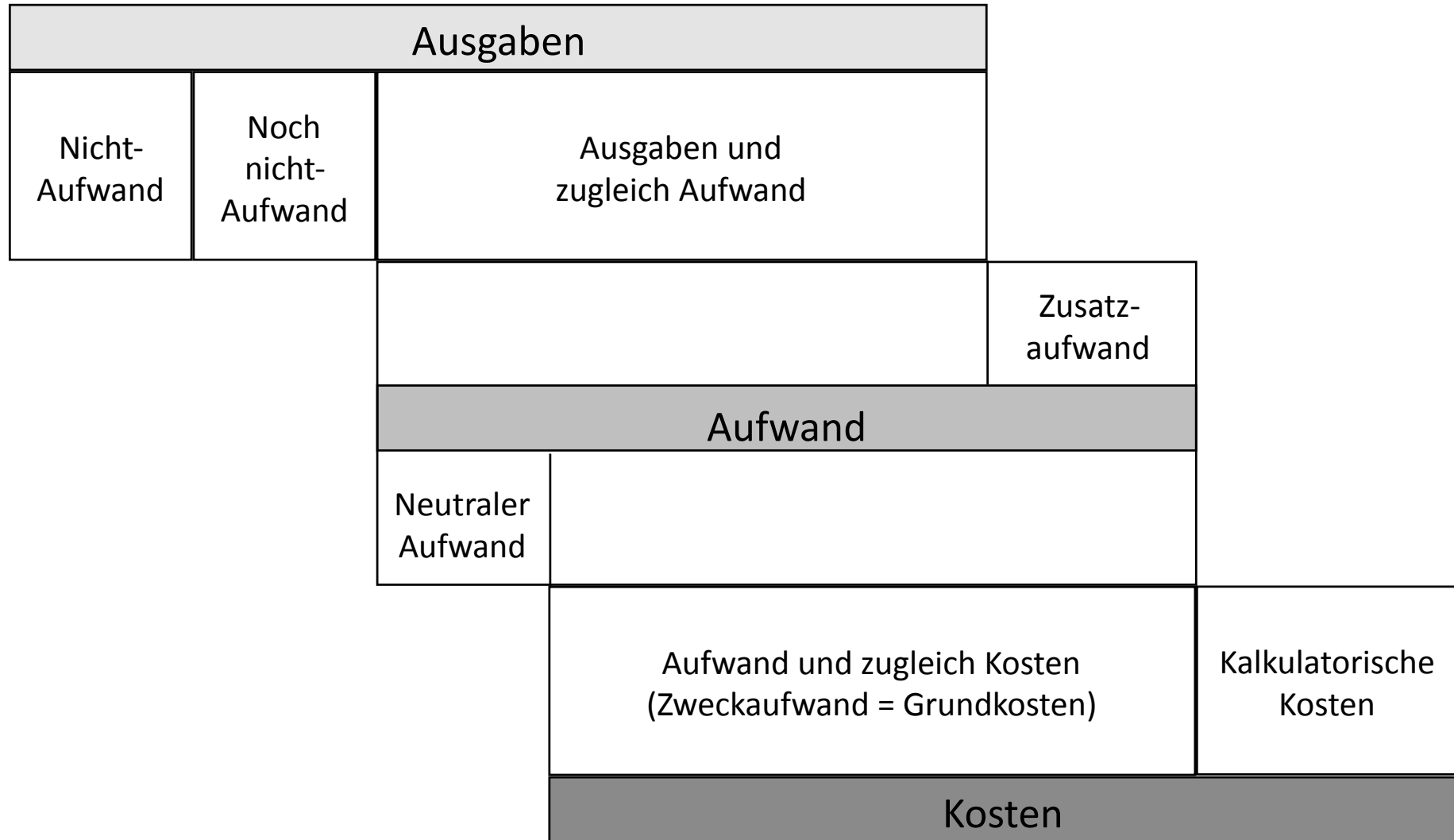
## Fremdleistungskosten

Transportkosten, Reparaturkosten, Werbekosten, Reisekosten, Versicherungskosten

## Kalkulatorische Kosten

kalkulatorische Abschreibungen, kalkulatorische Zinsen, kalkulatorische Wagnisse, kalkulatorischer Unternehmerlohn

# Abgrenzung Ausgaben, Aufwand, Kosten



# Kostenstellenrechnung

Sie dient der Verteilung der in einer Abrechnungsperiode angefallenen Gemeinkosten auf die Unternehmensbereiche, in denen sie angefallen sind.

**WO sind die Kosten angefallen?**

Die Kostenstellenrechnung ist das Bindeglied zwischen der Kostenarten- und der Kostenträgerrechnung

# Kostenstellenrechnung

## Begriff Kostenstelle

Betrieblicher Teilbereich, der kostenrechnerisch selbständig abgerechnet wird.

## Bildung der Kostenstellen nach

- Funktionsbereichen
- Verantwortungsbereichen
- Räumlichen Gesichtspunkten
- Abrechnungstechnischen Gesichtspunkten
- Leistungstechnischen Gesichtspunkten

## Aufgaben der Kostenstellenrechnung

- Verursachungsgerechte Zurechnung der Gemeinkosten auf die Stellen
- Darstellung der Leistungsbeziehungen der Kostenstellen untereinander
- Bildung von Kalkulationssätzen
- Abteilungsbezogene Wirtschaftlichkeitsrechnung

# Kostenträgerrechnung

Sie dient der Verrechnung der Kosten auf die betrieblichen Leistungen, durch die sie verursacht worden sind.

**WOFÜR sind die Kosten angefallen?**

Die Kostenträgerrechnung ist die letzte Stufe der Kostenrechnung.

# Kostenträgerrechnung

## Begriff Kostenträger

Die betriebliche Leistung, die den Güter- und Diensteverzehr ausgelöst hat.

## Kostenträger können sein

- End- und Zwischenprodukte
- unverbundene Produkte, Kuppelprodukte
- absatzorientierte Produkte, innerbetriebliche Produkte
- materielle, immaterielle Produkte

## Aufgaben der Kostenträgerrechnung

- Angebotspreisermittlung
- Ermittlung von Preisuntergrenzen
- Ermittlung interner Verrechnungspreise
- Bewertung von Lagerbeständen
- Ermittlung des Periodenerfolges



# Kostenträgerrechnung

```
graph TD; A[Kostenträgerrechnung] --> B[Kostenträgerzeitrechnung]; A --> C[Kostenträgerstückrechnung];
```

## Kostenträgerzeitrechnung

- Periodenrechnung
- ermittelt die nach Leistungsarten gegliederten, in der Periode insgesamt angefallenen Kosten
- Kosten je Periode

## Kostenträgerstückrechnung

- Kalkulation, Stückrechnung
- ermittelt die Selbst- bzw. Herstellkosten der betrieblichen Leistungseinheiten
- Kosten je Einheit (Stück)