



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 26 Thema: Brancheninformationen

Erfolgsfaktor Information

Wer ein Unternehmen planen, aufbauen und erhalten will, braucht dafür ein festes Informationsfundament: Informationen zu seinen potenziellen Kunden, seiner Konkurrenz, zu der Entwicklung seiner Branche, den üblichen Kosten, Preisen, Umsätzen und dergleichen mehr. Achtung: Informationsdefizite gehören zu den wichtigsten Pleiteursachen bei neu gegründeten Unternehmen.

Allgemeine Marktinformationen

Um ein Gründungskonzept zu erarbeiten und um dieses Konzept immer wieder zu überprüfen und ggf. an Veränderungen auf dem Markt anzupassen, brauchen Sie allgemeine Marktinformationen. Gibt es an Ihrem Standort Kunden für Ihr Angebot? Gibt es Konkurrenten? Wie viele? Was genau bieten diese an? Was können Sie tun, um gegen sie zu bestehen? Unter dem Strich: Liegen Sie mit Ihrer Geschäftsidee – an Ihrem Standort – richtig? Viele dieser Erstinformationen können Sie problemlos selbst recherchieren. Andere sollten Sie von Experten beziehen, die auf Marktforschung spezialisiert sind (s. auch GZ 20 „Marketing“).

Brancheninformationen

Zur Gründungsvorbereitung, aber auch zu allen weiteren Marketingak-



tivitäten sollten Sie Daten speziell über Ihre Branche nutzen. Solche Brancheninformationen zeigen Existenzgründern, ob ihre Idee überhaupt funktioniert: Gibt es das Angebot, das Sie machen wollen, schon auf dem Markt? Wird es akzeptiert? Wie viel Konkurrenz haben Sie? Wie stark ist diese Konkurrenz? Welche Umsätze und Gewinne werden erzielt, z. B. im Verhältnis zur Zahl der Mitarbeiter oder zur Zahl der Quadratmeter der Betriebsstätte. Junge Unternehmen können später mittels dieser Branchendaten prüfen, wie gut oder schlecht der eigene Betrieb im Verhältnis zu vergleichbaren Betrieben da steht, wo Stärken und

Schwächen sind, ob die Umsätze und Kosten unter dem Durchschnittswert ihrer Branchen, im Mittelfeld oder darüber liegen, in welchen Bereichen Veränderungen notwendig sind.

Betriebsvergleich

Wer es ganz genau wissen will, kann an einem exakten Vergleich seines Unternehmens mit Konkurrenzbetrieben teilnehmen. Dafür übermitteln Unternehmen der ausführenden Stelle (s. u.) eine Reihe von Daten: Umsätze, Zahl der Mitarbeiter, Kosten usw. Alle Informationen werden für die Vergleichsberechnungen anonymisiert. Aus allen Angaben werden Übersichten erstellt und Durchschnittswerte errechnet, die Sie nun mit Ihren eigenen Daten ver-

Inhalt

Wo gibt es Branchenzahlen und Marktinformationen	2
Wie gut sind wir? Betriebsvergleich	3
Übersicht: Die wichtigsten Kennzahlen für Ihr Unternehmen	I
Übersicht: Beispiel Betriebsvergleich	II
Kontakte (Auswahl)	4
Print- und Online-Informationen	4

gleichen können. Wichtig also: Je mehr Betriebe an solchen Vergleichen teilnehmen, desto aussagekräftiger sind die Ergebnisse!

Betriebsvergleiche bieten an:

1. Institut für Handelsforschung (IfH), Köln, für

▶ Einzelhändler und Apotheker (12 Bereiche). Die Jahresbetriebsvergleiche sind zum Teil kostenpflichtig. Für Unternehmen, denen eine jährliche Auswertung nicht ausreicht, bietet das IfH einen Monatsvergleich an. Die Teilnahme an diesen Vergleichen ist kostenpflichtig.

- ▶ Großhandel (ca. 18 Bereiche)
 - ▶ Dienstleister (8 Bereiche)
 - ▶ produzierendes Gewerbe (1 Bereich)
- Großhandel, Dienstleister und produzierendes Gewerbe können nur über die jeweiligen Bundesverbände an Betriebsvergleichen teilnehmen. In einigen Branchen übernehmen diese auch die Kosten.

Das IfH ist gerne bereit, auch in weiteren Branchen Betriebsvergleiche durchzuführen. Einzige Voraussetzung ist, dass genügend Teilnehmer vorhanden sind. Kontakt (s. Seite 4)

2. FfH – Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH, Berlin

Das FfH-Institut führt derzeit Betriebsvergleiche für folgende Branchen durch:

- ▶ Einzelhandel
 - Textil Einzelhandel
- ▶ Großhandel
 - Tabakwarengroßhandel

▶ Dienstleistungsbranchen

- Automatenunternehmen
- verschiedene Hotelgruppen

Zeitraum der Vergleiche: In der Regel Jahresvergleiche. In Absprache mit den auftraggebenden Verbänden können aber auch Monats- und Quartalsvergleiche durchgeführt werden. Die Kosten werden in der Regel von den Verbänden übernommen. Es gibt aber auch Vergleiche, die für die Teilnehmer kostenpflichtig sind (Kosten: ca. 50 - 100 Euro).

Die Teilnehmer können über ihren Wirtschaftsverband aktiv an der Gestaltung des Fragen- und Auswertungsprogramms mitwirken. Kontakt (s. Seite 4)

3. Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V. (LGH), Düsseldorf

Die LGH führt seit Jahren Betriebsvergleiche für verschiedene Handwerkszweige durch. So werden für 17 Handwerkszweige jährlich bzw. alle zwei Jahre Durchschnittswerte für unterschiedliche Größenklassen erarbeitet und veröffentlicht.

Darüber hinaus erhalten die teilnehmenden Betriebe in NRW kostenlos eine ausführliche Unternehmensanalyse der eigenbetrieblichen Daten im Vergleich zu den Durchschnittswerten mit entsprechenden Abweichungsanalysen. Neben den Durchschnittswerten erhalten die teilnehmenden Betriebe wichtige Kennzahlen der erfolgreichsten Betriebe als Orientierungspunkte für die eigenen Planungen.

Die erarbeiteten Betriebsvergleichsergebnisse werden jeweils in einer Branchenbroschüre mit den erforderlichen Erläuterungen veröffentlicht, die

von Interessenten im Internetportal www.LGH-Betriebsvergleiche.de heruntergeladen oder bei der LGH bezogen werden können. Neben den Landesvergleichen erstellt die LGH auch einige bundesweite Branchenuntersuchungen für unterschiedliche Gewerke. Kontakt (s. Seite 4)

4. Rationalisierungsgemeinschaft Handwerk Schleswig-Holstein e.V. (RGH), Kiel

Die RGH führt Betriebsvergleiche für die Handwerksbetriebe in Schleswig-Holstein durch. Die Erfassung der relevanten Daten erfolgt vor Ort im Unternehmen. In einer 24-seitigen Broschüre werden die aufbereiteten Daten mit den erforderlichen Erläuterungen dargestellt. Der Teilnehmer erhält zusätzlich für die Kalkulation den aktuellen Stundenkostensatz des Betriebes sowie eine Unternehmensanalyse mit einem Unternehmensprofil, das die Stärken und Schwächen des Betriebes verdeutlicht. Das von der RGH veröffentlichte Arbeitsprogramm umfasst insgesamt 29 Branchen und kann gegen eine Gebühr bei der Geschäftsstelle bestellt werden. Kontakt (s. Seite 4)

5. DATEV eG

Über die DATEV eG kann Ihr Steuerberater Ihre Unternehmensdaten mit den Durchschnittswerten von Unternehmen derselben Branche (derzeit ca. 400 Branchen). Die Vergleichsdaten beruhen auf den Buchhaltungsdaten von ca. einer Million im DATEV-Rechenzentrum gespeicherten Unternehmen und stehen zeitnah (ca. drei Wochen) nach Monats- bzw. Quartalsende zur Verfügung.

Wo gibt es Branchenzahlen und Marktinformationen

Industrie- und Handelskammer

Die IHKs führen eigene Marktuntersuchungen im Kammerbezirk durch. Die Ergebnisse sind Grundlage der Beratungen durch Kammermitarbeiter. Weitere Informationen und Adressen der IHKs finden Sie auf der Homepage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK): www.dihk.de

Handwerkskammern

Die Handwerkskammern halten umfangreiche Kennzahlen aus Betriebsver-

gleichen für eine Vielzahl von Handwerksberufen bereit. Sie untersuchen ebenfalls – zumeist vierteljährlich – die konjunkturelle Entwicklung und die Marktsituation in ihrem Kammerbezirk.

Darüber hinaus führt der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) gemeinsam mit den Handwerkskammern zweimal jährlich für das erste und das dritte Quartal bundesweite Konjunkturberichte durch. Die Berichte werden durch Sonderumfragen zu aktuellen Themen ergänzt. Konjunk-

turberichte und Sonderumfragen sind frei erhältlich. Des Weiteren bietet der ZDH einen umfangreichen Zahlenüberblick zur Entwicklung von Betrieben, Auszubildenden sowie Beschäftigten und Umsätzen im Internet an: www.zdh.de

Beratungs- und Informationssystem im Handwerk (BIS)

Das Beratungs- und Informationssystem im Handwerk (BIS) ist eine Informations- und Kommunikationsplatt-

form für die Berater und die Betriebe des Handwerks. Neben umfangreichen Fachinformationen, Praxishilfen und diversen Bösen findet man hier auch Brancheninformationen zu einer ganzen Reihe von Handwerksberufen: www.bis-handwerk.de

Fachverbände des Handwerks

Eine Vielzahl von Bundes- und Landesfachverbänden stellt allgemeine Marktinformationen und spezielle Brancheninformationen für die einzelnen Berufe des Handwerks zusammen. (Übersicht der Verbände unter www.zdh.de).

Berufs- und Branchenfachverbände

Eine Vielzahl von Bundes- und Landesfachverbänden – im Handwerk heißen diese z. T. Landesinnungsverbände – stellt allgemeine Marktinformationen zusammen. Adressen sind im Telefonbuch bzw. über die Telefonauskunft erhältlich. Handwerksbezogene Adressen sind abrufbar im Internet-Informationsangebot des ZdH: www.zdh.de

Kreditinstitute

Die meisten Kreditinstitute erarbeiten eigene Marktinformationen. Nachfolgend soll hier auf die zahlreichen Veröffentlichungen der Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken eingegangen werden, die sowohl IHKs als auch HWKs in der Regel nutzen und bereithalten.

Sparkassen

Der Deutsche Sparkassen- und Giroverband veröffentlicht so genannte „Branchenreports“ zur Entwicklung von über 70 Branchen in Deutschland. Umfang: ca. 30-40 Seiten. Die Branchenreports liefern einen detaillierten und ausführlichen Einblick in die wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklung sowie die Zukunftsperspektiven der wichtigsten Branchen. Die Branchenreports werden in der Regel jährlich aktualisiert: www.dsgv.de (unter Service).

Volksbanken und Raiffeisenbanken

Ein Brancheninformationssystem „VR info: Branchen spezial“ gibt der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) heraus. Es wird vom ifo Institut für Wirtschafts-

forschung, München, erstellt. „VR Info: Branchen special“ informiert halbjährlich über die 100 wichtigsten Branchen der mittelständischen Wirtschaft in Deutschland. Außerdem werden Wettbewerbsposition und -fähigkeit, strategische Defizite und unternehmenspolitische Optionen der Unternehmen der jeweiligen Branche aufgezeigt. Das Branchenrating bietet eine Übersicht über die Risikostruktur einer Branche. Einzelberichte sind bei Volksbanken und Raiffeisenbanken erhältlich. Weitere Informationen sowie Musterexemplare: www.bvr.de

Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai)

Mit der Serie „Branche Kompakt“ bietet die bfai ausgewählte Branchenberichte, die regelmäßig und systematisch in kurzer, prägnanter Form erstellt werden. Die Berichte stehen zurzeit für die vier Sektoren „Kfz und Kfz-Teile“, „Bauwirtschaft“, „Maschinen- und Anlagenbau“ sowie „Chemische Industrie“ zur Verfügung. Die einzelnen Beiträge

haben einen Umfang von vier bis fünf Seiten und sind kostenfrei abrufbar: www.bfai.de.

Genios

Mit Hilfe der Datenbank Genios lassen sich zahlreiche Informationen zur Konkurrenz- und Marktbeobachtung recherchieren: in mehr als 80 Firmendatenbanken, durch Bonitätsauskünfte der Creditreform für Deutschland, Österreich und die Schweiz, in mehr als 180 Tages- und Wochenzeitungen sowie 420 Fachzeitschriften, durch mehr als 36 Mio. Infos über Namen, Marken und Personen: www.genios.de

DATEV eG

Über die DATEV eG kann Ihnen Ihr steuerlicher Berater Branchenkennzahlen für ca. 400 Branchen zur Verfügung stellen. Selektionskriterien sind Bundesland, Region, Umsatzgröße, Spezialisierung, Rechtsform. Basis sind die Buchhaltungsdaten von ca. einer Million im DATEV-Rechenzentrum gespeicherter Unternehmen.

Wie gut sind wir? Betriebsvergleich

Betriebsvergleiche (hier: des Instituts für Handelsforschung in Köln) zeigen, wie gut oder schlecht der eigene Betrieb im Verhältnis zu vergleichbaren Betrieben dasteht, wo Stärken und Schwächen sind, in welchen Bereichen Veränderungen notwendig sind.

Wie funktioniert ein Betriebsvergleich?

Unternehmen, die an einem Vergleich teilnehmen wollen, übermitteln der

ausführenden Stelle einmal im Jahr eine Reihe von Daten: Umsätze, Zahl der Mitarbeiter, Kosten usw. Alle Informationen werden für die Vergleichsberechnungen anonymisiert. Aus allen Angaben werden Übersichten erstellt und Durchschnittswerte errechnet, die Sie mit Ihren eigenen Daten vergleichen können. Wichtig also: Je mehr Betriebe an solchen Vergleichen teilnehmen, desto aussagekräftiger sind die Ergebnisse!

Fortsetzung auf Seite 4

BMW-Softwarepaket

Das BMW-Softwarepaket bietet zwei spezielle Module:

Modul Branche: Hier erfährt der Anwender anhand von Reports und Kennzahlen mehr über seine Branche: Wie setzt sich die Branche zusammen? Gibt es einen Marktführer oder mehrere Unternehmen, die miteinander konkurrieren? Zusätzlich liefert es bestimmte Branchenkennzahlen, die bei der Analyse der Branchen bzw. des Marktes behilflich sind, z. B. Personalaufwandsquote, Umsatzrentabilität, Umsatz je Beschäftigten. Alle Inhalte wurden vom Deutschen Sparkassenverlag (DSV) zur Verfügung gestellt.

Modul Kennzahlen: Mit seiner Hilfe kann der Anwender die eigenen Unternehmenskennzahlen mit denen seiner Branche vergleichen. Beispiele: Umsatzrentabilität, Personalaufwandsquote, Handelsspanne. Die Branchenvergleichskennzahlen wurden von der Bundessteuerberaterkammer (BStBK) zur Verfügung gestellt.

Die wichtigsten Kennzahlen für Ihr Unternehmen

(Berechnen Sie die unten stehenden Kennzahlen mit Hilfe Ihrer Unternehmensdaten und vergleichen Sie die Ergebnisse mit den Kennzahlen vergleichbarer Unternehmen Ihrer Branche. Die aufgeführten Kennzahlen spielen in jeder Branche eine wichtige Rolle. Ergänzend dazu sollten Sie auch branchenspezifische Kennzahlen berücksichtigen, die Sie bei Ihrer Kammer oder Ihrem Verband erhalten.

$$\text{Rohgewinn I in Prozent} = \frac{(\text{Betriebsleistung} - \text{Fremdleistungen} - \text{Material- und Wareneinsatz}) \times 100}{\text{Betriebsleistung}}$$

Der Rohgewinn I ist die erste Kennzahl beim Einstieg in eine Rentabilitätsanalyse. Was bleibt von der Betriebsleistung, wenn die Fremdleistung und die Kosten des Material- und Wareneinsatzes abgezogen

werden? Ein niedriger Rohgewinn I ist die Folge einer hohen Kostenbelastung durch Subunternehmer und/oder einer hohen Materialintensität.

$$\text{Rohgewinn II in Prozent} = \frac{(\text{Betriebsleistung} - \text{Fremdleistungen} - \text{Material- und Wareneinsatz} - \text{Personalkosten}) \times 100}{\text{Betriebsleistung}}$$

Der Rohgewinn II entsteht aus dem Rohgewinn I nach Abzug der Personalkosten. Mit dieser Kennzahl wird die Belastung des Betriebes durch die beiden dominierenden Kostengruppen (Material,

Personal) mit einem Blick erkennbar. Der Rohgewinn II muss groß genug sein, die übrigen Kosten sowie einen angemessenen betriebswirtschaftlichen Gewinn abzudecken.

$$\text{Cashflow in Euro} = \text{Betriebsergebnis} + \text{Abschreibungen}$$

Der aus dem normalen Umsatzgeschehen resultierende Mittelzufluss im Unternehmen wird speziell von Banken und Sparkassen daraufhin analysiert, ob aus dieser Summe alle Privatentnahmen (Einkommensteuer, soziale Vorsorge, allgemeine Entnahmen), der Selbstfinanzierungsanteil geplanter Investitionen sowie die anstehenden

Tilgungsleistungen für Kredite bestritten werden können. Ein Cashflow z. B., der nicht einmal die Höhe eines angemessenen Unternehmerlohns erreicht, signalisiert mit Sicherheit eine unbefriedigende Rentabilität.

$$\text{Betriebswirtschaftliches Ergebnis in Prozent} = \frac{\text{Betriebswirtschaftliches Ergebnis} \times 100}{\text{Betriebsleistung}}$$

Das betriebswirtschaftliche Ergebnis ist eine der wichtigsten Messzahlen für die Rentabilität der betrieblichen Leistung. Sie sollte im Zeitablauf eher steigen als zurückgehen. Sie sollte ebenfalls deutlich

über den Branchenvergleichswerten liegen, denn diese sind Durchschnitte aus guten, mittelmäßigen und schlechten Betrieben.

$$\text{Pro-Kopf-Leistung Gesamtbetrieb in Euro} = \frac{\text{Betriebsleistung}}{\text{Bewertete Beschäftigte gesamt}}$$

Die erste Zahl stellt die gesamte Leistung des Unternehmens (= Arbeitsleistung plus Handelserlöse) allen Beschäftigten gegenüber. Dabei wird ein Mitarbeiter mit 1,0 bewertet, wenn er dem Betrieb das ganze Jahr mit der tariflichen Arbeitszeit zur Verfügung steht. Eine

kürzere Betriebszugehörigkeit oder reine Teilzeitbeschäftigung führen zu einem entsprechend reduzierten Ansatz. Lehrlinge werden ihrer Leistung entsprechend – in der Regel mit 0,3 – bewertet.

$$\text{Rohgewinn I je bewerteten Beschäftigten in Euro} = \frac{\text{Betriebsleistung} - \text{Fremdleistungen} - \text{Material- und Wareneinsatz}}{\text{Bewertete Beschäftigte gesamt}}$$

In Branchen mit einem hohen Vorleistungsanteil und einem dementsprechend niedrigen Rohgewinn I ist es sinnvoller, die Analyse der gesamtbetrieblichen Produktivität nicht auf die Gesamtleistung,

sondern auf den Rohgewinn abzustellen. Außerdem lassen sich so Betriebe mit unterschiedlicher Materialintensität besser vergleichen.

$$\text{Eigenkapitalquote in Prozent} = \frac{\text{Eigenkapital} \times 100}{\text{Bilanzsumme}}$$

Je größer der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme ist, desto krisensicherer ist die Finanzierung des Betriebes und desto unabhängiger

von Einflüssen der Kreditgeber können unternehmerische Entscheidungen getroffen werden.

$$\text{Anlagendeckung II in Prozent} = \frac{(\text{Eigenkapital} + \text{langfristiges Fremdkapital}) \times 100}{\text{Anlagevermögen}}$$

Das langfristig im Betrieb gebundene Vermögen (= Anlagevermögen) soll möglichst mit Eigenkapital finanziert sein. Die Anlagendeckung I hat dann mindestens den Wert 100 %. Dies ist in der Praxis kaum möglich, so dass eine abgeschwächte Forderung lautet, dass das Anlagevermögen zumindest langfristig (= mit Eigenkapital und lang-

fristigen Fremdmitteln) finanziert ist. Die Anlagendeckung II hat dann mindestens den Wert 100 %. Damit bleiben jene Vermögensteile, die die Existenzgrundlage des Unternehmens darstellen, auch dann unangetastet, wenn von den kurzfristigen Gläubigern massive Rückzahlungsforderungen laut werden.

Beispiel: Betriebsvergleich

Auszug aus einem Betriebsvergleich. Nicht berücksichtigt wurden Daten zu Kostenstrukturen, Betriebshandelsspanne und Betriebsergebnis.

Auswertungs- position	1 Ihre Branche	2 Ihre Größenklasse	3 Ihre Vergleichs- zahlen	4 Abweichung der Daten	5 Abweichung zum Vorjahr
	Anzahl der Schuh- fachhändler, die sich an der Auswertung beteiligen: 432	Anzahl der Betriebe, deren Zahl der Mit- arbeiter der Firma Meier entspricht: 112	Daten der Firma Meier	der Firma Meier von anderen Betrieben derselben Größenklasse	im Betrieb Meier
Anteil der Warengruppen am Gesamtumsatz					
Herren-Straßenschuhe	18%	18%	18%	0	-1%
Damen-Straßenschuhe	49%	48%	49%	+1%	+1%
Kinder-Straßenschuhe	5%	5%	4%	-1%	0
Hausschuhe	6%	6%	7%	+1%	+1%
Größe der Geschäftsräume (Büro, Lager, Verkaufsraum)					
qm Geschäftsraum	600 qm	388 qm	389 qm	1 qm	0
davon Verkaufsraum	57%	56%	74%	18 %	0
Beschäftigte					
Beschäftigte (inkl. Teilzeitkräfte)	12	7,3	6,8	- 0,5	0
davon in Werkstatt	0,1	0,2	0,1	- 0,1	
Umsatz					
in Euro	1.168.000 €	678.500 €	564.500 €	- 114.000 €	- 17.500 €
Umsatzentwicklung im Vorjahr = 100	101%	102%	97%	- 5 %	- 5 %
je beschäftigte Person	90.586 €	93.254 €	83.015,5 €	- 10.238,5 €	- 2.567,5 €
je qm Geschäftsraum	1.835 €	1.906 €	1.451 €	- 460 €	- 45 €
je qm Verkaufsraum	3.389 €	3.590 €	1.953,5 €	- 1.636,5 €	- 60 €
je Kunde	40,15 €	43,4 €	38,1 €	5,3 €	- 0,4 €
Warenlager					
Lagerumschlag	1,6	1,7	1,4	- 0,3	- 0,1
Durchschnittlicher Lagerbestand					
je beschäftigte Person	25.251,5 €	23.873 €	28.454,5 €	4.581,5 €	1.632,5 €
je qm Geschäftsraum					
Lagerentwicklung (Endbestand in % des Anfangsbestandes)	500 €	481,5 €	497,5 €	16 €	28,5 €
	101%	102%	106 %	4 %	1%

Sortimentsstruktur

Das Sortiment der Firma Meier stimmt mit dem anderer Betriebe vergleichbarer Größenklasse überein.

Verkaufsfläche und Beschäftigte

Die Größe der Geschäftsräume entspricht dem Durchschnitt vergleichbarer Betriebe. Die Verkaufsfläche ist um 18 % größer als der vergleichbare Branchendurchschnitt. Bei der Zahl der Beschäftigten liegt der Betrieb unter dem Branchendurchschnitt.

Umsatz

Der Umsatz liegt um 114.000 Euro unter dem Durchschnitt vergleichbarer Schuhgeschäfte. Dies ist ein Hinweis darauf, dass die Betriebskapazitäten nicht voll ausgelastet werden. Der Umsatz ist um 3 % rückläufig, wohingegen die Branche ein Umsatzplus von 1% verbucht hat. Vergleichbare Betriebe kommen sogar auf 2%. Der Umsatz je beschäftigte Person zeigt die Auslastung der Personalkapazität.

Dieser liegt bei der Firma Meier bei 83.015,5 Euro und damit unter dem Branchendurchschnitt bzw. deutlich unter dem Durchschnitt vergleichbarer Betriebe. Gründe hierfür können sein, dass der Personalstand trotz sinkender Umsätze gleich geblieben ist. Der Umsatz je Quadratmeter Verkaufsraum (3.590 Euro) liegt mit 1.953,5 Euro weit unter dem Durchschnitt. Dies erklärt sich zum Teil aus dem großen Verkaufsraum.

Warenlager

Der Lagerumschlag (gibt an, wie oft sich der Lagerbestand im Jahr umschlägt) liegt um 0,3 mal unter dem Größenklassendurchschnitt. Das ist viel. Ein Grund hierfür ist der viel zu hohe Lagerbestand. Dieser hat im letzten Jahr um 6 % zugenommen. Der Lagerbestand je beschäftigte Person ist ebenfalls deutlich höher als der Branchendurchschnitt. Ein zu großer Lagerbestand ist insofern problematisch, als dass das Warenlager im Einzelhandel meist fremdfinanziert wird und hohe Zinsen verursacht.

Fortsetzung von Seite 3

Was lerne ich aus einem Betriebsvergleich?

Jeder Betrieb erhält zwei verschiedene Auswertungen: eine Übersicht über alle Teilnehmerdaten (Wie gut sind die anderen?) eine Einzelauswertung für den Betrieb (Sind wir Mittelmaß oder besser?)

Übersichten

Die Daten aller Teilnehmerbetriebe der jeweiligen Branche sind hier nach Personengrößenklassen geordnet. Diese Übersichtstabelle berücksichtigt außerdem die wichtigsten Bedingungen, die für diese Daten ausschlaggebend sein können. Dazu zählen beispielsweise die Region, in der der Betrieb angesiedelt ist, die Ortsgröße gemessen an der Einwohnerzahl, die Geschäftslage, die Eigentumsverhältnisse, die Sortimentszusammensetzung etc.

Jeder Teilnehmer kann sich also an ähnlichen Betrieben messen und alle wesentlichen Daten vergleichen. Außerdem kann er sich an den erfolgreichsten Unternehmen seiner Branche orientieren. Was muss sich ändern, damit ähnliche Ergebnisse erzielt werden? Achtung: Nicht die tatsächliche Höhe z. B. der Umsätze oder Kosten ist dabei maßgebend. Es kommt vielmehr darauf an, in welchem Verhältnis die ermittelten Zahlen zueinander stehen, z. B. Personalkosten und Umsatz. Der Umsatz je Mitarbeiter ist daher beispielsweise eine wichtige Kennzahl.

Einzelauswertung

In der Einzelauswertung werden die

Zahlen des Unternehmens den Durchschnittswerten ähnlicher Betriebe derselben Branche gegenübergestellt. So können teilnehmende Unternehmen auf einen Blick erkennen, in welchen Bereichen Abweichungen im Vergleich zu allen anderen Unternehmen vorliegen. Besonders aussagekräftig sind dabei Vergleiche mit Unternehmen, die dem eigenen sehr ähnlich sind (Mitarbeiterzahl etc.), so genannten Erfahrungsaustausch-Gruppen.

Nicht vergessen: Ihr Betrieb wird lediglich mit den Durchschnittsergebnissen vergleichbarer Betriebe – derselben Branche und Größe – verglichen, dem „Mittelmaß“. Diesen Vergleichswert zu erreichen ist also auf jeden Fall erstrebenswert. Bedenklich ist, unter dem Durchschnitt zu liegen. Wer besser sein will als der Durchschnitt, muss dafür entsprechende Maßnahmen treffen.

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171
bmwi@gvp-bonn.de
Download u. Bestellfunktion:
www.existenzgruender.de

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de

Kontakte (Auswahl)

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Dürener Str. 401b, 50858 Köln, Tel.: 0221 943607-0, Fax: 0221 943607-99, www.ifh-benchmarking.de

FfH - Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH, Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin, Tel.: 030 590099-610, Fax: 030 590099-630, www.ffh-institut.de

Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e. V. (LGH), Auf'm Tetelberg 7, 40221 Düsseldorf, Tel.: 0211 30108-0, Fax: 0211 30108-540, www.lgh.de und www.lgh-betriebsvergleiche.de

Rationalisierungsgemeinschaft Handwerk Schleswig-Holstein e.V. (RGH), Russeer Weg 167, 24109 Kiel, Tel.: 0431 52-3460, Fax: 0431 52-7402, www.rghandwerk.de

Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai), Referat I/4, Tel.: 0221 2057-0 Fax: 2057-212, E-Mail: branchen@bfai.de, www.bfai.de

Fragen Sie Ihren steuerlichen Berater nach dem DATEV-Betriebsvergleich:
DATEV eG, 90323 Nürnberg, Tel.: 0911 319-3248, Fax: 0911 319-7694, www.datev.de

Redaktionservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
info@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Dr. A. Kaapke, Institut für Handelsforschung, Köln
Dipl. oec. D. Schlimmer, Landes-Gewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks, Düsseldorf

Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 30.000

Gründe für das Scheitern von (jungen) Unternehmen

Angaben in %



Quelle: DTA/KfW Mittelstandsbank