**Preispolitische Entscheidungen**

**Unter welchen Bedingungen ist Eigenfertigung gegenüber Fremdbezug vorteilhaft?**

**Fallstudie „Preispolitik“ (Teil 2)**

Für die Hartwig Baumaschinen GmbH besteht die Möglichkeit, einen aus Asien importierten mobilen Lichtmast für Baustellen als Generalunternehmer auf dem europäischen Markt weiterzuverkaufen. Genauso besteht die Möglichkeit dank neuester Technik, einen gleichartigen mobilen Lichtmast selbst herzustellen. Aufgrund einer Marktanalyse rechnet man mit einem jährlichen Absatz in Europa von 200 mobilen Lichtmasten.

Das Unternehmen aus Asien würde der Hartwig Baumaschinen GmbH 200 mobile Lichtmasten zum Einzelpreis von 3.390,00 € liefern. Zusätzlich erhält die GmbH 10 % Einführungsrabatt und 2 % Skonto. Pro gelieferten Lichtmast entstehen 250,00 € Transportkosten. Der Handlungskostenzuschlagssatz beträgt laut Controlling-Abteilung 35 %.   
Gehen Sie von folgenden Zuschlagssätzen der Baumaschinen GmbH aus:

|  |  |
| --- | --- |
| Gewinnzuschlagssatz | 30 % |
| Kundenskonto | 3 % |
| Vertreterprovision | 5 % |
| Kundenrabatt | 20 % |

Aus dem Controlling wurden folgende Informationen für eine Eigenfertigung zusammengetragen:

* Fixkosten p. a. 152.500,00 €
* variable Kosten pro Stück 3.900,00 €
* max. Kapazität: 500 Lichtmasten

**Aufgabe 2**

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1 | Entscheiden Sie, ob ein Import von 200 Lichtmasten im Vergleich zu einer eigenen Herstellung vorteilhaft ist. Berechnen Sie zusätzlich den Nettoverkaufspreis eines Lichtmastes (Hilfsangebot 2.1). |
| 2.2 | Um die Fertigungskapazität auszulasten, prüft die GmbH die Möglichkeit, zusätzlich auf außereuropäischen Märkten verstärkt auch den selbstproduzierten Lichtmast anzubieten. Auf den Import würde dann verzichtet. Allerdings müsste das Unternehmen den Barverkaufspreis, den sie in Europa auf 5.700 € festgelegt hat, dort deutlich senken, um genügend Nachfrager anzusprechen. Für die Entscheidung ist folgender Bereich der Preis-Absatz-Funktion (weltweit) für dieses Produkt relevant: x(p) = 1.625 – 0,25p.  Der Preis für Europa kann dabei gehalten werden. |
| 2.2.1 | Prüfen Sie rechnerisch, ob es für die GmbH vorteilhaft ist, neben der Eigenfertigung von 200 Lichtmasten für den europäischen Markt weitere selbsterstellte Lichtmasten (möglichst bis zur Kapazitätsgrenze) zu einem günstigeren Preis außerhalb von Europa abzusetzen. (Hilfsangebot 2.2) |
| 2.2.2 | Stellen Sie in einer Tabelle die verschiedenen Formen der Preisdifferenzierung für den Lichtmast dar. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Hilfsangebot 2.1**  **(Handelskalkulation):**  <https://studyflix.de/wirtschaftswissenschaften/handelskalkulation-1470> | **Hilfsangebot 2.2**  **(Preisdifferenzierung):**  <https://studyflix.de/wirtschaftswissenschaften/preisdifferenzierung-1413> |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nach dieser Einheit können Sie | | Ich kann (🗹) |
| C:\Users\vo\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\Ziel.png | * auf Basis der Handelskalkulation und der Deckungsbeitragsrechnung entscheiden, ob bei einer gegebenen Absatzmenge die Eigenfertigung oder der Fremdbezug günstiger sind; | 🞏 |
| * den Nettoverkaufspreis eines Produktes kalkulieren; | 🞏 |
| * den Einfluss einer höheren Kapazitätsauslastung auf das Betriebsergebnis ermitteln; | 🞏 |
| * Möglichkeiten der Preisdifferenzierung für Lichtmasten erläutern. | 🞏 |

**Lösung Fallstudie (Teil II)**

2.1

Anmerkung: Wenn man in die Tabelle einen Doppelklick macht, erscheint die hinterlegte Exceltabelle.



Der Einkauf aus Asien ist bei einer Stückzahl von 200 Lichtmasten günstiger.  
Der Listenverkaufspreis beträgt 7.725,77 €x€wèV~]|wŒ˜$~]|w.

**2.2.1**

Deckungsbeitrag ohne Preisdifferenzierung:

DB = 200 St \* (5.700 € – 3.900 €) = 360.000 €

Angebotspreis bei 500 St.

p(500) = 4.500 €

DB = 200 St. \* 1.800 € + 300 St. \* 600 € = 540.000 €

Durch die Preisdifferenzierung würde der Deckungsbeitrag um 180.000 € steigen.

**2.2.2**

|  |  |
| --- | --- |
| Preisdifferenzierung | Beispiel |
| räumlich | Verkauf der Maschine zu unterschiedlichen Preisen in unterschiedlichen Ländern. |
| zeitlich | Verkauf zu Beginn der Markteinführung teurer, mit der Zeit billiger. Verkauf der Maschine im Winter teurer als im Sommer, da es im Sommer länger hell ist. |
| sachlich | Für Unternehmen aus der Privatwirtschaft teurer verkaufen als für Rotes Kreuz, Feuerwehr, THW. |
| nach der Menge | Mengenrabatte bei Abnahme größerer Mengen |
| personelle | Stammkundenrabatt für langjährige Kunden. |