



Die Buchkalkulation

von Ulrich Stiehl

BoD-Reprint der 4. Auflage

2017, 260 Seiten, 15,5 cm x 22 cm, broschiert

ISBN 978-3-7431-3883-4

Links:

<https://www.bod.de/buchshop/die-buchkalkulation-ulrich-stiehl-9783743138834>

<http://www.sanskritweb.net/verlag>

Ulrich Stiehl

Die Buchkalkulation

Ein Lehr- und Übungsbuch

*Mit zahlreichen Musterkalkulationen
und einem PC-Kalkulationsprogramm*

BoD-Reprint der 4. Auflage

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2017 Ulrich Stiehl

Herstellung und Verlag:
BoD – Books on Demand, Norderstedt

ISBN 978-3-7431-3883-4

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 9 |
| 0. Einführendes Kalkulationsbeispiel | 13 |
| 0.1. Womit können wir rechnen? (Eingabedaten) | 13 |
| 0.2. Was können wir berechnen? (Ausgabedaten) | 14 |
| 0.3. Was können wir darstellen? (Ausgabegrafiken) | 25 |
| 1. Grundlagen der Buchkalkulation | 28 |
| 1.1. Handelsspanne und Verlagsspanne | 28 |
| 1.2. Typische Merkmale der Buchkalkulation | 35 |
| 1.3. Ausgabe und Auflage | 36 |
| 1.3.1. Ausgabe | 36 |
| 1.3.2. Auflagedruck und Auflagenhöhe | 37 |
| 1.3.3. Druck-, Verbreitungs- und Verkaufsaufgabe | 38 |
| 1.4. Kosten und Kalkulationselemente | 42 |
| 1.4.1. Einzel- und Gemeinkosten | 43 |
| 1.4.2. Variable und fixe Kosten | 45 |
| 1.4.3. Weitere Kostenbegriffe | 47 |
| 1.4.4. Übersicht über die Kalkulationselemente | 54 |
| 1.5. Prozentrechnung und Kalkulation | 62 |
| 1.5.1. Mehrwertsteuersatz und Kalkulation | 67 |
| 1.6. Marketing und Kalkulation | 71 |
| 1.6.1. Zielgruppe und Verkaufsaufgabe | 72 |
| 1.6.2. Absatzdeterminanten | 73 |
| 1.7. Arten der Buchkalkulation | 76 |
| 1.7.1. Traditionelle und moderne Buchkalkulation | 76 |
| 1.7.2. Grundmodell der Buchkalkulation | 78 |
| 1.7.3. Die sechs Berechnungsformen in der Buchkalkulation | 81 |
| 2. Traditionelle Buchkalkulation auf Vollkostenbasis | 85 |
| 2.1. Merkmale der traditionellen Buchkalkulation | 85 |
| 2.2. Kalkulationselemente | 86 |
| 2.3. Verfahren der Multiplikatorermittlung | 94 |
| 2.4. Ladenpreisberechnung | 97 |
| 2.5. Auflagen- und Höchstkostenberechnung | 104 |
| 2.6. Deckungsaufgaben- und Mindestladenpreisberechnung | 118 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 3. | Moderne Buchkalkulation auf Teilkostenbasis | 132 |
| 3.1. | Merkmale der modernen Buchkalkulation | 132 |
| 3.1.1. | Deckungsbeitragsbegriffe | 133 |
| 3.2. | Kalkulationselemente | 137 |
| 3.3. | Gesamtdeckungsbeitrag und Gesamtdeckungsspanne | 145 |
| 3.4. | Deckungsbeitragsberechnung | 150 |
| 3.4.1. | Kompliziertere Deckungsbeitragsberechnungen | 157 |
| 3.4.2. | Alternativkalkulation | 162 |
| 3.4.3. | Risikokalkulation | 167 |
| 3.5. | Ladenpreisberechnung | 171 |
| 3.6. | Auflagen- und Höchstkostenberechnung | 173 |
| 3.7. | Deckungsauflagen- und Mindestladenpreisberechnung | 177 |
| 3.8. | Ist die echte Teilkostenrechnung praktikabel? | 190 |
| 4. | Elementare Ladenpreisfunktionen | 195 |
| 4.1. | Zuschlagssatzänderung und Ladenpreisänderung | 196 |
| 4.2. | Herstellungskostenänderung und Ladenpreisänderung | 202 |
| 5. | Programmierte Buchkalkulation | 204 |
| 5.1. | Kalkulationsalgorithmen | 205 |
| 5.1.1. | Überschußberechnung | 206 |
| 5.1.2. | Ladenpreisberechnung | 207 |
| 5.1.3. | Mindestladenpreisberechnung | 209 |
| 5.1.4. | Deckungsauflagenberechnung | 210 |
| 5.1.5. | Verkaufsauflagenberechnung | 214 |
| 5.1.6. | Höchstkostenberechnung | 216 |
| 5.2. | Kalkulationsprogramm | 219 |
| 5.2.1. | Hilfsbildschirme des Kalkulationsprogramms | 247 |
| 6. | Sachregister und Abkürzungsverzeichnis | 253 |

Hinweis zur Mehrwertsteuer

In diesem Buch wird aus didaktischen Gründen mit unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen gerechnet, und zwar mit 6% (galt ab 1.1.1978), 6,5% (galt ab 1.7.1979), 7% (gültig ab 1.7.1983) und 8% (möglicher zukünftiger Mehrwertsteuersatz), zumal gegenwärtig (Anfang 1989) noch nicht absehbar ist, inwieweit das Umsatzsteuergesetz durch zukünftige EG-Richtlinien zur Koordinierung einzelstaatlicher Vorschriften berührt werden wird. Für die Darstellung der Rechentechnik als solcher ist die Höhe des Mehrwertsteuersatzes ohnehin belanglos.

Für Bücher gilt normalerweise der halbe MWST-Satz (7%). Nicht begünstigt sind u.a. mikroverfilmte Bücher, Kalender, PR-Schriften und Blankbücher, bei denen der volle MWST-Satz zur Anwendung kommt.

Aufgaben

| | |
|--|-----|
| 1: Verlagsspanne und Kalkulationszuschlag | 30 |
| 2: Handelsspanne und Kalkulationszuschlag | 31 |
| 3: Reingewinnberechnung (Differenzkalkulation) | 32 |
| 4: Kalkulationszuschlag | 34 |
| 5: Handelsspanne | 34 |
| 6: Herstellungsgesamtkosten und Herstellungstückkosten | 47 |
| 7: Honorargesamtkosten und Honorarstückkosten | 47 |
| 8: Stückerlös und Grenzerlös | 48 |
| 9: Grenzkosten und Stückkosten | 49 |
| 10: Differenzkostenverfahren (Kostenauflösung) | 49 |
| 11: Auflagenfixe Gesamtkosten, Stückkosten und Grenzkosten | 50 |
| 12: Honorarstückkosten und Honorargrenzkosten | 51 |
| 13: Absatzhonorar und Staffelhonorar | 52 |
| 14: Durchschnittsrabatt bei Partiebezug | 53 |
| 15: Prozentsatz, Prozentwert und Grundwert | 62 |
| 16: Vermehrter Wert | 64 |
| 17: Verminderter Wert | 64 |
| 18: Mehrfache Erhöhung desselben Ladenpreises | 64 |
| 19: Verminderter Wert | 65 |
| 20: Umrechnung des Honorarsatzes auf andere Bezugsbasis | 65 |
| 21: Umrechnung des Honorarsatzes auf andere Bezugsbasis | 66 |
| 22: Umrechnung des Gewinnsatzes auf andere Bezugsbasis | 66 |
| 23: Durchschnittsrabattsatz | 66 |
| 24: Steuerliches Entgelt | 68 |
| 25: MWST-Satz von oben (Abschlagsprozentsatz) | 68 |
| 26: MWST-Satz von oben (Abschlagsprozentsatz) | 69 |
| 27: MWST, Rabatt und Skonto | 69 |
| 28: Herstellungsbedingte Stückkosten | 86 |
| 29: Herstellungsstückkostensatz | 87 |
| 30: Durchschnittshonorarsatz | 89 |
| 31: Multiplikator (reine Zuschlagskalkulation) | 99 |
| 32: Multiplikator und Verlagsspanne | 101 |
| 33: Multiplikator (fiktiver Ladenpreis) | 102 |
| 34: Multiplikatorpreisberechnung | 105 |
| 35: Multiplikator-Rückrechnung | 105 |
| 36: Herstellungspreis-Rückrechnung | 105 |
| 37: Multiplikatorpreise bei verschiedenen Auflagen | 106 |
| 38: Multiplikatorpreise bei verschiedenen Ausstattungen | 106 |
| 39: Multiplikatorpreise bei verschiedenen Werbekosten | 106 |
| 40: Multiplikatorpreise bei verschiedenen Zuschlagssätzen | 107 |
| 41: Alternative Multiplikatorpreisberechnung | 108 |

| | |
|---|-----|
| 42: Gewinnüberschußberechnung (Differenzkalkulation) | 110 |
| 43: Reduzierung des Verlagsgewinnsatzes und Honorarsatzes | 114 |
| 44: Auflagenberechnung und Differenzkostenverfahren | 115 |
| 45: Gestufte Höchstkosten- und Auflagenberechnung | 115 |
| 46: Auflagenberechnung bei nichtlinearen Kosten | 116 |
| 47: Mindestladenpreis I und II | 126 |
| 48: Deckungsaufgabe I und II | 127 |
| 49: Historische Deckungsaufgabenberechnung | 128 |
| 50: Mindestladenpreis I und Verkaufsaufgabe I | 130 |
| 51: Kostenaufspaltung | 139 |
| 52: Prozentuale Stückkosten und Reststückelerlös | 142 |
| 53: Prozentuale Stückkosten und Reststückelerlös | 143 |
| 54: Aufspaltung der Herstellungskosten | 144 |
| 55: Gesamtdeckungsbeitrag und Betriebsergebnis | 147 |
| 56: Vorkalkulatorischer Deckungsbeitrag | 153 |
| 57: Nachkalkulatorischer Deckungsbeitrag | 155 |
| 58: Vor- und nachkalkulatorische Deckungsspanne | 156 |
| 59: Deckungsbeitrag bei verschiedenen Ausgaben | 157 |
| 60: Soll-Ist-Vergleich bei nichtlinearen Kostenverläufen | 159 |
| 61: Deckungsbeitrag bei Nebenerlösen | 160 |
| 62: Alternativkalkulation mit 2 variierten Faktoren | 163 |
| 63: Alternativkalkulation mit 2 variierten Faktoren | 164 |
| 64: Alternativkalkulation mit 6 variierten Faktoren | 165 |
| 65: Risikokalkulation | 168 |
| 66: Ladenpreisberechnung bei vorgegebenem Deckungsbeitrag | 171 |
| 67: Auflagen- und Höchstkostenberechnung | 173 |
| 68: Auflagen- und Höchstkostenberechnung | 176 |
| 69: Deckungsaufgabe II und Verkaufsaufgabe II | 186 |
| 70: Mindestladenpreis II | 187 |
| 71: Mindestladenpreis II | 187 |
| 72: Deckungsaufgabe II bei nichtlinearen Kostenverläufen | 188 |
| 73: Ladenpreisänderung | 198 |
| 74: Zuschlagssatzänderung | 199 |
| 75: Herstellungskostenkoeffizient | 203 |

Vorwort

*...ut sciat,
quomodo alligatus exeat calculus.
(Seneca)*

Das Rechnungswesen teilt man üblicherweise in Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung ein und ordnet die Kalkulation der Kostenträgerrechnung zu. Doch reicht die Buchkalkulation in Form der Ladenpreis- und Auflagenberechnungen weit über die Kostenträgerstückrechnung hinaus. Deshalb verwundert es nicht, daß im Verlagswesen nicht nur Kostenrechnungsexperten, sondern vornehmlich Hersteller, Lektoren und Vertriebsfachleute sowie die Verleger selbst an Themen der Buchkalkulation interessiert sind. Und daraus erklärt sich auch, daß der vorliegende Kalkulationsleitfaden innerhalb von neun Jahren vier Auflagen erlebt hat.

Zur Geschichte der Buchkalkulation

Die Anfangsgründe der betriebswirtschaftlichen Auseinandersetzung mit der Buchkalkulation gehen auf die erste Dekade dieses Jahrhunderts zurück, als das zweibändige »Lehrbuch des deutschen Buchhandels« von Max Paschke und Philipp Rath erschien (zur Kalkulation siehe Band II, 3. Auflage, Leipzig 1912, Seite 245-261). In den vierziger Jahren erhielt die Buchkalkulation auf Vollkostenbasis mit den Büchern »Die Kalkulation im schöngeistigen Verlag« (Leipzig 1940) von Adolf Spemann und »Richtige Fachbuch-Kalkulation« (Berlin 1941) von Gerhard Menz ihr traditionelles Gepräge. In den sechziger Jahren ist dann mit der Dissertation »Preispolitik und Kalkulation im Buchverlag« von Klaus-Georg Fröhlich (Stuttgart 1964, 129 Seiten) erstmals ein Werk publiziert worden, das sich sowohl mit der Vollkostenrechnung (»Multiplikatorverfahren«) als auch mit der Teilkostenrechnung (»Deckungsbeitragsrechnung«) auseinandersetzte. Das »Handbuch des Buchhandels«, Band 2: Verlagsbuchhandel, Hamburg 1975, enthält im Kapitel »Preispolitik und Kalkulation« (Seite 690-741), verfaßt von Rüdiger Erpf und Rainer Krüger-Barvels, im wesentlichen eine Zusammenfassung der Fröhlich-Monographie. Danach ist keine umfassende Einzeldarstellung mehr veröffentlicht worden, die ausschließlich das Thema der Buchkalkulation behandelt, denn die Broschüre »Kalkulation, Planung, Kontrolle« von Eberhard Kossack (Stuttgart 1979, 45 Seiten) befaßt sich mehr mit der globalen Kosten- und Erfolgsrechnung, und die jüngste Broschüre »Kalkulation im Buch- und Zeitschriftenverlag« von Gernot Keuchen (Hardebek 1988, 75 Seiten), die mehr für Zeitschriftenverlage gedacht ist, widmet der Buchkalkulation nur zwölf Seiten.

Zur Neuauflage der Buchkalkulation

Für die vierte Auflage ist dieses Lehr- und Übungsbuch von mir gänzlich umgeschrieben und in DTP-Technik auf einem IBM PS/2 Modell 50 Z mit dem Ventura-Publisher gesetzt worden. Völlig neu sind das einleitende Kapitel mit einem vollständigen Kalkulationsbeispiel sowie das Kapitel über die programmierte Buchkalkulation mit einem Einzelkalkulationsprogramm für IBM-PCs. Aber auch die anderen Kapitel

wurden teils gestrafft, teils erweitert und an vielen Stellen überarbeitet. Die 75 Kalkulationsaufgaben mit Musterlösungen, die wesentlich zur Popularität dieses Werkes beigetragen haben, blieben in der Numerierung erhalten, wenngleich manche Aufgaben aktualisiert oder modifiziert werden mußten.

Mein Kalkulationslehrbuch befaßt sich nach wie vor ausschließlich mit dem Thema der Buchkalkulation im engeren Sinne, und zwar insbesondere unter dem Aspekt der Einzelkalkulation sowie der Vorkalkulation:

- Zur *Einzelkalkulation*: Das Buch endet mit ausgewählten Themen der sog. »kleinen Mischkalkulation«, die sich als simultane Kalkulation mehrerer Bände, Ausgaben oder Auflagen *desselben* Titels definieren läßt (z.B. Alternativ- und Risikokalkulationen) und an der Nahtstelle zwischen Einzelkalkulation und Betriebsabrechnung steht. Die sog. »große Mischkalkulation«, die sich auf die simultane Erlös- und Kosten-Planung *aller* Titel erstreckt, wird damit ausgespart, da sie in der Regel als Periodenrechnung bzw. Kostenträgerzeitrechnung und nicht als Kalkulation im engeren Sinne ausgestaltet ist.
- Zur *Vorkalkulation*: Deren schwerpunktmäßige Darstellung begründet sich damit, daß die Vorkalkulation mathematisch anspruchsvoller und mithin erklärungsbedürftiger als die Nachkalkulation ist, die sich rechnerisch in der Subtraktion bestimmter Kosten von bestimmten Erlösen erschöpft.

Voll- oder Teilkostenrechnung?

Der Kalkulationsleitfaden enthält sich bewußt einer pauschalen Bewertung der Voll- und Teilkostenrechnung, denn eine Entscheidung für die eine oder andere Methode kann nur nach Prüfung des konkreten Einzelfalls erfolgen. Trotzdem möchte ich aus praktischer Erfahrung und nicht zuletzt auf Grund der Eindrücke, die ich in einer Reihe von Kalkulationsseminaren gewonnen habe, die These vertreten, daß bei vielen Verlagen die Vollkosten- der Teilkostenrechnung vorzuziehen ist. Dafür gibt es zwei Gründe:

1. Handlungskosten sind oft keine Gemeinkosten

Für den Begriff der Gemeinkosten kennen wir auch das altmodische Wort »Handlungskosten«. Im typischen Buchverlag der Gegenwart handelt man jedoch meistens nicht selbst, sondern läßt andere handeln, z.B. Autoren, Drucker, Kommissionäre und Werbeagenturen. Dann sind die diesbezüglichen Handlungskosten aber keine Gemeinkosten, sondern Einzelkosten: Der Hersteller im Verlag stellt nicht selbst her, sondern läßt herstellen. Der Vertriebsleiter liefert nicht selbst aus, sondern läßt ausliefern, sofern sich der Verlag einer Fremdauslieferung bedient. Der Lektor schreibt nicht selbst, sondern läßt schreiben usw. Daraus folgt aber zwangsläufig, daß den fixen Gemeinkosten im Buchverlag nicht das gleiche Gewicht zukommt wie beispielsweise in der Industrie, womit die Argumente, die für die Teilkostenrechnung sprechen, teilweise hinfällig werden. Wenn trotzdem über zu hohe Gemeinkostensätze geklagt wird, so liegt dies daran, daß der Block der fixen Gemeinkosten in Wirklichkeit oft einen Teil der Einzelkosten enthält. Wünschenswert wäre deshalb, daß die echten Einzelkosten auch tatsächlich in die Einzeltitel-Vorkalkulation eingehen,

um den Gemeinkostenblock entsprechend zu entlasten. So belaufen sich beispielsweise die Werbeeinzelkosten bei manchen Verlagen oft auf 25% bis 50% der Herstellungskosten. Trotzdem wird zu Beginn einer Kalkulationsbesprechung meist nur die stereotypische Frage gestellt: »Wie hoch sind die Herstellungskosten?«

2. Simultane Planung ist oft nicht möglich

Die Teilkostenrechnung bezweckt die Verteilung der fixen Gemeinkosten nach dem Prinzip der Kostentragfähigkeit. Dies setzt jedoch voraus, daß man wirklich *alle* Titel einer Planungsperiode in diesen Allokationsprozeß einbezieht, denn es muß gewährleistet sein, daß der prognostizierte Fixkostenblock restlos auf die geplanten Objekte verteilt wird, damit die Rechnung »aufgeht«. Eine solche Planung ist jedoch bei vielen Buchverlagen nicht möglich, weil einfach die Kalkulationsdaten zu Beginn der Planungsperiode nicht vorliegen, denn welcher Verleger weiß schon am Jahresanfang, welche Titel im Laufe der nächsten zwölf Monate erscheinen werden (und welche nicht!), welche Herstellungskosten sie verursachen werden usw.

Während der Vollkostenrechnung mit *relativen Deckungsspannen* auch im Falle der Einzeltitelkalkulation eine Automatik zur Kostendeckung innewohnt, ist die gleiche Automatik in der Teilkostenrechnung mit *absoluten Deckungsbeiträgen* nur bei simultaner Mischkalkulation *aller* Plantitel garantiert. Verlage, die über ausreichende Informationen für eine fundierte Gesamtprogramm-Vorkalkulation verfügen, können die theoretisch unbestrittenen Vorzüge der Teilkostenrechnung nutzen. Anderen Verlagen jedoch – und diese sind sicherlich in der Mehrzahl – ist eher die weniger gefährliche Vollkostenrechnung anzuraten. In dem Moment nämlich, da man dazu übergeht, die für die Gesamtprogrammplanung gedachte Deckungsbeitragsrechnung für isolierte Einzelkalkulationen zu mißbrauchen, wird die Situation prekär, denn ein positiver Einzeltiteldeckungsbeitrag – ein einziger Pfennig wäre bereits positiv! – hat für sich genommen noch überhaupt keine Aussagekraft.

In unserem Kalkulationsleitfaden wird die Vollkostenrechnung soweit wie möglich verfeinert und an die moderne Teilkostenrechnung angenähert, so daß von der im Zeitalter des Computers mit Recht als überholt geltenden Multiplikatormethode nicht mehr viel übrigbleibt. Dies wird bereits in dem einführenden Kalkulationsbeispiel deutlich, das die Gemeinsamkeiten zwischen Teil- und Vollkostenrechnung in bezug auf die Berechnungen der Verkaufsaufgabe II, der Deckungsaufgabe II und des Mindestladenpreises II unterstreicht. Lediglich bei den Berechnungsformen, die zwischen der prozentualen Deckungsspanne und dem absoluten Deckungsbeitrag differenzieren, verbleiben noch prinzipielle Unterschiede zwischen Voll- und Teilkostenrechnung. (Es sei darauf hingewiesen, daß bestimmte Berechnungsformen wie insbesondere die Algorithmen für die Mindestladenpreise I und II sowie die Verkaufsaufgaben I und II in der ersten Auflage dieses Kalkulationsleitfadens 1980 erstmals entwickelt und beschrieben worden sind.)

Nach wie vor gilt jedoch: Rein theoretisch ist die Teilkostenrechnung der Vollkostenrechnung überlegen. Kalkuliert wird jedoch nicht in der Theorie, sondern in der Praxis, sprich im Verlagsalltag, und dort verlieren Lehrbuchweisheiten mangels verfügbarer Kalkulationsdaten schnell ihr Gewicht. Ein geradezu klassischer Beleg

hierfür ist die Preispolitik in der universitären Marketinglehre, die auch heute noch Studenten mit der mathematischen Differentiation der Grenzerlösfunktion traktiert, obwohl noch niemals eine stetig verlaufende Preis-Absatz-Funktion praktisch nachgewiesen werden konnte.

Ähnlich liegen die Dinge in der Teilkostenrechnung: Was in der Theorie richtig ist, muß noch lange nicht für die Praxis angemessen sein. Allerdings bedeutet die Befürwortung der Vollkostenrechnung für viele (nicht für alle!) Verlage aus rein praktischen Erwägungen keinen Rückfall in die Multiplikator-Ära, denn heute verfügt der Kalkulator dank des Mikrocomputers über ein Recheninstrument, das eine erheblich nuanciertere Vollkosten-Vorkalkulation ermöglicht, als dies noch vor zehn Jahren der Fall war.

Wie liest man dieses Buch?

Für einen ersten kursorischen Überblick genügt es, das einführende Kalkulationsbeispiel zu studieren. Kalkulatoren mit mathematischen Vorkenntnissen können zusätzlich das Kapitel über die Kalkulationsalgorithmen lesen. Für Programmierer dürfte insbesondere das gelistete Kalkulationsprogramm von Interesse sein, das hoffentlich gebührend gewürdigt wird, denn meines Wissens ist bisher noch nie ein verlagsspezifisches Programm als *Quelltext* veröffentlicht worden.

Wer über eine kursorische Lektüre hinaus wirklich kalkulieren lernen will, sollte das Buch einschließlich der Kalkulationsaufgaben systematisch durcharbeiten, da nachfolgende Kapitel auf vorangehenden aufbauen. Dabei sollte man den Schwierigkeitsgrad mancher Aufgaben nicht unterschätzen. Auch wenn man sich später eines Kalkulationsprogramms bedienen mag, scheint es mir wichtig zu sein, daß man die zugrundeliegenden Algorithmen versteht, denn die Entscheidung über Preise und Auflagen muß immer noch der Mensch treffen und nicht der Computer.

Ausblick

Obwohl die Neufassung dieses Buches nunmehr auf über 250 Seiten angewachsen ist, mußten zahlreiche Themen ausgespart werden, z.B. der ganze Komplex der Durchschnitts-, Ist-, Normal-, Soll-, Plan- und Prognosekosten, die Verzinsung der Investitionskosten, die Abschreibung, die Autor- und Satzkostenkalkulation bei hauseigenen Autoren und DTP-Setzern, die buchhalterische Nachkalkulation und die kurzfristige Erfolgsrechnung, das Problem der variablen Verlagsgemeinkosten, die Engpaß- und Kapazitätsauslastungskalkulation, die lineare und nicht-lineare mathematische Optimierung u.a.m. Die Behandlung derartiger Themen hätte allerdings auf der Basis eines Fachbuches des Verlagsrechnungswesens zu erfolgen, das mindestens dreimal so umfangreich wie das vorliegende Buch sein müßte. Ein solches Werk ist jedoch nicht in Sicht.

Dies ist ein Reprint der 4., völlig überarbeiteten und stark erweiterten Auflage 1989.

0. Einführendes Kalkulationsbeispiel

Zur Einstimmung in das Thema der Buchkalkulation wird ein vollständiges Kalkulationsbeispiel vorgestellt, das alle denkbaren Varianten der sogenannten Einzeltitel-Vorkalkulation verdeutlichen soll. Dabei wird von einer Erläuterung der zugrundeliegenden Algorithmen und Rechentechniken abgesehen, die in den nachfolgenden Kapiteln Schritt für Schritt behandelt werden. Desgleichen werden exakte Definitionen für die einzelnen Berechnungsformen bzw. Kalkulationsziele zunächst zurückgestellt.

Das Kalkulationsbeispiel wurde mit dem PC-Programm VGAKALK durchgerechnet, das eine erweiterte Version des im letzten Kapitel dieses Buches abgedruckten Programms BUCHKALK darstellt. VGAKALK läuft jedoch im Gegensatz zu BUCHKALK, das sich für alle PCs eignet, nur auf einem Original-IBM-PS/2-Rechner mit VGA-Grafik. Das Programm VGAKALK erzeugt per Knopfdruck automatisch alle 10 Berechnungstabellen, wie sie nachfolgend abgedruckt sind.

Ein Kalkulationsprogramm benötigt bestimmte Eingabedaten (linke Spalte der 10 Berechnungstabellen vom Ladenpreis bis zum Deckungsbeitrag), mit deren Hilfe die gewünschten Ausgabedaten (rechte Spalte der Berechnungstabellen vom Umsatz bis zur DB-Verkaufsauflage) berechnet werden.

0.1. Womit können wir rechnen? (Eingabedaten)

Das Einführungsbeispiel enthält zur Durchführung aller Berechnungsformen 15 Eingabedaten.

Ladenpreis und Verkaufsauflage

Zur Deckungsbeitragsberechnung müssen der Ladenpreis (hier 58,00 DM) *und* die Verkaufsauflage (hier 5000 Exemplare) eingegeben werden. Ansonsten gibt man *entweder* den Ladenpreis zwecks Berechnung verschiedener Auflagen *oder* die Verkaufsauflage zwecks Berechnung verschiedener Preise ein. Wenn man *weder* einen Ladenpreis *noch* eine Verkaufsaufgabe vorgegeben würde, könnten keine Berechnungen durchgeführt werden, denn es gäbe – mathematisch gesprochen – unendlich viele Preis-Auflage-Kombinationen, die den gewünschten Deckungsbeitrag oder Gewinn erwirtschaften würden.

Freiexemplare

Die Freiexemplare (hier 100 Exemplare) ergeben zusammen mit der Verkaufsaufgabe (hier 5000 Exemplare) die Druckauflage (also hier 5100 Exemplare).

Rabattsatz

In dem Beispiel gehen wir von einem durchschnittlichen Rabattsatz von 38% aus.

Fester Werbeetat und Werbekostensatz

Wir unterstellen einen Einzeltitelwerbeetat von 8000,00 DM und einen allgemeinen Werbekostensatz in Höhe von 5% vom Np = Nettopreis = Umsatz. Bei einer »sauberen« Deckungsbeitragsrechnung dürfte der prozentuale Werbekostensatz nur dann in die Einzeltitel-Kalkulation eingehen, wenn eine fremde Buchwerbeagentur mit der Werbung betraut worden wäre. Der Werbekostensatz würde dann der Agenturprovision entsprechen.

Herstellungskosten

Die Herstellungskosten teilen wir auf in die fixen Herstellungsgesamtkosten für Text- und Bildverarbeitung usw. (hier 40000,00 DM insgesamt) und die variablen Herstellungstückkosten für Druck, Papier und buchbinderische Verarbeitung usw. (hier 7,00 DM pro Exemplar).

Würden wir zwischen fixen und variablen Herstellungskosten nicht trennen, so wären bestimmte Auflagenberechnungen nicht möglich.

Honorarsatz und Honorargarantie

Wir unterstellen, daß mit dem Autor eine bei Erscheinen des Buches fällige Honorargarantie (hier 10000,00 DM) vereinbart worden ist, die auf das Absatzhonorar angerechnet werden soll (hier 10% Honorarsatz vom Lp = Ladenpreis).

Mehrwertsteuersatz

Als Mehrwertsteuersatz möge der ermäßigte Satz von z. Zt. 7% gelten (1988).

Vertriebskostensatz

Wir unterstellen, daß sich der Buchverlag eines fremden Verlagsauslieferers bedient, so daß der Vertriebskostensatz (hier 10% vom Np = Nettopreis) der Kommissionärsgebühr entspricht.

Gemeinkosten- und Gewinnsatz

Für die verschiedenen Formen der Vollkostenrechnung gehen wir von einem Verlagsgemeinkostensatz in Höhe von 20% vom Np = Umsatz sowie von einem Verlagsgewinnsatz in Höhe von 5% vom Np aus. Die Summe beider Prozentsätze ergibt die Soll-Deckungsspanne (= DS).

Deckungsbeitrag

Für die verschiedenen Formen der Teilkostenrechnung unterstellen wir einen Soll-Deckungsbeitrag (= DB) in Höhe von 50000,00 DM. In der Praxis würde man *entweder* mit Soll-Deckungsbeiträgen *oder* mit Soll-Deckungsspannen arbeiten. Das Einführungsbeispiel soll jedoch alle Berechnungsformen durchspielen.

0.2. Was können wir berechnen? (Ausgabedaten)

Anhand der obigen Eingabedaten lassen sich nunmehr insgesamt 26 Ausgabedaten kalkulieren, die bei den einzelnen Tabellen erläutert werden.

(1) AUSGANGSRECHNUNG einer Einzeltitel-Vorkalkulation 01.01.1989 15:41:50

| | | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 168,037.383 |
| Verkaufsauflage..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 16,803.738 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 16,401.869 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 75,700.000 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 29,000.000 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 30,131.776 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.%. | 17.932 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 33,607.477 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -3,475.701 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...%. | -2.068 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 93,700.000 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 29,000.000 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 3.831 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 0.000 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 3,676.478 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 6,260.166 |

Bei der Ausgangsrechnung sind Ladenpreis und Verkaufsauflage vorgegeben. Folglich werden Umsatz, Vertriebskosten, Werbekosten, Herstellungskosten, Honorarkosten, Deckungsbeitrag und Gewinn sowie Deckungsspanne und Gewinnspanne ermittelt. Die Gewinnspanne (hier -2,068% = Verlustspanne) ist der prozentuale Anteil des Gewinns (hier -3475,701 DM = Verlust) am Umsatz (hier 168037,383 DM). Analoges gilt für die Deckungsspanne in bezug auf den Deckungsbeitrag.

Die Investitionskosten (hier 93700,00 DM) sind die bei Erscheinen des Werkes fälligen Geldbeträge, nämlich Herstellungsgesamtkosten + Honorargarantie + Werbeetat.

Das anrechenbare Absatzhonorar (hier 29000,00 DM) wird ebenfalls ermittelt und liegt, wie erforderlich, deutlich über der Honorargarantie (hier 10000,00 DM).

Ferner werden die Druckauflage (Verkaufsauflage + Freiexemplare, hier 5100) und der Multiplikator (Ladenpreis : Herstellungsstückkosten, hier 3,831) ausgewiesen.

(Der Vollständigkeit halber sei bemerkt, daß das Programm die Deckungsauflage I ausnullt, weil sie bei der vorgegebenen Preis-Auflage-Kombination *über* der Verkaufsauflage liegen würde und damit nie erreichbar wäre.)

(2) STÜCKRECHNUNG

| | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------|-----------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 33.607 |
| Verkaufsaufgabe..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 3.361 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 3.280 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 15.140 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 5.800 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var. Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 6.026 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne. %. | 17.932 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 6.721 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -0.695 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne... %. | -2.068 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 18.740 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 5.800 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 3.831 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsaufgabe. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsaufgabe I. | 0.000 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsaufgabe II. | 3,676.478 |
| Werbekostensatz/Np.... | 5.00 | * Verkaufsaufgabe I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsaufgabe II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsaufgabe. | 6,260.166 |

Die Stückrechnung ist das Gegenstück zur Gesamtrechnung. Bei der Stückrechnung werden alle Ausgabedaten durch die Verkaufsaufgabe geteilt, soweit dies sinnvoll ist. Man beachte, daß sich auch die Herstellungsstückkosten (hier 15,14 DM) auf die Verkaufsaufgabe und nicht auf die Druckaufgabe beziehen. Wenn wir dann den Multiplikator (hier 3,831) mit den Herstellungsstückkosten (hier 15,14 DM) malnehmen, gelangen wir zum vorgegebenen Ladenpreis (hier 58,00 DM).

Manche Verlage kalkulieren lieber mit Gesamtkosten, andere lieber mit Stückkosten. Für die rechnerische Nachprüfung des Multiplikators ist die Stückrechnung auf jeden Fall anschaulicher.

(Der Multiplikator dient hier nur als Kennziffer, denn an Stelle der Herstellungsstückkosten müßte man die herstellungsbedingten Stückkosten zur Berechnung der Multiplikatorpreise verwenden. Dies wäre jedoch mathematisch wegen der anrechenbaren Honorargarantie kaum möglich.)

(3) DS-LADENPREIS

| | | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 67.59 | Umsatz..... | 195,826.415 |
| Verkaufsauflage..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 19,582.642 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 17,791.321 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 75,700.000 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 33,795.849 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 48,956.604 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.%. | 25.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 39,165.283 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | 9,791.321 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...%. | 5.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 93,700.000 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 33,795.849 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 4.464 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 5,000.000 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 4,630.952 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 3,154.762 |
| Werbekostensatz/Np.... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 4,163.011 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 2,493.431 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 5,053.422 |

Die Soll-Deckungsspanne (hier DS = 25%) ist die Summe aus vorgegebenem Gemeinkostensatz (hier 20%) und vorgegebenem Gewinnsatz (hier 5%). Bei der DS-Ladenpreisberechnung wird derjenige Ladenpreis ermittelt, der unter Berücksichtigung aller anderen Kosten bei einer vorgegebenen Verkaufsauflage (hier 5000 Exemplare) »unter dem Strich« die gewünschte Deckungsspanne (hier 25%) erwirtschaftet.

Anstelle des vorgegebenen Ladenpreises (58,00 DM) ist in der obigen Tabelle per Programm automatisch der DS-Ladenpreis (hier 67,59 DM) eingesetzt worden, so daß wir die Ausgabedaten der rechten Spalte vom Umsatz bis zur Deckungsspanne auch »zu Fuß« nachrechnen könnten.

Man beachte, daß das Programm jetzt auch die Deckungsauflagen I und II auswirft. Die Deckungsauflage II ist in unserem Beispiel erreicht, wenn die verkauften Exemplare (hier 3154 Exemplare) nachkalkulatorisch gerade eine Deckungsspanne von Null % erwirtschaftet haben. Analog ist die Deckungsauflage I erreicht, wenn die verkauften Exemplare (hier 4630 Exemplare) nachkalkulatorisch gerade eine Deckungsspanne von 20% erzielt haben, was dem vorgegebenen Gemeinkostensatz entspricht.

(4) DS-VERKAUFSAUFLAGE

| | | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 222,240.102 |
| Verkaufsauflage..... | 6612.82 | - Vertriebskosten.... | 22,224.010 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 19,112.005 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 86,989.721 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 38,354.340 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 55,560.025 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 25.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 44,448.020 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | 11,112.005 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | 5.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 104,989.721 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 38,354.340 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 6,712.817 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 4.409 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 58.000 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 51.926 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 36.595 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 6,124.728 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 4,172.373 |
| Werbekostensatz/Np.... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 55.858 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 6,260.166 |

Die DS-Verkaufsaufgabenberechnung ist das Gegenstück zur DS-Ladenpreisberechnung. Die DS-Ladenpreisberechnung beantwortet uns die Frage: »Wie hoch müßte der Ladenpreis sein, damit bei vorgegebener Verkaufsauflage eine Deckungsspanne von 25% erwirtschaftet werden kann?«. Umgekehrt beantwortet uns die DS-Verkaufsaufgabenberechnung die Frage: »Wie hoch müßte die Verkaufsauflage sein, damit bei vorgegebenem Ladenpreis eine Deckungsspanne von 25% erzielt werden kann?«

Wie wir dieser und der vorangehenden Seite entnehmen können, wird mit einem DS-Ladenpreis von 67,59 DM und einer Verkaufsauflage von 5000 Exemplaren dieselbe Deckungsspanne in Höhe von 25% erwirtschaftet wie mit einem Ladenpreis von 58,00 DM und einer DS-Verkaufsauflage von 6612 Exemplaren. Bei näherem Zusehen stellen wir jedoch fest, daß sich trotz gleicher Deckungsspannen die entsprechenden Deckungsbeiträge (48956,604 DM und 55560,025 DM) erheblich unterscheiden. Dies zeigt bereits den prinzipiellen Unterschied zwischen Vollkostenrechnung auf Soll-DS-Basis und Teilkostenrechnung auf Soll-DB-Basis.

(5) MINDEST-LP I

| | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 60.51 | Umsatz..... | 175,317.568 |
| Verkaufsaufgabe..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 17,531.757 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 16,765.878 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 75,700.000 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 30,256.419 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 35,063.514 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 20.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 35,063.514 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -0.000 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | -0.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 93,700.000 |
| Honorarsatz/Lp (anr.).. | 10.00 | Absatzhon. (anr.).. | 30,256.419 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.).. | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.).. | 0.00 | Multiplikator..... | 3.997 |
| Honorarstückko. (anr.).. | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.).. | 10000.00 | DS-Verkaufsaufgabe. | 6,097.542 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsaufgabe I. | 5,000.000 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsaufgabe II. | 3,523.810 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsaufgabe I. | 5,000.000 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsaufgabe II. | 2,906.994 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsaufgabe. | 5,891.587 |

Die vorgegebene Verkaufsaufgabe in Höhe von 5000 Exemplaren möge sachlich zutreffend sein, falls es etwa 5000 potentielle Käufer für das zu kalkulierende Buch gibt. Nun könnte sich jedoch der bei dieser Verkaufsaufgabe ergebende DS-Ladenpreis in Höhe von 67,59 DM als viel zu hoch erweisen, weil beispielsweise die Zielgruppe (z.B. Studenten) nicht kaufkräftig genug ist oder sich bereits billigere Konkurrenzwerke auf dem Markt befinden. In diesem Fall empfiehlt sich die Berechnung von Mindestladenpreisen oder sog. Preisuntergrenzen.

Beim Mindestladenpreis I (hier 60,51 DM) ergibt sich in Verbindung mit der vorgegebenen Verkaufsaufgabe (hier 5000 Exemplare) »unter dem Strich« eine Deckungsspanne, die dem vorgegebenen Gemeinkostensatz (hier 20%) exakt entspricht.

Beim Mindestladenpreis II (hier 42,65 DM, siehe nächste Seite) ist die Deckungsspanne exakt Null %. Dies ist die absolute Preisuntergrenze, weil weder die Gemeinkosten gedeckt werden noch ein Gewinn erwirtschaftet wird.

(6) MINDEST-LP II

| | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 42.65 | Umsatz..... | 123,557.143 |
| Verkaufsaufgabe..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 12,355.714 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 14,177.857 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 75,700.000 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 21,323.571 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var. Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 0.000 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne. %. | 0.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 24,711.429 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -24,711.429 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne... %. | -20.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 93,700.000 |
| Honorarsatz/Lp (anr.).. | 10.00 | Absatzhon. (anr.).. | 21,323.571 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.).. | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.).. | 0.00 | Multiplikator..... | 2.817 |
| Honorarstückko. (anr.).. | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.).. | 10000.00 | DS-Verkaufsaufgabe. | 13,671.546 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsaufgabe I. | 0.000 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsaufgabe II. | 5,000.000 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsaufgabe I. | 10,150.667 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsaufgabe II. | 5,000.000 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsaufgabe. | 10,133.470 |

Der Mindestladenpreis II, der bereits auf der vorangehenden Seite erläutert wurde, spielt nicht nur in der Vollkostenrechnung, sondern auch in der Teilkostenrechnung eine Rolle. Das gleiche gilt für die Verkaufsaufgabe II.

Demgegenüber werden in der Teilkostenrechnung der Mindestladenpreis I, die Verkaufsaufgabe I und die Deckungsaufgabe I nicht ermittelt, weil dort die Verlagsgemeinkosten und der Verlagsgewinn zum Soll-Deckungsbeitrag zusammengefaßt werden.

Aus den Berechnungen der Mindestladenpreise I und II ersehen wir übrigens, daß der Multiplikator gegenüber dem DS-Ladenpreis-Multiplikator sukzessive gesenkt worden ist.

Bei näherer Analyse stellen wir ferner fest, daß die vorgegebene Verkaufsaufgabe (hier 5000 Exemplare) mit der Deckungsaufgabe II und der Verkaufsaufgabe II identisch ist. Dies muß immer so sein, denn beim Mindestladenpreis II müssen *alle* Exemplare verkauft werden, damit der Deckungsbeitrag gerade Null ist. Und genau dieselbe Voraussetzung gilt auch für die Deckungsaufgabe II und Verkaufsaufgabe II.

(7) VERKAUFSAUFLAGE I

| | | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 180,951.850 |
| Verkaufsauflage..... | 5384.27 | - Vertriebskosten.... | 18,095.185 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 17,047.592 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 78,389.915 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 31,228.787 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 36,190.370 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 20.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 36,190.370 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -0.000 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | -0.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 96,389.915 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 31,228.787 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 5,484.274 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 3.984 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 64.785 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 58.000 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 40.876 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 5,384.274 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 3,794.631 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 64.534 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 6,260.166 |

Der Ladenpreis (hier 58,00 DM) sei aus bestimmten Gründen (Konkurrenzsituation, Festpreise der öffentlichen Hand usw.) zwingend vorgegeben. Zugleich möge die sich auf der Basis dieses Ladenpreises errechnete DS-Verkaufsauflage (hier 6612 Exemplare, siehe Tabelle 4) als zu hoch erweisen. Dann ist es in der Regel erforderlich, sog. Auflagenuntergrenzen zu berechnen, die wir als Verkaufsauflagen I und II bezeichnen.

Bei einem vorgegebenem Ladenpreis (hier 58,00 DM) wird mit der errechneten Verkaufsauflage I (hier 5384 Exemplare) eine Deckungsspanne erzielt, die exakt dem vorgegebenem Gemeinkostensatz (hier 20%) entspricht. In diesem Fall ist die Deckungsauflage I mit der errechneten Verkaufsauflage I identisch, denn beide Berechnungsformen setzen die Deckung der Verlagsgemeinkosten bzw. die Nicht-Deckung des Verlagsgewinns voraus. Während jedoch die Berechnung der Verkaufsauflage I erfolgt, *bevor* die Verkaufsauflage effektiv festgelegt worden ist, wird die Deckungsauflage I ermittelt, *nachdem* die Verkaufsauflage bereits festliegt.

(8) VERKAUFSAUFLAGE II

| | | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 103,808.654 |
| Verkaufsauflage..... | 3088.86 | - Vertriebskosten.... | 10,380.865 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 13,190.433 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 62,321.992 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 17,915.365 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 0.000 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 0.000 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 20,761.731 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | -20,761.731 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | -20.000 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 80,321.992 |
| Honorarsatz/Lp (anr.). | 10.00 | Absatzhon. (anr.). | 17,915.365 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.). | 0.00 | Druckauflage..... | 3,188.856 |
| Honorarsatz/Np (anr.). | 0.00 | Multiplikator..... | 2.875 |
| Honorarstückko. (anr.). | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 91.925 |
| Honorargarantie (anr.). | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 82.297 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 58.000 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 0.000 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 3,088.856 |
| Werbekostensatz/Np.... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 99.239 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 6,260.166 |

Die Verkaufsauflage II ist die absolute Auflagenuntergrenze, denn nur wenn *alle* Exemplare der Verkaufsauflage II (hier 3088 Exemplare) verkauft worden sind, ist der Deckungsbeitrag gerade Null DM.

Bei näherem Zusehen stellen wir fest, daß die Verkaufsauflage II mit der Deckungsauflage II identisch ist. Ferner erkennen wir, daß bei der Verkaufsauflage I der vorgegebene Ladenpreis (hier 58,00 DM) mit dem Mindestladenpreis I und bei der Verkaufsauflage II mit dem Mindestladenpreis II identisch ist.

Es gibt damit u.a. folgende Berechnungspaare:

- DS-Ladenpreis und DS-Verkaufsauflage
- Mindestladenpreis I und Verkaufsauflage I
- Mindestladenpreis II und Verkaufsauflage II
- Verkaufsauflage I/II = Deckungsauflage I/II
unter der Prämisse, daß die Verkaufsauflage I/II als Soll-Verkaufsauflage vorgegeben ist.

(9) DB-LADENPREIS

| | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 68.12 | Umsatz..... | 197,366.667 |
| Verkaufsauflage..... | 5000.00 | - Vertriebskosten.... | 19,736.667 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 17,868.333 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 75,700.000 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 34,061.667 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 50,000.000 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 25.334 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 39,473.333 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | 10,526.667 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | 5.334 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 93,700.000 |
| Honorarsatz/Lp (anr.).. | 10.00 | Absatzhon. (anr.).. | 34,061.667 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.).. | 0.00 | Druckauflage..... | 5,100.000 |
| Honorarsatz/Np (anr.).. | 0.00 | Multiplikator..... | 4.500 |
| Honorarstückko. (anr.).. | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 67.592 |
| Honorargarantie (anr.).. | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 4,933.311 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 60.513 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 42.647 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 4,606.333 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 3,130.142 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 4,111.324 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 2,467.072 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 68.123 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 5,000.000 |

Bisher sind wir davon ausgegangen, daß eine Soll-Deckungsspanne (hier DS = 25%) vorgegeben wird, die sich inhaltlich aus der Summe von Gemeinkostensatz (hier 20%) und Gewinnsatz (hier 5%) zusammensetzt. Statt dessen kann jedoch auch ein absoluter Soll-Deckungsbeitrag in DM vorgegeben werden (hier DB = 50000,00 DM).

Beim DB-Ladenpreis (hier 68,12 DM) ergibt sich »unter dem Strich« ein rechnerischer Ist-Deckungsbeitrag in Höhe von 50000,00 DM, der dem vorgegebenen Soll-Deckungsbeitrag exakt entspricht. Die DB-Ladenpreisberechnung ist damit das Gegenstück zur DS-Ladenpreisberechnung.

(10) DB-VERKAUFSAUFLAGE

| | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------|-------------|
| Ladenpreis..... | 58.00 | Umsatz..... | 210,388.382 |
| Verkaufsauflage..... | 6260.17 | - Vertriebskosten.... | 21,038.838 |
| Freiexemplare..... | 100.00 | - Werbekosten..... | 18,519.419 |
| Rabattsatz..... | 38.00 | - Herstellungskosten. | 84,521.162 |
| Vertriebsstückkosten... | 0.00 | - Honorarkosten..... | 36,308.963 |
| Fester Werbeetat..... | 8000.00 | - Sonstige Kosten.... | 0.000 |
| Fixe Herstellkosten.... | 40000.00 | + Sonstige Erlöse.... | 0.000 |
| Var.Herstellstückkosten | 7.00 | = Deckungsbeitrag.... | 50,000.000 |
| Honorarsatz/Lp..... | 0.00 | * Deckungsspanne.% | 23.766 |
| Honorarsatz/Nlp..... | 0.00 | - Gemeinkosten..... | 42,077.676 |
| Honorarsatz/Np..... | 0.00 | = Gewinn..... | 7,922.324 |
| Honorarstückkosten.... | 0.00 | * Gewinnspanne...% | 3.766 |
| Honorarpauschale..... | 0.00 | Investitionskosten. | 102,521.162 |
| Honorarsatz/Lp (anr.).. | 10.00 | Absatzhon. (anr.).. | 36,308.963 |
| Honorarsatz/Nlp (anr.).. | 0.00 | Druckauflage..... | 6,360.166 |
| Honorarsatz/Np (anr.).. | 0.00 | Multiplikator..... | 4.296 |
| Honorarstückko. (anr.).. | 0.00 | * DS-Ladenpreis..... | 59.675 |
| Honorargarantie (anr.).. | 10000.00 | DS-Verkaufsauflage. | 6,612.817 |
| Sonstige Kosten..... | 0.00 | * Mindest-Lp I..... | 53.425 |
| Sonstige Erlöse..... | 0.00 | Mindest-Lp II..... | 37.652 |
| Mehrwertsteuersatz.... | 7.00 | * Deckungsauflage I. | 5,912.182 |
| Vertriebskostensatz/Np. | 10.00 | Deckungsauflage II. | 4,063.943 |
| Werbekostensatz/Np..... | 5.00 | * Verkaufsauflage I. | 5,384.274 |
| Gemeinkostensatz/Np.... | 20.00 | Verkaufsauflage II. | 3,088.856 |
| Gewinnsatz/Np..... | 5.00 | * DB-Ladenpreis..... | 58.000 |
| Deckungsbeitrag..... | 50000.00 | DB-Verkaufsauflage. | 6,260.166 |

Bei der DB-Ladenpreisberechnung ist die Verkaufsauflage (hier 5000 Exemplare) vorgegeben, und der DB-Ladenpreis ist zu errechnen. Umgekehrt ist bei der DB-Verkaufsaufgabenberechnung der Ladenpreis (hier 58,00 DM) vorgegeben und die DB-Verkaufsaufgabe gesucht (hier 6260 Exemplare).

Bei näherer Analyse können wir feststellen, daß bei vorgegebenem DB-Ladenpreis (hier 68,12 DM) die errechnete DB-Verkaufsaufgabe der vorgegebenen Verkaufsaufgabe (hier 5000 Exemplare) entspricht, wie umgekehrt bei vorgegebener DB-Verkaufsaufgabe (hier 6260 Exemplare) der errechnete DB-Ladenpreis dem vorgegebenem Ladenpreis (hier 58,00 DM) entspricht. Damit sind DB-Ladenpreis- und DB-Verkaufsaufgabenberechnung spiegelbildliche Berechnungsformen.

Damit haben wir alle denkbaren Berechnungsformen der Einzeltitel-Vorkalkulation (mit Ausnahme der sog. Höchstkostenberechnung) an einem vereinfachten Beispiel demonstriert. Das Programm VGAKALK erzeugt per Knopfdruck alle 10 Tabellen, nachdem man die erforderlichen Eingabedaten in den Computer eingegeben hat.