

DIE 7 BESTEN PRICING-MODELLE FÜR IT-UNTERNEHMEN IM VERGLEICH

Mit dem falschen Preismodell fährt Ihr Unternehmen ständig mit angezogener Handbremse. Das richtige Preismodell ist daher entscheidend für den Erfolg von Unternehmen in beratungsintensiven Branchen wie IT, Softwareentwicklung, Consulting und Agenturen. Dieses E-Book bietet eine Übersicht über die gängigsten Preismodelle, bewertet sie anhand relevanter Kriterien und zeigt auf, welche Modelle zu unterschiedlichen Unternehmensszenarien passen.

WAS IST IHNEN BESONDERS WICHTIG?

Ihr ideales Preismodell richtet sich nach dem, was für Sie besonders wichtig ist.

1. Profitabilität:

Wie gut kann das Modell die Gewinnmargen maximieren?



2. Kundenakzeptanz:

Wie einfach ist das Modell zu verkaufen und vom Kunden zu akzeptieren?



3. Skalierbarkeit:

Kann das Modell mit wachsender Nachfrage und einem größeren Kundenstamm effizient wachsen?



4. Planbare, langfristige Umsätze:

Bietet das Modell vorhersehbare und stabile Einnahmen?



5. Risiko:

Wie hoch ist das Risiko, dass das Modell zu finanziellen Verlusten führt?



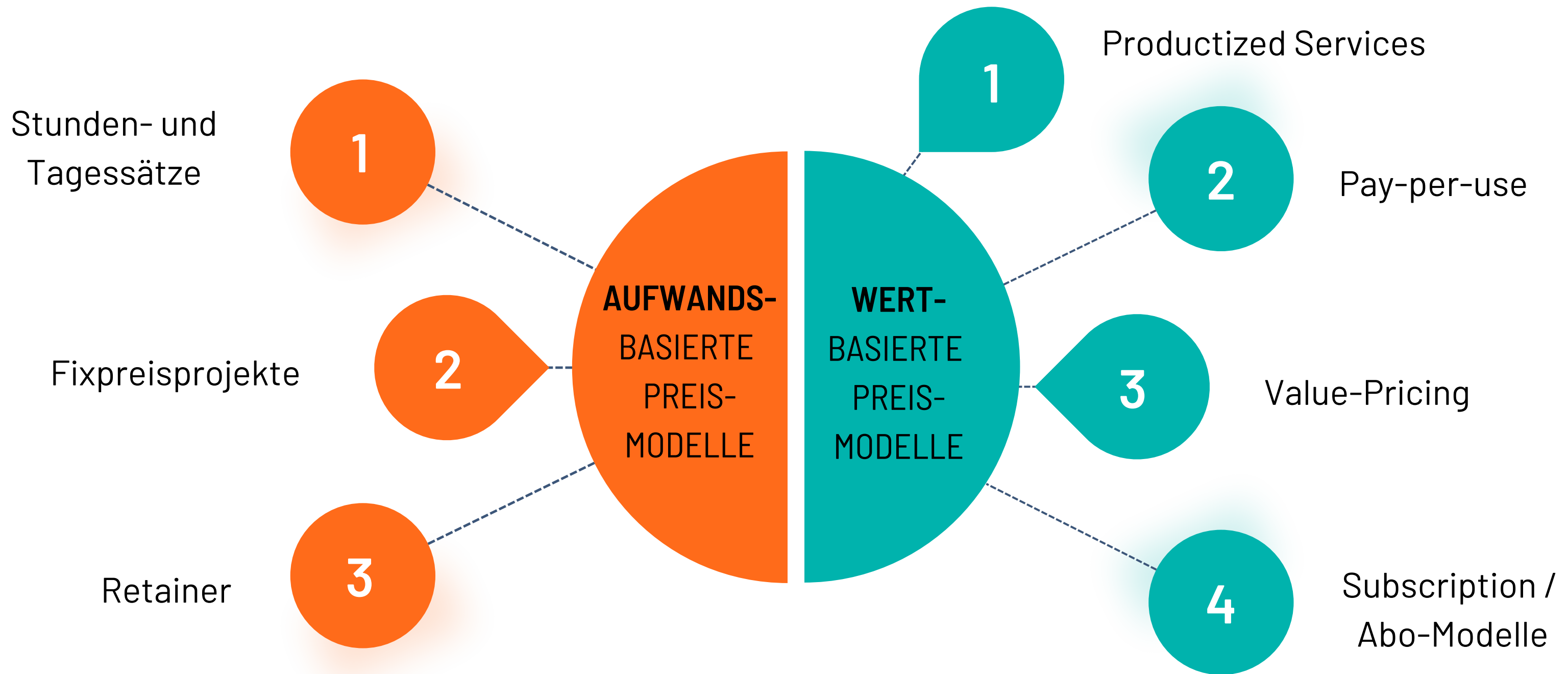
6. Differenzierung:

Wie stark hebt sich das Modell von denen der Wettbewerber ab?



DIE 7 PREISMODELLE

Hier sind bewährte Preismodelle für beratungsintensive Dienstleistungen wie Softwareentwicklung, IT-Services, Digitalagenturen und Consulting.



AUFWANDS-BASIERTE PREISMODELLE:

Bei aufwandsbasierten Modellen berechnet sich der Preis aus dem (geschätzten oder tatsächlichen) Aufwand plus gewünschtem Profit. Diese Modelle sind weit verbreitet.

1. Stunden- und Tagessätze:

Abrechnung erfolgt nach geleisteten Stunden oder Tagen.

Beispiel: Ein freiberuflicher IT-Berater rechnet seine Arbeitszeit direkt mit dem Kunden ab, ohne große Vorarbeit oder komplexe Abrechnungsmodelle.

2. Fixpreisprojekte:

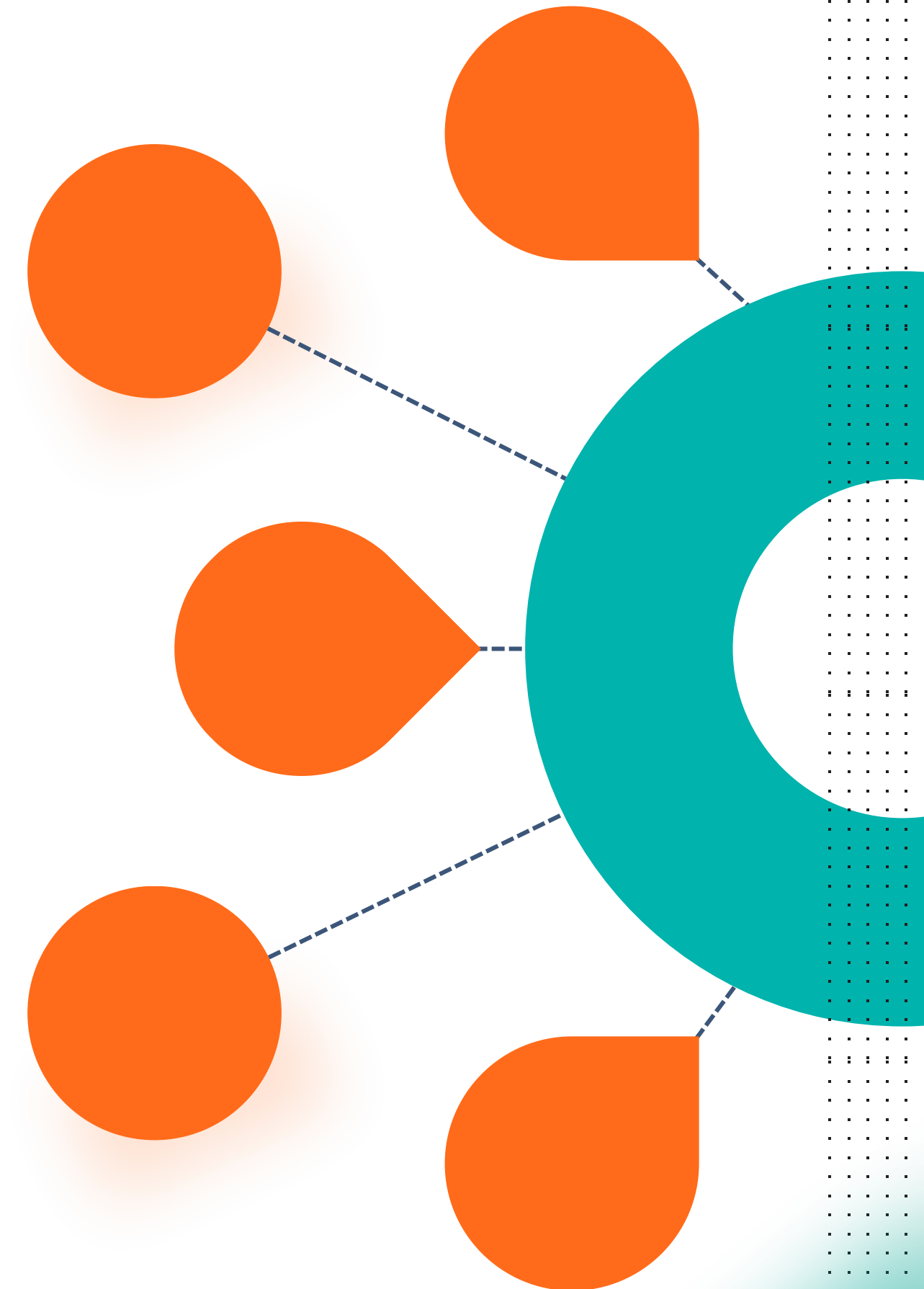
Der Preis wird im Voraus festgelegt, basierend auf einer detaillierten Kostenkalkulation.

Beispiel: Eine Software-Agentur entwickelt eine individuelle Anwendung zu einem festen Preis, der alle Aufwände abdeckt.

3. Retainer:

Der Kunde zahlt regelmäßig für ein festes Zeitkontingent, z. B. monatlich.

Beispiel: Ein Entwicklerteam wird für 100 Stunden pro Monat bei einem Kunden fest gebucht, was sowohl für den Kunden als auch für das Unternehmen planbare Einsätze schafft.





WERT-BASIERTE PREISMODELLE:

Bei wertbasierten Preismodellen orientiert sich der Preis am (erwarteten oder tatsächlichen) Wert der Leistung für den Kunden. Diese Modelle sind weniger weit verbreitet, bieten aber deutliche Vorteile gegenüber aufwandsbasierten Modellen.

1. Productized Services:

Standardisierte Beratungsdienstleistungen, die als Paket angeboten werden.

Beispiel: Eine Consulting-Firma bietet ein standardisiertes Workshop-Paket zur digitalen Transformation an, das einen klar definierten Inhalt und Ergebnisse verspricht.

2. Pay-per-use:

Der Kunde zahlt eine Basisgebühr und zusätzliche Gebühren abhängig von der Nutzung.

Beispiel: Ein Beratungsunternehmen stellt seine Services nach dem Nutzungsprinzip zur Verfügung, z.B. für die Nutzung von Analyse-Tools.

3. Value-Pricing:

Preisgestaltung basiert auf dem wahrgenommenen Wert für den Kunden.

Beispiel: Eine IT-Beratung legt den Preis für eine Strategieentwicklung basierend auf dem erwarteten Nutzen des Kunden fest, anstatt auf Basis der eingesetzten Zeit.

4. Subscription / Abo-Modelle:

Regelmäßige Zahlungen für kontinuierlichen Zugang zu Dienstleistungen.

Beispiel: Eine Digitalagentur bietet monatliche Abonnements für kontinuierliche Strategiebegleitung sowie die Betreuung und Weiterentwicklung eines Systems an, unabhängig von der tatsächlich abgenommenen Leistung.

WELCHE MODELLE SIND IDEAL WOFÜR?

Je nachdem, was Ihnen besonders wichtig ist, sind unterschiedliche Preismodelle besonders geeignet. Ranglisten wie diese hängen natürlich von mehreren Faktoren ab und bilden typische Werte ab - je nach individueller Situation eines Unternehmens kann sich die Rangliste verändern.

1. Profitabilität

1. Value-Pricing
2. Productized Services
3. Subscription / Abo-Modelle

2. Kundenakzeptanz

1. Productized Services
2. Fixpreis-Projekte
3. Pay-per-use

3. Skalierbarkeit

1. Subscription / Abo-Modelle
2. Pay-per-use
3. Value-Pricing

4. Planbare, langfristige Umsätze

1. Subscription / Abo-Modelle
2. Retainer
3. Productized Services

5. (geringes) Risiko von Verlusten

1. Retainer
2. Subscription / Abo-Modelle
3. Stunden- und Tagessätze

6. Differenzierung zur Konkurrenz

1. Value-Pricing
2. Pay-per-use
3. Subscription / Abo-Modelle

KOMPLETTE BEWERTUNG DER PREISMODELLE

Modelle	Profitabilität	Kundenakzeptanz	Skalierbarkeit	Planbare Umsätze	Risiko von Verlusten	Differenzierung
Stunden- und Tagessätze	Niedrig	Mittel	Gering	Gering	Gering	Gering
Fixpreisprojekte	Niedrig	Hoch	Gering	Gering	Hoch	Gering
Retainer	Hoch	Gering	Mittel	Hoch	Niedrig	Gering
Productized Services	Hoch	Hoch	Mittel	Mittel	Gering	Mittel
Pay-per-use	Variabel	Hoch	Hoch	Mittel	Mittel	Hoch
Value-Pricing	Sehr Hoch	Mittel	Hoch	Mittel	Mittel	Sehr Hoch
Subscription / Abo	Hoch	Hoch	Sehr Hoch	Sehr Hoch	Niedrig	Mittel

SZENARIEN UND EMPFEHLUNGEN

Jedes Unternehmen ist anders und hat meist mehrere Ziele parallel. Die folgenden Szenarien geben Ideen und Anregungen. Konkrete Empfehlungen können sich aufgrund von Zielgruppen, Ressourcen, aktueller Situation, Zielsetzung, etc. ändern.

SZENARIO 1: FREELANCER

Ein Freelancer startet frisch ins Unternehmerleben. Er will vorerst nicht skalieren, sondern nur gut verdienen. Er möchte flexibel arbeiten und keine Zeit vorab in die Entwicklung von Dienstleistungsprodukten investieren. Er möchte Verluste auf jeden Fall vermeiden. Über die Differenzierung macht er sich erst mal wenig Sorgen, mit einer durchschnittlichen Profitabilität ist er zufrieden.

Empfehlung: Stunden- und Tagessätze

Alternativ: Retainer

Begründung:

Dieses Modell ermöglicht maximale Flexibilität, direkte Abrechnung der Arbeitszeit und minimiert das Risiko von Verlusten.

Eine gute Alternative wäre der Retainer, der regelmäßige Einnahmen sichert und dennoch Flexibilität bietet.

SZENARIO 2: WACHSTUM

Ein Unternehmen wächst und stellt fest, dass seine Profite durch die ständig steigenden Personalkosten immer geringer werden. Es möchte daher höhere Profite, besser skalieren und planbare Umsätze. Solange die Rechnung am Ende des Jahres stimmt, sind auch temporäre Verluste verkraftbar. Sales soll einfach sein, da es keine Vertriebsprofis im Unternehmen gibt.

Empfehlung: Subscription / Abo-Modelle

Alternativ: Retainer

Begründung:

Subscription-Modelle bieten planbare Einnahmen, hohe Skalierbarkeit und einfache Verkaufsprozesse.

Der Retainer könnte eine Alternative sein, da er ebenfalls regelmäßige Einnahmen generiert und flexibel bleibt.

SZENARIO 3: MEHR PROFIT

Ein kleines Unternehmen möchte den Profit maximieren und wachsen, möglichst ohne weitere Mitarbeiter aufzunehmen. Eine starke Differenzierung zur Konkurrenz ist wichtig, temporäre Verluste sind verkraftbar. Aufgrund einer starken Kundenbeziehung kann im Vertrieb mehr Aufwand geleistet und komplexere Modelle implementiert werden.

Empfehlung: Value-Pricing

Alternativ: Productized Service

Begründung:

Value-Pricing maximiert die Profite durch wertbasierte Preisgestaltung und ermöglicht eine starke Differenzierung.

Productized Services könnten als Alternative dienen, um eine standardisierte, aber wertorientierte Angebotspalette zu schaffen, sowie als Einstiegsprodukt für neue Kunden.

SZENARIO 4: PLANBARE UMSÄTZE

Ein mittelgroßes Unternehmen möchte sich festigen. Planbare Umsätze sind sehr wichtig, einheitliche Leistungen sollten die Organisation vereinfachen. Profite sollten höher und der Vertrieb soll vereinfacht werden.

Empfehlung: Productized Services

Alternativ: Subscription / Abo-Modelle

Begründung:

Productized Services bieten klare, standardisierte Angebote, die für planbare Umsätze sorgen und die internen Prozesse vereinfachen.

Außerdem lassen sich diese oft stark automatisieren. In Kombination mit Subscription / Abo-Modellen kann dies zusätzliche Stabilität und langfristige Einnahmen generieren.



WELCHES PREISMODELL IST PERFEKT FÜR SIE?

Sie haben Interesse, eines dieser Preismodelle in Ihrem Unternehmen zu etablieren und so Ihre Profitabilität zu steigern, Ihre Umsätze zu stabilisieren und sich besser von der Konkurrenz abzuheben?

Das trifft sich gut, denn genau darauf sind wir spezialisiert.

Kontaktieren Sie uns für ein Beratungsgespräch, um Ihre Situation gemeinsam zu analysieren und sofort erste Empfehlungen zu entwickeln.

Reservieren Sie Ihren Termin unter www.umsatzsprung.com/termin