

So kalkulieren Sie den Preis für eine Dienstleistung:

1. Ermitteln Sie Ihre Betriebskosten pro Jahr

Miete/Pacht inkl. Nebenkosten	_____
Entsorgungskosten	_____
Personal	_____
Kfz-Kosten	_____
Leasing (Büromaschinen u.a.)	_____
Reparaturen/Instandhaltung	_____
Büro (Telekommunikation, Büromaterial etc.)	_____
Werbekosten	_____
Versicherungen und Beiträge	_____
Beratung	_____
Zinsen	_____
Anschaffungen (Geringfügige Wirtschaftsgüter)	_____
Abschreibungen	_____
sonstige betriebliche Aufwendungen	_____
Steuern	_____
Weiterbildungskosten	_____
Betriebskosten gesamt	_____

2. Ermitteln Sie Ihren privaten Ausgaben pro Jahr

Einkommensteuer	_____
Renten-, Lebens- und Berufsunfähigkeitsversicherungen	_____
Kranken- und Pflegeversicherung	_____
Unfallversicherung, Berufsgenossenschaft	_____
sonstige private Versicherungen	_____
Hauskosten/Miete inkl. aller Nebenkosten	_____
Privatkredite	_____
Privatleasing, Ratenzahlungen	_____
Vermögensanlagen	_____
Unterhaltszahlungen	_____
Vereinsbeiträge	_____
Lebenshaltung (Essen, Kleidung, Kino usw.)	_____
Kommunikation (Telefon, TV, Zeitungen usw.)	_____
Verkehr (Kfz, Bus und Bahn)	_____
Anschaffungen	_____
Urlaub	_____
Hobby, Freizeit	_____
Sonstiges	_____
Privatausgaben gesamt	_____

3. Berechnen Sie Ihre Arbeitsstunden pro Jahr (= fakturierfähige Stunden)

Tage im Jahr	365
- Samstage und Sonntage	104
- Feiertage	10
- Urlaubstage	ca. 30
- Krankheit	ca. 16
	<hr/>
= Anwesenheitstage	205
x 8 Arbeitsstunden pro Tag	1640 Stunden
x produktiv Beschäftigte (hier: 1 Person) =	1640 Stunden
- 30 % (Zeitverlust für Verwaltung, Fahrten, Akquise, Leerlauf)	492 Stunden
	<hr/>
= fakturierfähige Stunden	1148 Stunden

4. Berechnen Sie Ihren Stundensatz

Summe Betriebskosten und Privatausgaben

1148 fakturierfähige Stunden

= Stundensatz

5. Berechnen Sie einen Auftrag

Voraussichtlich geleistete Arbeitsstunden

x Stundensatz

= Angebotspreis netto

+ Mehrwertsteuer

= Angebotspreis brutto

Wenn Sie merken, dass Ihr Preis über dem Marktpreis liegt (was zum Beispiel die Wettbewerber nehmen), haben Sie zwei Möglichkeiten:

- Sie finden eine Zielgruppe, die einen höheren Preis bezahlen würde oder
- Sie reduzieren Ihre Kosten (zum Beispiel durch kostengünstigeren Einkauf)