

Musterkostenrechnung für Neuwagen

Endbericht

Wien, Jänner 2015

Diese Studie wurde im Auftrag Wirtschaftskammer Österreich - Bundesgremium des Fahrzeughandels und Bundesinnung der Kraftfahrzeugtechniker sowie Verband Österreichischer Kraftfahrzeug-Betriebe (VÖK) durchgeführt.

VERFASSER DES BERICHTS:

Ernst Gittenberger (Projektleitung)

Thomas Seidl

Wolfgang Ziniel

INTERNES REVIEW/BEGUTACHTUNG:

Peter Voithofer

LAYOUT:

Susanne Fröhlich

Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.

Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art von Nachdruck, Vervielfältigung, Verbreitung, Wiedergabe, Übersetzung oder Einspeicherung und Verwendung in Datenverarbeitungssystemen, und sei es auch nur auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Auftraggebers der Studie gestattet.

Mitglied bei:



Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung	1
2. Methodische Vorbemerkungen	3
2.1. Branchenanalyse und konjunkturelle Entwicklung	3
2.2. Betriebswirtschaftliche Analyse	4
2.3. Qualitative Experteninterviews	4
2.4. Quantitative Detailanalyse	4
3. Ausgangssituation.....	6
3.1. Branchenüberblick	6
3.2. Konjunkturelle Entwicklung	6
3.3. Betriebswirtschaftliche Situation.....	7
3.4. Aktuelle Situation aus Sicht der befragten Experten.....	8
4. Musterkostenrechnung	10
4.1. Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses.....	11
4.2. Kostenpositionen in Prozent des Bruttogewinnes	15
4.3. Kostenpositionen in Prozent des Wareneinsatzes	16
5. Langzeitvergleich (mit früheren Analysen)	19
5.1. Langzeitvergleich der Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses	19
5.2. Langzeitvergleich des Kalkulationsaufschlages.....	20
6. Anhang.....	21
6.1. Kalkulationsschema	21
6.2. Musterkostenrechnung – Auswertung in Tabellenform	23
6.2.1. Kostenpositionen in Prozent vom Verkaufserlös	23
6.2.2. Kostenpositionen in absoluten Werten	24
6.2.3. Kostenpositionen in Prozent vom Bruttogewinn	27
6.2.4. Kostenpositionen in Prozent vom Wareneinsatz	28

Grafikverzeichnis

Grafik 1	(Voll-)Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2013.....	2
Grafik 2	Umsatzentwicklung im Kfz-Einzelhandel, 2012-2013 Veränderung nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr	7
Grafik 3	Gewinn (vor Ertragssteuern) im Kfz-Einzelhandel (in %) 2011/12 - 2012/13.....	8
Grafik 4	Bruttogewinn, Vollkosten und Ergebnis in % vom Verkaufserlös beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013.....	11
Grafik 5	Bruttogewinn, Vollkosten und Ergebnis in % vom Verkaufserlös beim Neuwagenverkauf, 2001-2013.....	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Branchenüberblick: Kfz-Einzelhandel, 2012.....	6
Tabelle 2	Durchschnittliche Umsatzdaten der analysierten Kfz-Einzel- handelsunternehmen, 2012 – 2013.....	10
Tabelle 3	(Voll-)Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013.....	14
Tabelle 4	(Voll-)Kosten in % vom Bruttogewinn beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013.....	16
Tabelle 5	Kosten in % vom Wareneinsatz beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013.....	17
Tabelle 6	Kalkulationsaufschlag in % des Wareneinsatzes, beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013.....	18
Tabelle 7	Vergleich der Durchschnittsdaten der analysierten Kfz-Einzel- handelsunternehmen	19
Tabelle 8	Kalkulationsaufschlag in % des Wareneinsatzes, beim Neu- wagenverkauf 2001 – 2013	20
Tabelle 9	Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013.....	23
Tabelle 10	Kostenstruktur beim Neuwagenverkauf (Durchschnitts- unternehmen/Median) in €, 2012 – 2013.....	25
Tabelle 11	Szenario: Kostenstruktur beim Neuwagenverkauf (Durchschnitts- unternehmen gemäß Branchendurchschnitt) in €, 2012 – 2013	26
Tabelle 12	Kosten in % vom Bruttogewinn beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013.....	27
Tabelle 13	Kosten in % vom Wareneinsatz beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013.....	28

1. Zusammenfassung

Ziel der Studie ist die Erstellung einer Musterkostenrechnung für Neuwagen. Zu diesem Zweck hat die KMU Forschung Austria die wirtschaftliche Situation im Kfz-Einzelhandel (u.a. auf Basis von rd. 1.300 Unternehmensbilanzen) analysiert und darauf aufbauend sowohl qualitative Experteninterviews geführt als auch Kostenstellenrechnungen von Kfz-Einzelhändlern für den Bereich Neuwagenverkauf im Detail analysiert.

Wirtschaftliche Situation im Kfz-Einzelhandel

Für das Basisjahr 2012 (aktuellere Daten sind noch nicht verfügbar) weist Statistik Austria rd. 3.400 Unternehmen aus, die ihren Haupttätigkeitsschwerpunkt im Einzelhandel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger haben. Die Kfz-Einzelhandelsunternehmen haben 2012 rd. 28.000 MitarbeiterInnen beschäftigt und einen Jahresumsatz von rd. € 10 Mrd (netto) erzielt.

Die konjunkturelle Entwicklung im Kfz-Einzelhandel weist für das 2013 einen nominalen Rückgang von -1,5 % auf. Unter Berücksichtigung der Preiseffekte in der Branche bedeutet dies ein reales Umsatzminus von -1,8 %. Die Zahl der Neuzulassungen von PKW/Kombi ist 2013 um -5,1 % im Vergleich zum Vorjahr gesunken. 2014 ist die Zahl der Neuzulassungen weiter zurückgegangen (-4,9 % gegenüber 2013).

Die Gewinne (vor Ertragssteuern) liegen im Kfz-Einzelhandel (über alle Unternehmensbereiche hinweg) im aktuell auswertbaren Bilanzjahr 2012/13 durchschnittlich bei 0,9 % (des Umsatzes) und damit deutlich unter dem Durchschnitt der österreichischen Gesamtwirtschaft. 56 % der Kfz-Einzelhändler können 2012/13 die Gewinnzone erreichen, 44 % schreiben Verluste.

Die befragten Experten bewerten die aktuelle Situation im Kfz-Einzelhandel durchwegs kritisch. Die zentralen Entwicklungen werden in zunehmendem Wettbewerb durch das Internet, höheren Kosten (vor allem auch im Bereich der vorgegebenen Markenstandards) und geringen Bruttoerträgen beim Neuwagenverkauf gesehen. Zudem orten die Experten einen Trend in Richtung variabler Margenanteile, die an Zielerreichung, Schulungen, Kundenzufriedenheit, etc. gekoppelt sind.

Musterkostenrechnung beim Neuwagenverkauf

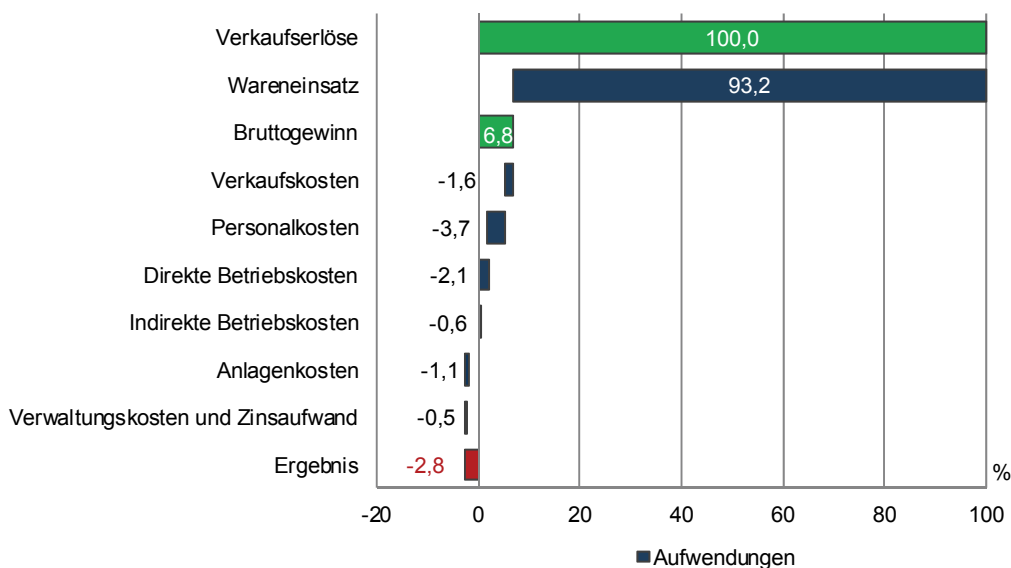
Die Analysen der Detailkostenstellenrechnungen zeigen, dass im Durchschnitt die Vollkosten beim Neuwagenverkauf nicht durch den realisierten Bruttogewinn gedeckt werden.

Nach Abzug des Wareneinsatzes von den realisierten Netto-Verkaufserlösen (nach Rabatten) errechnet sich für 2013 ein durchschnittlicher Bruttogewinn von 6,83 % (in Prozent der Verkaufserlöse).

Die Verkaufskosten betragen 1,59 %. Die Personalkosten liegen beim Neuwagenverkauf bei durchschnittlichen 3,71 %. Weiters sind die direkten Betriebskosten (Instandhaltung Immobilie, Fuhrpark, Werbung, etc.) in Höhe von 2,12 % und die indirekten Betriebskosten (EDV, Versicherungen, Beratung, etc.) mit 0,55 % abzuziehen. Für eine Vollkostenrechnung sind zudem die Anlagekosten (1,12 %) sowie die Verwaltungskosten und der Zinsaufwand (0,53 %) zu berücksichtigen.

Nach Abzug der Vollkosten zeigt sich, dass diese den erzielbaren Bruttogewinn übersteigen. Im Durchschnitt der analysierten Vollkostenrechnungen liegt das Ergebnis im Neuwagenverkauf 2013 bei -2,80 %. Das bedeutet, dass die Kfz-Einzelhändler beim Neuwagenverkauf im Durchschnitt einen Verlust in Höhe von 2,80 % des Verkaufserlöses realisiert haben.

Grafik 1 (Voll-)Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2013



Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

Ein Langzeitvergleich mit der Studie „Musterkostenrechnung Neuwagen 2004“ zeigt auf Basis der Vollkostenrechnung einen Rückgang der Ergebnisse beim Neuwagenverkauf. Die Situation beim Neuwagenverkauf hat sich in der letzten Dekade für die Kfz-Einzelhändler verschlechtert. Während 2003 das Ergebnis im Neuwagengeschäft nach Abzug der Vollkosten bei -0,94 % (in Prozent der Verkaufserlöse) lag, ist dies 2013 auf durchschnittlich -2,80 % gesunken.

2. Methodische Vorbemerkungen

Die vorliegende Musterkostenrechnung für Neuwagen¹ hat die KMU Forschung Austria im Auftrag Wirtschaftskammer Österreich – Bundesgremium des Fahrzeughandels und Bundesinnung der Kraftfahrzeugtechniker sowie Verband Österreichischer Kraftfahrzeug-Betriebe (VÖK) durchgeführt.

Die Ergebnisse basieren sowohl auf aktuellen Daten von Statistik Austria zur aktuellen konjunkturellen Entwicklung im Kfz- Einzelhandel als auch auf der betriebswirtschaftlichen Analyse der KMU Forschung Austria (auf Basis von rd. 1.300 Unternehmensbilanzen von Kfz-Einzelhandelsunternehmen).

Zusätzlich hat KMU Forschung Austria qualitative Experteninterviews (zur Einschätzung der zentralen Entwicklungen beim Neuwagenverkauf) und einer quantitativen Erhebung und Analyse von betriebswirtschaftlichen Detaildaten (zur Neuwagenkostenrechnung auf Vollkostenbasis) durchgeführt.

Der Fokus der Untersuchungen liegt auf dem Kfz-Einzelhandel. Dieser ist nach der – auf europäischer Ebene gültigen – Wirtschaftsklassifikation NACE Rev. 2 bzw. der österreichischen Fassung ÖNACE 2008 definiert als „Unterklasse 45.11.2: Einzelhandel mit Kraftwagen mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger“.

Des Weiteren sind nur jene Kfz-Einzelhandelsunternehmen in die Analysen zur Musterkostenrechnung aufgenommen worden, die eine Markenvertretung haben. Die zu untersuchenden Basisjahre sind 2012 und 2013, da zum Zeitpunkt der Studiererstellung noch keine Detaildaten für das Jahr 2014 vorgelegen sind.

2.1. Branchenanalyse und konjunkturelle Entwicklung

Um die Ergebnisse der Musterkostenrechnung in den wirtschaftlichen Rahmen einbetten zu können, ist die Ausgangssituation im Kfz-Einzelhandel auf Basis von Branchendaten von Statistik Austria dargestellt. Die zum Zeitpunkt der Studiererstellung vorliegenden Branchendaten zur Zahl der Unternehmen, der Beschäftigten und dem Branchenumsatz beziehen sich auf das Basisjahr 2012.

Zusätzlich wird die konjunkturelle Entwicklung der Jahre 2012 und 2013 auf Basis aktueller Daten von Statistik Austria zur Umsatzentwicklung im Kfz-Einzelhandel bzw. zur Entwicklung der PKW/Kombi-Neuzulassungen (bis inkl. 2014) dargestellt.

¹ *Der inhaltliche Rahmen der Studie wird auf Wunsch der Auftraggeber – gegenüber der Studie 2004 – beibehalten. Studie „Musterkostenrechnung von Neuwagen (2004)“ erstellt im Auftrag des Bundesgremiums des Fahrzeughandels der Wirtschaftskammer Österreich, mit freundlicher Unterstützung vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.*

In die Analysen fließen die zum Zeitpunkt der Studiererstellung letztverfügbaren Daten von Statistik Austria ein.

2.2. Betriebswirtschaftliche Analyse

Ausgangspunkt für die Musterkostenrechnung bildet die Analyse der betriebswirtschaftlichen Situation im Kfz-Einzelhandel – und hier insbesondere der Ertragssituation (Gewinn/Verlust).

Die Analysen basieren auf Sonderauswertungen der KMU Forschung Austria-Bilanzdatenbank von rd. 1.300 Bilanzen von Kfz-Einzelhandelsunternehmen für das aktuell auswertbare Bilanzjahr 2012/13 (Bilanzstichtage zwischen 1.7.2012 und 30.6.2013).

Um eine bestmögliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten, sind kalkulatorische Eigenkapitalzinsen und kalkulatorische Unternehmerlöhne angesetzt. In den Auswertungen werden ausschließlich Klein- und Mittelunternehmen (KMU) betrachtet, um betriebsspezifische Verzerrungen durch Großunternehmen zu vermeiden. Weiters werden im Rahmen der Analysen ausschließlich Jahresabschlüsse im Sinne der doppelten Buchhaltung herangezogen.

2.3. Qualitative Experteninterviews

Für einen fundierten Überblick in die aktuelle Situation des Kfz-Einzelhandels hat die KMU Forschung Austria zuerst einen qualitativen Analyseschritt umgesetzt. Bei qualitativen Analysen steht primär nicht die Anzahl der geführten Interviews im Vordergrund (die immer deutlich unter jenen quantitativer Primärerhebungen liegt), sondern die sorgsame Auswahl der Interviewpartner. Dies konnte hier sichergestellt werden. Alle 5 befragten Kfz-Einzelhändler zeichnen sich insbesondere durch eine langjährige und fundierte Branchenkenntnis aus und konnten einen aktuellen Detailblick in die Situation beim Neuwagenverkauf geben.

2.4. Quantitative Detailanalyse

Nach der betriebswirtschaftlichen Analyse von 1.300 Unternehmensbilanzen von Kfz-Einzelhandelsunternehmen hat die KMU Forschung zusätzlich Kostenstellenrechnungen im Detail für den Neuwagenverkauf analysiert.

Bei der Auswahl der – im Detail zu analysierenden – Kfz-Einzelhandelsunternehmen ist sowohl auf die regionale Verteilung als auch auf unterschiedliche Markenvertretungen Wert gelegt worden. Voraussetzung für die Teilnahme an den

Detailanalysen war einerseits eine Markenvertretung und andererseits die Verfügbarkeit einer detaillierten Kostenstellenrechnung (auf Vollkostenbasis) für den Neuwagenverkauf.

Zur Erstellung einer beispielhaften Musterkostenrechnung für Neuwagen hat die KMU Forschung Austria Detaildaten zum Neuwagenverkauf von 9 „typischen“ Kfz-Einzelhandelsunternehmen ausgewertet. Diese Kfz-Einzelhändler repräsentieren unterschiedliche Kfz-Marken (Haupt- und Nebenmarken), die in Summe rd. 73 % Marktanteil auf sich vereinen.

Eine strikt statistische bzw. mathematische Repräsentativität ist bei einer Detailanalyse von 9 Kfz-Einzelhandelsunternehmen nicht gegeben, jedoch für die Erstellung einer Musterkostenrechnung methodisch auch nicht erforderlich. Durch die Auswahl der Unternehmen und der Berechnungsmethodik sowie der hohen Marktabdeckung der vertretenen Marken bilden die durchgeführten Analysen die (durchschnittliche) Kosten- und Ertragssituation im Kfz-Neuwagengeschäft realistisch ab.

Da davon auszugehen ist, dass die analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen „typische“ Markenvertreter sind, wurden die analysierten einzelbetrieblichen Detaildaten mit Hilfe der Marktanteile der entsprechenden Marke zu einem Durchschnittswert gewichtet.

3. Ausgangssituation

Die Branchenanalyse des Kfz-Einzelhandels zeigt für die betrachteten Jahre 2012 und 2013 eine rückläufige Konjunktorentwicklung. Auch die Neuzulassungen von PKW/Kombis gehen zurück. Die betriebswirtschaftlichen Analysen weisen für den Kfz-Einzelhandel im Durchschnitt geringe Gewinne (vor Ertragssteuern) aus, die deutlich unter dem Durchschnittswert der marktorientierten Wirtschaft in Österreich liegen. Die befragten ExpertInnen sehen die wirtschaftliche Lage im Kfz-Einzelhandel – insbesondere beim Neuwagenverkauf – als kritisch.

3.1. Branchenüberblick

Für das Basisjahr 2012² weist Statistik Austria rd. 3.400 Unternehmen aus, die ihren Haupttätigkeitsschwerpunkt im Einzelhandel mit Kraftwagen (mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger) haben.

Diese Unternehmen bieten rd. 28.000 unselbstständig Beschäftigten einen Arbeitsplatz und erzielen Netto-Jahresumsätze über alle Teilbereiche hinweg (Neuwagen, Gebrauchtwagen, Werkstätte) in Summe von knapp € 10 Mrd. Im Branchendurchschnitt liegt der Jahresumsatz bei rd. € 2,9 Mio, wobei das Durchschnittsunternehmen rd. 8 Mitarbeiter beschäftigt.³

Tabelle 1 Branchenüberblick: Kfz-Einzelhandel, 2012

Einzelhandel mit Kraftwagen (mit einem Gesamtgewicht von 3,5 t oder weniger)	
Zahl der Unternehmen	3.400
Zahl der unselbstständig Beschäftigten	28.000
Jahresumsatz (netto)	€ 10 Mrd

Quelle: Statistik Austria

3.2. Konjunkturelle Entwicklung

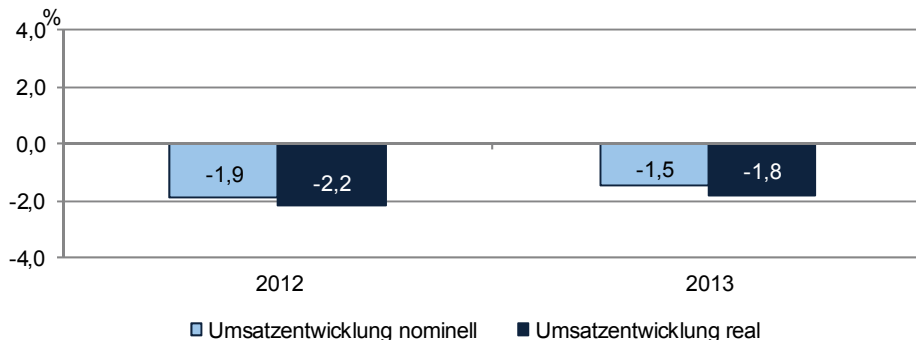
Die konjunkturelle Entwicklung für den Kfz-Einzelhandel zeigt Umsatzrückgänge in den Jahren 2012 und 2013. 2012 sind die Umsätze nominell um -1,9 % zurückgegangen. Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung in der Branche bedeutet dies ein reales Minus von -2,2 %.

² Aktuellere Daten sind zum Zeitpunkt der Studienerstellung noch nicht verfügbar.

³ Quelle: Statistik Austria

Auch 2013 zeigt sich keine Entspannung der konjunkturellen Lage. Die Umsätze im Kfz-Einzelhandel sinken nominell um -1,5 % und real um -1,8 %.⁴

Grafik 2 Umsatzentwicklung im Kfz-Einzelhandel, 2012-2013
 Veränderung nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Quelle: Statistik Austria

Die Zahl der Neuzulassungen von PKW/Kombi ist in den Jahren 2012 und 2013 gesunken. Nach einem Rückgang von -5,7 % im Jahr 2012 zeigt sich für 2013 ein Minus von -5,1 % (jeweils im Vergleich zum Vorjahr). 2013 sind in Summe rd. 319.000 PKW/Kombi neu zugelassen worden – um rd. -17.000 weniger als 2012. Auch 2014 sind die PKW-Neuzulassungen rückläufig. Gegenüber 2013 zeigt sich ein Rückgang von -4,9 % bzw. rd. -15.700 PKWs.⁵

3.3. Betriebswirtschaftliche Situation

Die rückläufige konjunkturelle Entwicklung beeinflusst auch die betriebswirtschaftliche Situation. Auf Basis der Analysen von rd. 1.300 Unternehmensbilanzen von Kfz-Einzelhandelsunternehmen zeigt sich, dass im Durchschnitt (über alle Unternehmensbereiche hinweg) einen Gewinn (vor Ertragssteuern) im aktuell auswertbaren Bilanzjahr 2012/13 von 0,9 % des Umsatzes erzielt werden konnte. Die durchschnittliche Ertragssituation im Kfz-Einzelhandel liegt somit unter jener der (marktorientierten) Gesamtwirtschaft⁶ in Österreich mit durchschnittlich 3,7 %.

⁴ Quelle: Statistik Austria

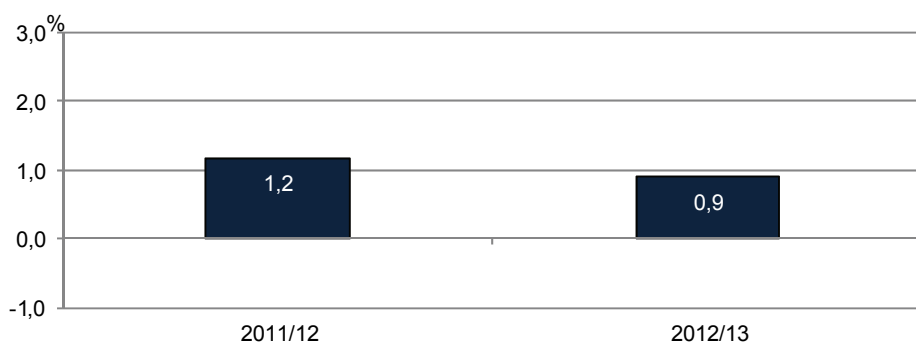
⁵ Quelle: Statistik Austria

⁶ Marktorientierte Wirtschaft ist nach der Wirtschaftssystematik ÖNACE 2008 definiert als Abschnitte B-N sowie Abteilung 95; Auswertungen inkl. Großunternehmen

Im Vergleich zum Bilanzjahr 2011/12 sinken die Gewinne im Kfz-Einzelhandel 2012/13. Während 2011/12 im Durchschnitt ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 1,2 % (des Umsatzes) erzielt werden konnte, gehen die Gewinne im Bilanzjahr 2012/13 auf 0,9 % zurück.

56 % der Kfz-Einzelhändler können im aktuell auswertbaren Bilanzjahr 2012/13 die Gewinnzone erreichen. 44 % schreiben rote Zahlen.⁷

Grafik 3 Gewinn (vor Ertragssteuern¹) im Kfz-Einzelhandel (in %) 2011/12 - 2012/13



¹ Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (Gewinn vor Ertragssteuern, in % des Umsatzes)

Quelle: KMU Forschung Austria

3.4. Aktuelle Situation aus Sicht der befragten Experten

Die aktuelle wirtschaftliche Situation wird von den befragten Experten durchaus kritisch gesehen. Die Nachfrageschwäche im Neuwagenbereich (siehe oben: sinkende Neuzulassungen) und die gleichzeitige „Überproduktion“ an PKWs erschweren die Situation im Kfz-Einzelhandel. Der Volumendruck der Hersteller auf die Importeure wirkt sich auch auf den Einzelhandel aus. Dies zeigt sich auch bei den Aktionsfahrzeugen/Tageszulassungen.

Zudem orten die befragten Experten eine abnehmende Kundentreue zum Autohaus. Die Bedeutung des Internets nimmt hingegen zu. Dies reicht von der Informationssuche der Konsumenten im Internet bis hin zu Internetplattformen (wie z.B. Autogott). Das verändert auch die Erwartungshaltung der Kunden – vor allem in Bezug auf den Neuwagenpreis. Auch ein professioneller Internet-Auftritt der Kfz-Händler wird immer wichtiger.

⁷ Quelle: KMU Forschung Austria

In Bezug auf den Neuwagenverkauf weisen die befragten Experten auf sinkende Bruttoerträge hin. Ein Anstieg der Kosten ist u.a. bei Trainings/Mitarbeiter-schulungen, EDV-Programme, Logistikkosten für Ersatzteile und Vorfühswagen festzustellen. Auch die vorgegebenen hohen Standards (Schauräume, etc.) bei einzelnen Marken bedingen hohe Investitionskosten, die sich in Abschreibungen widerspiegeln. Und auch die Frequenz der Investitionen hat sich erhöht; der Investitionszyklus hat sich somit verkürzt.

Die Margen-Kalkulation wird zunehmend variabel ausgerichtet, wobei dies nicht auf alle Marken zutrifft. Bei einzelnen Marken kommen auch fixe Margen-Systeme zum Einsatz. Der variable Anteil ist vielfach gekoppelt mit der Teilnahme an Trainings, Schulungen, Corporate Identity (innen und außen), Baustandards, Lagerhaltung bei Neuwagen, Ersatzwagen und Vorfühswagen, Kundenzufriedenheitsabfragen, Antwortraten der Kunden, Antwortzeiten der Unternehmen bei Kundenanfragen, etc. Neben fixen Margen werden zudem variable Anteile für das Erreichen bestimmter Zielvorgaben sowie Boni (z.B. Aktions-, Qualitätsboni) ausbezahlt. Da bestimmte variable Anteile erst am Ende einer Verrechnungsperiode ausbezahlt werden, beeinflusst dies die Liquidität der Kfz-Einzelhändler. Zudem kann mit den variablen Anteilen eben nicht „fix kalkuliert“ werden.

Die befragten Experten orten im Kfz-Einzelhandel zudem einen Trend in Richtung Mehrmarkenvertrieb, wobei hier die hohen Neuinvestitionen sowie die Zustimmung des Herstellers/Importeurs (der bereits geführten Marken) zu berücksichtigen sind.

Im Flottengeschäft bekommt der Händler für Geschäftsanbahnung, Gespräche usw. eine „Restmarge“, wobei die Kosten laut Experten insbesondere bei „großen Marken“ transparent und gut einschätzbar sind und die Unterstützung durch den Hersteller/Importeur höher ausfällt. Zentral sind im Flottengeschäft die gewährten Rabatte, wobei es für kleinere Händler auf Grund der geringeren Margen im Flottengeschäft tendenziell schwieriger ist.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Zusammenarbeit zwischen Kfz-Einzelhandel und Herstellern bzw. Importeuren als konstruktiv eingestuft wird. Die befragten Experten geben jedoch zu bedenken, dass die aktuelle Situation beim Neuwagenverkauf vielfach keine (Voll-)Kostendeckung ermöglicht. Das bestehende Geschäftsmodell wäre kritisch zu überdenken, da andere Unternehmensbereiche (wie „Aftersale“) den Neuwagenverkauf „stützen“ müssen.

4. Musterkostenrechnung

Die – im Detail – analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen weisen für das Basisjahr 2013 im Durchschnitt einen Nettojahresumsatz von rd. € 10,8 Mio auf. Rd. 58 % bzw. rd. € 6,3 Mio entfallen dabei auf den Neuwagenverkauf. Hier zeigt sich, dass die analysierten Kfz-Einzelhändler zu den „mittelständischen“ Unternehmen zu zählen sind.

Die Umsätze für die Jahre 2012 und 2013 zeigen, dass im Durchschnitt der gesamte Unternehmensumsatz der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen gesunken ist. Auch die Umsätze im gesamten Kfz-Einzelhandel weisen 2013 einen Rückgang auf (siehe oben: Kapitel: 3.2. Konjunkturelle Entwicklung).

Der Anteil des Neuwagenumsatzes am gesamten Unternehmensumsatz ist 2013 mit rd. 58% konstant geblieben, wobei der Neuwagenumsatz absolut betrachtet 2013 im Durchschnitt der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen (wie auch der Gesamtumsatz) gesunken ist.

Tabelle 2 Durchschnittliche Umsatzdaten der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Netto-Unternehmensumsatz im € Mio	11,5	10,8
Neuwagenumsatz in % vom Gesamtumsatz	58 %	58 %
Netto-Neuwagenumsatz in € Mio	6,7	6,3

Quelle: KMU Forschung Austria

Zur Gliederung des folgenden Hauptkapitels ist erwähnt, dass zuerst eine detaillierte Darstellung der Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses erfolgt und anschließend in Prozent des Bruttogewinnes sowie in Prozent des Wareneinsatzes.

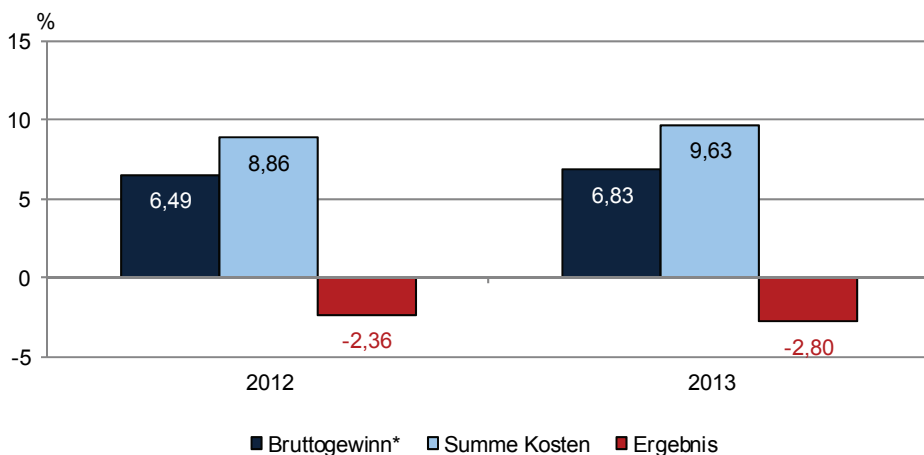
1. Ersteres ermöglicht die Ermittlung der einzelnen Deckungsbeiträge sowie des Geschäftserfolges (Ergebnis in Prozent der Verkaufserlöse).
2. Die Kostenpositionen in Prozent des Bruttogewinnes geben an, wie die unterschiedlichen Kostenpositionen den Bruttogewinn schmälern und wie viel Prozent der Kosten nicht mit dem Bruttogewinn gedeckt werden können.
3. Anschließend folgt eine Darstellung der Kostenpositionen in Prozent des Wareneinsatzes. Dies gibt Auskunft darüber ob der erzielte Kalkulationsaufschlag (in % des Wareneinsatzes) eine vollständige Kostendeckung ermöglicht.

4.1. Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses

Die analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen können in den Jahren 2012 und 2013 im Durchschnitt beim Neuwagenverkauf kein positives Ergebnis erzielen. Das Ergebnis beim Neuwagenverkauf liegt 2012 bei -2,36 % (in Prozent der Neuwagenverkaufserlöse) und 2013 bei -2,80 %. Das bedeutet, dass auf Basis der Verkaufserlöse keine vollständige Deckung der – mit dem Neuwagenverkauf verbundenen – Vollkosten erzielt werden konnte.

Im Vergleichszeitraum 2012 – 2013 zeigt sich eine prozentuelle Steigerung der Kosten (in Prozent der Verkaufserlöse) von 8,86 % auf 9,63 % und ein geringfügiger Anstieg des Bruttogewinns von 6,49 % auf 6,83 %. Durch die höhere prozentuelle Steigerung der Kosten (im Vergleich zum Bruttogewinn) erklärt sich das rückläufige Ergebnis 2013 (im Vergleich zu 2012).

Grafik 4 Bruttogewinn, Vollkosten und Ergebnis in % vom Verkaufserlös beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013



* Bruttogewinn = Verkaufserlöse – Wareneinsatz

Darstellung auf Vollkostenbasis

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

Im Folgenden werden die einzelnen Kostenpositionen dargestellt, interpretiert und der erzielte Deckungsbeitrag angeführt. Daran anschließend werden die Kosten in tabellarischer Form nochmals übersichtlich angeführt. Da die einzelnen Unterpunkte in den Kostenblöcken (z.B. Verkäuferprovision als Unterpunkt der Verkaufskosten) in einzelnen Unternehmen unterschiedlich ausgeprägt sind (z.B. anderes Provisionsschema), werden nur die Kostenblöcke und nicht die Einzelpositionen dargestellt und interpretiert. Die Rundungsdifferenzen wurden nicht ausgeglichen.

Die 2012 und 2013 realisierten Verkaufserlöse bilden die Basis der Kostenstellenrechnung beim Neuwagenverkauf. Von den Verkaufserlösen werden die durchschnittlichen Vollkosten in Abzug gebracht, die beim Neuwagenverkauf 2012 und 2013 im Durchschnitt der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen (mit unterschiedlichen Markenvertretungen) entstanden sind. Bei einzelnen Marken können die Kostenpositionen (wie auch der Bruttogewinn) vom Durchschnittswert abweichen.

Aus der Subtraktion des **Wareneinsatzes** von den Verkaufserlösen ergibt sich der **Bruttogewinn**, von dem die weiteren Kosten zu decken sind. Der Anteil des Wareneinsatzes an den Verkaufserlösen ist im Jahr 2013 im Vergleich zum Jahr 2012 leicht gesunken, was einen höheren (prozentuellen) Bruttogewinn ermöglicht.

Jahr	2012	2013
Verkaufserlöse	100,00%	100,00%
Wareneinsatz	93,51	93,17
Bruttogewinn	6,49	6,83

Der **Deckungsbeitrag I** errechnet sich aus der (prozentuellen) Subtraktion des Bruttogewinnes und den **verkaufsabhängigen Kosten**. Diese fallen in Relation zu den Verkaufserlösen im Jahr 2013 höher aus als 2012. Aufgrund des höheren Bruttogewinns 2013 ist der Deckungsbeitrag I im Jahr 2013 dennoch höher als im Jahr 2012.

Jahr	2012	2013
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, Eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht	1,47	1,59
Verkaufskosten		
Deckungsbeitrag I	5,02	5,24

Bei den **Personalkosten** kann eine prozentuelle Erhöhung im Vergleich der Jahre 2012 und 2013 festgestellt werden. Dadurch fällt der **Deckungsbeitrag II** im Jahr 2013 (im Vergleich zu 2012) geringer aus.

Jahr	2012	2013
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, Sonst. Personalkosten	3,45	3,71
Personalkosten		
Deckungsbeitrag II	1,57	1,52

Die **direkten Betriebskosten** liegen 2013 (prozentuelle gesehen) geringfügig über jenen im Jahre 2012. Der **Deckungsbeitrag III** ist nach Abzug der Verkaufs-, Personal- und direkten Betriebskosten im Jahr 2013 geringer als im Jahr 2012. Nach Abzug der direkten Betriebskosten weist das Durchschnittsunternehmen einen negativen Deckungsbeitrag auf.

Jahr	2012	2013
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/ Fachliteratur	2,09	2,12
Direkte Betriebskosten		
Deckungsbeitrag III	-0,52	-0,59

Nach Abzug der indirekten (Voll-)Kosten bildet sich der **Deckungsbeitrag IV**.

Jahr	2012	2013
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben	0,48	0,55
Indirekte Betriebskosten		
Deckungsbeitrag IV	-1,01	-1,14

Die **Anlagenkosten** zeigen eine geringe prozentuelle Erhöhung im Vergleich der Jahre 2012 - 2013.

Jahr	2012	2013
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins	0,91	1,12
Anlagenkosten		
Deckungsbeitrag V	-1,92	-2,27

Nach Abzug der Umlage der **Verwaltungskosten** und des **Zinsaufwandes** errechnet sich das **Ergebnis im Neuwagengeschäft**. Das Ergebnis erreicht in den Jahren 2012 und 2013 im Durchschnitt nicht die Gewinnzone.

Jahr	2012	2013
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten	0,39	0,46
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.	-2,31	-2,73
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	0,25	0,23
Ergebnis	-2,36	-2,80

Die Kostenrechnung im Detail in tabellarischer Form ist im Folgenden nochmals gesamthaft angeführt:

Tabelle 3 (Voll-)Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Verkaufserlöse	100,00	100,00
Wareneinsatz	93,51	93,17
Bruttogewinn	6,49	6,83
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	1,47	1,59
Deckungsbeitrag I	5,02	5,24
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	3,45	3,71
Deckungsbeitrag II	1,57	1,52
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführrwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	2,09	2,12
Deckungsbeitrag III	-0,52	-0,59
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	0,48	0,55
Deckungsbeitrag IV	-1,01	-1,14
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	0,91	1,12
Deckungsbeitrag V	-1,92	-2,27
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten	0,39	0,49
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.	-2,31	-2,73
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	0,06	0,07
Ergebnis	-2,36	-2,80

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

4.2. *Kostenpositionen in Prozent des Bruttogewinnes*

Aus dem Bruttogewinn (=Differenz zwischen Verkaufserlös und Wareneinsatz) sind die Kosten zu decken und ein etwaiger Gewinn zu erzielen. Die Kostenpositionen in Prozent des Bruttogewinnes geben an, wie die unterschiedlichen Kostenpositionen den Bruttogewinn schmälern und wie viel Prozent der Kosten nicht mit dem Bruttogewinn gedeckt werden können.⁸

Als erster Schritt erfolgt der Überblick des Prozentsatzes der Kosten, die nicht durch den erzielten Bruttogewinn gedeckt werden konnten. Dies wird im Folgenden als Ergebnis in % des Bruttogewinnes bezeichnet. Im Jahr 2013 können 41,1 % der anfallenden Kosten (exkl. Wareneinsatz) nicht durch den Bruttogewinn gedeckt werden. In anderen Worten: Für eine Vollkostendeckung hätte der Bruttogewinn 2013 um 41,1 % höher ausfallen müssen.

Für eine langfristige Existenzsicherung ist jedoch die Vollkostendeckung nicht ausreichend, sondern wird erst mit einem angemessenen Gewinn erreicht.

Den größten Kostenblock stellen die Personalkosten dar, gefolgt von den direkten Betriebskosten. Allein die Personalkosten „verbrauchen“ rd. die Hälfte des Bruttogewinnes. Die Entwicklung der Kosten in Prozent des Bruttogewinns ist analog zu der oben interpretierten Kostenkalkulation in Prozent des Verkaufserlöses zu sehen.

⁸ Anmerkung: Eine Berechnung von Deckungsbeiträgen (wie oben angeführt) ist nur auf Basis von Verkaufserlösen sinnvoll und wird somit hier nicht angewendet.

Tabelle 4 (Voll-)Kosten in % vom Bruttogewinn beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Bruttogewinn	100,00	100,00
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	22,69	23,28
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	53,13	54,39
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	32,26	31,01
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	7,40	8,09
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	14,08	16,46
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten, Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen		
	6,85	7,85
Ergebnis % des Bruttogewinnes	-36,41	-41,08

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

4.3. Kostenpositionen in Prozent des Wareneinsatzes

Die einzelnen Kostenpositionen als Prozent des Wareneinsatzes geben an, wie viele Kosten zusätzlich zum Wareneinsatz noch hinzukommen. Das setzt voraus, dass der Wareneinsatz eine vorgegebene Fixgröße ist. Hier sei darauf hingewiesen, dass der Wareneinsatz im Jahresvergleich unterschiedlich ist bzw. sein kann und so die Prozentwerte der einzelnen Kostenpositionen differieren können, auch wenn diese in absoluten Werten gleich bleiben.

Zusätzlich zum Wareneinsatz ist noch mit rd. 10,3 % Kosten (in Prozent des Wareneinsatzes) zu kalkulieren. Die Entwicklung der Kostenblöcke zeigt sich wiederum analog zu den Interpretationen der Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses.

Tabelle 5 Kosten in % vom Wareneinsatz beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Wareneinsatz	100,00	100,00
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	1,58	1,71
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	3,69	3,98
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	2,24	2,27
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	0,51	0,59
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	0,98	1,21
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten, Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	0,48	0,58
Summe der Kosten (in % vom Wareneinsatz)	9,47	10,34

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

Der Kalkulationsaufschlag gibt rechnerisch die Differenz zwischen Wareneinsatz und Verkaufserlöse an, ausgedrückt in Prozent des Wareneinsatzes. Um kostendeckend zu wirtschaften, sollte der Kalkulationsaufschlag sämtliche Kostenpositionen berücksichtigen.

Im Vergleich zum erzielten Kalkulationsaufschlag zeigt sich, dass die Kosten (auf Vollkostenbasis) nicht vollständig gedeckt werden können. Die Differenz gibt auf Basis des Wareneinsatzes den Verlust bzw. die Unterdeckung der Kosten an. Das heißt, der erzielte Kalkulationsaufschlag hätte 2013 um 3,01 %-Punkte (des Wareneinsatzes) höher sein müssen, um die anfallenden Kosten zu decken und keinen Verlust zu erzielen.

Tabelle 6 Kalkulationsaufschlag in % des Wareneinsatzes, beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Erzielter Kalkulationsaufschlag*	6,94	7,33
Kosten*	9,47	10,34
Differenz* in %-Punkten	-2,53	-3,01

* in Prozent des Wareneinsatzes

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

5. Langzeitvergleich (mit früheren Analysen)

An dieser Stelle soll vergleichend auf die Studie „Musterkostenrechnung Neuwagen“⁹ der KMU Forschung Austria aus dem Jahr 2004 eingegangen werden. Ein direkter Vergleich der vorliegenden Studie mit jener aus dem Jahr 2004 ist aufgrund derselben methodischen Vorgehensweise prinzipiell möglich.

Die – im Detail – analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen in den Studien 2004 und 2014 sind zwar andere, aber im Durchschnitt in Bezug auf Gesamtumsatz und Neuwagenverkauf sowie Marktabdeckung (Marktanteil der vertretenen Marken) durchaus vergleichbar.

Tabelle 7 Vergleich der Durchschnittsdaten der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen

Jahr	2001	2002	2003	2012	2013
Gesamtumsatz in € Mio	11,3	11,8	12,2	11,5	10,8
Neuwagenumsatz in % vom Gesamtumsatz	58%	58%	56%	58%	58%
Neuwagenumsatz in € Mio	6,5	6,9	6,8	6,7	6,3

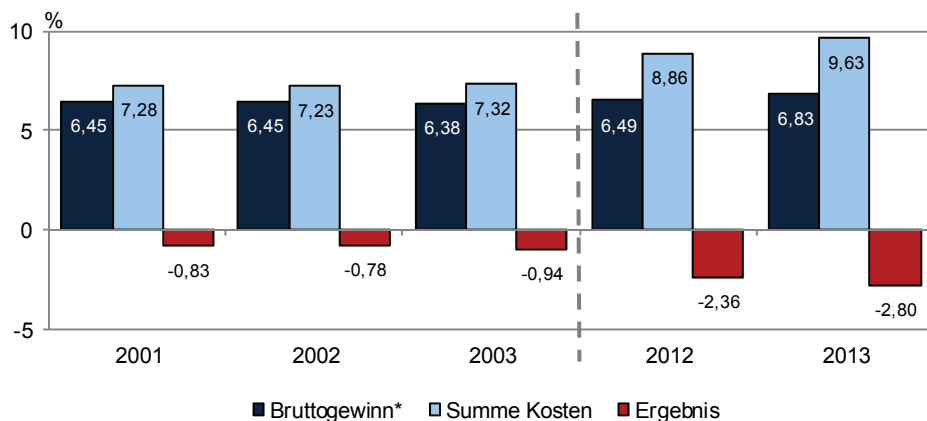
Quelle: KMU Forschung Austria

5.1. Langzeitvergleich der Kostenpositionen in Prozent des Verkaufserlöses

Der Vergleich der Ertrags- und Kostenstruktur zeigt im 10-Jahresvergleich eine Ergebnisverschlechterung beim Neuwagenverkauf. Während der Bruttogewinn (in % der realisierten Verkaufserlöse) nur geringfügig angestiegen ist, zeigen die Kosten eine deutlich höhere Steigerung. Dies bedingt einen Ergebnisrückgang.

In der letzten Dekade hat sich das Ergebnis beim Neuwagenverkauf (auf Basis der analysierten Kostenrechnungen) von -0,94 % (in Prozent der Verkaufserlöse, 2003) auf -2,80 % (2013) rückläufig entwickelt.

⁹ Studie „Musterkostenrechnung von Neuwagen (2004)“ erstellt im Auftrag des Bundegremiums des Fahrzeughandels der Wirtschaftskammer Österreich, mit freundlicher Unterstützung vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Grafik 5 Bruttogewinn, Vollkosten und Ergebnis in % vom Verkaufserlös beim Neuwagenverkauf, 2001-2013


* Bruttogewinn = Verkaufserlöse – Wareneinsatz
 Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

5.2. Langzeitvergleich des Kalkulationsaufschlages

Um kostendeckend zu wirtschaften, sollte der Kalkulationsaufschlag sämtliche Kostenpositionen berücksichtigen. Im Vergleich zum erzielten Kalkulationsaufschlag zeigt sich, dass die Vollkosten nicht vollständig gedeckt werden können. Im Langfristvergleich 2001-2013 steigt der Kalkulationsaufschlag zwar auf 7,33 % (in % des Wareneinsatzes) an, der Anstieg der (Voll-)Kosten fällt jedoch höher aus.

Die Differenz zwischen Kalkulationsaufschlag und Vollkosten gibt auf Basis des Wareneinsatzes den Verlust bzw. die Unterdeckung der Kosten an. Das heißt, der erzielte Kalkulationsaufschlag hätte 2013 um rd. 3,01 %-Punkte (in % des Wareneinsatzes) höher sein müssen, um die anfallenden Kosten zu decken und keinen Verlust zu erzielen. 2001 hätte eine Erhöhung um 0,89 %-Punkte für eine Vollkostendeckung gereicht.

Tabelle 8 Kalkulationsaufschlag in % des Wareneinsatzes, beim Neuwagenverkauf 2001 – 2013

Jahr	2001	2002	2003	2012	2013
Erzielter Kalkulationsaufschlag*	6,90	6,90	6,82	6,94	7,33
Kosten*	7,78	7,73	7,82	9,47	10,34
Differenz* in %-Punkten	-0,89	-0,83	-1,00	-2,53	-3,01

* in Prozent des Wareneinsatzes
 Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

6. Anhang

6.1. Kalkulationsschema

	in %	in EURO
Verkaufserlöse	100,00%	
Wareneinsatz		
Bruttogewinn		
Verkäuferprovisionen		
Vermittlerprovisionen		
Eigene Kulanz		
Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten		
Deckungsbeitrag I		
Hilfslöhne/unproduktive Lehrlinge		
Nichtleistungslöhne		
Gehälter		
Kalk. Unternehmerlohn		
Gesetzliche Abgaben		
Abfertigungen, Pensionen		
Sonstige Personalkosten/Reisespesen		
Personalkosten		
Deckungsbeitrag II		
Geringwertige Wirtschaftsgüter		
Instandhaltung Mobilien		
Fuhrpark, Vorführwagen		
Werbung		
Abschreibung Umlaufvermögen		
Verbrauchsmaterial		
Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten		
Deckungsbeitrag III		
Energiebezüge		
Postgebühren, Frachten		
EDV, elektronische Medien		
Rechts- und Beratungskosten		
Betriebliche Versicherungen		
Sonstige Steuern/Abgaben		

	in %	in EURO
Indirekte Betriebskosten		
Deckungsbeitrag IV		
Liegenschaftsaufwand		
Afa Gebäude und Mobilien		
Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten		
Deckungsbeitrag V		
Kalkulatorische Zinsen		
Umlage Verwaltungskosten		
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.		
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen		
Geschäftserfolg		

6.2. Musterkostenrechnung – Auswertung in Tabellenform

6.2.1. Kostenpositionen in Prozent vom Verkaufserlös

Tabelle 9 Kosten in % vom Verkaufserlös, beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Verkaufserlöse	100,00	100,00
Wareneinsatz	93,51	93,17
Bruttogewinn	6,49	6,83
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	1,47	1,59
Deckungsbeitrag I	5,02	5,24
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	3,45	3,71
Deckungsbeitrag II	1,57	1,52
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	2,09	2,12
Deckungsbeitrag III	-0,52	-0,59
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	0,48	0,55
Deckungsbeitrag IV	-1,01	-1,14
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	0,91	1,12
Deckungsbeitrag V	-1,92	-2,27
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten	0,39	0,49
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.	-2,31	-2,73
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	0,06	0,07
Ergebnis	-2,36	-2,80

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

6.2.2. Kostenpositionen in absoluten Werten

Auf Basis der Musterkostenrechnung (Angaben in Prozent vom Verkaufserlös) wird im Folgenden zur Veranschaulichung die Vollkostenrechnung beim Neuwagenverkauf auch in absoluten Euro-Werten dargestellt.

Dies erfolgt auf Basis:

1. der detaillierten (Voll-)Kostenrechnungen der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen. Auf diesen Unternehmen basiert die Musterkostenrechnung. Diese Kfz-Einzelhandelsunternehmen weisen 2013 einen durchschnittlichen Jahresumsatz von € 10,8 Mio (netto) auf. Davon entfallen € 6,3 Mio auf den Neuwagenverkauf.
2. eines „Branchen-Durchschnittsunternehmens“ laut Statistik Austria mit rd. 2,9 Mio Netto-Jahresgesamtumsatz und einem näherungsweise bestimmten Neuwagenumsatz¹⁰ von rd. € 870.000.

Die Analysen für die beiden Szenarien zeigen:

1. In absoluten Werten bedeutet dies für das errechnete Durchschnittsunternehmen 2013, dass auf Basis eines Neuwagenumsatzes von rd. € 6,3 Mio ein Bruttogewinn von rd. € 430.000 (nach Rabatten) erzielt wird (siehe Tabelle 10). Die (Voll-)Kosten belaufen sich jedoch auf rd. € 606.000. Die anfallenden Kosten beim Neuwagenverkauf können somit nicht vollständig vom erzielten Bruttogewinn abgedeckt werden. Im Durchschnitt der analysierten Kfz-Einzelhändler entsteht dadurch 2013 ein Spartenverlust beim Neuwagengeschäft in Höhe von rd. -€ 176.000 bzw. von -2,8 % der Netto-Verkaufserlöse.
2. Für das Unternehmen im Branchendurchschnitt (siehe Tabelle 11) mit einem näherungsweise bestimmten Netto-Neuwagenumsatz von rd. € 870.000 belaufen sich die (Voll) Kosten beim Neuwagenverkauf auf rd. € 83.800. Der Bruttogewinn (nach Rabatten) aus dem Neuwagenverkauf liegt jedoch mit € 59.400 darunter, was einen Spartenverlust in Höhe von -2,8 % bzw. -€ 24.400 im Neuwagengeschäft bedeutet.

¹⁰ Die Annahme eines Neuwagenumsatzes von rd. 30 % für ein Durchschnittsunternehmen mit einem Gesamt-Jahresumsatz von rd. € 2,9 Mio wurde auf Basis von Sonderauswertungen einer weiteren KMFA-Studie getroffen. Die angeführte Darstellung der absoluten Euro-Werte dient rein der Veranschaulichung der Prozentangaben der Musterkostenrechnung. Nähere Informationen zur Branche Kfz-Einzelhandel finden sich im Kapitel 3.1. „Branchenüberblick“.

Tabelle 10 Kostenstruktur beim Neuwagenverkauf (Durchschnittsunternehmen/Median¹) in €, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Verkaufserlöse (Neuwagen)	6.700.000	6.300.000
Wareneinsatz	6.265.000	5.870.000
Bruttogewinn	435.000	430.000
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	98.700	100.100
Deckungsbeitrag I	336.300	329.900
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	231.100	233.900
Deckungsbeitrag II	105.200	96.000
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführgewagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	140.300	133.400
Deckungsbeitrag III	-35.200	-37.300
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	32.200	34.800
Deckungsbeitrag IV	-67.400	-72.100
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	61.200	70.800
Deckungsbeitrag V	-128.600	-142.900
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten	25.900	29.200
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.	-154.500	-172.100
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	3.900	4.600
Ergebnis	-158.400	-176.000

¹ Durchschnitt der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen. Auf Basis der detaillierten Vollkostenrechnungen (für Neuwagen) dieser Unternehmen wurde die Musterkalkulation erstellt. Detailinfos zur Struktur dieser Kfz-Einzelhandelsunternehmen finden sich in Kapitel 4.

Anmerkung: Gerundete Werte, Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

Tabelle 11 Szenario: Kostenstruktur beim Neuwagenverkauf (Durchschnittsunternehmen gemäß Branchendurchschnitt¹) in €, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Verkaufserlöse (Neuwagen)	870.000	870.000
Wareneinsatz	813.500	810.600
Bruttogewinn	56.500	59.400
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	12.800	13.800
Deckungsbeitrag I	43.700	45.600
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	30.000	32.300
Deckungsbeitrag II	13.700	13.300
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	18.200	18.400
Deckungsbeitrag III	-4.600	-5.200
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	4.200	4.800
Deckungsbeitrag IV	-8.700	-10.000
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	8.000	9.800
Deckungsbeitrag V	-16.700	-19.700
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten	3.400	4.000
Betriebsgewinn/Verlust nach kalk. Zins.	-20.100	-23.800
Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	500	600
Ergebnis	-20.600	-24.400

¹ Die Szenario-Darstellung beruht auf der Musterkostenkalkulation der analysierten Kfz-Einzelhandelsunternehmen. Die Umsatzbasis wurde gemäß dem Branchendurchschnitt im Kfz-Einzelhandel (lt. Statistik Austria) gewählt. Nähere Informationen zur Branche Kfz-Einzelhandel finden sich im Kapitel 3.1. „Branchenüberblick“.

Anmerkung: Gerundete Werte, Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

6.2.3. Kostenpositionen in Prozent vom Bruttogewinn

Tabelle 12 Kosten in % vom Bruttogewinn beim Neuwagenverkauf, 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Bruttogewinn	100,00	100,00
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	22,69	23,28
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	53,13	54,39
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	32,26	31,01
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	7,40	8,09
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	14,08	16,46
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten, Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	6,85	7,85
Ergebnis % des Bruttogewinnes	-36,41	-41,08

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

6.2.4. Kostenpositionen in Prozent vom Wareneinsatz

Tabelle 13 Kosten in % vom Wareneinsatz beim Neuwagenverkauf 2012 – 2013

Jahr	2012	2013
Wareneinsatz	100,00	100,00
Verkäuferprovisionen, Vermittlerprovision, eigene Kulanz, Ablieferdurchsicht		
Verkaufskosten	1,58	1,71
Löhne/Gehälter inkl. kalk. Unternehmerlohn, sonst. Personalkosten		
Personalkosten	3,69	3,98
Geringwertige Wirtschaftsgüter, Instandhaltung Mobilien, Fuhrpark, Vorführwagen, Werbung, Verbrauchsmaterial, Büromaterial/Fachliteratur		
Direkte Betriebskosten	2,24	2,27
Energiebezüge, Postgebühren, Frachten, EDV, elektronische Medien, Rechts- und Beratungskosten, Betriebliche Versicherungen, Sonstige Steuern/Abgaben		
Indirekte Betriebskosten	0,51	0,59
Liegenschaftsaufwand, Afa Gebäude und Mobilien, Miete und Pachtzins		
Anlagenkosten	0,98	1,21
Kalkulatorische Zinsen, Umlage Verwaltungskosten, Zinsen, Aufwand/Ertrag abzgl. kalk. Zinsen	0,48	0,58
Summe der Kosten (in % vom Wareneinsatz)	9,47	10,34

Anmerkung: Rundungsdifferenz nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria

