

## Wie wichtig ist der Preis?

Im Verein KMU Netzwerk Graubünden (NWG) treffen sich wöchentlich Inhaber und Führungspersonen kleinerer und mittlerer Unternehmen zum gegenseitigen Austausch, zur Unterstützung in der Akquisition und zur Weiterbildung. Einmal im Monat wollen die Mitglieder des KMU Netzwerk Graubünden (NWG) mit Beiträgen zu unternehmerischen Themen Einblick in ihre vielseitigen Tätigkeiten geben.

In der heutigen Folge dieser Serie beantworten die beiden Netzwerk Mitglieder Manuel Solcà (Stoffel Druck GmbH) und Stefan Walter (Vom Fass) Fragen zum Thema Preis.

**Herr Walter und Herr Solcà, Sie sind im Detailhandel und dem produzierenden Gewerbe tätig. Wie entsteht der Preis für Ihre Produkte?**

**Walter:**

Als Franchisenehmer bin ich zwar selbständiger Unternehmer, im Verbund mit unserer Marke sind jedoch die Preise in allen Filialen der Schweiz einheitlich kalkuliert. Das gleiche Produkt kostet also in Chur gleichviel wie in Zug und Bern. Bei Eigenkreationen besteht aber ein Gestaltungsfreiraum.

**Solcà:**

Wir haben Zulieferungen (z.B. Papier) und Produktionskosten (z.B. Druck). Bei der Produktion sind die Investition und deren Leistungsfähigkeit entscheidend. Natürlich müssen Abschreibungen, Serviceverträge, Mietkosten, Bedienung und andere Zusatzleistungen auch berücksichtigt werden.

**Könnten Sie die Preise um 10% senken?**

**Walter:**

Jedes Unternehmen braucht einen verhältnismässigen Gewinn. Auf eine Umsatzeinbusse von 10% müssten wir reagieren und in der Kostenstruktur etwas ändern. Das wäre mit Leistungsabbau gegenüber dem Kunden verbunden. Ich glaube, unsere Kunden kommen eben gerade deshalb zu uns, weil die Dienstleistung und das Angebot für sie stimmen.

**Solcà:**

Das ganze Jahr für 10% weniger Einnahmen zu arbeiten, würde auch bei uns nicht funktionieren. Wir können je nach Auftragsvolumen oder Auslastungsgrad Sonderkonditionen geben. Natürlich wäre ein gewisses Einsparpotential vorhanden. Wir müssten allerdings unser Sortiment verkleinern und unseren Qualitätsstandard hinterfragen.

**Inwiefern spüren Sie in Bezug auf den Preis die Konkurrenz?**

**Solcà:**

Der Markt bestimmt bei uns den Preis natürlich

mit. Die Kundenbedürfnisse sind zudem so unterschiedlich, dass der Preis nicht immer oberste Priorität hat. So können zum Beispiel kurze Lieferzeiten oder die Qualität wichtiger sein.

**Walter:**

Unsere Konkurrenz ist die nächste Filiale, ist über 100 Kilometer entfernt und hat erst noch die gleichen Preise. Somit sind wir konkurrenzlos (schmunzelt). Klar, es gibt auch anderswo Essig, Öle, Spirituosen und Geschenke zu kaufen. Aber unser Konzept ist dennoch in seiner Art einzigartig.

**Dann könnten Sie also auch die Preise anheben?**

**Walter:**

Der Kunde kann schon abschätzen, was vom Preis her verhältnismässig ist. Der Preis ist ein sensibler Bestandteil eines Gesamtangebots. Da muss man vorsichtig sein. Selbst wenn man wirklich gut ist, will man nicht als teuer abgestempelt werden.

**Solcà:**

Die wichtigsten Kunden sind die Stammkunden. Und dies könnte auch der Erstkunde werden. In keinem Fall darf der Kunde das Gefühl haben, er hätte für etwas zuviel bezahlt. Preiserhöhungen sind in der Regel nur mit Mehrleistungen gerechtfertigt. Auch wir wollen auf dem Boden bleiben.


*Im nächsten Beitrag gehen wir der Frage nach, welchen Stellenwert die Lehrlingsausbildung hat.*

*Interessierte sind eingeladen, an einem Morgentreffen unverbindlich teilzunehmen. Wir freuen uns auf Ihre Voranmeldung bei einem der Vereinsmitglieder.*



**Manuel Solcà**  
Stoffel Druck GmbH  
www.stoffeldruck.ch

**Stefan Walter**  
Vom Fass Chur  
www.vomfass-Chur.ch

 **Besuchen Sie uns auf Facebook!**  
[facebook.com/kmunetzwerkgraubuenden](https://facebook.com/kmunetzwerkgraubuenden)