

Planung und Vollkostenkalkulation 11.1

Statistisch ist das Segment Kundenzeitschriften kaum analysiert. Branchenkennziffern, wie sie im sonstigen Pressemarkt üblich sind, existieren nicht. Somit liegen auch keine Vergleichsdaten vor, an denen die Kosten für die eigene Kundenzeitschrift gemessen werden könnten. Verlagsfremde Entscheider und Dienstleister (Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit, Agenturen oder Redaktionsbüros) haben daher häufig das Problem, vorhandene Kundenzeitschriften betriebswirtschaftlich einzuschätzen, sie kostenoptimal zu steuern oder neue Objekte realistisch und marktgerecht zu planen.

Die Planung

Start beziehungsweise Fortführung einer Kundenzeitschrift entwickeln sich aus einer Aufgabenstellung des Unternehmens/der Institution heraus und erfordern gleichermaßen neue Konzepte oder Überprüfungen, die neben der inhaltlichen auch betriebswirtschaftliche Relevanz haben:

- Ziel definieren: Bindung an ein bestimmtes Produkt/an das Unternehmen; Imagepflege, Dialog, Kontakt, Service
- Zielgruppe/Positionierung/Konzept festlegen: Kundenpotenzial und Interessenten, langfristige Blattphilosophie, eindeutiges Positionieren im Lesersegment, zielgruppengerechte Informations- und Aufmachungsqualität
- Strategie bestimmen: zum Beispiel Distributions- und Vertriebsstrategie, Produktion
- Prämissen definieren: Rahmenbedin-

gungen zur Umsetzung der Strategie, zum Beispiel eigene Redaktion oder komplettes Outsourcing, Auflage, Frequenz, nationale und internationale Verbreitung

- Strategie umsetzen: Entwickeln des Anzeigengeschäfts, Einsatz von Marktforschung
- Steuerung initiieren: Projektmanagement-Plan nach Maßnahmen, Terminen und Kosten

Modell: Organisationsstruktur der Zeitschrift *SchuhReport*

Der folgende Leitfaden zeigt anhand eines häufig praktizierten Organisationsmodells den kompletten Ablauf einer Zeitschriftenkalkulation, gibt Praxishinweise zum Berichtswesen, zur Ablauforganisation und zur Verwendung von Kennziffern. Das Beispiel ist fiktiv.

Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Schuh AG hat den Auftrag, das Kundenmagazin *SchuhReport* als Monatsmagazin zu organisieren. Die inhaltliche, kaufmännische und organisatorische Geschäftsführung wird von einem kleinen Team wahrgenommen. Die Abwicklung wird im Outsourcing an Dienstleister vergeben. Die Chefredaktion arbeitet auf der Basis von Jahresbudgets und kontrolliert über monatliche Soll-Ist-Vergleiche die wirtschaftliche Entwicklung der Zeitschrift.

Kostenkalkulation *SchuhReport*

Das Herstellen und Verbreiten einer Kundenzeitschrift ist – abhängig von Auflage, Erscheinungsfrequenz, Ausstattung des Objekts sowie Organisation – meist mit nicht geringen Kosten verbunden. Eine Refinanzierung durch Anzeigen- und Vertriebs Erlöse ist teilweise möglich, in der Regel aber nicht kostendeckend.

Planung und Vollkostenkalkulation 11.1

Das Budget wird nach der Methode der Deckungsbeitragsrechnung unter Vollkosten erstellt (Kostenträgerrechnung). In der Planung werden Erlöse und Kosten, letztere nach Kostenarten und -stellen, ermittelt und periodengerecht (z.B. nach Erscheinungsmonaten) budgetiert. Mit Beginn eines Geschäftsjahres entstehen Ist-Werte in der Finanzbuchhaltung, die abgegrenzt mit den Planwerten verglichen werden können (periodengerechter Soll-/Ist-Vergleich).

Das fiktive Beispiel des *SchuhReports* hat nebenstehende Objektkennziffern.

Die relevanten Kostenblöcke:

- Kosten Redaktion
- Kosten Personal
- Erlöse/Kosten Anzeigen
- Kosten Versand
- Kosten Herstellung

Kosten Redaktion

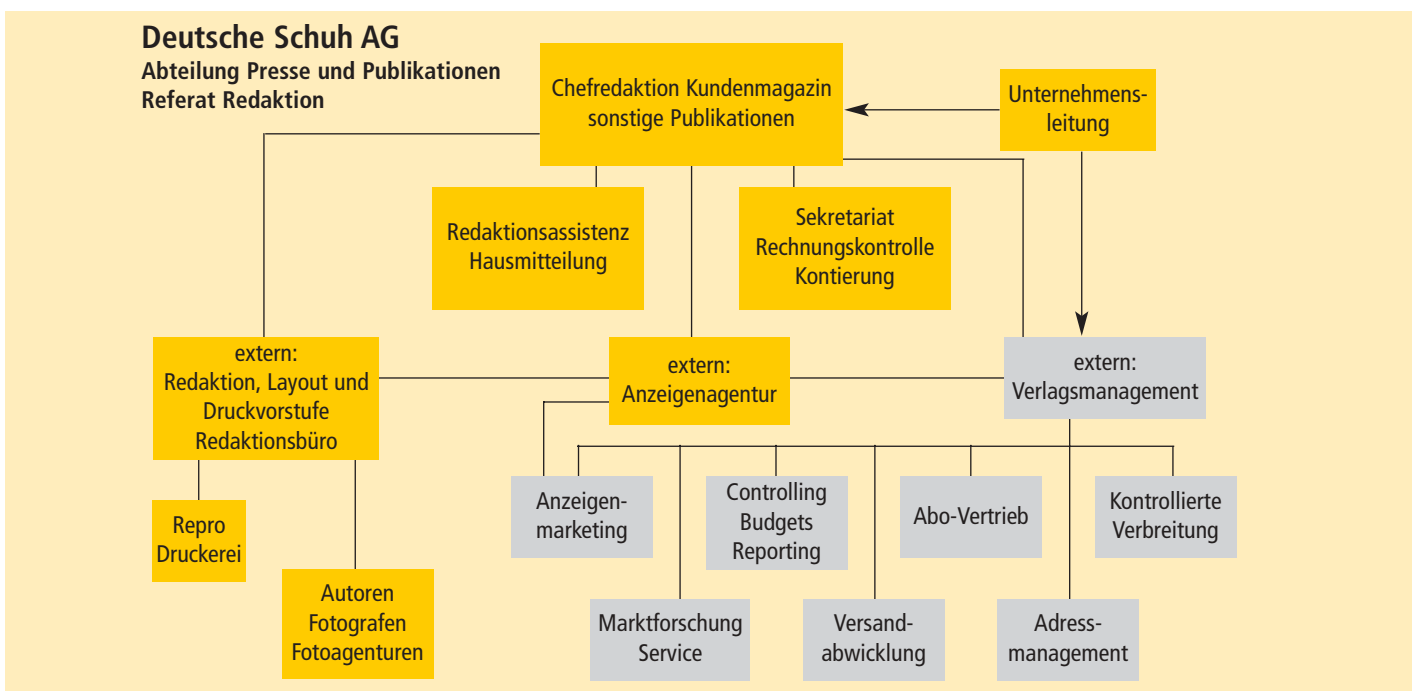
Die redaktionelle Leistung für eine Kundenzeitschrift wird je nach Objekttyp

mehr oder weniger aufwändig erbracht. Aufgrund der kumulativen Wirkung von Honoraren für Autoren, Fotografen, Abbildungsrechte und Übersetzer sowie der redaktionellen Umfänge sollte der Auftraggeber mit der Redaktion ein tiefer gegliedertes verbindliches Budget vereinbaren und kontrollieren.

Die von der internen Redaktion über ein Redaktionsbüro gesteuerte Zeitschrift ist trotz geringen Umfangs aufwändig gestaltet. Der geplante Gesamtumfang des Beispiels beträgt 384 Seiten p.a, davon 72 Anzeigenseiten. Für die verbleibenden 312 redaktionellen Seiten ist vorgesehen, dass die interne Redaktion rund acht Seiten, die Agentur 18 Seiten pro Ausgabe erstellt. Regiekosten der externen Redaktion sind vor allem dann einzukalkulieren, wenn diese die Steuerung der nachgelagerten Dienstleister wie Grafik-Studio, Druckerei, Autoren- und Fotografen-Netzwerk übernimmt. Zu beachten ist, dass laut Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) auf Honorare an »selbst-

Objektkennziffern	
Frequenz	12 Ausgaben p.a.
Auflage	30 000 Ex.
Umfang	32 Seiten
Format	21 x 28 cm
Farbigkeit	4c

Kosten Redaktion	
Kostenarten	TEUR
Honorare	97
Personalkosten, anteilig	104
Regiekosten Redaktionsbüro	43
Summe	244



Planung und Vollkostenkalkulation 11.1

ständige Künstler und Publizisten« die Künstlersozialabgabe pauschal in Form von Prozentsätzen erhoben wird. Der Satz liegt 2001 bei 3,9 Prozent. Bemessungsgrundlage sind die in einem Kalenderjahr an den genannten Personenkreis gezahlten Honorare, ohne Auslagen und Nebenkosten. Beim Beispiel unten wird die Zahlung rund 3780 Euro betragen.

Personalkosten			
Funktion	Bruttopersonalkosten TEUR p.a.	Anteilige Kapazität	Anteilige Kosten SchuhReport (TEUR)
Chefredakteur	74	70%	52
Redaktionsassistent	51	60%	31
Sekretärin	43,5	50%	22
Summe	168,5		105

Honorargliederung			
		Ausgabe	Jahr (x12)
Umfang inkl. Umschlag		32	384
Redaktionsseiten		26	312
Anzeigenseiten		6	72
Textanteil in %		60	60
Bildanteil in %		40	40
Interne Seitenleistung		8	96
Externe Seitenleistung		18	216
Bildvolumen s/w		30	360
		Euro/Ausgabe	Euro/Jahr
Seitenhonorar extern (18x)	307	5 526	66 312
Bildhonorar (30x)	25,60	768	9 216
Pressedienste (Online)		256	3 072
Schlußredaktion		511	6 132
Sonstige		1 023	12 276
Summe Honorare		8 084	97 008
Fremdhonorar pro Redaktionsseite*	310,7		

*Summe Honorare dividiert durch Anzahl der redaktionellen Seiten; Honorare in Euro gerundet

Kosten Personal

Die Bruttopersonalkosten (Gehalt plus soziale/freiwillige Nebenkosten) der internen Redaktion werden in diesem Beispiel anteilig kalkuliert, da die Personen noch andere Aufgaben wahrnehmen.

Erlöse/Kosten Anzeigen

Beschließt das herausgebende Unternehmen, Anzeigen im Kundenmagazin aufzunehmen, und bringt das Magazin die mediatechnischen Voraussetzungen mit, dann wird das übliche Belegartenspektrum von Zeitschriften angeboten: Flächenanzeigen, Beilagen, Durchhefter, Anzeigen mit Tip-on-Elementen usw.

Ein erfolgreiches Anzeigengeschäft setzt professionelles Marketing, Abwicklung und Verwaltung voraus. Kundenmagazine, die nicht in Verlagen mit Anzeigenabteilung verlegt werden, sollten das Anzeigengeschäft über eine erfahrene Anzeigenagentur abwickeln. Basis ist in der Regel eine Teilung des Anzeigen-Nettoerlöses im Verhältnis von 55 bis 60 Prozent Auftraggeber zu 35 bis 40 Prozent Agentur. Zu beachten: Die Agentur kann nach § 89b HGB bei Vertragsende Ausgleichsansprüche geltend machen.

Folgende Kosten fallen generell beim Beschaffen von Anzeigen an:

- _ Anzeigenmarketing
- _ Marktforschung
- _ Anzeigenprovision
- _ Anzeigenverwaltung

Wird eine Fullservice-Agentur eingeschaltet, kalkuliert der Auftraggeber nur den vereinbarten Erlösanteil vom erzielten Anzeigennetto (= Erlöse minus Mehrwertsteuer, Boni, Skonti, Rabatte), bei diesem Beispiel 60 Prozent.

Planung und Vollkostenkalkulation 11.1

In aller Regel entwickelt die Agentur eine am Wettbewerb orientierte Preisliste (Tarif), die jährlich im III. bis IV. Quartal für das Folgejahr angepasst wird. Zum Vereinfachen der Budgetplanung wird aus den nach Belegarten, Mengen- und Malstaffeln sowie Farbigkeit unterschiedlichen Erlösen ein rechnerischer Durchschnitt pro Anzeigenseite gebildet.

Nebenrechnung Anzeigen (Agenturkonzept)		
		TEUR
Tarif/Seite/4c ,Euro	2 550	
Durchschn. Nettoerlös/		
Seite/4c, Euro	2 150	
Anzeigenseiten		
je Ausgabe	6	
Anzeigenseiten p.a.	72	154,6
Provision		
Anzeigenagentur %	40	61,9
Anzeigenerlös		
Auftraggeber %	60	92,7

Kosten Versand

Der optimale Versandweg für Zeitschriften ist die Press Distribution (s. Kapitel 9, S. 114). In der Regel wird die Druckerei oder ein Versender beauftragt, die Versandaufbereitung und Postauflieferung zu leisten. Die Aufwendungen für den Zeitschriftenversand bilden einen erheblichen Posten in der Gesamtkalkulation. Veränderungen bei Auflage und Seitenumfang wirken sich unmittelbar auf die Versandkosten aus. Veränderungen bewirken bei hohen Auflagen schnell erhebliche Budgetabweichungen. Auflagen- und Umfangsteuerung liegen in der Verantwortung der Redaktion.

Ein wichtiger Kostenfaktor ist auch das Adressenmanagement. Zur Versandoptimierung ist eine permanente Pflege der verwalteten Adressen erforderlich. Der Aufwand ist nicht zu unterschätzen, da die Veränderungsrate bei Adressen bis zu 25 Prozent jährlich erreichen kann.

Nebenrechnung Versand			
Nebenrechnung Versand			
Auflage 30 000 Ex. an Einzelempfänger, 32-Seiten-Objekt, 74 Gramm	Euro/Exemplar		
Porto Pressesendung	0,4693		
Druckereiversand	0,0614		
Versandaufbereitung + Etiketten	0,0102		
Adressbearbeitung neu/ändern	0,0051		
Summe Versand	0,5460		16 380,00
Nebenrechnung Adressenverwaltung			
Maßnahme	Menge, ca.	Euro/Ex.	Euro/Jahr
Adressänderungen 20% p.a.	6 000	0,36	2 160,00

Herstellungskalkulation eine Ausgabe			
Auflage/Ex.	30 000	Kalkulation (in Euro)	
Frequenz p.a.	12	Vorstufe: imprimierter Datenträger	2 660
Umfang inkl. Umschlag/		Papier	3 530
Seiten	32	Druck	6 390
Format/cm	21 x 28	Digitalproofs/Ausgabe	920
Farbe, Euroskala	4/4	Gesamtkosten 1 Ausgabe	13 500
Rollenoffsetdruck, matt		Gesamtkosten Jahrgang	161 980
Recyclingpapier, g/qm,	75		
Rückendrahtbindung			
Vorstufe, fertige			
Redaktionsseite/Euro	102		

einem 32-Seiten-Produkt kann aus Kostengründen der Umschlag auf dem Innenpapier mitgedruckt werden. So entfallen separate Fertigung des Umschlages und Bindearbeiten. Die Höhe der Kosten ist auflagen- und umfangsabhängig. Aber auch Papierqualität und -gewicht, Farbigkeit, Format, Bindeart, Insertionsarten beeinflussen die Kalkula-

Kosten Herstellung

Den proportional höchsten Anteil bei den direkten Kosten nehmen oft die Herstellungskosten ein. Bei Auflagen bis 20 000 Exemplare setzt man in der Regel Bogenoffsetdruck, bei höheren Auflagen Rollenoffsetdruck und bei sehr hohen Auflagen das Tiefdruckverfahren ein. Bei

Planung und Vollkostenkalkulation 11.1

tion. Die Druckpreise sollten jährlich überprüft, bei Neuentwicklungen mehrere Angebote eingeholt werden.

Die Vollkostenkalkulation

Die auf der folgenden Seite beginnende Zeitschriftenkalkulation zeigt nun im Überblick den Gesamtaufbau der auf Monate periodisierten Deckungsbeitragsrechnung sowie im unteren Teil die Multiplikatoren, die sich aus den Objektkennziffern ergeben.

Vorlaufkosten für die Konzeptionsentwicklung sowie Gemeinkostenanteile des Unternehmens (Umlage) wurden in diesem Beispiel nicht berücksichtigt. Das Betriebsergebnis entspricht der budgetierten Investition für das Magazin. Das Budget ist mit einem Tabellenkalkulationsprogramm erstellt worden. Auf dieser Basis können in der Planungsphase problemlos Varianten gerechnet werden, beispielsweise, um die Effekte bei Auflagen- und Umfangsveränderungen zu analysieren.

Checkliste: Entwicklungskosten Kundenzeitschriften

Eine Business-to-Business-Publikation soll die Öffentlichkeitsarbeit eines Un-

ternehmens wirksam unterstützen. Ein leserorientiertes Konzept, das die Kompetenz des Unternehmens aufgreift, steht am Anfang der Planungsphase. Die Entwicklungskosten sind abhängig von der Intensität, mit der sich das beauftragte Beratungsunternehmen mit der Breite des Leistungsangebots und den Erwartungshaltungen der potenziellen Leser beschäftigt.

Häufig ist die Konzeption einer Kundenzeitschrift integrierter Bestandteil eines Corporate-Identity-Projekts. Mit dem Konzept soll auch die langfristige Sicherstellung der redaktionellen Qualität definiert werden. Die dafür notwendige verlegerische Infrastruktur ist in den meisten Unternehmen nicht vorhanden. Es bietet sich deshalb an, die Konzeptentwicklung und Produktion entsprechenden Spezialisten zu übertragen.

Der Verantwortliche im Unternehmen vertritt den Herausgeber, übernimmt die presserechtliche Verantwortung und steuert den oder die Dienstleister inhaltlich und betriebswirtschaftlich. Kostenrechnerisch bietet das Outsourcing der zentralen Dienstleistungen meist Vorteile.

Kosten für die Konzeptentwicklung		
Leistungen/Agentur	Preis/Euro	Inhalte
Konzeptionsentwicklung	ab 4 600	Einmalige Kosten; Magazinkonzept redaktionell, grafisch, technisch, logistisch, individuell auf die Publikationsziele des Unternehmens zugeschnitten (Positionierung)
Titelentwicklung	ab 1 790	Variantenkonzept für Haupt- und Untertitel, urheberrechtliche Prüfung
Logo-Entwicklung	ab 2 050	Verwendungsvarianten für Titel, Geschäftsdokumentation und Werbung
Umsetzung der Konzeption	ab 9 200	Musterseiten Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, redaktionelle Seiten für Musterbeiträge, Rubriken, Anzeigen inkl. Abstimmungs- und Präsentationskosten der Agentur
Full-run-Konzept	ab 4 090	Verlegerische Planung für die Organisation inkl. Outsourcing von Leistungen, Markteinführung des Objekts, Versand- und Vertriebsabwicklung, Verträge, Budgetierung und Controlling
Vorlaufplanung gesamt	ab 21 730	Entscheidungsgrundlage für Auftraggeber
Quelle: Keysselitz GmbH Kommunikationskonzepte, Kommunikationsmanagement, München, Preise in Euro gerundet		

Deckungsbeitrag 11.2

SchuhReport – Frequenz zwölf Ausgaben p.a., Auflage 30 000 Ex., Umfang 32 Seiten 4c, Rollenoffsetdruck

Deckungsbeitragsrechnung – Budget 2002/periodisiert													
	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Kum.
in TEUR													
1 Vertriebslöse Ausland	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2 Vertriebslöse Inland	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3 Vertriebslöse gesamt	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4 Sonstige Erlöse	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5 Anzeigenerlöse	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	302,40
6 Zuschüsse	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7 Summe Erlöse	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	12,89	154,68
8 Herstellung extern	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	162,00
9 Herstellung Vorstufe	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	2,66	31,92
10 Honorare Text/Bild	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	8,11	97,32
11 Anzeigenprovision	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	5,15	61,80
12 Porti/Versandkosten	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75	165,00
13 Kosten Redaktionsbüro	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	3,58	42,96
14 SA Einzelkosten 1	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	46,75	561,00
15 Deckungsbeitrag 1	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-33,86	-406,32
16 Werbekosten Abo.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17 Tel./Port./Spedition	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	3,12
18 Büro/Verwaltung	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	3,12
19 Beiträge, Versicherungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20 Drucksachen/Werbemittel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21 Reisekosten	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	3,12
22 Vertriebsprov.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
23 Bewirtung/Messe/Präs.	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	1,44
24 Sonstige Aufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25 Summe Einzelkosten 2	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	10,44
26 Deckungsbeitrag 2	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-34,73	-416,76
27 Umlage Personal	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	104,28
28 Umlage Gemeinkosten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
29 Summe Umlage	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	8,69	104,28
30 Betriebsergebnis v. St.	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-43,42	-521,04
1. Anzeigen-/Heftumfang													
31 Anzeigenseiten bez.	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
32 Redaktionsseiten	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	312
33 Gesamtseiten	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384
34 Anteil Anzeigen in %													
35 Seitenpreis in DM	5.000												
36 Nettoerlös/Seite in DM	4.200												
37 Nettoerlös/Seitenpreis	84%												
2. Abo/Aboerlöse (in Euro)													
38 Abonnenten Ausland bez.													
39 Abonnenten Inland bez.													
40 Abo													
41 Abo-Preis/Inland	0,00												
42 Erlös/Abo/Ausl.	0,00												
43 Erlös/Abo/Inl.	0,00												
3. Auflagenstruktur													
44 Verkaufte Auflage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45 Freiexemplare/Frei-Abos	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	29500	354000
46 Streuverwand	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47 Beleg-/Werbeexemplare	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
48 Archiv-/Restexemplare	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
49 Druckauflage	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	360000
4. Kosten													
50 Herstellkosten Druck/Ex./TEUR	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45	
51 Druckvorstufe/Textseite/TEUR	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	
52 Honorare/Textseite/TEUR	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	0,31	
53 Anzeigenprovisionsatz	40%												
54 Vertriebskosten/Ex.(75g)/EUR	0,48												

Deckungsbeitrag 11.2

SchuhReport – Frequenz sechs Ausgaben p.a., Auflage 7 500 Ex., Umfang 88 Seiten 4c, Bogenoffsetdruck

Deckungsbeitragsrechnung – Budget 2002/periodisiert													
	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Kum.
in TEUR	1		2		3		4		5		6		
1 Vertriebs Erlöse Ausland	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2 Vertriebs Erlöse Inland	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
3 Vertriebs Erlöse gesamt	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
4 Sonstige Erlöse	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
5 Anzeigenerlöse	13,80		13,80		13,80		13,80		13,80		13,80		82,80
6 Zuschüsse	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
7 Summe Erlöse	13,80		13,80		13,80		13,80		13,80		13,80		82,80
8 Herstellung extern	14,77		14,77		14,77		14,77		14,77		14,77		88,62
9 Herstellung Vorstufe	7,98		7,98		7,98		7,98		7,98		7,98		47,88
10 Honorare Text/Bild	24,33		24,33		24,33		24,33		24,33		24,33		145,98
11 Anzeigenprovision	5,52		5,52		5,52		5,52		5,52		5,52		33,12
12 Porti/Versandkosten	3,98		3,98		3,98		3,98		3,98		3,98		23,88
13 Kosten Redaktionsbüro	3,58		3,58		3,58		3,58		3,58		3,58		21,48
14 SA Einzelkosten 1	60,15		60,15		60,15		60,15		60,15		60,15		360,90
15 Deckungsbeitrag 1	-46,35		-46,35		-46,35		-46,35		-46,35		-46,35		-278,10
16 Werbekosten Abo.	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
17 Tel./Port./Spedition	0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		1,56
18 Büro/Verwaltung	0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		1,56
19 Beiträge, Versicherungen	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
20 Drucksachen/Werbemittel	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
21 Reisekosten	0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		0,26		1,56
22 Vertriebsprov.	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
23 Bewirtung/Messe/Präs.	0,10		0,10		0,10		0,10		0,10		0,10		0,60
24 Sonstige Aufwendungen	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
25 Summe Einzelkosten 2	0,87		0,87		0,87		0,87		0,87		0,87		5,22
26 Deckungsbeitrag 2	-47,22		-47,22		-47,22		-47,22		-47,22		-47,22		-283,32
27 Umlage Personal	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	61,32
28 Umlage Gemeinkosten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
29 Summe Umlage	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	5,11	61,32
30 Betriebsergebnis v. St.	-52,33	-5,11	-52,33	-5,11	-52,33	-5,11	-52,33	-5,11	-52,33	-5,11	-52,33	-5,11	-344,64
1. Anzeigen-/Heftumfang													
31 Anzeigenseiten bez.	10		10		10		10		10		10		60
32 Redaktionsseiten	78		78		78		78		78		78		468
33 Gesamtseiten	88		88		88		88		88		88		528
34 Anteil Anzeigen in %													
35 Seitenpreis in Euro	1.790												
36 Nettoerlös/Seite in Euro	1.381												
37 Nettoerlös/Seitenpreis	77%												
2. Abo/Aboerlöse (in Euro)													
38 Abonnenten Ausland bez.													
39 Abonnenten Inland bez.													
40 Abo													
41 Abo-Preis/Inland	0,00												
42 Erlös/Abo/Ausl.	0,00												
43 Erlös/Abo/Inl.	0,00												
3. Auflagenstruktur													
44 Verkaufte Auflage	0		0		0		0		0		0		0
45 Freiexemplare/Frei-Abos	7 000		7 000		7 000		7 000		7 000		7 000		42 000
46 Streuverwand	0		0		0		0		0		0		0
47 Beleg-/Werbeexemplare	400		400		400		400		400		400		2 400
48 Archiv-/Restexemplare	100		100		100		100		100		100		600
49 Druckauflage	7 500		7 500		7 500		7 500		7 500		7 500		45 000
4. Kosten													
50 Herstellkosten Druck/Ex./Euro	1,97		1,97		1,97		1,97		1,97		1,97		
51 Druckvorstufe/Textseite/TEUR	0,10		0,10		0,10		0,10		0,10		0,10		
52 Honorare/Textseite/TEUR	0,31		0,31		0,31		0,31		0,31		0,31		
53 Anzeigenprovisionssatz	40%												
54 Vertriebskosten/Ex. (238g)/Euro	0,56												

Deckungsbeitrag 11.2

SchuhReport – Frequenz vier Ausgaben p.a., Auflage 10 500 Ex., Umfang 48 Seiten 4c, Bogenoffsetdruck

Deckungsbeitragsrechnung – Budget 2002/periodisiert

	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Kum.
in TEUR													
1 Vertriebs Erlöse Ausland		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
2 Vertriebs Erlöse Inland		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
3 Vertriebs Erlöse gesamt		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
4 Sonstige Erlöse		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
5 Anzeigenerlöse		13,09			13,09			13,09			13,09		52,36
6 Zuschüsse		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
7 Summe Erlöse		13,09			13,09			13,09			13,09		52,36
8 Herstellung extern		7,30			7,30			7,30			7,30		29,20
9 Herstellung Vorstufe		4,09			4,09			4,09			4,09		16,36
10 Honorare Text/Bild		12,48			12,48			12,48			12,48		49,92
11 Anzeigenprovision		5,24			5,24			5,24			5,24		20,96
12 Porti/Versandkosten		4,99			4,99			4,99			4,99		19,96
13 Kosten Redaktionsbüro		3,58			3,58			3,58			3,58		14,32
14 SA Einzelkosten 1		37,67			37,67			37,67			37,67		150,68
15 Deckungsbeitrag 1		-24,58			-24,58			-24,58			-24,58		-98,32
16 Werbekosten Abo.		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
17 Tel./Port./Spedition		0,26			0,26			0,26			0,26		1,04
18 Büro/Verwaltung		0,26			0,26			0,26			0,26		1,04
19 Beiträge, Versicherungen		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
20 Drucksachen/Werbemittel		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
21 Reisekosten		0,26			0,26			0,26			0,26		1,04
22 Vertriebsprov.		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
23 Bewirtung/Messe/Präs.		0,10			0,10			0,10			0,10		0,40
24 Sonstige Aufwendungen		0,00			0,00			0,00			0,00		0,00
25 Summe Einzelkosten 2		0,87			0,87			0,87			0,87		3,48
26 Deckungsbeitrag 2		-25,45			-25,45			-25,45			-25,45		-101,80
27 Umlage Personal	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	49,08
28 Umlage Gemeinkosten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
29 Summe Umlage	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	4,09	49,08
30 Betriebsergebnis v. St.	-4,09	-29,54	-4,09	-4,09	-29,54	-4,09	-4,09	-29,54	-4,09	-4,09	-29,54	-4,09	-150,88
1. Anzeigen-/Heftumfang													
31 Anzeigenseiten bez.		8			8			8			8		32
32 Redaktionsseiten		40			40			40			40		160
33 Gesamtseiten		48			48			48			48		192
34 Anteil Anzeigen in %													
35 Seitenpreis in Euro	2.045												
36 Nettoerlös/Seite in Euro	1.636												
37 Nettoerlös/Seitenpreis													
2. Abo/Aboerlöse (in Euro)													
38 Abonnenten Ausland bez.													
39 Abonnenten Inland bez.													
40 Abo													
41 Abo-Preis/Inland													
42 Erlös/Abo/Ausl.													
43 Erlös/Abo/Inl.													
3. Auflagenstruktur													
44 Verkaufte Auflage		0			0			0			0		0
45 Freiexemplare/Frei-Abos		10 000			10 000			10 000			10 000		40 000
46 Streuverwand		0			0			0			0		0
47 Beleg-/Werbeexemplare		200			200			200			200		800
48 Archiv-/Restexemplare		300			300			300			300		1 200
49 Druckauflage		10 500			10 500			10 500			10 500		42 000
4. Kosten													
50 Herstellkosten Druck/Ex./Euro		0,70			0,70			0,70			0,70		
51 Druckvorstufe/Textseite/TEUR		0,10			0,10			0,10			0,10		
52 Honorare/Textseite/TEUR		0,31			0,31			0,31			0,31		
53 Anzeigenprovisionsatz	40%												
54 Vertriebskosten/Ex. (130g)/Euro 0,50													