

Im Auftrag von start2grow Dortmund 28.10.2016

Preisfindung – wie kalkuliere ich richtig?

Ansätze zur Endpreisfindung und
Einflussfaktoren



Vorstellung

Krieger Unternehmensberatung, gegründet in 2003 von Sabine Krieger (damals Drechsler), Bilanzbuchhalterin und Controllerin IHK.

Davor beschäftigt als leitende Controllerin für den Finanzvorstand eines Konzerns im IT-Bereich.

Heute tätig für Unternehmen in den Bereichen Planung, Gründung/Aufbau, Controlling, Finanzierung, Fördermittel und Marketing (Schwerpunkt Internet).

Preisfindung

Was bedeutet „finden“?

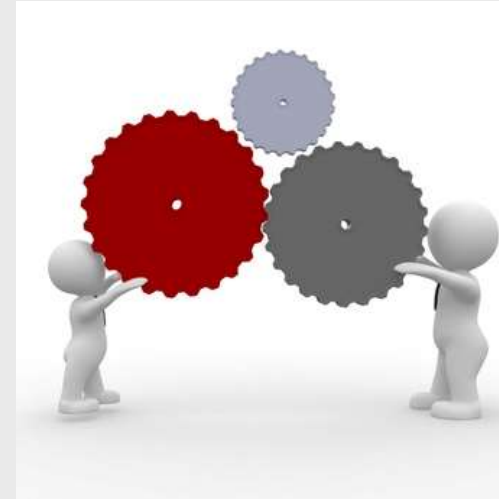
- Der Preis ist nicht **eindeutig**
- Es gibt mehrere **Aspekte** von **innen** und **außen** dabei zu betrachten
- Der Preis ist **dynamisch** und **variabel**



Bild: Style-Photography - Bildquelle: Fotolia.com - #95701304

Preisfindung II

Was sind die Aspekte?



- Die eigenen Kosten müssen **gedeckt sein**
- Der geplante **Gewinn** soll eingenommen werden
- Der Preis soll **marktgerecht** sein (Wettbewerber?) sowie **standortgerecht**
- Der Kunde soll ihn **akzeptieren**.

Bild: goldencow_images - Bildquelle: Fotolia.com - #61602912

Preis – finden – innen I

- Für Innenaspekte ist die Ermittlung der Selbstkosten erforderlich (Untergrenze)
- Im Dienstleistungsbereich sprechen wir über Stundensätze
- Im Produktionsbereich sprechen wir über Stückkosten
- Im Handel reden wir vom Einkaufspreis + eigene Kosten

Preis – finden – innen II

- Für die Ermittlung ist die Betrachtung aller **Kosten** erforderlich
- Ein branchenüblicher **Gewinn** muss eingeplant werden, **Zu-** und **Abschläge** berücksichtigt werden (Skonto, Rabatte)
- Eine Hochrechnung auf eine **Periode** wie Woche, Monat und Jahr sollte erfolgen
- **Kapazitätsobergrenzen** und **Ausfall-** bzw. **nicht produktive** Zeiten müssen einfließen

Kalkulation Dienstleistung I

Beispiel:

<i>Gesamte Personalkosten incl. Nebenkosten im Jahr</i>	<i>125.000 EUR</i>
<i>Sämtliche Betriebskosten wie Raum, Werbung</i>	<i>30.000 EUR</i>
<i>Abschreibung</i>	<i>5.000 EUR</i>
<i>Versicherungen</i>	<i>1.000 EUR</i>
<i>Zinsen</i>	<i>5.000 EUR</i>
<i>Sonstige Kosten (z.B. Verwaltung)</i>	<i>4.000 EUR</i>
	<hr/>
<i>Summe jährliche Kosten</i>	<i>170.000 EUR</i>

Kalkulation Dienstleistung II

Ermittlung Stunden:

<i>Tage im Jahr</i>	365
<i>Abzgl. Samstage, Sonntage</i>	104
<i>Feiertage</i>	10
<i>Urlaubstage</i>	30
<i>Krankheitstage</i>	10
	<hr/>
<i>Summe Nettoarbeitstage</i>	211
<i>Arbeitsstunden pro Tag = 8</i>	1.688
<i>Nichtproduktiv z.B. 25%</i>	422
<i>Arbeitsstunden pro Mitarbeiter pro Jahr</i>	1.266
<i>Bei 3 Mitarbeitern pro Jahr</i>	3.798

Kalkulation Dienstleistung III

Stundensatz:

(ohne Berücksichtigung von Rabatten und Skonti)

<i>Gesamt jährliche Kosten</i>	<i>170.000,00 EUR</i>
<i>Gesamt fakturierbare Stunden pro Jahr</i>	<i>3.798</i>
<i>Kostenstundensatz (Kosten / Stunden)</i>	<i>44,76 EUR</i>
<i>Gewinn z.B. 20%</i>	<i>8,95 EUR</i>
	<hr/>
<i>Angebotspreis Netto pro Stunde</i>	<i>53,71 EUR</i>
<i>19% MwSt</i>	<i>10,20 EUR</i>
	<hr/>
<i>Angebotspreis Brutto pro Stunde</i>	<i>63,91 EUR</i>
<i>Möglicher Gewinn vor Ertragsteuern/Jahr</i>	<i>33.992,10 EUR</i>

Kalkulation Handwerk I

Stundensatzermittlung erfolgt wie zuvor, hier fließen jedoch noch Materialkosten und Materialnebenkosten ein.

Beispiel Angebotsberechnung:

<i>Kostenstundensatz Mitarbeiter</i>	<i>54,70 EUR</i>	
<i>Anzahl Stunden für Auftrag</i>	<i>30</i>	
<i>Lohnkosten pro Auftrag</i>		<i>1.641 EUR</i>
<i>Materialkosten pro Auftrag</i>		<i>500 EUR</i>
<i>Materialaufschlag für Lager, Abschr., Transp. 15%</i>		<i>75 EUR</i>
<i>Totalkosten für den Auftrag</i>		<hr/> <i>2.216 EUR</i>

Kalkulation Handwerk II

Ermittlung Angebotspreis incl. Gewinn

<i>Totalkosten für den Auftrag</i>	<i>2.216,00 EUR</i>
<i>Gewinn Marge in %, 15%</i>	<i>332,40 EUR</i>
	<hr/>
<i>Angebotspreis Netto</i>	<i>2.548,40 EUR</i>
<i>Rabatt 10% (Preis / 90 x 10)</i>	<i>283,15 EUR</i>
	<hr/>
<i>Zwischensumme</i>	<i>2.831,55 EUR</i>
<i>Skonto 2% (ZS / 98 x 2)</i>	<i>57,79 EUR</i>
	<hr/>
<i>Angebotspreis vor Rabatt und Skonto;</i>	<i>2.889,34 EUR</i>
<i>Zzgl. MwSt 19%</i>	<i>548,97 EUR</i>
	<hr/>
<i>Bruttoverkaufspreis</i>	<i>3.438,31 EUR</i>

Kalkulation Produktion

Die Kalkulation in der Produktion ist komplexer, je mehr verschiedene Produkte gefertigt werden.

Hier wird i.d.R. mit Hilfe der Kosten- und Leistungsrechnung ein BAB (= Betriebsabrechnungsbogen) erstellt, um eine genaue Berechnung zu ermöglichen

Kalkuliert werden hier:

Materialkosten + Materialgemeinkosten

+ Fertigungskosten (incl. Lohn) + Fertigungsgemeinkosten

= Herstellkosten

+ Verwaltungsgemeinkosten

+ Vertriebsgemeinkosten

= Selbstkosten

Zurechnung von Gewinn sowie Rabatt und Skonto

Preis – finden – außen I

Markt – Standort – Kunde

- Wir wissen jetzt, was uns die Erstellung kostet
- Wir haben eine Vorstellung vom Zielgewinn
- Aber was nehmen die Wettbewerber?
- Was ist in der Region üblich?
- Was erwartet der Kunde?

Preis – finden – außen II

Markt, Standort

- Wir müssen recherchieren, was die Wettbewerber ansetzen
- Dabei müssen wir regionale Begebenheiten beachten, eventuell auch bei den Kostenansätzen
- Wir sind nicht gezwungen, den Preis der Wettbewerber zu nehmen (Mehrwert)

Preis – finden – außen III

Preispolitik

- Wir können hochpreisig agieren um Hochwertigkeit zu vermitteln
- Wir können „billig“ agieren, vielleicht eine Zeit lang sogar unter Selbstkosten, wenn wir das verkraften können und eine Marktverdrängung herbeiführen wollen

Preis – finden – außen IV

Preispolitik

- Aber Vorsicht: einen einmal eingeführten Preis nachträglich zu erhöhen, wird vom Kunden oft nicht akzeptiert!
- „Billig taugt nichts“ kann der Kunde ebenfalls denken

Lösung: Einführungspreise deklarieren
 Sonderrabatte gewähren
 Referenzkunden suchen

Preis – finden – außen V

Kunde

- Am Ende kostet ein Produkt, eine Dienstleistung immer so viel, wie die Kunden bereit sind zu zahlen!
- Es geht i.d.R. nicht um den „echten Wert“ eines Artikels oder einer Leistung, sondern um den von den Kunden „wahrgenommenen Wert“

Preis – finden – außen VI

Kunde

- Ich muss mit meinem Angebot meine Zielgruppe treffen, nur dann erreiche ich „Wertschätzung“



Bild: julien tromeur - Bildquelle: Fotolia.com - #104710283



Bild: goldencow_images - Bildquelle: Fotolia.com - #61608067

Preis – finden – außen VII

Danach entscheidet sich, wieviel unser Kunde bezahlt:



Danke für's Zuhören – Ihre Sabine Krieger!

Bild: electriceye - Bildquelle: Fotolia.com - #53536807

28.10.2016

- start2grow Dortmund -

 **KRIEGER**
UNTERNEHMENSBERATUNG