



WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT

PROFIL

E

DOKUMENTATION

SERIE

2

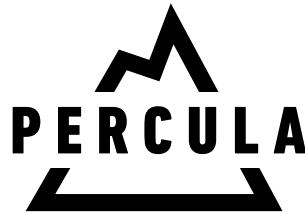
TEIL 1

Inhalt

1	FALLBEISPIEL <i>PERCULA AG</i>	
A	Geschäftsbeschreibung <i>PERCULA AG</i>	3
	1 Entstehung	
	2 Vertrieb und Absatz	
	3 Sortiment	
	4 Zukunftsaussichten	
B	SHAB Auszug der <i>PERCULA AG</i>	5
C	Bilanz nach Gewinnverwendung und Gewinnverteilungsplan	6
D	Formelsammlung	7
E	Organigramm	8
F	Kontenplan der Käser Sport AG	9
G	Auftragsbestätigung für den Einkauf von Outletprodukten	10

1 FALLBEISPIEL *PERCULA AG*

A Geschäftsbeschreibung der *PERCULA AG*



1 Entstehung

Die heutige *PERCULA AG* wurde bereits vor über 150 Jahren durch Alfred Frey gegründet. Zuerst fertigte er Seile für die Landwirtschaft. Da die Nachfrage in der Landwirtschaft anfangs des 20. Jahrhundert stark zurückging, suchte der Sohn des Firmengründers, Franz Frey, nach einer Nische. In der Produktion von Bergseilen gelang ihm dies. Bergseile mussten so gefertigt werden, dass sie einen Sturz auffangen und nicht reissen konnten. Franz Frey stellte ein solches Seil aus Kunstfasern her und genoss damit in der Bergsportszene schnell einen guten Ruf. Bereits Ende der 50er-Jahre entwickelte er ein Seil, das im Kern aus mehreren Seilen bestand. Diese Entwicklung führte zu einer Vervielfachung des Absatzes. In den 70er-Jahren kämpften viele Produktionsbetriebe in der Schweiz ums Überleben. Die heutige *PERCULA AG*, die damals noch Seilwarenfabrik AG hiess, erkannte die Zeichen der Zeit und begann zu exportieren. Im gleichen Zeitraum erweiterte die Unternehmung ihre Kollektion im Sport- und Outdoorbereich. Anfangs der 80er-Jahre wurde der Name in *PERCULA AG* geändert. Um das Sortiment optimal zu erweitern, kaufte man gezielt Marken mit verschiedenen Produkten auf. Ebenfalls anfangs der 80er-Jahre startete die *PERCULA AG* ihre erste Bekleidungskollektion. Jacken und Hosen mit Gore-Tex kamen auf den Markt.

Im Jahre 2006 brachte man das Lawinen-Verschütteten-Suchgerät «Barryvox» auf den Markt, das bis heute im absoluten Topsegment der Suchgeräte rangiert. Dieses wurde in den letzten Jahren immer weiterentwickelt und neu werden solche Geräte in Form von Chips in Kleidern eingebaut. Die *PERCULA AG* beschäftigt weltweit rund 600 Mitarbeiter.

2 Vertrieb und Absatz

Der Schweizer Outdoor-Markt deckt zwischen einem Viertel und einem Fünftel des Schweizer Sportartikelhandels ab. Der Umsatz im Schweizer Outdoor-Markt liegt damit bei rund 400 Mio CHF. Im Jahre 2017 wehte dem Schweizer Sporthandel völlig unerwartet ein scharfer Wind entgegen. Kein Schnee, zu warme Temperaturen und die negative Preisentwicklung aufgrund der Aufhebung des Euromindestkurses waren schuld daran. Dazu kam, dass die Kunden zurückhaltender geworden sind und der Markt gesättigt ist. Generell hat sich der Wettbewerb in der Branche verschärft, etwa durch sportfremde Anbieter wie Tchibo, Aldi, Lidl oder Otto's. Bei der *PERCULA AG* hat sich der Umsatz seit 2014 rückläufig entwickelt.

Die *PERCULA AG* vertreibt ihre Produkte in Europa hauptsächlich in der Schweiz, in Deutschland und Österreich. Dabei werden rund 70% des Umsatzes im Ausland erwirtschaftet. Das Unternehmen erzielt rund die Hälfte des Umsatzes im Bekleidungs-Sortiment. Der Rest stammt vor allem von Seilen, Gurten und einer umfassenden Bergsport-Ausrüstung wie z. B. Rucksäcken, Freeride-Ski und Lawinen-Suchgeräten.

Die Umsatzeinbussen in den drei Hauptabsatzgebieten in Europa konnten zum grössten Teil durch mehr Umsatz in den asiatischen Märkten wettgemacht werden. In diesen Märkten sieht man auch das grösste Wachstumspotenzial. Im Jahre 2017 eröffnete die *PERCULA AG* in Hongkong ein eigenes Vertriebsbüro, damit besser auf die Wünsche der asiatischen Kunden eingegangen werden kann. Japan, Südkorea und China sind die drei ausländischen Märkte, die von der *PERCULA AG* künftig noch intensiver bearbeitet werden sollen. Der Vertrieb der *PERCULA AG* erfolgt vorwiegend über den Detailhandel.

3 Sortiment

Das ursprüngliche Sortiment von Bergsportseilen wurde in den letzten Jahrzehnten durch geschickten Zukauf von verschiedenen Unternehmungen ausgebaut. Heute umfasst das Sortiment folgende Produkte:

- Bergsteigen: Rucksäcke, Bekleidung und Zubehör
- Klettern: Helme, Gurte, Ausrüstung, Seile, Funktionsbekleidung, Jeans und Rucksäcke
- Freeride: Lawinenrucksäcke, Lawinen-Verschütteten-Suchgeräte und Bekleidung mit einem eingebauten Lawinensuchchip

Bis 2020 will man wieder deutlich wachsen. Die *PERCULA AG* möchte nicht nur digitaler werden und stärker auf Asien setzen, sondern auch das Produkteportfolio optimieren. Man will «urbane Freizeitbedürfnisse» wie den ambitionierten Hobby-Bergsteiger ansprechen. Man möchte jedoch kein alpines Modelabel werden, sondern den ursprünglichen Bergsport-Gedanken in allen Produktkategorien stärken. Die Funktion der Produkte soll immer oberste Priorität haben und man will weiterhin im Premiumsegment bleiben. Damit dies auch weiterhin so bleibt, kämpft die *PERCULA AG* gegen Rabatte in Läden und im Internet. Mit Rabatten signalisierte man den Konsumenten bisher, dass die *PERCULA*-Produkte weniger wert waren, als auf dem Preisschild angegeben war.

Die *PERCULA AG* ist der Meinung, dass ihre Produkte und Servicedienstleistungen ihren Preis wert sind. Der Lifestyle der heutigen Zeit führt dazu, dass Funktionsbekleidung auch für einen Spaziergang genutzt werden kann. «Wenn jemand mit unseren Produkten an der Bahnhofstrasse flanieren will, weil sie schön sind, dann freuen wir uns darüber», heisst es im Jahresbericht dazu. Scharfer Wind wehte der Outdoorbranche und insbesondere der *PERCULA AG* in letzter Zeit durch Greenpeace entgegen. Diese kritisieren, dass sich in Kleidern, Rucksäcken und Schlafsäcken oft umwelt- oder gesundheitsschädigende Chemikalien befinden.

4 Zukunftsaussichten

Damit man wieder näher an den Heimmarkt und zu den Kunden und ihren Bedürfnisse kommt, wurde im Jahre 2017 ein Webshop lanciert. Diesen will man in Zukunft noch mehr ausbauen, um dem Kunden mehr Einkaufsmöglichkeiten zu bieten.

Ende 2018 ist der erste Flagship-Store (Vorzeigeladen) an einem noch auszuwählenden Standort in einer Grossstadt in der Schweiz geplant und am Hauptsitz in Rheinfelden soll der erste eigene Outletstore entstehen. Outletprodukte sind beliebt. Aus diesem Grund eröffnet die *PERCULA AG* einen eigenen Outletstore.

Der neue Mann an der Spitze der *PERCULA AG*, Luc Ryser, seit September 2016 CEO der *PERCULA AG*, bringt neue Impulse. So möchte er mit einer digitalisierten Produktion einen Teil der ins Ausland verlagerten Produktion wieder in die Schweiz zurückholen. Man möchte in einer sogenannten Roboterfabrik individualisierte Produkte unter dem Label «Swiss Made» produzieren. Dies wird neue Arbeitsplätze in der Schweiz schaffen.

B SHAB-Auszug der PERCULA AG

Percula Sports AG, in Seon, CHE-101.012.710, Aktiengesellschaft (SHAB Nr. 76 vom 20.04.2016, Publ. 2789903). Statutenänderung: 26.08.2016. **Firma neu: PERCULA AG. Zweck neu:** Entwicklung, Herstellung, Vertrieb, Verkauf und Vermietung von Bergsportausrüstung und weiteren Artikeln für Sport/Freizeit sowie Erbringung von Dienstleistungen im Zusammenhang mit Outdoor-Aktivitäten und im Bereich Tourismus; kann Zweigniederlassungen und Tochtergesellschaften errichten, sich an anderen Unternehmen beteiligen,

Mitteilungen neu: Mitteilungen an die Aktionäre erfolgen per Brief, E-Mail oder Telefax an die im Aktienbuch verzeichneten Adressen. **Vinkulierung neu:** Die Übertragbarkeit der Namenaktien ist nach Massgabe der Statuten beschränkt. **Ausgeschiedene Personen und erloschene Unterschriften:** Müller Rolf, von Lenzburg, in Lenzburg, Geschäftsführer, mit Kollektivunterschrift zu zweien. **Eingetragene Personen neu oder mutierend:** Ryser Luc, deutscher Staatsangehöriger, in Zürich, Geschäftsführer, mit Kollektivunterschrift zu zweien.

C Bilanz nach Gewinnverwendung und Gewinnverteilungsplan
Schlussbilanz per 31.12.2017

nach Gewinnverwendung (Zahlen in CHF 1 000)

Aktiven		Passiven	
Flüssige Mittel	20	Verbindlichkeiten LL	1 120
Wertschriften	50	Bankkontokorrent	1 980
Forderungen LL	1 800	Beschlossene Ausschüttungen	200
Rohmaterialvorrat	530	Langfristiges Darlehen	3 800
Fertigproduktvorrat	1 500	Aktienkapital	1 300
Maschinen	3 700	Gesetzliche Gewinnreserven	190
Anlagen	1 000	Gewinnvortrag	10
	8 600		8 600

Die Verwendung des Bilanzgewinnes per 31.12.2017 sieht wie folgt aus.

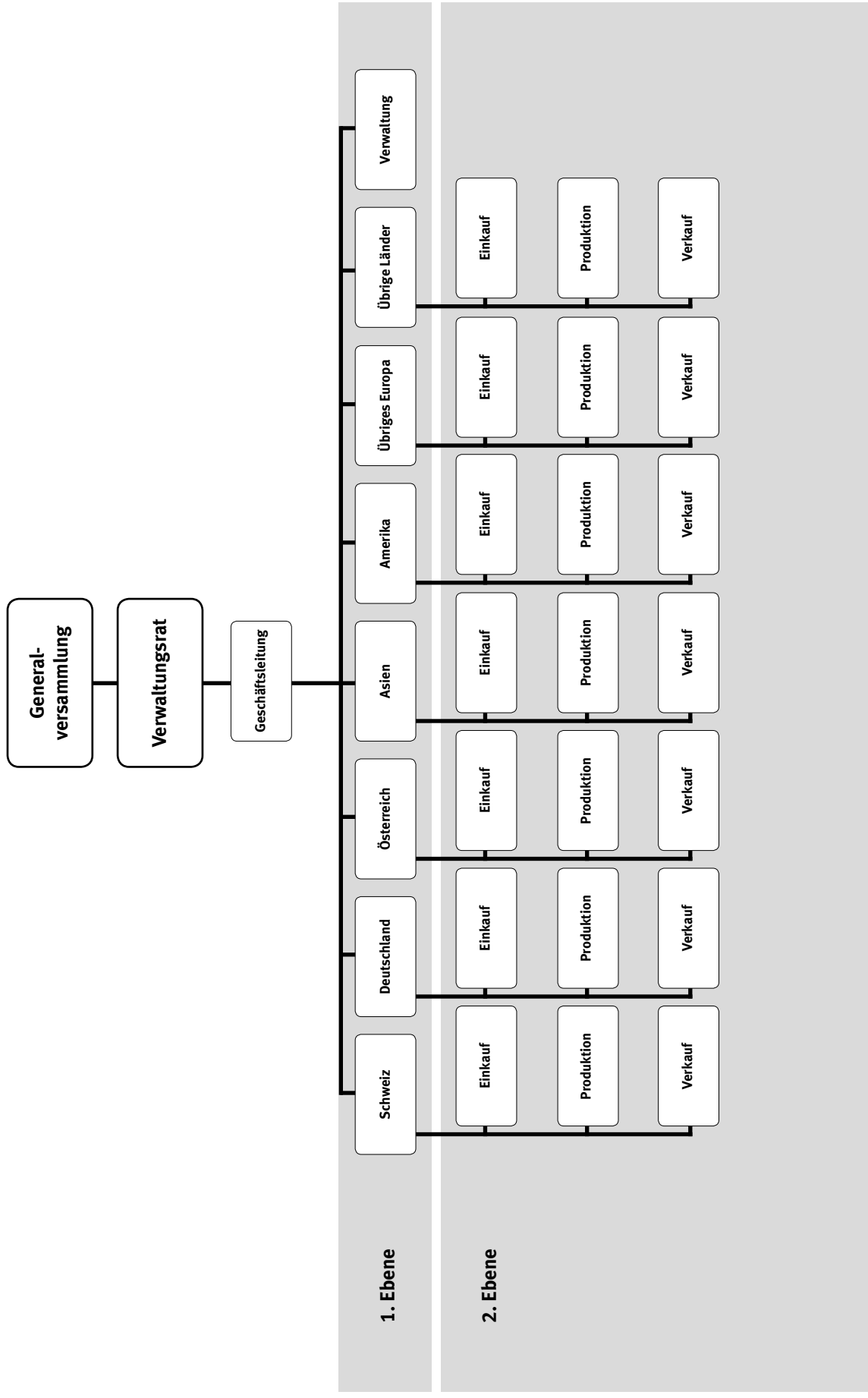
Es wurden dabei alle Bestimmungen des OR eingehalten: (Beträge in CHF)

Gewinnverteilungsplan

Gewinnvortrag	150
+ Jahresgewinn	100
Bilanzgewinn	250
– Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserven	40
– Beschlossene Ausschüttungen	200
Neuer Gewinnvortrag	10

D Formelsammlung

Kennzahl	Berechnung	Zielgröße
Liquiditätsgrad 2 (Quick Ratio)	$\frac{(\text{Flüssige Mittel} + \text{Forderungen}) \times 100}{\text{Kurzfristiges Fremdkapital}}$	Mindestens 100%
Eigenkapitalrendite	$\frac{\text{Reingewinn} \times 100}{\text{Durchschnittliches Eigenkapital}}$	Mindestens 8%
Gesamtkapitalrendite	$\frac{(\text{Reingewinn} + \text{Fremdkapitalzinsen}) \times 100}{\text{Gesamtkapital}}$	Mindestens 6%
Umsatzrendite	$\frac{\text{Betriebsgewinn} \times 100}{\text{Betriebsertrag}}$	Mindestens 1,5% bei Handelsbetrieben Mindestens 5% bei Industriebetrieben
Eigenfinanzierungsgrad	$\frac{\text{Eigenkapital} \times 100}{\text{Gesamtkapital}}$	30–60%
Fremdfinanzierungsgrad (Verschuldungsgrad)	$\frac{\text{Fremdkapital} \times 100}{\text{Gesamtkapital}}$	Maximal 70%
Anlagendeckungsgrad 2	$\frac{(\text{Eigenkapital} + \text{langfr. Fremdkapital}) \times 100}{\text{Anlagevermögen}}$	Mindestens 100%



F Kontenplan der Käser Sport AG

<p>1 AKTIVEN</p> <p>10 Umlaufvermögen 1000 Kasse 1020 Bankguthaben (samt Guthaben Postbank) 1060 Wertschriften (kurzfristig mit Börsenkurs) 1100 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Debitoren) 1109 WB Forderungen (Delkrederer) 1170 Vorsteuer MWST 1176 Verrechnungssteuer (Debitor-VST) 1200 Vorrat Handelswaren (Warenvorrat) 1300 Aktive Rechnungsabgrenzung (TA)</p>	<p>2 PASSIVEN</p> <p>20 Kurzfristiges Fremdkapital 2000 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (Kreditoren) 2100 Bankverbindlichkeiten (Kontokorrent) 2200 Geschuldete MWST (Umsatzsteuer) 2206 Verrechnungssteuer (Kreditor-VST) 2210 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten 2261 Beschlossene Ausschüttungen (Dividenden) 2300 Passive Rechnungsabgrenzung (TP)</p>	<p>3 BETRIEBLICHER ERTRAG AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN 3200 Handelserlöse (Warenertrag) 3400 Dienstleistungserträge 3805 Verluste aus Forderungen (Debitorenverluste)</p>	<p>7 BETRIEBLICHER NEBENERFOLG 7000 Ertrag Nebenbetrieb 7010 Aufwand Nebenbetrieb</p>
<p>14 Anlagevermögen 1440 Aktivdarlehen 1500 Maschinen und Apparate 1509 WB Maschinen und Apparate 1510 Mobilien und Einrichtungen 1519 WB Mobilien und Einrichtungen 1530 Fahrzeuge 1539 WB Fahrzeuge 1600 Geschäftsliegenschaften</p>	<p>4 AUFWAND FÜR MATERIAL, HANDELSWAREN UND DIENSTLEISTUNGEN 4200 Handelswarenaufwand (Warenaufwand)</p>	<p>6 ÜBRIGER BETRIEBLICHER AUFWAND, ABSCHREIBUNGEN, FINANZERGEBNIS 6000 Raumaufwand 6100 Unterhalt, Reparaturen, Ersatz 6200 Fahrzeug- und Transportaufwand 6300 Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren 6400 Energie- und Entsorgungsaufwand 6500 Verwaltungsaufwand 6570 Informatikaufwand 6600 Werbeaufwand 6700 Sonstiger betrieblicher Aufwand 6800 Abschreibungen 6900 Finanzaufwand (Zinsaufwand) 6950 Finanzertrag (Zinsertrag)</p>	<p>8 BETRIEBSFREMDER, AUSSERORDENTLICHER, EINMALIGER ODER PERIODENFREMDER AUFWAND UND ERTRAG 8000 Betriebsfremder Aufwand 8100 Betriebsfremder Ertrag 8500 Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand 8510 Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag 8900 Aufwand direkte Steuern</p>
<p>24 Langfristiges Fremdkapital 2401 Hypotheken 2450 Passivdarlehen 2600 Langfristige Rückstellungen</p>	<p>5 PERSONALAUFWAND 5000 Lohnaufwand 5800 Übriger Personalaufwand</p>	<p>9 ABSCHLUSS 9000 Erfolgsrechnung 9100 Bilanz</p>	<p>9 ABSCHLUSS 9000 Erfolgsrechnung 9100 Bilanz</p>

G Auftragsbestätigung für den Einkauf von Outletprodukten



Käser Sport AG
Remo Käser
Hauptgasse
4310 Rheinfelden

Auftragsbestätigung

Kundenr.: 987654
Datum: 5. Mai 2018
Bearbeiter: R. Hofmann
Bestelldatum: 4. Mai 2018

Anzahl	Artikel	Preis pro Stück	Preis gesamt in CHF
10	Gore-Tex-Damenjacken «Eiger Trail», Grössen und Farben gemäss Bestellung	225	2 250.00
10	Gore-Tex-Hoody-Jacken Herren, schwarz, je 2 x XXL, XL, L, M, S	175	1 750.00
20	Wanderhosen Damen, Grössen und Farben gemäss Bestellung	125	2 500.00
15	Zipper-Pulli Herren, je 5 x schwarz, grün, braun, je 1x XXL, XL, L, M, S	80	1 200.00
Total			7 700.00
– 5% Mengenrabatt			385.00
+ Transportkosten			40.00
Rechnungsbetrag			7 355.00
+ 7,7 % MWST			566.35
Rechnungsbetrag inkl. MWST			7 921.35

Herzlichen Dank für Ihren Einkauf!

Liefertermin: 15. Mai 2018
Zahlungsbedingungen: sofort bei Erhalt der Rechnung
Bankverbindung: AKB, Konto 74-856.454-23 BLZ 415, CH-Aarau, IBAN: CH3790007485645423
MWST-Nr. 214.267.399

