

Kalkulation von Events - Leseprobe -

Version 2.1

© 2024 Dipl.-Ing. Dipl. Event Manager (IST) Jürgen Schulte

pruefung-vak.de

Kalkulationsschritte

Anfrage durch den Kunden		Budget
Grobkonzept oder Ideenskizze durch die Agentur	Kostenschätzung/ Kostenvoranschlag (un)verbindliche Schätzung, recherchiert auf Basis von Gesprächen und Angaben mit kostenintensiven Leistungsträgern	Ermitteln einer groben Kostenübersicht
Angebot durch die Agentur Konzept, Präsentation	Vorkalkulation Angebotskalkulation auf Basis präziser Angebote der Leistungsträger wichtig: Kostenpuffer und Reservebudget	Ermitteln der Selbstkosten Gewinnaufschlag Angebotspreise Budgetkalkulation Budgetverhandlung
Auftrag durch den Kunden, Freigabe des Budgets	Ziel schriftliche Budgetfreigabe vom Kunden und Klausel für Überschreitung der budgetierten Gesamtsumme	Soll-Ist-Abgleich
Projektauftrag	Zwischenkalkulation kontinuierliches Steuern des Budgets Erfassen und Überwachen der Ist-Kosten	
Planung und Organisation		
Durchführung		
Projektabschluss Nachbereitung	Nachkalkulation Kalkulation auf Basis aller Eingangrechnungen, Begründen von Extrakosten, Abrechnen von variablen Kosten	Erfolgskontrolle Abweichungsanalyse Erkenntnisse für Zukunft Vorbereiten Buchführung

© 2024 Dipl.-Ing. Dipl. Event Manager (IST) Jürgen Schulte

pruefung-vak.de

Budgetermittlung / Budgetverfahren

Top-Down-Verfahren: Das festgelegte Budget wird hierarchisch auf die Teilbudgets verteilt.

Bottom-Up-Verfahren: Das Budget wird durch das schrittweise Zusammenfassen von Teilbudgets ermittelt.

Gegenstromverfahren: Das Budget wird durch eine Verknüpfung der beiden zuvor genannten Planungsarten ermittelt. Die nach der Bottom-Up- und Top-Down-Budgetierung ermittelten Ansätze werden dabei gegenübergestellt und in einem mehrstufigen Prozess miteinander abgeglichen.

Objective-and-Task Methode (Ziel-Aufgaben-Methode): Der Ausgangspunkt ist das Ziel, das mit einem Event erreicht werden soll. Das Budget wird ausgehend vom Ziel festgelegt. Es besteht ein Zusammenhang zwischen dem Ziel und der Höhe des Budgets. Aus dem Ziel werden Maßnahmen abgeleitet und die Kosten aller Maßnahmen zusammengestellt. Sind die Kosten höher als die zur Verfügung stehenden Mittel, wird das Ziel angepasst. Die Idee ist es, ein gesetztes Ziel mit den eingesetzten Mitteln zu erreichen anstatt Mittel zu verwenden und ein Ziel gar nicht oder nur unzureichend zu erreichen. Das Verfahren ist aufwendig und manchmal gelingt es nicht, aus dem angestrebten Ziel eindeutige Maßnahmen abzuleiten.

Budgetermittlung seitens Auftraggeber: Das Budget einer Event Agentur für eine Event Marketing-Maßnahme ergibt sich aus zwei verschiedenen Vorgehensweisen des Auftraggebers:

Der Auftraggeber bestimmt das Gesamtbudget für alle Marketingkommunikationsmaßnahmen und ein Teilbudget für den Bereich Event Marketing und verteilt es auf die einzelnen Events resp. Agenturen (Top-Down-Methode). Die Event-Konzepte werden den Budgets angepasst.

Der Auftraggeber plant Event-Marketing-Maßnahmen und lässt sich Kostenvoranschläge und/ oder Angebote von den Agenturen erstellen. Die Summe aller Angebote bildet das Teilbudget für den Bereich Event Marketing (Bottom-Up-Methode). Das Teilbudget wird durch die Konzepte bzw. Angebotskalkulationen bestimmt.

Summarische Zuschlagskalkulation

Bei der Kalkulation eines Events werden die bei anderen Kostenstellen anfallenden Gemeinkosten (z.B. Miete) den Kosten zur Leistungserstellung eines Events (z.B. Konzeption, Projektarbeit) zugeschlagen.

Ermitteln des Gemeinkostenanteils

Der Gemeinkostenzuschlagssatz wird im Gegensatz zum Verfahren des Betriebsabrechnungsbogens vereinfacht durch die Division aller Gemeinkosten durch die gesamten Einzelkosten ermittelt:

Personaleinzelkosten	500.000 €
Materialeinzelkosten	100.000 €
Summe Einzelkosten	600.000 €
Gemeinkosten	150.000 €
Gemeinkostenzuschlag	$150.000 \text{ €} \div 600.000 \text{ €} \cdot 100 \text{ in \%} = 25 \%$

Summarische (einstufige) Zuschlagskalkulation

Die Gemeinkosten werden mit dem errechneten Zuschlagssatz auf die Einzelkosten eines jeden Projektes umgelegt. Dieses Verfahren unterstellt eine Proportionalität zwischen den Einzelkosten und den Gemeinkosten (kritische Annahme, da die Gemeinkosten fixe Bestandteile enthalten).

Kalkulation der Selbstkosten

Personaleinzelkosten	25.000 €
+ Materialeinzelkosten	10.000 €
= Herstellkosten	35.000 €
+ anteilige Gemeinkosten (25 %)	8.750 €
= Selbstkosten	43.750 €

Kalkulation auf Einzelkostenbasis

Ermitteln der Angebotspreise getrennt nach Eigenleistung und Fremdleistung

Der Angebotspreis für die Eigenleistung der Agentur wird mit Hilfe der so genannten summarischen Zuschlagskalkulation und einem Gewinnaufschlag ermittelt. Einige Agenturen berechnen ihren Kunden nur die tatsächlich entstandenen Fremdleistungskosten. Andere ermitteln den Angebotspreis für die Fremdleistungen mittels Aufschlag in Form einer Handling-Fee. Die **Handling-Fee** (auch Handling-Pauschale, Handling-Gebühr, Handling-Charge) deckt die Kosten für die Auswahl und Koordination der externen Dienstleister. **Nicht verwechseln mit den Handlungskosten bei der Handelskalkulation!** Ob eine Agentur die Handling-Fee erhebt oder nicht, ist eine unternehmenspolitische Entscheidung.

Gesamtkosten = Selbstkosten + Fremdleistungskosten

Eigenleistung (Agentur)

Personaleinzelkosten + Materialeinzelkosten = Herstellkosten
+ anteilige Gemeinkosten (15 % – 25 %) inkl. betriebseigene Fremdleistung (z.B. Telefon, Miete) = Selbstkosten
+ Gewinnaufschlag (10 % bis 30 %)
= Angebotspreis der Eigenleistungen

Fremdleistung (betriebsfremd)

Fremdleistungseinzelkosten
+ Handling-Fee (10 % - 20 %)
= Angebotspreis der Fremdleistungen

Kalkulation auf Einzelkostenbasis

Ermitteln des Angebotspreises auf Basis der Gesamtkosten

Eine andere Möglichkeit ist es, die Eigenleistungen und Fremdleistungen in Summe als Projektkosten zu erfassen und den Angebotspreis mit einem Gewinnaufschlag zu ermitteln.

Eigenleistung der Agentur

Personaleinzelkosten + Materialeinzelkosten = Herstellkosten
+ anteilige Gemeinkosten (15 % – 25 %) inkl. betriebseigene Fremdleistung (z.B. Telefon, Miete) = Selbstkosten
+ Fremdleistungseinzelkosten
= Projekt-/ Gesamtkosten
+ Gewinnaufschlag (10 % bis 30 %)
= Angebotspreis

Hinweise für die IHK-Prüfung

Oftmals werden in den Aufgaben die Eigenleistung und die Fremdleistung nicht getrennt aufgeführt. Der Gemeinkostenzuschlag wird in diesen Fällen in % einer Kostenart oder in absoluten Zahlen angegeben. In Ausnahmefällen erfolgt neben der Aufstellung der Veranstaltungskosten die Angabe von „anteiligen betrieblichen Fixkosten“.

Kalkulatorische Stundensätze

Der Einsatz von Personal wird nach Aufwand in Stunden- oder Tagessätzen kalkuliert. Grundlage für die Ermittlung der Personalkosten sind die vereinbarten Gehälter. Um die Kosten für eine geleistete Arbeitsstunde zu berechnen, müssen von den betrieblichen Arbeitsstunden die Urlaubs- und Krankheitstage abgezogen werden. Der Stundensatz ist die Basis für die Kalkulation des Angebotspreises.

Beispiel: Projektmitarbeiter im Bereich Planung mit einem monatlichen Bruttogehalt von 2.000 €, 30 Tagen Urlaub, einer 5-Tage-Woche und einer täglichen Arbeitszeit von 8 Stunden:

12 Monatsbruttogehälter	24.000,00 €	Kalendertage pro Jahr	365
+ Weihnachtsgeld	3.000,00 €	- Wochenenden	104
Bruttogehalt	27.000,00 €	- Feiertage	11
Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung	5.285,25 €	= betriebliche Arbeitstage	250
Arbeitgeber-Unfallversicherung 1,5 %	405,00 €	- Urlaubstage	30
Kosten pro Jahr	32.690,25 €	- Krankheitstage	10
÷ 210 = Einzelkosten pro Arbeitstag	155,67 €	= geleistete Arbeitstage	210
÷ 8 = Einzelkosten pro Arbeitsstunde	19,46 €	· 8 = geleistete Arbeitsstd.	1680
· 1,25 Gemeinkostenzuschlag = Selbstkosten pro Arbeitsstunde	24,33 €		
· 1,2 Gewinnzuschlag = Angebotspreis pro Arbeitsstunde	29,20 €		

Zum Vergleich: Bruttolohn pro Stunde in der betrieblicher Arbeitszeit: $24.000 \text{ €} \div 250 \div 8 = 12 \text{ €}$

Die Gehaltsnebenkosten betragen: $19,46 \text{ €} - 12 \text{ €} = 7,46 \text{ €}$ also 62,17 %

Auslastung: Kein Mitarbeiter ist die komplette Arbeitszeit Projekten zugeordnet. Daher wird ein Anteil der Personalkosten als Gemeinkosten gebucht.

Typische Kostenarten

Kostenarten der Eigenleistung einer Agentur

Konzeptkosten, Kreation
Beratungskosten
Planungs- und Organisationskosten, Durchführungskosten
Nachbereitungskosten, Kosten für die Erfolgsmessung, Kosten für Dokumentation
Vertriebs- und Verwaltungskosten, Bürokosten
Verbrauchsmaterial, Porto, Reisekosten
Anschaffung von Geräten

Ausgewählte Kostenarten (meist Fremdleistungen) für ein Event

Location, Infrastruktur	Werbung
Technik, Bühne	Künstlergagen
Transport	Logistik
Inszenierung, Programm	Reinigung, Entsorgung
Servicepersonal	Grafik, Design
Gebühren	Steuern, Abgaben
Versicherungen	Security
Catering	Telekommunikationskosten
Hotel	Anreisekosten
Transfers	Pressearbeit
Dekoration	Requisiten, Ausstattung

Veranstaltungs-Break-even und Deckungsbeitrag

Veranstaltungs-Break-even (Gewinnschwelle) = Veranstaltungskosten

Die Erlöse und Kosten einer Veranstaltung sind gleich hoch und somit entsteht weder Verlust noch Gewinn.

Deckungsbeitrag = Erlöse - (variable) Veranstaltungskosten (Teilkostenrechnung)

Der Deckungsbeitrag ist der Anteil der Erlöse zur Deckung der anteiligen betrieblichen Fixkosten.

Gewinn = Erlöse - Gesamtkosten oder **Gewinn = Deckungsbeitrag - anteilige Fixkosten**

Beispiel: Kosten für die Veranstaltung

Technik, Location-Miete	2.500 €
+ Künstlergage	2.000 €
+ Personal	1.000 €
+ Werbung	2.000 €
= Summe der variablen Kosten	7.500 €
+ anteilige betriebliche Fixkosten (als bekannt vorausgesetzt)	1.500 €
= Veranstaltungskosten = Veranstaltungs-Break-even	9.000 €
Erlöse (Eintrittsgelder, Sponsorengelder etc.)	9.500 €
Deckungsbeitrag	9.500 € - 7.500 € = 2.000 €
Der Deckungsbeitrag deckt die anteiligen Fixkosten von 1.500 €.	
Gewinn	9.500 € - 7.500 € - 1.500 € = 500 €
	oder 2.000 € - 1.500 € = 500 €

Deckungsbeitragsrechnung

Mit Hilfe der **Deckungsbeitragsrechnung als Teilkostenrechnung** kann ermittelt werden, wie viele Teilnehmer*innen zu einer Veranstaltung kommen müssen, damit die Kosten für die Veranstaltung gedeckt sind. Wenn die Anzahl der Teilnehmer*innen bekannt ist, lässt dich die Höhe des Eintrittsgelds oder der Anmeldegebühr errechnen, die für eine Kostendeckung notwendig ist.

Beispiel für eine Tagung

Teilnahmegebühr	160,00 €
Fixkosten	
Agenturleistung (inkl. Gemeinkosten)	1.500,00 €
Miete Seminarräume	800,00 €
Honorare, Personal	1.700,00 €
Werbung, Versand	800,00 €
Medientechnik, Ausstattung	600,00 €
	5.400,00 €
Konferenzunterlagen	20,00 €
Verpflegung	35,00 €
Rahmenprogramm	15,00 €
Variable Kosten pro Teilnehmer	70,00 €
Fremdleistungen inkl. Handling-Fee	

1. Berechnung der Anzahl Teilnehmer*innen Deckungsbeitrag pro Teilnehmer*in:

Erlös - variable Kosten

$$160 \text{ €} - 70 \text{ €} = 90 \text{ €}$$

Break-even:

Fixkosten ÷ Deckungsbeitrag pro Teilnehmer*in

$$5.400 \text{ €} \div 90 \text{ €} = 60$$

60 Anmeldungen sind notwendig, um Kostendeckung zu erreichen.

2. Berechnung der Höhe der Teilnahmegebühr

Wenn die **Anzahl der Teilnehmer*innen bekannt ist (z.B. 50)**, kann die erforderlichen Höhe der Teilnahmegebühr errechnet werden:

Fixkosten ÷ Anzahl + variable Kosten pro Teilnehmer*in

$$5.400 \text{ €} \div 50 + 70 \text{ €} = 178 \text{ €}$$

Bei 50 Teilnehmer*innen muss die Teilnahmegebühr

178 € betragen.