

**Gründungsinformation
Nr. 8**



**Preisfindung für
Existenzgründer**

02/2013

GRÜNDUNG

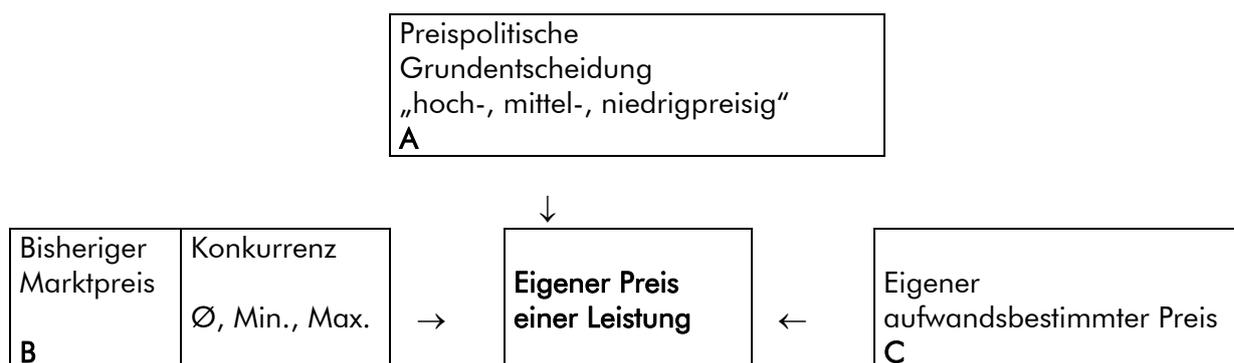
Preisfindung für Existenzgründer

Was ist ein „Preis“?

Unter einem „**Preis**“ versteht man die unmittelbare in monetären Einheiten ausgedrückte Geldforderung, während man unter dem Begriff „**Entgelt**“ auch Bausteine der Konditionenpolitik einschließt (Rabatte, Boni etc.).

Wie finde ich meinen Preis?

Kalkulation der Leistungspreise für Dienstleistungen



A. Preispolitische Grundentscheidung

Hier muss man sich entscheiden, ob man mit seiner Dienstleistung in einen hoch-, mittel- oder niedrigpreisigen Markt geht. Im hoch- und mittelpreisigen Markt setzt man vor allem auf nicht-preisliche Aktionsparameter, wie z. B. die **Qualität der Dienstleistung**, um seinen Preis zu rechtfertigen, während man im niedrigpreisigen Markt eher darauf setzt, mit einem möglichst niedrigen Preis möglichst **viele Kunden** zu bekommen.

B. Nachfrage- und wettbewerbsorientierte Preisfindung

Nachfrageorientierte Preisfindung

Wertvorstellungen der Nachfrager



Preisvorstellungen	Preisbereitschaft	Preisklassen	Psychologische Preise
Abhängig vom <i>Nutzen</i> , den eine Dienstleistung für den Nachfrager hat	Abhängig von <i>Kaufkraft</i> der Nachfrager und <i>Dringlichkeit</i> des Bedarfs	Untere, mittlere und gehobene Preisklasse	Image und Qualität beeinflussen die Bereitschaft der Nachfrager, bestimmte Preise zu akzeptieren

Die nachfrageorientierte Preisfindung darf nicht losgelöst von der Preisfindung nach dem Kostenprinzip gesehen werden.

Wettbewerbsorientierte Preisfindung

(vor allem in oligopolistischen Märkten)

Branchenpreis	Preisführer
Orientierung am Branchenpreis, wobei der Preis ein wenig über oder unter dem Branchenpreis liegen kann.	Orientierung an einem Preisführer, wobei sich andere Wettbewerber bei Preisänderungen des Preisführers an dessen Preisänderungen anschließen.

Tipp: Bei Neugründungen können die Preislisten der Konkurrenz oftmals einen Anhaltspunkt für die eigenen Preise bieten. Höhere Preise lassen sich nur dann erzielen, wenn sich die eigene Dienstleistung vom Wettbewerb positiv abhebt, beispielsweise durch einen besseren Kundenservice.

Beachten Sie außerdem die Wahl des richtigen Marktes! In Märkten mit harten Preiskämpfen verbunden mit Verdrängungskonkurrenz sind nämlich meist nur minimale Erträge zu erzielen.

C. Kostenorientierte Preisfindung

Faustregel: „Selbstkosten plus angemessener Gewinnzuschlag“.

Kostenorientierte Preisfindung

Vollkostenkalkulation	Teilkostenkalkulation
Bsp. Handel: Einkaufspreis der Ware + Bezugskosten = Einstandspreis + Handlungskosten (Betriebskosten) = Selbstkosten + Gewinn = Nettoverkaufspreis	Auch für Dienstleistungsunternehmen verwendbar: Erlös - variable Kosten = Deckungsbeitrag - Fixkosten = Gewinn Erlös / z. B. Anzahl der Beratungsstd. = Preis für eine Beratungsstd.

Literaturempfehlungen:

Lage, M., Preisbildung bei neuen Produkten, Berlin 1972

Riebel, P., Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung, 7. Aufl., Wiesbaden 1994

Beispiel: Die Preiskalkulation am Beispiel eines Grafik-Design-Büros

Das Unternehmen Grafik Design Stefan Müller hat einen Mitarbeiter, der nach Stunden bezahlt wird. Außerdem einen Mitarbeiter, der Gehalt bezieht. Nun flattert eine Anfrage für eine Werbekampagne ins Haus. Stefan Müller muss jetzt ausrechnen, auf welcher Basis er ein Angebot (Angebotskalkulation) machen will. Er entschließt sich zunächst einmal festzustellen, wieviel Stunden er ungefähr an dieser Arbeit zu tun hat. Er kommt auf rund 230 Stunden. Jetzt braucht er nur noch den Stundenverrechnungssatz mit 230 zu multiplizieren, die geringen Materialkosten hinzuzuziehen und schon macht er sein Angebot.

Wie aber kommt er auf den Stundensatz?

Stefan Müller muss wie folgt rechnen:

• Martin Schulz/ Stundensatz 12,80 € x 120 Std. Pro Monat x 12 Monate	= 18.432 €
• Vermögenswirksame Leistungen	+ 480 €
• Gesetzlich soziale Aufwendungen	+ 4.235 €
• Weihnachtsgratifikation	+ 1.550 €
Personalkosten für Martin Schulz	= 24.697 €
Stundenlohn (24,697 geteilt durch 1.440 Stunden pro Jahr = durchschnittlich 17,15 EURO)	

• Jutta Eckert bezieht ein Gehalt von 1550 € x 13	= 20.150 €
• Lohnnebenkosten	+ 4.290 €
Zu bezahlen pro Jahr	= 24.440 €

Nun berechnet Stefan Müller die Kosten, die er im Jahr Als Betriebskosten ansetzt:

• Energiekosten/Strom/Wasser/Heizung	1.100 €
• Miete des Büros	6.000 €
• Versicherungen	900 €
• Bürobedarf	2.000 €
• Kfz	4.500 €
• Werbung	5.000 €
• Instandhaltung seiner Geräte	1.000 €
• Sonstige Kosten (Steuerberater/ Buchhaltung)	4.000 €
Diese Gemeinkosten belaufen sich insgesamt auf	= 24.500 €

Stefan Müller hat zwei Kredite laufen, mit denen er seine technische Ausstattung der Büros kaufte.

• Ein Kredit läuft über 35.000 € zu einem Zinssatz von 5,5%	1.925 €
• Ein Darlehen seines Vaters über 10.000 € wird nur mit 2% verzinst	200 €
Gesamtfinanzierungskosten	= 2.125 €

Die aufwendigen technischen Geräte des Grafik-Büros sind für einen Preis von 35.000 € angeschafft worden. Er will sie mindestens 5 Jahre nutzen. Sie erleiden aber einen Wertverlust, der als Kostenfaktor berechnet werden muss (Abschreibung). Stefan Müller teilt den Anschaffungspreis durch die 5 Jahre und kommt auf einen jährlichen Abschreibungsbetrag von **7.000 €**

Er berechnet sich pro Monat 2.500 € als (kalkulatorischen) Unternehmerlohn. Davon bestreitet er seinen Lebensunterhalt und bezahlt die Einkommensteuer. **30.000 €**

Jetzt zieht Stefan Müller alle Kosten zusammen

• Personalkosten	49.137 €
• Gemeinkosten	24.500 €
• Kapitalkosten	2.125 €
• Abschreibung	7.000 €
• Unternehmerlohn	30.000 €
Kosten gesamt:	rund 113.000 €

Diese Gesamtkosten teilt Stefan Müller jetzt durch die durchschnittliche Zahl der Stunden, die er und seine beiden Mitarbeiter das ganze Jahr in etwa im Unternehmen arbeiten. Er kommt nach Abzug der Sonn- und Feiertage, der Urlaubstage und der sonstigen Ausfälle z.B. Krankheit) auf rund 3.700 Stunden. So rechnet er: 113.000 € geteilt durch 3.700 Stunden. Das sind aufgerundet 31 € pro Stunde.

Jetzt macht Stefan Müller seinem Auftraggeber das Angebot:

230 für den Auftrag angenommene Arbeitsstunden (230 x 31 €)	= 7.130 €
Materialkosten	+ 2.250 €
20% Gewinn	+ 1.876 €
+ Umsatzsteuer 16%	+ 1500,80 €
Gesamt	=12.756,80 €

Zu einem Preis von 12.756,80 € (inkl. MwSt) kann Stefan Müller sein Angebot unterbreiten. Er hat damit etwas Spielraum für seine Preisverhandlungen mit dem Auftraggeber. Etwa, wenn er seine Gewinnspanne auf 15% drückt, den Auftrag in kürzerer Zeit als 230 Stunden abwickelt oder Teile des Auftrages an Honorarkräfte abgibt, die unter dem Stundensatz von 12,80 € arbeiten. Nur wenn er für diesen Auftrag „billigere“ Mitarbeiter beschäftigt, kann er von seinem Stundensatz von 31 € abgehen.

Quelle: wrs Verlag: erfolgreich selbständig, Planegg 1999, (Beträge in Euro umgerechnet).

Weiteres Beispiel für eine Preiskalkulation für Dienstleister:

Dienstleistungsunternehmen unterscheiden sich von einem Industrie- oder Handelsbetrieb dadurch, dass sie relativ hohe Fixkosten haben.

Kosten im Unternehmen

	€/pro Jahr
Material/Ware	6.000,-
Personal	12.500,-
Raumkosten	7.500,-
Steuern	400,-
Vers./Beiträge	150,-
Kfz-Kosten	75,-
Werbe-/Reisekosten	500,-
Reparaturen/Instandhaltung	150,-
Gesamt	27.275,-

Berechnung der fakturierfähigen Stunden/Jahr

Arbeitstage (ohne Sa./So., Urlaubstage, Krankheit)	205
X Stunden pro Tag	6
X produktive Beschäftigte	5,5
X Korrekturfaktor (Zeiverluste für z. B. Fahrten, Leerlaufzeiten bei schlechter Auftragslage)	85%
Stunden pro Jahr	5.750,25

Berechnung des Stundenverrechnungssatzes

Kosten des Unternehmens	27.275,-
Fakturierfähige Stunden	5.750,25

= => 4,74 Stundenverrechnungskosten

$4,74/4 = 1,19$ (damit Aufträge flexibel abgerechnet werden können, wird der Std.-Satz für 15-Minuten Zeiteinheiten berechnet, er muss deswegen durch 4 geteilt werden)

Preiskalkulation

	€
Materialeinsatz für den betreffenden Auftrag	250,-
+ Verrechnungssatz (1,19,-) x Anzahl der Zeiteinheiten (5Std./15Min)	24,99
= Selbstkosten	274,99
+ Gewinnaufschlag (20%)	55,-
= Nettopreis	329,99
+ MwSt (16%)	52,80
= Bruttopreis (Angebotspreis)	382,79

(Quelle: Informationsblatt „Gründer Zeiten“ vom BMWi, Nr. 28, November 1998, Beträge in Euro umgerechnet)

Tipp: Bei der Preisbildung sollte man zuerst für jede Dienstleistung eine Vollkalkulation aufstellen. Das Ergebnis sollte dann als unterste Preisgrenze gesehen werden; es bleibt dann zu prüfen, wie hoch der momentane Wettbewerbspreis liegt. Nach dieser ersten Preisdefinition sollte mit Hilfe der Erfolgsrechnung ermittelt werden, ob sich das geplante Ergebnis mit diesem Preis erreichen läßt. Ist das nicht der Fall, dann sollte man analysieren, in welchen Bereichen man Sachen besser machen könnte und gegebenenfalls sollte man eine Preiskorrektur durchführen.

Abschließend läßt sich eines sagen: Mit dem richtigen Preis und im richtigen Markt kommt man seinem Ertragsziel um einiges näher!

© Institut für Freie Berufe (IFB)
Abteilung Gründungsberatung
Marienstraße 2 • 90402 Nürnberg
Telefon (0911) 23565-0
Telefax (0911) 23565-52
E-mail ifb@rzmail.uni-erlangen.de
Internet <http://www.ifb-gruendung.de>