

Was kostet meine Arbeit?

Offerten erstellen

René Esposito

EINSTIEG: WENN WEBDESIGNER ... WÄREN

Auszug aus der Cartoon Reihe auf www.drweb.de,
Autor Dieter Petereit





WENN WEBDESIGNER AUTOVERKÄUFER WÄREN

Erstaunlich, dass der nette Herr im Anzug so ruhig bleibt. (...)

Bei Webdesign-Projekten ist das **Unterbewerten der Auftragshöhe** vollkommen normal. Es ist aber nicht minder absurd ...

Wenn Webdesigner ...



... Klempner wären

WENN WEBDESIGNER KLEMPNER WÄREN

Klingt absurd, ist aber leider nicht selten

Varianten davon sind: "Betrachten Sie es als sehr gute Referenz" oder "Sehen Sie es mal so. Jeder macht doch Werbung".

Wenn Webdesigner ...

Ich hätte da nur ein paar kleine Änderungen



... Bildhauer wären

WENN WEBDESIGNER BILDHAUER WÄREN

Es gibt diese Aufträge, die laufen eigentlich sehr harmonisch ab. Man versteht sich mit dem Kunden. Der kann seine Vorstellungen klar vermitteln. Wir glauben, alles verstanden zu haben und im Einklang mit den Zieldefinitionen des Projekts zu arbeiten. Bis wir fast fertig sind...

An dieser Stelle kommt ein Kunde gerne mal auf die Idee, den Sohn vom Freund eines Bekannten von Meier aus der Buchhaltung zu fragen oder schlicht vor dem heimischen Fernseher seine Familie in den Entscheidungsprozess einzubinden. Ab diesem Moment kann alles passieren...

Wenn Webdesigner ...



... Floristen wären

WENN WEBDESIGNER FLORISTEN WÄREN

Christian Longe aus Washington erlebt diese Situation so oft, dass er sie uns als seinen "Lieblingsmoment" vorschlug...

- "Können wir da nicht einen Newsticker drüber machen, wo der Text so durchläuft? Sie wissen schon, wie im Supermarkt."
- "So soll meine Website aussehen? Das sieht ja aus wie ein Computerprogramm.
- " Können wir nicht die Links zu den Informationen irgendwie auf der Seite verteilen, so dass die Kunden etwas danach suchen müssen? So bleiben sie länger auf der Seite."

Wenn Webdesigner ...



... Metzger wären

WENN WEBDESIGNER METZGER WÄREN

Die Idee zu diesem Cartoon stammt von Webdeveloper Nathan McKay aus Florida.

Er erzählte uns, dass es in seiner Praxis häufig zu dem Punkt kommt, an dem der Kunde nach langem Mikromanagement aller Seitenbestandteile selbst keinen Gefallen mehr an dem Erreichten empfindet. Nathan fühlt sich nach eigenen Angaben in solchen Fällen dann wie der Metzger aus unserem Bild. Alles wurde zerhackt und jetzt soll er es wieder zusammenbauen.

FAZIT VON VON DIETER PETEREIT

Kunden tendieren dazu, den Umfang eines Auftrages anders zu definieren als Sie es tun. Wenig zahlen, viel bekommen, Geiz ist geil. (...)

Der einzige mehr oder weniger sichere Weg, sich vor der Ausbeutung zu schützen, ist es, **den Auftragsumfang so genau wie möglich schriftlich zu fixieren und weitere schriftliche Ergänzungen bei Erweiterungs-Wünschen zu formulieren.**

Letztendlich wird man doch immer wieder einem besonders hartleibigen Kunden zum Opfer fallen. Dabei ist dieser vielleicht nicht einmal böswillig, sondern bloss unglaublich ignorant.

WISSENWERTES ZUM THEMA OFFERTEN

- Juristische Grundlagen
- Begriffe
- Vorgehensweisen
- meine persönlichen Erfahrungen
- Tipps

FESTER PREIS ODER „NACH AUFWAND“?

- Im Prinzip gibt es zwei Varianten, Projekte zu verrechnen: Vereinbarung für die Kosten des ganzen Projekts (**fixe oder pauschale** Kosten) oder „nach Aufwand“.
- Es liegt auf der Hand, dass es nicht jedermannss Sache ist, einen Auftrag zu erteilen, ohne den Preis im voraus fest zu vereinbaren.
- Ich arbeite sehr selten „nach Aufwand“ und nur dann, wenn ich mit dem Kunden schon jahrelang zusammenarbeitete (Vertrauen ist schon aufgebaut).

DAS WORT „OFFERTE“

- In der Schweiz wird der Begriff „Offerte“ als Synonym zum Begriff „Kostenvoranschlag“ gebraucht.
- Achtung: In Deutschland sorgt der Begriff „Offerte“ oft für Verwirrung, es ist nämlich nicht ganz klar, was man damit meint.

OFFERTE VS. KOSTENSCHÄTZUNG

- **Wichtig: Die Preise in einer Offerte sind verbindlich!**
- Wenn man noch nicht ganz sicher den Arbeitsumfang kennt, gibt man besser zuerst eine **Kostenschätzung** ab.
- Noch besser wäre der Begriff „**unverbindliche Kostenschätzung**“ zu verwenden. Dann sollte es jedem klar sein, um was es dabei geht.

WAS IST EINE OFFERTE?

- Eine Offerte ist eigentlich – juristisch streng aufgefasst - ein **Vorschlag zu einem Vertrag**.
- In den meisten Fällen wird bei kleineren Projekten auf den eigentlichen Vertragsabschluss in Form einer schriftlichen „**Auftragsbestätigung**“ oder „**Auftragserteilung**“ o.ä. verzichtet.
- Somit gilt die Offerte selber auch als Vertrag. Das Akzeptieren der Offerte durch den Kunden wird als Vertragsabschluss gewertet.

KOSTET DIE OFFERTE ETWAS? TEIL I

- Allgemein: Dies ist in der Schweiz von der Branche abhängig. Im Autogewerbe oder bei Zahnärzten sind Offerten in der Regel kostenpflichtig.
- Bei kleineren Webprojekten (als „direkter“ Dienstleister) kostet eine Offerte meistens nichts, es ist also eine Vorleistung, die eine Webagentur „einfach so“ erbringen muss.
- Macht man aber Offerten mehrmals (in Zusammenarbeit mit einer anderen Agentur) ohne je einen Auftrag zu erhalten, kann man mit gutem Gewissen etwas dafür verlangen.

KOSTET DIE OFFERTE ETWAS? TEIL II

- Eine Offerte zu schreiben ist bei komplexen Projekten ein erheblicher Aufwand.
- Sind dafür auch Sitzungen, grössere Recherche-Arbeiten oder Abklärungen nötig, ist es angezeigt, ein sog. „**Vorprojekt**“ zu machen, welches **unabhängig** vor der eigentlichen Umsetzung des Auftrages offeriert wird.
- Dieses Vorgehen zahlt sich meistens für beide Vertragspartner aus.

SIND OFFERIERTE ANGABEN VERBINDLICH?

- Grundsätzlich sind alle Zahlen in einer Offerte verbindlich
- Wenn nicht sicher ist, wie viel Aufwand die Umsetzung einer Teilaufgabe erfordert, kann das in der Offerte mit einem Hinweis **speziell markiert** werden („Richtpreis“, „Schätzung“, „Mehrkosten vorbehalten“, o.ä.)
- Um Streit zu verhindern, lohnt es sich, die Kundschaft vor Projektstart nochmals ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass nicht alles glasklar im voraus berechenbar ist

DARF DIE RECHNUNG HÖHER SEIN ALS DIE OFFERTE?

- Grundsätzlich: Wenn ausserordentliche Umstände eintreten oder während des Projektes ein unvorhergesehener, begründeter Mehraufwand nötig wird, kann auch mehr verlangt werden.
- Leider ist die Schweizerische Gesetzgebung etwas schwammig, wie Streitfälle bezgl. dieses Punktes gelöst werden sollen.
- Deshalb haben sich branchenübliche Faustregeln durchgesetzt. Rechnungen, die **10% höher** sind als die Offerte, werden meistens diskussionslos akzeptiert.
- Merkt man **während** der Projektabwicklung, dass die offerierten Stunden nicht ausreichen, sucht man am besten möglichst schnell ein Gespräch mit dem Auftraggeber. Das ist viel besser als **nach** Projektabschluss zu streiten!

MUSS MAN ABGABEN FÜR DIE MWST ANGEBEN?

- Enthält die Offerte keine Hinweise auf die Mehrwertsteuer (Bsp.: „zuzügl. MwSt“), darf der Kunde davon ausgehen, dass sie in den angegebenen Preisen **bereits enthalten ist**.
- Stellt man nachträgliche, unangekündigte Aufschläge für die Mehrwertsteuer in Rechnung - was nicht ausdrücklich verboten ist - ist Streit vorprogrammiert.
- Ist man **nicht** verpflichtet, Mehrwertsteuer zu entrichten (s. nächste Folie), kommuniziert man das am besten in irgendeiner Form.

MEHRWERTSTEUER - UMSATZGRENZE

- Man ist von der Steuerpflicht befreit, wenn man die **Umsatzgrenze von 100'000 Franken nicht überschreitet**; allerdings kann man sich als Unternehmer auch freiwillig der Mehrwertsteuer unterstellen. Auf Antrag können auch mehrere Unternehmen gemeinsam als ein Steuerpflichtiger behandelt werden («Gruppenbesteuerung»).

Quelle: [Wikipedia](#)

MEHRWERTSTEUERSÄTZE IN DER SCHWEIZ

| | |
|---|-------|
| Normalsatz | 7,7 % |
| Autos, Uhren, Schmuck, Kleider, Alkohol, Dienstleistungen | |
| Sondersatz | 3,7 % |
| Hotelübernachtungen inkl. Frühstück | |
| Reduzierter Satz | 2,5 % |
| Lebensmittel, Bücher, Zeitungen, Medikamente, weitere Güter des täglichen Bedarfs | |

Für die meisten Waren und Dienstleistungen gilt ein Mehrwertsteuersatz von 7,7%.

Quelle: ch.ch

... WAS IST, WENN ES KEINE OFFERTE GIBT?

Das Gesetz ist in einem solchen Fall eindeutig:

«Ist der Preis zum Voraus entweder gar nicht oder nur ungefähr bestimmt worden, so wird er nach Massgabe des Wertes der Arbeit und der Aufwendungen des Unternehmers festgesetzt.»

Art. 374 OR

WAS IST EIN „KOSTENDACH“?

- In manchen Fällen lässt sich vor Projektbeginn beim besten Willen nicht genau abschätzen, wie viel Aufwand die Umsetzung eines Projekts erfordert.
- Statt eines fixen Preises kann auch ein sog. **Kostendach** vereinbart werden: eine oberste Grenze für den Preis, die aber unterschritten werden kann.
- Meistens braucht es dafür ein gewisses Grund-Vertrauen des Kunden in die Webagentur (nach längerer Zusammenarbeit).

PAUSCHALE FÜR EINEN TEILBEREICH

- Für kleinere Arbeitsschritte lohnt es sich manchmal nicht, in einer Offerte jedes Detail exakt aufzulisten und zu beschreiben.
- In einem solchen Fall kann man eine sog. **Pauschale** notieren.
- Beispiel:
„Qualitätskontrolle CHF 300.- (pauschal)“

FIXPREIS FÜR EIN GANZES PROJEKT?

- Es gibt Webagenturen, die für standardisierte Sites mit fixen Preisen arbeiten.
- Für viele Kunden ist dieses Vorgehen einleuchtend, denn eine App hat ja schliesslich auch einen fixen Preis. Es ist also einfach zu kommunizieren bzw. zu verkaufen.
- Allerdings lässt dies keinen Spielraum offen für die individuellen Wünsche des Kunden.
- Meiner Meinung nach geht das in Richtung „Bauernfängerei“...

WEBKÖNIG GO FÜR KLEINE BUDGETS

Oder doch lieber ein **Budget**, **Premium** oder **Exklusiv**?

go one

990.-

Für Schnellstarter, die alles auf einer Seite gesagt haben.

Einmalige Erstellungsgebühr plus Rundum-Sorglos-Paket 290.- jährlich.

BERATUNG

go ten

1'490.-

Für Kleinunternehmen, die eine günstige Website mit bis zu 10 Seiten wünschen.

Einmalige Erstellungsgebühr plus Rundum-Sorglos-Paket 390.- jährlich.

BERATUNG

go twenty

1'990.-

Für Etablierte, die bis zu 20 Seiten für ihre Angebote benötigen.

Einmalige Erstellungsgebühr plus Rundum-Sorglos-Paket 490.- jährlich.

BERATUNG

ANGEBOTE AB 3'000.-

ONLINE PREISRECHNER

BERECHNUNG DES AUFWANDES - TEIL I

- Man kann nicht für alle Arbeiten den gleichen Stundenansatz verlangen, da nicht alle Schritte gleich komplex sind, bzw. gleich viel Wissen des Entwicklers voraussetzen
- Faustregel:
einfache Bildbearbeitung < Design < HTML und CSS < PHP und JavaScript Programmierung < Datenbanken < Beratung

BERECHNUNG DES AUFWANDES - TEIL II

Was bedeutet ein Stundenansatz als selbständiger Erwerbender, bzw. „Was verdiene ich effektiv“?

Stundenansätze auf Offerten mögen einigen Kunden hoch erscheinen, aber es gilt leider die Faustregel:

Bei jeder Stunde, die ich verrechnen kann, **ist die Hälfte bereits weg** : Büromiete, Abschreibung, Hardware- und Softwarekosten, Administrationskosten, Steuern und Versicherungen, Sozialabgaben, Aus- und Weiterbildung, Akquise, etc.

MEIN BEITRAG FÜR DIE PROJEKTLITUNG?

- Bis Ende der 90er Jahre war es üblich, einen fetten Betrag für die Leitung eines Projekts zu offerieren (ca. ein Drittel des Totalbetrages).
- In der heutigen Zeit wissen (vermeintlich) alle, wie „das Internet funktioniert“, das Thema „Projektleitung“ wird deshalb gerne verdrängt.
- Trotzdem ist eine Leitung in irgend einer Form bei jedem Projekt nötig. Die Kunst ist es nun, die Kosten dafür irgendwie in der Offerte zu „verstecken“ ...

TIPP 1: KEINE SCHNELLSCHÜSSE

- **Lass dich nie dazu drängen, vorschnell eine Aussage zur Preisgestaltung zu machen!!!**
- Eine relevante Preisberechnung ist eine Sache, die Zeit erfordert. Man muss sich zuerst in ein Projekt vertiefen und Abklärungen vornehmen.
- *Schreibe die Offerte und schlafe nochmals über die Preisberechnung, bevor du sie dem Kunden präsentierst!*

TIPP 2: DIE ERSTE SITZUNG

- Verlange nichts für die erste Sitzung, das wird sehr geschätzt.
- Halte die erste Sitzung nicht „virtuell“ ab. Kennt man sich persönlich, erleichtert dies später die Projektabwicklung erheblich.
- Versuche schon bei der ersten Sitzung möglichst viel über die Unternehmenskultur und die Führungshierarchie (s. nächste Folie) der Kundschaft herauszufinden.

TIPP 3: KUNDEN MIT KOMPLEXEN HIERARCHIEN

- Finde bei der ersten Sitzung möglichst viel darüber heraus, wie bei der Kundenschaft Entscheidungsfindungs-Prozesse (Teil der „Unternehmenskultur“) ablaufen. Dies hat nämlich einen direkten Zusammenhang zu dem Geld, welches am Projektende für dich übrig bleiben wird.
- Schlage 10% pro Hierarchie-Stufe auf deine Preise hinzu (zum Beispiel für Sitzungen).
- Wird der **Betrieb patriarchalisch geführt** oder handelt es sich um einen **staatlichen Betrieb**: rechne nochmals mindestens 10% hinzu.

TIPP 4: AUCH DAS DESIGN KOSTET

- Vergiss nie, auch den Designprozess anständig zu offerieren!
- Vor allem dann, wenn du dich selber als «Web-Entwickler» verstehst!

ARBEITSAUFTAG: KOSTEN SCHÄTZEN

- Suche eine bestehende, **überschaubare** Website eines kleineren Schweizer Unternehmens.
- Versuche zu schätzen, wie viel der Auftritt gekostet hat: Design, Bildbearbeitung, Umfang, Formulare, Features, CSS (kurze Analyse des Codes), etc.
- Stelle deine Zahlen in Form einer Tabelle zusammen: Teil-Bereich, Anzahl geschätzter Stunden, Preise, Total.
- Diskutiere dein Resultat in der Klasse. Begründe deine Zahlen.