

Wie stark ist die Aussagekraft einer GuV für einen einzelnen Kunden?

- Keine Aussage für Ertrag pro Kunde möglich
- Intransparenz der Ergebniszusammensetzung
- Wo ist der Hebel für Verbesserungen ?

Gewinn- und Verlustrechnung (Muster GmbH)	
1.1. – 31.12., in T€	Vorjahr
Umsatzerlöse	1.000
- Materialaufwand	-350
- Personalaufwand	-250
- Abschreibungen	-90
- Sonstige betriebliche Aufwendungen	-270
= Betriebserfolg (EBIT)	40
+ Zinserträge	50
- Zinsaufwand	-40
+/- Beteiligungserträge/-aufwendungen	0
= Finanzerfolg	10
= Ergebnis der gewönl. Geschäftstätigkeit (EGT)	50
+/- außerordentliches Ergebnis	0
- Ertragssteuern	-10
= Jahresüberschuss/-fehlbetrag	40
+/- Rücklagenveränderung	40
+/- Gewinnvortrag/Verlustvortrag	10
= Bilanzgewinn/-verlust	90

Herausforderungen

- Herkömmliches Rechnungswesen versus kundenbezogene Profitabilität?

	Umsatz Tsd. €	Deckungsbeitrag Tsd. € %		Bearbeitungsk.	Ertrag vor St.+FK Tsd. € %		Merkmal
Kunde A	590	88	15%	115	-27	-5%	Bester Umsatz
Kunde B	429	78	18%	59	19	4%	Bester Ertrag
Kunde C	377	93	25%	127	-34	-9%	Größter DB

- Schlüsselement: Abwicklungskosten (CTS)

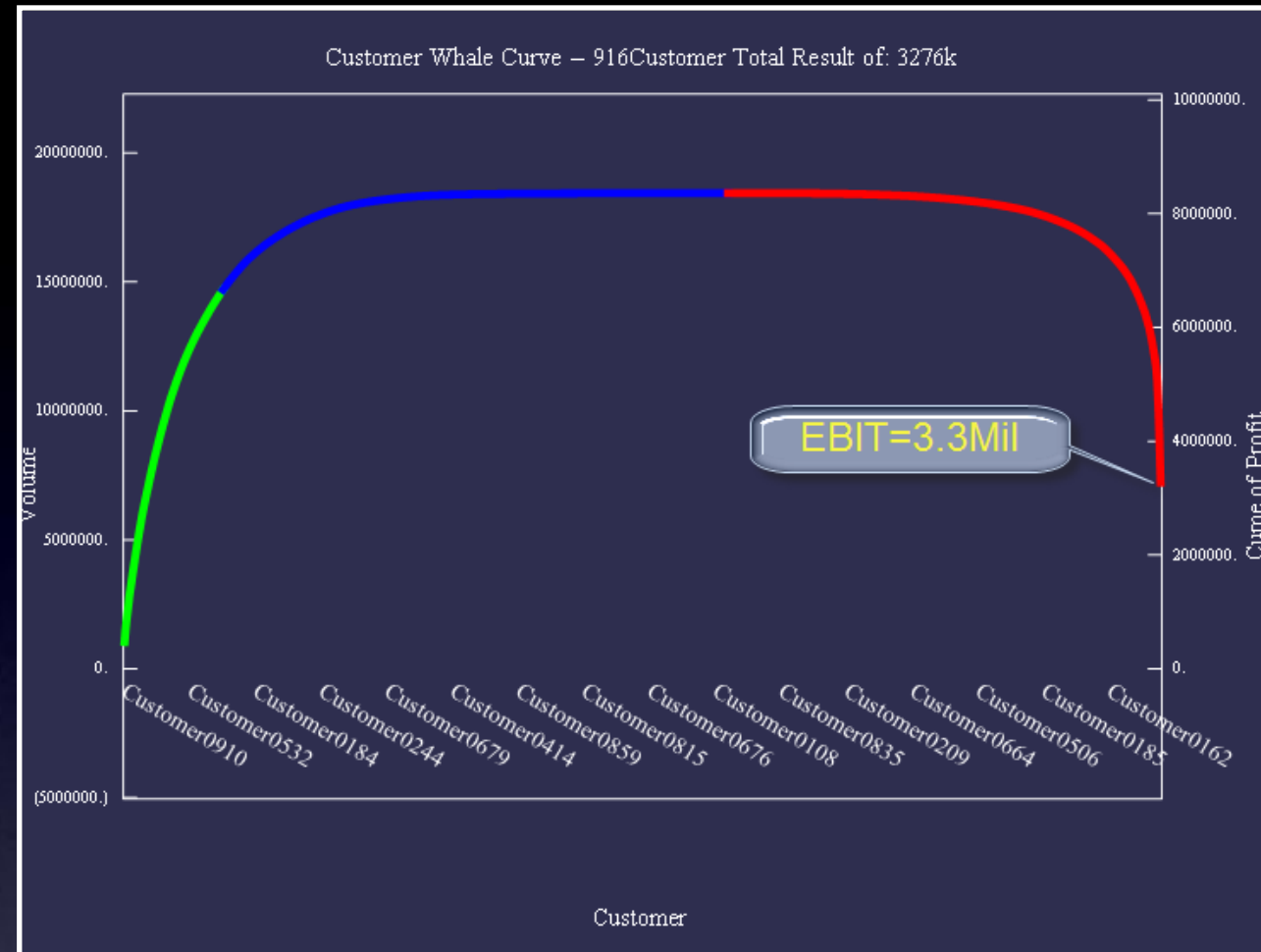
Abwicklungskosten (CTS Cost To Serve) sind kundenspezifisch

- Abwicklungskosten hängen von Kundencharakteristik und vom Kundenverhalten ab.
- Abwicklungskosten werden von den beanspruchten Aktivitäten für den Kunden bestimmt.
- Kundenprofitabilitäts-Analyse nutzt 'Activity-Based Costs' um Abwicklungskosten zu bestimmen.

	hoch	niedrig
Produkt-Typ	kundenspez.	Standard
Order Volumen	klein	groß
Order Eingang	unregelmäßig	planbar
Verpackung	kundenspez.	Standard
Versand	kundenspez.	Standard
Lieferort	weit entfernt	nahe
Lieferanforderung	wechselnd	stabil
Pre-Sales Support	hoch	gering
Post-Sales Support	hoch	gering
Zahlungseingang	verspätet	pünktlich

Fragen

- Welche Kunden erzielen den größten Ertrag?
- Welche Kunden beschieren Verluste?
- Was begründet die sehr unterschiedliche Ertragskraft pro Kunde?

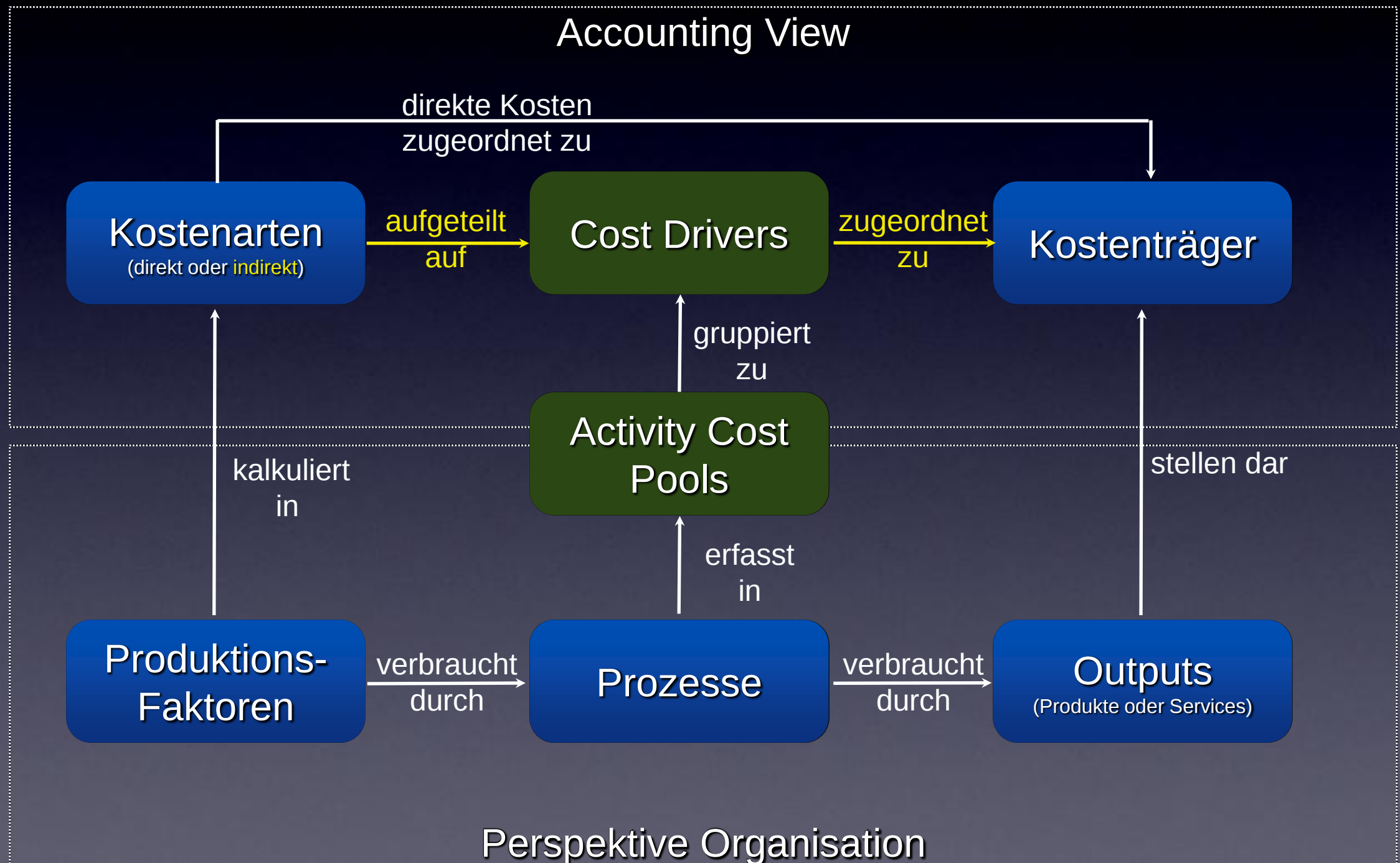


RapidBusinessModeling zeigt die Kundenerträge kumuliert auf und gibt klare Hinweise auf ihre Verteilung.

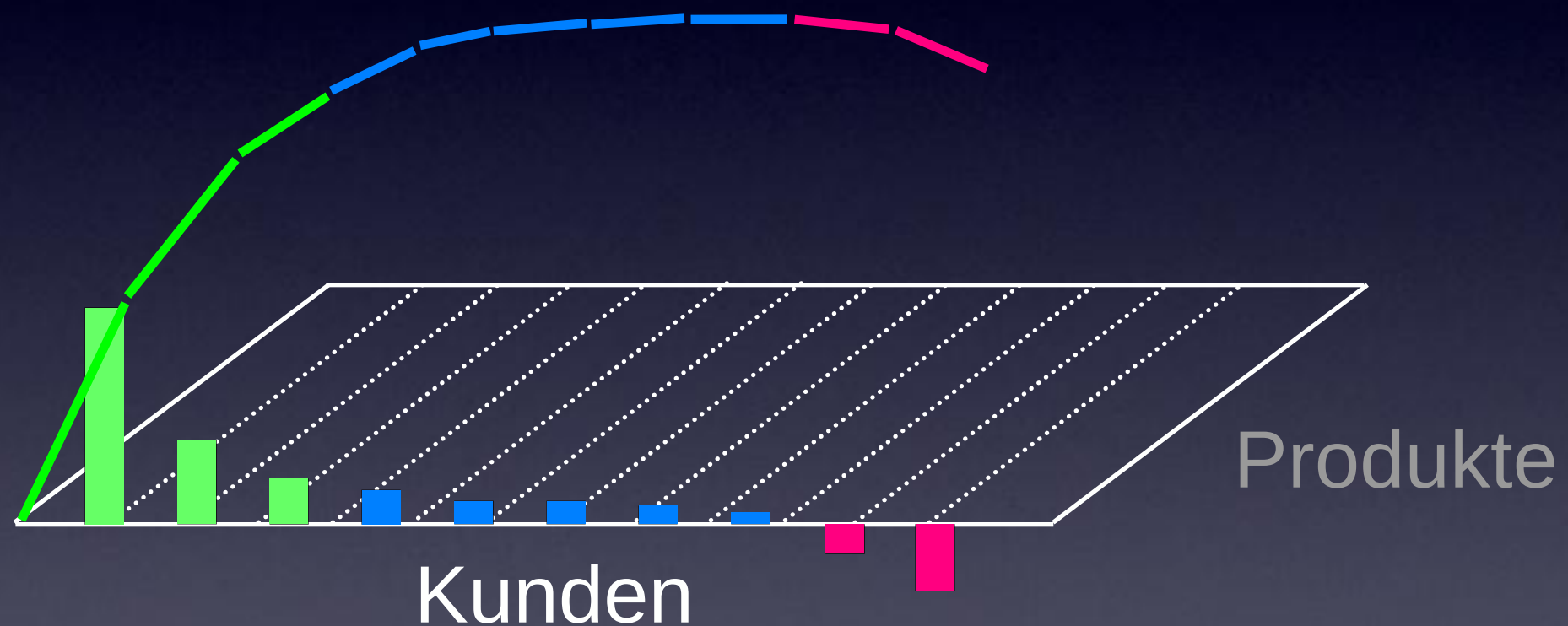
Traditionelles Rechnungswesen



Activity Based Costing

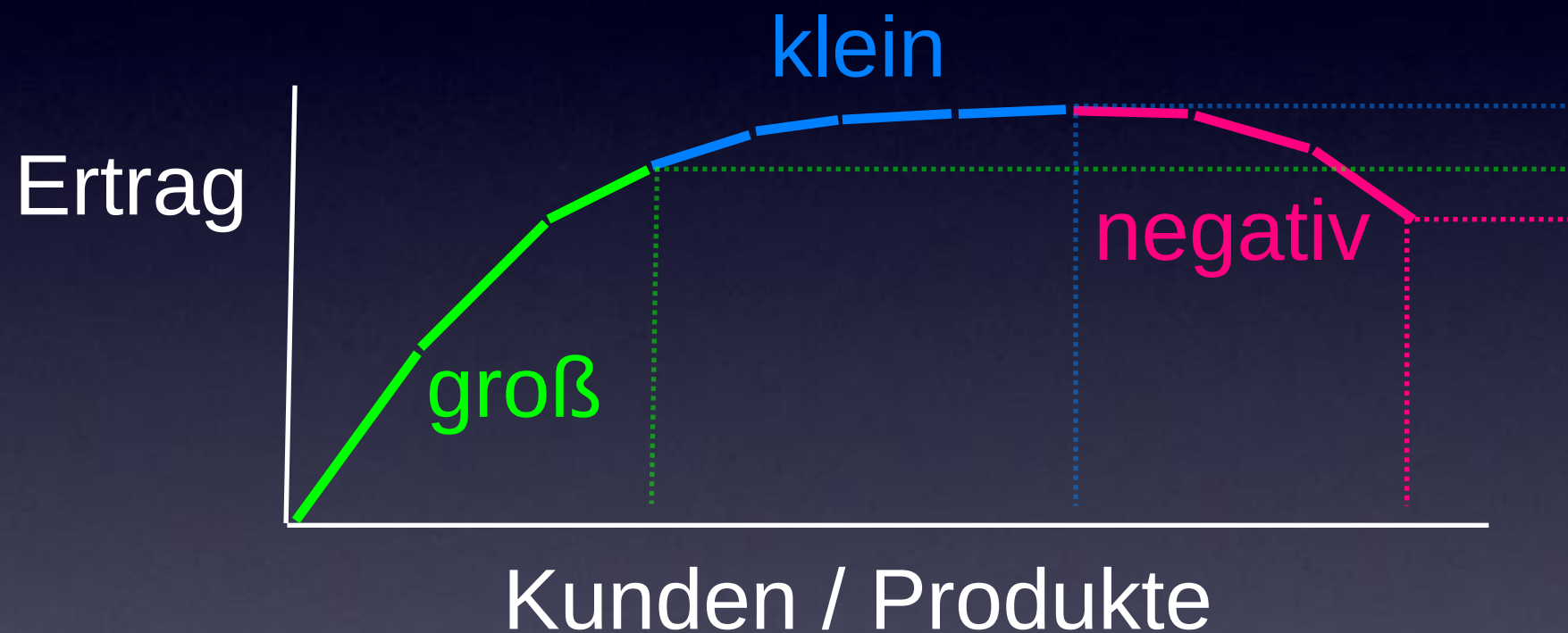


Kumulierter Ertrag



Sortierung der Kunden nach ihrem Ertrag,
kumulierter Ertrag ergibt 'Whale Curve'

Whale Curve Analysis

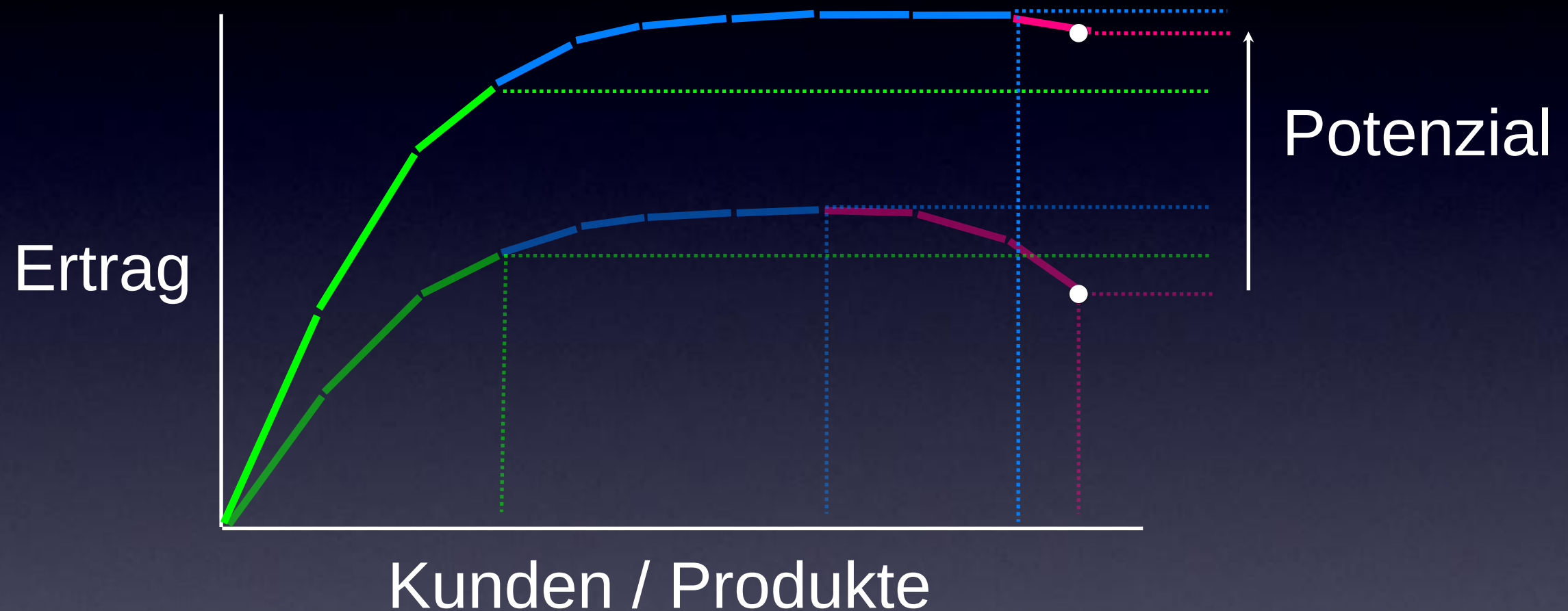


die besten 20% bringen 130% des Ertrages - 'profit-makers'

die mittleren 60% bringen geringe Beiträge - 'break-even'

die schlechtesten 20% reduzieren Ertrag - 'profit-takers'

Potenzial Analyse

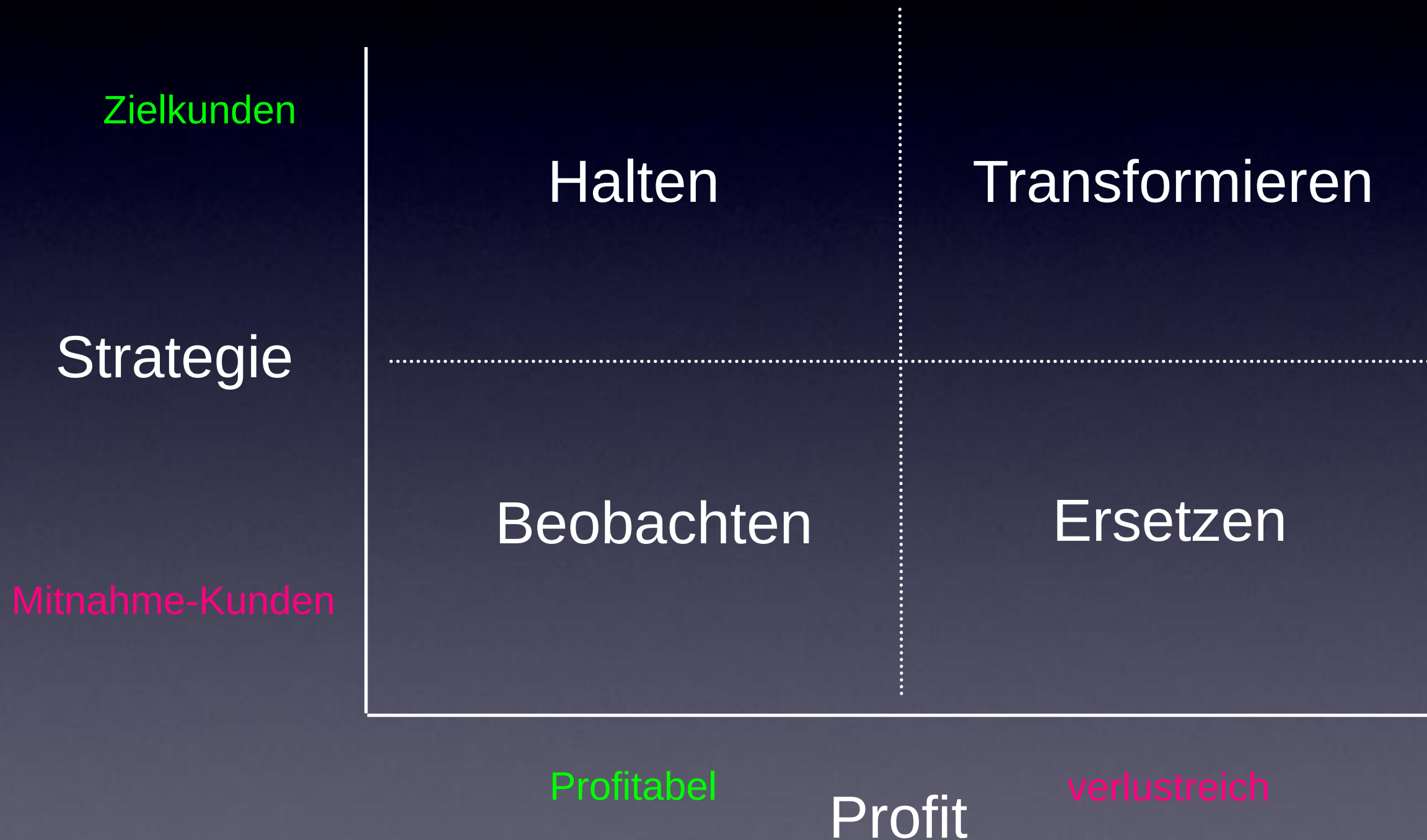


die besten 20% erreichen 80% höheren Ertrag -> Anheben der Kurve

die mittleren 70% erzielen solide Ergebnisse -> Verlängern der Kurve

die schlechtesten 10% bringen kleinere Verluste -> Vermeiden des Abfallens

4-Felder Handlungsoptionen



RapidBusinessModeling – Improving Profitability

Hans-Gerlach Woudboer

Inhaber und Gründer von RapidBusinessModeling

10 Jahre Erfahrung als Berater für Profitabilität

27 Jahre Industrie Erfahrung bei ExxonMobil

Dipl.-Ing. RWTH Aachen



Dr. Thomas Laussermair

President of Visualign Consulting

20 Jahre Erfahrung in Software Engineering und Business Analysis

Siemens, Microsoft, Citrix Systems

Promotion an der Technischen Universität München



Michael Wentzke

Inhaber und Gründer Lintea Unternehmensberatung

15 Jahre Erfahrung im Vertrieb einer Leasinggesellschaft

10 Jahre Erfahrung als Berater für B2B-Vertrieb

Dipl.-Ing. Helmut Schmidt Universität Hamburg



RapidBusinessModeling.de

Hans-Gerlach Woudboer

+49 160 530 1809

Visualign.net

Thomas Laussermair

+1 954 802 7577

lintea.de

Michael Wentzke

+49 170 8512913