**Preispolitische Entscheidungen**

**Welcher Preis kann unter Berücksichtigung der 3K-Perspektiven für ein Produkt festgelegt werden?**

**Fallstudie „Preispolitik“ (Teil 1)**

Die Hartwig Baumaschinen GmbH mit Sitz in Karlsruhe ist ein mittelständischer Hersteller von Baumaschinen, der weltweit agiert. Das Unternehmen verfügt neben den Produktgruppen Bagger, Teleskoplader, Verdichter und Beleuchtung auch über die Produktgruppe Radlader.

Bei den Radladern hat die GmbH ein neues Modell, den RL 555 entwickelt, um den zunehmenden Kundenwünschen nach Umweltschutz bzw. Nachhaltigkeit nachzukommen. Das neue Modell verfügt über einen Wasserstoffantrieb und ist zu 99 % recycelbar. Die beiden größten Konkurrenten (Wucheng Machinery Ltd, China und Bullcat Company, USA) stehen ebenfalls vor der Einführung recyclingfähiger Radlader. Beide Konkurrenzprodukte haben einen Recyclinggrad von über 90 %, die Chinesen setzen allerdings auf einen Elektroantrieb, während die Amerikaner weiterhin Dieselmotoren einbauen. Ein Radlader mit Wasserstoffantrieb wird z. Zt. von keinem Konkurrenten angeboten.

Die Marketingabteilung wurde von der Geschäftsleitung beauftragt, unter Berücksichtigung der 3K-Perspektiven (Kunden, Kosten, Konkurrenz) einen Preisvorschlag zu erarbeiten. Dazu wurden die nachfolgenden Informationen aus der Marktforschung und dem Rechnungswesen zusammengetragen.

**Aufgabe 1**

Entwickeln Sie unter Berücksichtigung der 3K-Perspektiven eine Preisstrategie und unterbreiten Sie der Geschäftsleitung einen begründeten Vorschlag, zu welchem Barverkaufspreis die Hartwig Baumaschinen GmbH den neuen Radlader RL 555 anbieten sollte. Verwenden Sie für die Darstellung Ihrer Ergebnisse die Tischvorlage.  
(Hinweis: Zur Lösung der Aufgabe stehen bei Bedarf das Hilfsangebot I.1 zur Verfügung)

|  |
| --- |
| **Tischvorlage zur Sitzung der Geschäftsleitung der Hartwig Baumaschinen GmbH:**  **TOP 4: Preisstrategie/Preisvorschlag Radlader RL 555**  **Preisvorschlag aufgrund der Kundennachfrage: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Preisvorschlag aufgrund der Kostenkalkulation: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Preisvorschlag aufgrund der Konkurrenz: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **Die Marketingabteilung empfiehlt der Geschäftsleitung einen Einführungspreis (Barverkaufspreis) von:**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  Begründung: |

**Informationen aus Marktforschung und Rechnungswesen:**

**Projekt Markteinführung Radlader RL 555**

Die *Marktforschungsabteilung* der Hartwig Baumaschinen GmbH hat das Nachfrageverhalten ihrer Kunden hinsichtlich des neuen Radlader-Modells analysiert. Für die Einführung gehen sie zunächst von einer doppelt-geknickte Preis-Absatz-Funktion aus:

|  |  |
| --- | --- |
| Preis-Absatz-Funktion | Wertebereich |
| x = -1/3 p + 13.493,33 bzw. p = 40.480 - 3x | 0 <= x <= 160 |
| x = -1/50 p + 960 bzw. p = 48.000 - 50x | 160 <= x <= 400 |
| x = -1/10 p + 3.200 bzw. p = 32.000 - 10x | 400 <= x <= 600 |

Von dem neuen Modell können zunächst max. 450 Stück pro Jahr produziert werden. Bei der Produktion fallen variable Kosten pro Stück in Höhe von 21.000 € und Fixkosten p. a. in Höhe von 3.200.000 € an.

Aus dem *Rechnungswesen* sowie dem *Vertrieb* liegen folgende Zahlen zur Vollkostenkalkulation des neuen Radladers vor:

|  |  |
| --- | --- |
| Fertigungsmaterial (FM) | 8.920,00 € |
| Materialgemeinkostenzuschlagssatz | 24,5 % |
| Fertigungslöhne | 7.800,00 € |
| Fertigungsgemeinkostenzuschlagssatz | 100 % |
| Verwaltungsgemeinkostenzuschlagssatz | 14 % |
| Vertriebsgemeinkostenzuschlagssatz | 9 % |
| angestrebter Gewinnzuschlagssatz | 15 % |

Die *Bullcat Company* aus den USA bietet ihren Radlader mit Dieselantrieb zu einem Barverkaufspreis von 29.990 € an. Die chinesische *Wucheng Machinery Ltd* verlangt für ihr E-Modell 34.990 €.

|  |
| --- |
| **Hilfsangebot I.1 (Preisstrategien):**  <https://studyflix.de/wirtschaftswissenschaften/preispolitik-1181> |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nach dieser Einheit können Sie | | Ich kann (🗹) |
| C:\Users\vo\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\Ziel.png | * die individuelle gewinnmaximale Preis-/Mengenkombination eines Anbieters auf dem unvollkommenen polypolistischen Markt ermitteln; | 🞏 |
| * mithilfe der Zuschlagskalkulation den Barverkaufspreis eines Anbieters errechnen; | 🞏 |
| * die Konkurrenzpreise mit den eigenen Selbstkosten für ein Produkt vergleichen und Rückschlüsse auf mögliche Preisstrategien ziehen; | 🞏 |
| * unter Berücksichtigung aller Preisperspektiven (Kunden, Kosten, Konkurrenz) und einer Einführungsstrategie einen Preis begründet festlegen. | 🞏 |

**Lösungsvorschlag Fallstudie (Teil I)**

1. **Konsumentenorientierte Preisstrategie mithilfe der Preis-Absatz-Funktion**

p = 48.000 - 50x

E = p \* x = 48.000 x - 50 x2

E‘ = 48.000 - 100 x

K = 21.000 x + 3.200.000

K‘ = 21.000

E‘ = K‘

48.000 - 100 x = 21.000

27.000 = 100 x

270 = x

p = 48.000 - 50 \* 270

p = 34.500 €

G = E - K

G = (34.500 \* 270) - (21.000 \* 270 + 3.200.000)

G = 445.000 €

Bei einem Preis von 34.500 € und einer Absatzmenge von 270 Stück wäre der Gewinn mit 445.000 € am höchsten.

1. **Kostenorientierte Preisstrategie mithilfe der Zuschlagskalkulation**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | **Kostenart** |  | **%-Satz** | **Betrag in €** |
|  |  |  | Fertigungsmaterial (FM) |  |  | 8.920,00 |
| + |  |  | Materialgemeinkosten (MGK) |  | 24,5 | 2.185,40 |
| = |  |  | Materialkosten (MK) |  |  | 11.105,40 |
|  |  |  | Fertigungslöhne (FL) |  |  | 7.800,00 |
| + |  |  | Fertigungsgemeinkosten (FGK) |  | 100 | 7.800,00 |
| = |  |  | Fertigungskosten (FK) |  |  | 15.600,00 |
|  |  |  | Herstellkosten (HK) |  |  | 26.705,40 |
| + |  |  | Verwaltungsgemeinkosten (VwGK) |  | 14 | 3.738,76 |
| + |  |  | Vertriebsgemeinkosten (VtGK) |  | 9 | 2.403,49 |
| = |  |  | Selbstkosten (SK) |  |  | 32.847,65 |
| + |  |  | Gewinnzuschlag (GZ) |  | 15 | 4.927,15 |
| = |  |  | Barverkaufspreis (BVP) (evtl. LVP) |  |  | 37.774,80 |

**Fortsetzung Lösungsvorschlag Fallstudie (Teil I)**

1. **Konkurrenzorientierte Preisstrategie mithilfe der Preise der Wettbewerber**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Wucheng Ltd. | Bullcat Company |
| Konkurrenzpreis (in €/Stück) | 29.990,00 | 34.990,00 |
| Eigene Selbstkosten (in €/Stück) | 32.847,65 | 32.847,65 |
| Gewinn/Verlust (in €/Stück) | -2.857,65 | +2.142,35 |

Ein Preis von 29.990,00 € liegt deutlich unter den Selbstkosten, ein Preis von 34.990,00 € würde ebenso wie ein Preis von 37.774,80 € (Zuschlagskalkulation) die Selbstkosten decken.

|  |
| --- |
| **Tischvorlage zur Sitzung der Geschäftsleitung der Hartwig Baumaschinen GmbH:**  **TOP 4: Preisstrategie/Preisvorschlag Radlader RL 555**  Preisvorschlag aufgrund der Kundennachfrage: 34.500 €  Preisvorschlag aufgrund der Kostenkalkulation: 37.775 € (bei 15 % Gewinnzuschlag)  Preisvorschlag aufgrund der Konkurrenz: 29.990 €  **Variante 1:**  Die Marketingabteilung empfiehlt der Geschäftsleitung einen Einführungspreis  (Barverkaufspreis) von: 34.500 €  Begründung: Durch die Orientierung an der Zahlungsbereitschaft der Nachfrager und unter Berücksichtigung der Kostensituation (Anmerkung: über E‘ = K‘) ist hier der größte Gewinn möglich. Dieser Preis liegt zwar deutlich über dem des Anbieters Wucheng, ist aber geringer als der des Anbieters Bullcat. Da sich die Hartwig Baumaschinen GmbH aufgrund ihrer innovativen Technik von der Konkurrenz abhebt, ist dieser Preis marktfähig. Es ergibt sich zwar nicht der gewünschte, aber dennoch ein moderater Gewinnzuschlag (hier: 5,03 %).  **Variante 2:**  Die Marketingabteilung empfiehlt der Geschäftsleitung einen Einführungspreis  (Barverkaufspreis) von: 33.000 €  Begründung:Dieser Preis ermöglicht zwar nicht den maximalen Gewinn und auch nicht den erwünschten Gewinnzuschlag, orientiert sich jedoch mehr an den Konkurrenzpreisen, deckt die Selbstkosten und sorgt für zusätzliche Kunden bzw. ermöglicht den Aufbau eines größeren Kundenstamms. Dies könnte mittelfristig von Bedeutung sein, auch hinsichtlich der Gewinnmöglichkeiten, falls sich der Wettbewerb verschärft. |