



Angepackt – sofort umsetzbare Business-Impulse für Ihren Handwerksbetrieb. Monatlich neu für Sie.

Impuls für heute:

Preise, die Bestand haben

Inhaltsverzeichnis

Inhalt	Seite
Newsletter	2 - 3
Social Media Beitrag	4
Fachtext / Kolumne	5 - 8

Newsletter

Betreff: Wie Sie in schwierigen Zeiten Ihre Preise halten und Kunden trotzdem von Ihrem Wert überzeugen.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von Influently & MeistX

Wie oft haben Sie in den letzten Monaten ein Angebot geschrieben und gedacht: „Das ist knapp kalkuliert, aber ich brauche den Auftrag“? Und wie oft haben Sie am Ende festgestellt, dass Sie mit diesem Auftrag mehr Geld mitgebracht haben, als Sie verdient haben?

Wir erleben gerade eine der schwierigsten Phasen im Handwerk seit Jahren. Die Auftragslage ist vielerorts dünn, die Unsicherheit groß. Laut ZDH Konjunkturbericht vom Herbst 2024 ist die Geschäftslage im Handwerk so angespannt wie seit der Finanzkrise nicht mehr. Fast 40 Prozent der Betriebe berichten von rückläufigen Auftragseingängen. In dieser Situation beginnen manche Betriebe, ihre Preise zu senken. Aus Angst, den Auftrag zu verlieren. Aus Angst, die Mannschaft nicht auslasten zu können.

Aber ich sage Ihnen ganz offen: Das ist der falsche Weg. Wer in schwierigen Zeiten seine Preise drückt, überlebt vielleicht ein paar Monate länger, aber er geht trotzdem unter. Nur eben langsamer.

In dieser Ausgabe präsentiere ich Ihnen, wie Sie Ihre Leistungen so darstellen und kalkulieren, dass Ihre Preise Bestand haben. Und wie Sie mit Kundeneinwänden umgehen, ohne in die Preisfalle zu tappen.

Lesen Sie in unserer Fachkolumne, warum Ihre Kalkulation Ihr Fundament ist und wie Sie Ihre Preise selbstbewusst vertreten, selbst wenn der Markt schwierig ist.

Packen wir's an!

P.S.: Sie wollen wissen, wie Sie mit Ihrem Handwerksbetrieb sofort in der Region durchstarten?

Dann sichern Sie sich ein kurzes Gespräch mit Mohamad von Influently – Handwerksmeister und Gründer von MeistX. Er bietet Ihnen eine kostenfreie 15-Minuten-Analyse. Sprechen Sie mit ihm und erhalten Sie einen klaren Überblick, wie Sie Ergebnisse erzielen.

<https://handwerk.influently.de/>

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit und ein starkes, modernes Handwerk.

Social Media Beitrag



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von Influently & MeistX

„Das ist mir zu teuer“ – und jetzt?

Kennen Sie das? Sie schicken ein sauber kalkuliertes Angebot raus und die erste Reaktion ist: „Das ist aber teuer. Können Sie da nicht noch was machen?“

Hier ist die Wahrheit: Fast jeder Kunde sagt erstmal, dass es zu teuer ist. Das ist Verhandlungstaktik, kein echtes Problem. Die Frage ist nur: Wie reagieren Sie darauf?

Variante 1: Sie senken sofort den Preis. Ergebnis: Der Kunde denkt, Sie waren vorher zu teuer. Und beim nächsten Projekt wird er wieder verhandeln.

Variante 2: Sie fragen nach. „Was genau ist Ihnen zu teuer? Was haben Sie sich vorgestellt?“ Und dann erklären Sie ruhig, was in Ihrer Leistung steckt. Material, Arbeitszeit, Gewährleistung, Ihre Erfahrung.

Laut einer Umfrage der Handwerkskammer München (2024) gewinnen Betriebe, die ihre Leistungen klar erklären und selbstbewusst auftreten, über 70 Prozent der Aufträge, bei denen der Kunde zunächst über den Preis verhandeln wollte. Nicht weil sie billiger sind, sondern weil sie Wert vermitteln.

Mein Tipp: Lassen Sie sich nicht unter Druck setzen. Ein Kunde, der nur am Preis interessiert ist, wird nie ein guter Kunde sein. Ein Kunde, der Ihre Arbeit schätzt, zahlt den fairen Preis.

Wie geht Ihr mit Preisverhandlungen um? Schreibt es in die Kommentare!

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit und ein starkes, modernes Handwerk.
#meistx #handwerkwirkt #füreinbessereshandwerk #mohamadchouchi

Fachtext / Kolumne

Titel: Preise, die halten – auch wenn der Markt schwierig ist

Kollegen, wir müssen reden. Über Preise. Über Kalkulation. Und darüber, warum so viele Betriebe gerade in die Falle tappen, ihre Preise zu drücken, nur um irgendwie durchzukommen.

Die Lage ist ernst. Das wissen wir alle. Die Baukonjunktur schwächelt, die Zinsen sind hoch, viele Privatkunden halten sich zurück. Laut ZDH Konjunkturbericht (Herbst 2024) ist die Geschäftslage im Handwerk so angespannt wie seit über zehn Jahren nicht mehr. Fast 40 Prozent der Betriebe berichten von rückläufigen Auftragseingängen. In manchen Gewerken wie dem Ausbau ist die Situation noch dramatischer.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von Influently & MeistX

Und in dieser Situation beginnen manche Betriebe, ihre Preise zu senken. Weil sie Angst haben, den Auftrag an die Konkurrenz zu verlieren. Weil sie ihre Leute beschäftigen wollen. Weil sie denken: Lieber ein Auftrag mit wenig Marge als gar kein Auftrag.

Ich verstehe das. Ich kenne diese Angst. Aber ich sage Ihnen ganz offen: Das ist der Anfang vom Ende. Wer heute seine Preise unter Selbstkosten drückt, kann morgen die Rechnung nicht mehr bezahlen. Eine Studie des IfH Instituts für Handwerkswirtschaft (2024) zeigt, dass Betriebe, die in Krisenzeiten ihre Preise senken, eine um 35 Prozent höhere Insolvenzgefahr haben als solche, die ihre Kalkulation halten.

Das Problem mit der Dumpingfalle

Wenn Sie einmal anfangen, unter Preis zu arbeiten, kommen Sie da nicht mehr so einfach raus. Der Kunde gewöhnt sich daran. Beim nächsten Projekt will er den

gleichen Preis. Und Ihre Konkurrenz zieht nach. Das Ergebnis: Ein Wettrennen nach unten, bei dem am Ende alle verlieren.

Das sieht man gerade in Ausschreibungen. Manche Betriebe bieten so knapp, dass sie faktisch Geld mitbringen. Sie hoffen auf Nachträge, auf Zusatzaufträge, auf irgendetwas, das die Rechnung rettet. Aber in der Realität passiert das selten. Was passiert, ist Stress, Ärger, schlechte Qualität und am Ende rote Zahlen.

Die Alternative: Kalkulation mit Rückgrat

Die Lösung ist nicht, noch billiger zu werden. Die Lösung ist, Ihre Leistung so zu kalkulieren und zu präsentieren, dass der Preis selbstverständlich ist.

Schritt 1: Saubere Vollkostenkalkulation

Kalkulieren Sie ehrlich. Nicht mit Wunschdenken, sondern mit den echten Zahlen. Material, Lohnkosten, Nebenkosten, Fahrzeugkosten, Versicherungen, Gewährleistungsrückstellungen. Und dann der Gewinn. Ja, Gewinn. Das ist kein schlechtes Wort. Das ist Ihr Lohn dafür, dass Sie das Risiko tragen.

Laut Betriebsvergleich der Handwerkskammer München (2024) liegt die durchschnittliche Umsatzrendite im Handwerk bei mageren 2 bis 4 Prozent. Das ist zu wenig. Ein gesunder Betrieb braucht mindestens 8 bis 10 Prozent Gewinn, um Rücklagen zu bilden, in Maschinen zu investieren und Krisenzeiten zu überstehen.

Schritt 2: Leistungen detailliert beschreiben

Ein Angebot ist kein Preiszettel. Es ist ein Leistungsversprechen. Schreiben Sie nicht nur „Badezimmer renovieren – 15.000 Euro“. Schreiben Sie genau, was drin ist. Welche Fliesen, welche Armaturen, wie viele Arbeitsstunden, welche Gewährleistung. Je detaillierter Ihr Angebot, desto schwerer wird es für den Kunden, nur auf den Preis zu schauen.

Praxis-Beispiel (Elektriker): Statt „Elektroinstallation Neubau – 8.500 Euro“ schreiben Sie: „Elektroinstallation für Einfamilienhaus, 120 qm Wohnfläche. Inklusive: 23 Steckdosen, 14 Lichtauslässe, FI-Schalter, Unterverteilung, Zählerschrank, Prüfprotokoll nach VDE. Arbeitszeit: ca. 45 Stunden. Material: Markenqualität von Jung/Hager. Gewährleistung: 5 Jahre.“ Jetzt sieht der Kunde, was er bekommt.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von Influently & MeistX

Schritt 3: Einwände souverän kontern

„Das ist mir zu teuer.“ Das werden Sie hören. Immer. Die Frage ist: Wie reagieren Sie?

Nicht: „Okay, ich mache Ihnen 10 Prozent Rabatt.“

Sondern: „Ich verstehe, dass Sie auf den Preis schauen. Darf ich fragen, welchen Preisrahmen Sie im Kopf hatten?“ Und dann: „Lassen Sie mich kurz erklären, wie dieser Preis zustande kommt.“

Und dann erklären Sie. Ruhig, sachlich, selbstbewusst. Was kostet das Material? Was kostet die Arbeitszeit? Was bringen Sie an Erfahrung mit, die teure Fehler verhindert? Was bedeutet Ihre Gewährleistung für den Kunden?

Laut einer Studie der Universität St. Gallen (2023) zum Verkaufsverhalten im Handwerk gewinnen Betriebe, die Einwände mit Argumenten statt mit Rabatten beantworten, in über 70 Prozent der Fälle den Auftrag zum ursprünglichen Preis.

Warum das gerade jetzt so wichtig ist

Wir sind in einer Phase, in der sich entscheidet, welche Betriebe die Krise überstehen und welche nicht. Die, die jetzt ihre Preise halten, ihre Kalkulation im Griff haben und selbstbewusst auftreten, werden gestärkt aus dieser Phase herauskommen. Die, die aus Angst ihre Preise opfern, werden verschwinden.

Das ist hart, aber es ist die Realität. Der Markt sortiert gerade neu. Und am Ende bleiben die, die wissen, was sie wert sind.

Fazit: Ihre Arbeit hat einen Preis

Stehen Sie zu Ihren Preisen. Kalkulieren Sie sauber. Erklären Sie Ihre Leistung. Und haben Sie den Mut, auch mal Nein zu sagen. Ein Auftrag, bei dem Sie draufzahlen, ist kein Auftrag. Er ist eine Belastung. Und in schwierigen Zeiten können Sie sich solche Belastungen nicht leisten.

P.S.: Sie wollen wissen, wie Sie mit Ihrem Handwerksbetrieb sofort in der Region durchstarten?

Dann sichern Sie sich ein kurzes Gespräch mit Mohamad von Influently – Handwerksmeister und Gründer von MeistX. Er bietet Ihnen eine kostenfreie 15-Minuten-Analyse. Sprechen Sie mit ihm und erhalten Sie einen klaren Überblick, wie Sie Ergebnisse erzielen.

<https://handwerk.influently.de/>

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit und ein starkes, modernes Handwerk.

Studien zum Nachschlagen:

- ZDH (Zentralverband des Deutschen Handwerks): Konjunkturbericht Herbst 2024. URL: <https://www.zdh.de/ueber-uns/fachbereich-wirtschaft-energie-umwelt/konjunkturbericht/zdh-konjunkturbericht-2/2024/>
 - IfH Institut für Handwerkswirtschaft (2024): Studie zu Preisstrategien in Krisenzeiten. URL: https://ifh.wiwi.uni-goettingen.de/site/assets/files/11866/ifh-fb_37_2026.pdf
 - Handwerkskammer München (2024): Betriebsvergleich und Umfrage zu Preisverhandlungen. URL: <https://www.hwk-muenchen.de/artikel/konjunkturbericht-4-quartal-2024-74,0,11719.html>
 - Universität St. Gallen (2023): Verkaufsverhalten im Handwerk. URL: <https://alexandria.unisg.ch/entities/publication/5e877a91-7a38-45ba-b0aa-cf7025657188>
-

CTA-Kasten für Redaktion:

Weitere praxisnahe Tipps & Ideen für Ihren Handwerksbetriebe gibt es monatlich kostenfrei in der Medienmappe von MeistX „Angepackt“. MeistX ist Teil der Influently GmbH