

Betriebswirtschaftliche Analyse (BWA)

Praxisvortrag:

**Warum die BWA wichtig aber (für mich) in der
Krise wertlos ist.**

Dipl. Inf. Kevin Schütt
Inhaber Schütt Optik

Mitglied im Vorstand
DIE JUNGEN UNTERNEHMER - BJU

Warum die BWA „zu spät“ kommt

Wann ist es „zu spät“?

- Ab 3 Tage nach Monatsende,
insb. 6 Wochen nach Monatsende

Warum kommt die BWA zu spät?

(Grundproblem: Ohne Beleg keine Buchung)

- Fehlende / falsche / verschollene Rechnungen
- Urlaub / Krankheit / Überlastung der Buchhaltung
- Uvm.

Warum die BWA oft „falsch“ ist

Grundproblem:

Buchungen müssen nach handels- und steuerrechtlichen Gesichtspunkten erfolgen. Rechnungs-Datum und Leistungs-Datum oft abweichend.

Die (in der Krise) zentrale Frage:

„Habe ich im letzten Monat erfolgreich gewirtschaftet oder nicht?“ wird daher oft falsch bzw. unzureichend beantwortet, wenn man in die G&V schaut.

Wie man zum Wahrsager wird

Do it yourself!

Den Businessplan nicht nur bei Gründung, sondern einfach täglich aktualisieren, reflektieren und aktiv nutzen.

So ist man der BWA weit voraus:

- ca. 2 Monate Vorsprung
- ca. 2% Ungenauigkeit
- 100% Aussagekraft (weniger „Fehler“)

Wie man zum Wahrsager wird (1)

How to do it?

- Die relevanten Stellschrauben / Variablen in der Kostenplanung identifizieren, abstrahieren und der Planung entsprechend präzise und vollständig vortragen:
 - Personal (Brutto + 21%)
 - Werbung

Wie man zum Wahrsager wird (2)

- Alle anderen Werte aus der (Vorjahres-) Erfahrung (**BWA**), Branchenvergleich und Planungen / Verhandlungen präzise vortragen:
 - Ware (33%)
 - Raum (konstant)
 - Versich./Beiträge (konstant)
 - Reparatur (konstant)
 - Sonstig (konstant)
 - Betriebl. Steuern (erfolgsabhängig)
 - Abschreibungen (konstant)

Wie man zum Wahrsager wird (3)

- Umsatzerlöse auf Basis von Erfahrungswerten, aktuellen Werten und Planungen realistisch prognostizieren:
 - Erfahrung aus Vor-Jahren
 - Aktuelle Werte (aufgelaufen Monat & Jahr)
 - Hochrechnungen (Monat & Jahr)
 - Ggf. Forecasts des Vertriebs

Wie man zum Wahrsager wird (3)

- Umsatzerlöse auf Basis von Erfahrungswerten, aktuellen Werten und Planungen realistisch prognostizieren:
 - Erfahrung aus Vor-Jahren
 - Aktuelle Werte (aufgelaufen Monat & Jahr)
 - Hochrechnungen (Monat & Jahr)
 - Ggf. Forecasts des Vertriebs

Nichts schön rechnen

Am Ende ist die BWA wieder das Maß aller Dinge!

- Jährlich / quartalsweise:
abgleichen und nachjustieren

Vielen Dank!

&

Viel Erfolg!