

PREISKALKULATION

HERZLICH WILLKOMMEN

- Wie kalkuliere ich meine Preise richtig und nachvollziehbar?
- Welche Preisargumente überzeugen meine Gäste?
- Welche Preisstrategien sind sinnvoll für meinen Betrieb?

KURZ – KNACKIG – KOMPETENT

Ing. Maria Rettenwender, Urlaub am Bauernhof Fachberaterin
LK-Salzburg, Tel. 050 2595-4584; Mail maria.rettewender@lk-salzburg.at



lk

FOCUS: DER TOURISTISCHE MARKT & SEINE LOGIK

TRENDS SOMMERSAISON 2025

- Urlaub als Grundbedürfnis
- Mehrere Urlaube im Jahr (Flexibilität Anreise mit Auto, Öffis)
- Kurzaufenthalte und kürzere Aufenthaltsdauer
- Kurzfristigere Buchungen
- Zeiten mit hoher Nachfrage werden geringer
- „Massentourismus und Touristenlenkung“
- Rollende Inflation

September 2024 – August 2025 durchschnittlich 2,8%

2019 bis 2024: 27 % Inflation

FOCUS: DER TOURISTISCHE MARKT & SEINE LOGIK

TRENDS SOMMERSAISON 2025

- „Sparen“ bei den Zusatzausgaben und Zusatzkonsumationen
- Herkunftsländer Sommerurlaub: Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechei, Polen, Slowakei
- Wohnmobilabstellplätze, Campingplätze
- Konstruktive Dialog mit dem Gast
- Mitbewerber
- Regionale „Infrastruktur“

FOCUS:
AUFZEICHNUNGEN, UNGELIEBT ABER EIN „MUSS“!

- Umsatz/Erlöse: Preise, Vermietungseinheiten/Anzahl der Unterkünfte
- Zusatzerlöse: Endreinigung, Tiere, Verpflegung, Zusatzbetten, Dienstleistungen
- Nächtigungen, Belegtage, Vollbelegstage
- „Nachfragezeiten“
- Kosten (Ausgaben, Aufwand, Gebühren): Variabel und fixe Kosten, Gemeinkosten
- „Gästemerkmale“ und Gästerückmeldungen
- Aufenthaltsdauer meiner Gäste im Jahreskreislauf

Rechnungen, Buchungskalender, Gästemeldungen, Hotelprogramm, E-A-Rechnung, Zahlen vom Steuerberater

JE GENAUER UND LÜCKENLOSER DIE AUFZEICHNUNGEN UMSO GENAUER DAS ERGEBNIS!

EURE MEINUNGEN ZU DIESEN
2 FOCUS-THEMEN?



lk

PREISKALKULATION

ERLÖSE

- Verkaufspreis x Nächtigungen
- Verkaufspreis x Belegetage

ZUSATZERLÖSE

- Endreinigung:
Zeitaufwand x Stundenlohn
Größe in m² x Faktor 1,1 – 1,4
- Tiere:
Aufenthaltstage pro Tier
Zusatzendreinigung
- Zusatzbetten
- Verpflegung
- Dienstleistungen



lk

PREISKALKULATION

KOSTEN

VARIABLE KOSTEN – KOSTEN KURZLEBIGER BETRIEBSMITTEL
entstehen, wenn Gäste am Hof sind!

Strom, Heizung, Wasser und Kanal, Müll, Reinigungsmittel, Wäschepflege/Mietwäsche,
Wareneinsatz Frühstück, Wareneinsatz weitere Verpflegung,
Marketingpaket inkl. Domain & Webpace, W-Lan & Internet
Dekoration, Weiterbildung, SVS-Nebentätigkeit, ev. Lohnkosten, kalkulatorische Instandhaltungskosten,
Transportkosten/Kostenanteil Privatauto

Eigene Produkte bewerten und berücksichtigen!
Überleitungsproblem aus der Buchhaltung bzw. Einnahmen-Ausgaben-Rechnung.

DIESE KOSTEN HÄNGEN VON DEN NÄCHTIGUNGEN UND VOLLBELEGTAGEN AB!

PREISKALKULATION

KOSTEN

FIXE KOSTEN – KOSTEN DAUERHAFTER BETRIEBSMITTEL

entstehen, weil es den Betriebszweig bäuerliche Gästebeherbergung am Hof gibt!

Versicherungen, Mitgliedsbeiträge, Steuerberatungskosten, Buchhaltungssoftware, Buchungsprogramm, ORF-Haushaltsabgabe pro Adresse mit Hauptwohnsitzmeldung (€15,30 im Monat), Almhütten sind kein Hauptwohnsitz

ABSCHREIBUNG UND KAPITALKOSTEN (Schuldzinsen, Eigenkapitalverzinsung/Zinsentgang)

Viele Nächtigungen senken die anteiligen Fixkosten!

FIXKOSTEN FALLEN AN, EGAL OB EIN GAST AM URLAUBSBAUERNHOF BEHERBERGT WIRD ODER NICHT!

PREISKALKULATION

ABSCHREIBUNG

Abschreibung für Abnutzung

$$\frac{\text{Anschaffungspreis}}{\text{Nutzungsdauer}} = \text{Abschreibung für Abnutzung}$$

Instandhaltung

1 % - 3 % vom Anschaffungspreis (oder laut Aufzeichnungen)

$$\frac{\text{Anschaffungspreis} * 2}{100} = \text{Instandhaltungskosten}$$

PREISKALKULATION

KOSTEN

GEMEINKOSTEN

stehen im Zusammenhang mit der bäuerlichen Gästebeherbergung.

Sie können weder den fixen noch den variablen Kosten zugeteilt werden und unterstützen den Gesamtbetrieb.

Kalkulationsansatz: 5 – 10 % der variablen Kosten

Beispiele können sein: Praktikantenentschädigung, da die Praktikantin Arbeitsspitzen in der Gästebeherbergung abfedert; Messeauftritt des Gesamtbetriebes, bei dem als Nebenthema die hofeigene FeWo beworben wird.

HAUPTZIEL

KOSTENWAHRHEIT UND VOLLSTÄNDIGKEIT

PREISKALKULATION

ARBEITSZEIT

ARBEITSZEIT FAMILIENEIGENE ARBEITSKRÄFTE

Tägl. Reinigung, Reinigung bei Gästewechsel, Großputz bei Saisonwechsel, Weiterbildung, Wäschepflege, Instandhaltung und Dekoration, Werbe- und Verkaufsmarketing, Verpflegung, Büroarbeit, Gästebetreuung, Gartenpflege, Haus- und Hofpflege

GENAUESTEN: eigene Arbeitszeitaufzeichnungen

RICHTWERTE/EMPFEHLUNGSWERTE

FeWo, 4 Personen, durchschnittlich 120 Vollbelegstage

250 – 300 Akh

Gästezimmer, 2 Personen, durchschnittlich 120 Belegtage

220 – 250 Akh

PREISKALKULATION

MEIN MINDESTVERKAUFSPREIS

- Fixkosten pro Jahr
- + variable Kosten pro Jahr
- + anteilige Gemeinkosten
- + Risikozuschlag ? (%)
- + Unternehmerlohn (gewählter Stundenlohn/Jahr)
- + Gewinnanteil ?
- = **Mindestumsatz in der bäuerlichen Vermietung/pro Jahr**
- : Vollbelegstage bei FeWo/Nächtigungen bei Zi
- = **Mindestverkaufspreis**



PREISKALKULATION

MEIN MINDESTVERKAUFSPREIS

AUFGEPASST:

- Der Risikozuschlag steht für die Selbständigkeit und bildet das unternehmerische Risiko („Verderb“, Schwund, Now-Show, Gäste die nicht zahlen) ab!
- Der Unternehmerlohn berechnet sich aus der aufgewendeten Zeit x Stundenlohn
- Gewinnanteil
- Mischbetriebe: Getrennte Kalkulationen für Gästezimmer und Ferienwohnungen
- Zuschläge zum Mindestverkaufspreis: Ortstaxe, Endreinigung, Mehrwertsteuer, usw.



PREISKALKULATION

MEIN MINDESTVERKAUFSPREIS - GEGENÜBERSTELLUNG

IST

- Umsatz/Roherlös/Rohertrag
(Preis x Vollbelegstage/Nächtigungen)
- - variable Kosten/Aufwand
 - = Deckungsbeitrag
 - - fixe Kosten/Aufwand
 - = Einkommensbeitrag
(Beitrag zu den Einkünften)
 - : Arbeitszeit
 - = Einkommensbeitrag/je
Arbeitskraftstunde
- = Lohn für meine Arbeit!

KALKULIERT

- Fixkosten pro Jahr
- + variable Kosten pro Jahr
- + anteilige Gemeinkosten
- + Risikozuschlag ? (%)
- + Unternehmerlohn
(gewählter Stundenlohn/Jahr)
- + Gewinnanteil ?
- = Mindestumsatz in der bäuerlichen
Vermietung/pro Jahr
- : Vollbelegstage bei
FeWo/Nächtigungen bei Zi
- = Mindestverkaufspreis

PREISKALKULATION

UMSATZTREIBER

1. **Preis**
2. **Auslastung**
3. **Variable Kosten**
4. **Fixe Kosten**

„LEBEN AUF SUBSTANZ“



lk

PREISKALKULATION

PREISUNTERGRENZEN

Kurzfristige Preisuntergrenze	Mittelfristige Preisuntergrenze	Langfristige Preisuntergrenze
Gedeckt	Gedeckt	Gedeckt
Variable Kosten	Variable Kosten und fixe Kosten inkl. SVS & Lohnansatz	Variable Kosten und fixe Kosten und Gemeinkosten und Risikozuschlag Inkl. SVS & Lohnansatz ? Gewinnanteil

PREISKALKULATION

TOURISTISCHER ALLTAG

- Kinderermäßigung
- Belegzahl Personenzahl Gästezimmer
- Belegzahl Personenzahl Ferienwohnung
- Stammgästebindung
- Preisliste nach Kategorien, Saisons und Aufenthaltsdauer
- Jährliche Preiserhöhung



lk

PREISSTRATEGIEN

- Focus: Der touristische Markt und seine Logik
- Focus: Aufzeichnungen, ungeliebt aber ein „Muss“!
- Nachfrageorientierung:
Saisonzeiten, Aufenthaltsdauer. Nutzenstifter & Problemlöser für Gäste
- Wettbewerbsorientierung: Preis Mitbewerber.
USP ergibt sich aus meinem gesamten Urlaubsangebot:
Ausstattung innen und außen, Bauernhoferlebnis,
Freizeitangebote am Hof und touristische Angebote in der Region

MEHRWERT

- Kostenorientierung:



lk

PREISKALKULATION

PREISARGUMENTE

- USP + Mehrwert
- Einzigartige Urlaubsangebote brauchen Argumentationsliste
- „Neuheitseffekt“ – 1 Jahr
- Supergute Bilder und perfekter Text
- Onlinebuchbarkeit
- Positiv, ehrlich, transparent



lk

PREISKALKULATION

TEILNEHMERFRAGEN

■ Wochenende, Unterbelegung

(8 Personen statt möglicher 14 Personen):

Jahreszeit bzw. Saisonzeit? Übergroße Nachfrage? Selbstversorgerhaus?

USP - Angebot? Ausstattung außen und innen? Freizeiteinrichtungen?

Bauernhoferlebnis?

System Sockelbetrag für festgelegte Mindestbelegung und Aufschläge
für jede weitere Person

■ Preise für Kurzaufenthalte Preisstaffelung (4/8/10/12/14 Gäste pro Wohneinheit)

Wochenpreis, Preis Freitag bis Sonntag, Preis Sonntag – Donnerstag

Tagespreis für 7 Nächte, 4 – 6 Nächte, 1 – 3 Nächte



PREISKALKULATION

FORTBILDUNG

Online-Seminar: Preiskalkulation für UaB-Betriebe

11.11.2025, 9 bis 12 Uhr, Mag. Stefan Brida von Kohl&Partner

Die wichtigsten Inhalte auf einen Blick

- Preismanagement: Was tut sich aktuell am Markt
- Preiskalkulation: In turbulenten Zeiten Geld verdienen
- Preisoptimierung: Übernachtfragezeiten richtig nutzen
- Die Macht des Preises: Das Wunder des Preishebeleffekts

Mehr dazu: www.sbg.lfi.at



lk

PREISKALKULATION

DIE MIMIK DES KLEINEN JUNGEN BRINGT ES AUF DEN PUNKT!

DANKE FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!
EURE MARIA RETTENWENDER

Ing. Maria Rettenwender, Urlaub am Bauernhof Fachberaterin
LK-Salzburg, Tel. 050 2595-4584; Mail maria.rettewender@lk-salzburg.at



lk