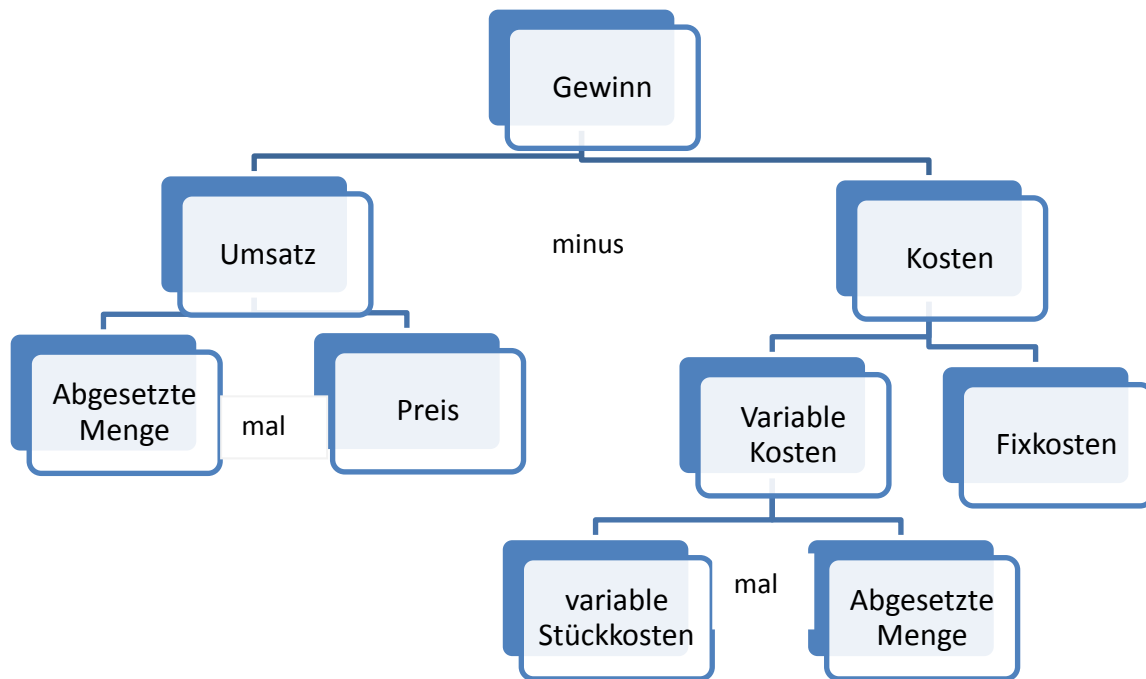


Der Einfluss des Preises auf den Gewinn des Unternehmens

Für viele Unternehmen besteht der Hauptgrund ihrer unternehmerischen Tätigkeit darin, Gewinne zu erzielen. Nur ein Unternehmen welches in der Lage ist, langfristig Gewinn zu erzielen kann Arbeitsplätze schaffen und einen positiven Beitrag zur volkswirtschaftlichen Gesamtleistung erbringen. Die Faktoren welche den Gewinn bestimmen sind prinzipiell recht simpel



Aus der obigen Abbildung lässt sich sehr einfach erkennen, dass es nur drei Stellgrößen gibt, welchen den Gewinn beeinflussen können.

- $(\text{Abgesetzte Menge} * \text{Preis}) - \text{Kosten}$

Jede dieser drei Stellgrößen hat einen unterschiedlichen Einfluss auf die Höhe des Gewinns. Dies soll an einem Beispiel erläutert werden:

Ein Schornsteinfeger hat 1000 (identische) Gebäude in seinem Kehrbezirk. In jedem dieser Gebäude fallen Kehr- und Überprüfungsarbeiten in Höhe von jeweils 100.- € an. Er erzielt also einen Umsatz von 100.000.- €. Fixkosten bestehen in Höhe von 30.000.- € (Beiträge, Versicherungen usw.). Die Fixkosten sind von der Höhe der abgesetzten Menge unabhängig, sie fallen also unabhängig davon an ob der Betrieb nur ein oder alle 1000 Gebäude bearbeitet. Es bestehen variable Kosten in Höhe von 60.000.- € (Löhne usw.). Die variablen Kosten sind von der abgesetzten Menge abhängig, das heißt je mehr Gebäude bearbeitet werden, desto höhere variable Kosten fallen an. Der Betrieb des Schornsteinfegers erzielt einen Gewinn von 10.000.- €.

Interessant ist nun, wie sich bei isolierter Betrachtung eine angenommene zehnpromtente Verbesserung der einzelnen Gewinnfaktoren auswirkt.

Tabelle 1: Hier sieht man wie eine zehnpromtente Verbesserung eines Gewinnfaktors den Gewinn beeinflusst

| | Gewinnfaktoren | | Gewinn (TEuro) | |
|------------------------|----------------|----------|----------------|-----|
| | Alt | Neu | Alt | Neu |
| Preis | 100 € | 110 € | 10 | 20 |
| Absatzmenge | 1.000 | 1.100 | 10 | 14 |
| Fixkosten | 30.000 € | 27.000 € | 10 | 13 |
| Variable Kosten | 60.000 € | 54.000 € | 10 | 16 |

Erhöht der Schornsteinfeger den Preis um 10 % von 100 € auf 110 € so erhöht sich sein Gewinn um 100%. Die anderen Gewinnfaktoren beeinflussen den Preis jeweils nur um 30 % (Fixkosten), 40 % (Menge), und 60 % (Variable Kosten). Der Preis ist also bei weitem die wichtigste Stellgröße auf die Höhe des Gewinns.

Bei einer Verschlechterung der Gewinnfaktoren ergibt sich ein spiegelbildliches Ergebnis, das heißt, dass sich eine z.B. zehnpromtente Reduzierung des Preises am negativsten auf den Gewinn auswirkt.

Aus diesen Ergebnissen kann man ableiten, dass es vorteilhafter ist, durch Preiserhöhungen als durch Mengenerhöhungen zu wachsen, bzw. dass es eher sinnvoll ist Mengen- als Preisrückgänge anzustreben. Dennoch steht bei den meisten Unternehmen eher die Erhöhung des Marktanteils als eine Preiserhöhung im Vordergrund wenn es um die Belange des Gewinns geht. Auch zielen viele Aktivitäten, insbesondere von Schornsteinfegern, unter dem Hinblick eines bevorstehenden Wettbewerbs ausschließlich darauf ab, ihren Kunden neue Produkte anzubieten, anstatt eher die Optimierung ihrer Preise anzustreben.