



Preise, die wirken – So kalkulieren Sie erfolgreich und konkurrenzfähig

Lina Manegold



OnlineBuchungService

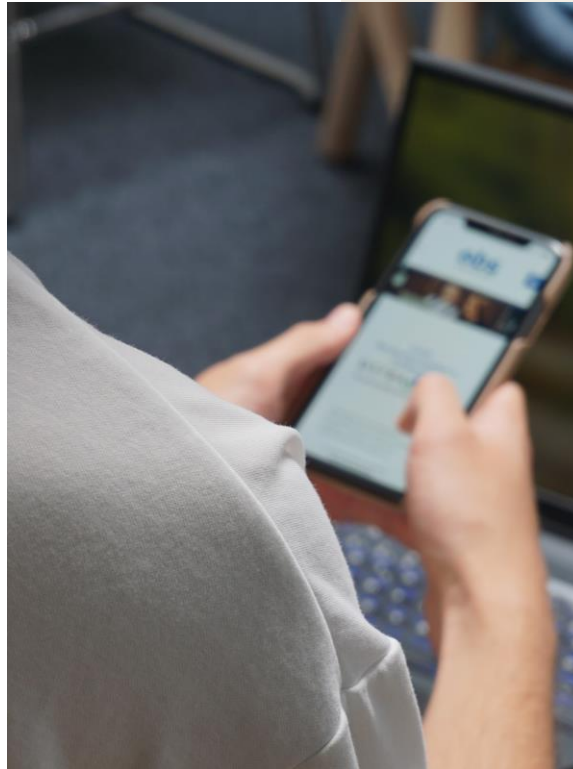
Ihr Ansprechpartner &
Expertenteam in allen Fragen
rund um den Onlinevertrieb



Lina Manegold

Gastgeberservice

Gliederung



1. Einstieg
2. Grundlagen der Preiskalkulation
3. Preisfindung in der Praxis
4. Buchungssteigernde Maßnahmen

1. Einstieg



Warum der Preis so entscheidend ist

Kosten decken

Gewinne
maximieren

Buchungschancen
steigern

Konkurrenzfähigkeit



Warum der Preis so entscheidend ist

Der Preis ist mehr als nur eine Zahl

- Preis = Positionierung + Wirtschaftlichkeit
- Preis beeinflusst Buchungen, Auslastung und Gästestruktur
- Er kommuniziert Qualität, Wert und Positionierung
- Zu niedrige Preise schaden langfristig mehr als kurzfristige Leerstände
- Er muss **alle Kosten** abdecken – auch Vertriebskosten
- Ziel ist nicht maximale Auslastung, sondern gesunder Gewinn

Tücken bei der Preisgestaltung - die häufigsten Preisfehler

Angst vor Preisanpassung

Preise bleiben über Monate unverändert

→ *Preis lieber nochmal im Nachgang reduzieren, als von Anfang an zu niedrig anzusetzen*

→ *Preise je nach Saison stärker schwanken lassen*

Konkurrenz unterbieten wollen

Es wird nur auf Mitbewerber geschaut

= Ein stark unterdurchschnittlicher Preis kann den Eindruck erwecken, dass etwas nicht stimmt

→ *Buchungsportale selbst prüfen und sich mit gleichwertigen Angeboten/Unterkünften vergleichen*

Wichtigkeit von Preis-Leistung

Preis-Leistung sowie Außendarstellung wird unterschätzt

→ *Aussagekräftige Bilder und Texte verwenden*

→ *Besonderheiten hervorheben*

Tücken bei der Preisgestaltung - die häufigsten Preisfehler

Unterschätzung von Saisonzeiten

Haupt- und Nebensaison werden nicht klar getrennt

→ *Saisonale Preise nutzen und schwanken lassen*

Beachtung von Angebot & Nachfrage

Preis wird nicht an Nachfrage angepasst

→ *Preise der Nachfrage und der Auslastung anpassen*

2. Grundlagen der Preiskalkulation



Preisbeeinflussende Faktoren

- die Lage der Unterkunft
- Ausstattung
- Größe der Unterkunft
- Alleinstellungsmerkmale gegenüber anderen Anbietern
- Inklusivleistungen
- Reinigungsaufwand
- Personalaufwand
- Fixkosten
- meine Zielgruppe



Erste Überlegungen zur Preisgestaltung

Gilt mein Preis
pro Einheit/Nacht
oder pro
Person/Nacht?

Habe ich
verschiedene
Preissaisons im
Jahr?

Welche Leistungen
sind im Preis
inklusive?

Biete ich
Zusatzleistungen
gegen Aufpreis an?

Habe ich ein
Alleinstellungs-
merkmal im
Vergleich zu den
anderen
Gastgebern in
meiner Region?

Weitere Überlegungen für bereits buchbare Gastgeber

Konnte ich meinen Preis
im Vorjahr gut
durchsetzen oder war ich
zu teuer/zu günstig?

Habe ich genug
Belegungen gehabt?

Welche Investitionen
möchte ich für das
kommende Jahr mit
meinem Gewinn
abdecken?

Wie liegt mein bisheriger
Preis im Vergleich zu
anderen Gastgebern in
meiner Region?

Hat sich meine
Ausstattung und meine
Inklusivleistungen
geändert? Ist mein Preis
noch gerechtfertigt?

Preiskalkulation

Achten Sie darauf, dass der Preis alle Selbstkosten deckt und die gewünschten Gewinne erzielt werden.

Schritt 1: Kosten der Unterkunft notieren:

Fix Kosten + Variable Kosten

Fix Kosten: Miete/Hypothek, Versicherungen, Internet...

Variable Kosten: Wasser, Strom, Wäsche, Reinigung, Wartung und Reparaturen, Ausstattung...

Schritt 2: Vergleichen der Unterkunft mit Mitbewerbern der Region (gleichwertiges Angebot)

Schritt 3: Beachtung von Nachfrage und Auslastung

- Preise können je nach Saison variieren

→ Berücksichtigung von Schulferien, lokalen Veranstaltungen oder saisonalen Attraktionen bezüglich verschiedener Saisonpreise

3. Preisfindung in der Praxis



Nachfrage verstehen

Wann Gäste bereit sind, mehr zu zahlen

- Hohe Nachfrage rechtfertigt höhere Preise
- Das gilt besonders bei provisionspflichtigen Buchungen
- Preise sollen sich an Markt und Nachfrage orientieren



Passen Sie Ihre Preise der
Nachfrage an

Saisonale Preisgestaltung

Saisonen richtig nutzen

- Klare Einteilung in Haupt-, Neben- und Zwischensaison
- Unterschiedliche Zahlungsbereitschaft je nach Zeitraum
- Einheitspreise über das ganze Jahr sind selten sinnvoll
- Jede Saison braucht ihren eigenen Preis
- Hauptsaison = höhere Preise, Provision besser verkraftbar
- Nebensaison = gezielte Steuerung notwendig

Provisionskosten für den Onlinevertrieb

Was bedeuten Provisionen wirklich?

- Online-Buchungsportale sind Vertriebskanäle
- Je nach Portal unterscheiden sich:
 - Zahlungsabwicklung (Gast zahlt online oder vor Ort)
 - Provisionshöhe
- Provision = Kosten für Reichweite, Marketing und Buchbarkeit
- Diese Kosten reduzieren den tatsächlichen Erlös pro Buchung

Provisionen sind keine „verlorenen“ Kosten

- Portale bringen Sichtbarkeit und Nachfrage
- Ohne diese Kanäle gäbe es viele Buchungen nicht
- Wichtig ist: bewusst damit umgehen, nicht ignorieren

→ Wir empfehlen eine einheitliche Preisstruktur und eine Mischkalkulation hinsichtlich der Berücksichtigung der Provisionskosten

Einberechnen von Provisionskosten

Variante 1:

- Hauspreis für Stammgäste und Direktvertrieb (Buchbarkeit über eigene Seite und regionale Tourismusseite)
- Preis für die Onlinebuchung über restliche Portale
 - z.B. Aufschlag von 15%

Variante 2:

- Hauspreis für Stammgäste
- Preis für die Onlinebuchung (Direktvertrieb + restliche Portale)
 - z.B. Aufschlag von 10%

Vorteile einer einheitlichen Preisstrategie

- ✓ Höheres Vertrauen der Gäste
- ✓ Kein Preisdruck oder Erklärungsbedarf
- ✓ Faire Verteilung der Buchungen auf alle Portale (Ranking)
- ✓ Mehr Planungssicherheit & professioneller Auftritt

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

1. Fixkosten pro Monat

Diese Kosten gibt es, egal ob gebucht oder nicht:

Kostenart	Betrag
Miete / Finanzierung	900 €
Rücklagen / Instandhaltung	150 €
Internet / TV	40 €
Versicherungen	30 €
Sonstiges	30 €
Summe Fixkosten	1.150 €

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

2. Variable Kosten pro Buchung

Diese Kosten entstehen pro Aufenthalt:

Kostenart	Betrag
Reinigung	80 €
Wäsche	30 €
Verbrauch (Strom, Wasser)	25 €
Summe variabel pro Buchung	135 €

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

3. Ziel-Auslastung festlegen

- Realistisch (kein Wunschdenken):
 - 20 Nächte pro Monat
 - Ø Aufenthalt: 4 Nächte
- 5 Buchungen pro Monat

4. Variable Kosten pro Monat

5 Buchungen × 135 € = 675 €

5. Gesamtkosten pro Monat

Fixkosten 1.150 €

variable Kosten 675 €

= 1.825 € Gesamtkosten

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

6. Mindestpreis pro Nacht (Break-even)

$$1.825 \text{ €} \div 20 \text{ Nächte} = 91,25 \text{ €}$$

→ Unter 92 € pro Nacht machen Sie Verlust

7. Gewinnaufschlag

Angenommen, du willst 20 % Gewinn:

$$92,25 \text{ €} \times 1,20 = 110,70 \text{ €}$$

→ Zielpreis: ca. 110 € pro Nacht

8. Provisionskosten berücksichtigen

Provisionssätze zwischen ca. 3-20,5% (Mischkalkulation, Bsp. ca. 15 %)

$$110 \text{ €} \div 0,85 = 129,40 \text{ €}$$

→ Listenpreis: ca. 129 € pro Nacht

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

Ergebnis

Kennzahl	Wert
Break-even-Preis	~92 €
Zielpreis (inkl. Gewinn)	~110 €
Empfohlener Online-Preis	125–130 €

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung

Wichtig: Saisonale Anpassung

Jetzt kommt die eigentliche Magie:

- Hochsaison: 150–180 €
- Nebensaison: 90–105 €
- Last Minute: bis runter auf Break-even

Kennzahl	Wert
Break-even-Preis	~92 €
Zielpreis (inkl. Gewinn)	~110 €
Empfohlener Online-Preis	125–130 €

Rechenbeispiel- Preis pro Nacht für eine Ferienwohnung



Mini-Formel zum
Merken

(Fixkosten + variable Kosten)
÷ belegte Nächte
× Gewinnfaktor
÷ (1 – Plattformgebühr)
= Übernachtungspreis

Was macht Ihren Preis aus?

Wie hoch ist meine Flexibilität bei Buchungen?

Flexible **Stornierungsbedingungen**, **Rabatte** oder **Langzeitabschläge** können die Attraktivität der Unterkunft erhöhen und sich auf den Preis auswirken.

Was sagt die bisherige Gästeerfahrung über meine Unterkunft aus?

Zahlreiche positive **Bewertungen** können die Wertigkeit der Ferienwohnung steigern und somit auch höhere Preise rechtfertigen.

Bitten Sie gerne Ihre Gäste nach dem Aufenthalt um eine Bewertung. Viele Gäste wissen, wie wichtig dies für Gastgeber ist.

4. Buchungssteigernde Maßnahmen



Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

Nachfrage & Timing

Wettbewerb & Vergleichbarkeit

Bewertungen & Vertrauen

Darstellung & Angebotspaket

Auslastung & Opportunitätskosten

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

1. Nachfrage & Timing (der stärkste Hebel)

- Wann jemand bucht, ist oft wichtiger als was du anbietest
 - Saisonalität: Ferien, Messen, Events, Feiertage → höhere Zahlungsbereitschaft
 - Vorlaufzeit:
 - früh buchen = oft günstiger
 - kurzfristig (Last Minute) = entweder Rabatt *oder* Aufschlag bei Knappheit
 - Wochentage: Geschäftsreisende (Mo–Do) vs. Freizeit (Fr–So)
- Dynamische Preise schlagen starre Preise fast immer

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

1. Nachfrage & Timing

Aufenthaltsdauerabhängige Preise

- Länge des Aufenthalts beeinflusst den Preis
- Rabatte für längere Aufenthalte können Buchungslücken füllen
- Kurze Aufenthalte dürfen höher bepreist sein
- Mindestaufenthalte strategisch einsetzen
- Kurzzeitzuschlag: Berechnen Sie den Gästen einen Aufschlag für den Mehraufwand durch kurze Aufenthalte. Dadurch ist es auch möglich, einen geringeren Mindestaufenthalt festzulegen
- Langzeitabschlag: Gewähren Sie Gästen für längere Aufenthalt einen Rabatt

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

1. Nachfrage & Timing

Rabatte

Frühbucher Rabatte



Gäste erhalten einen Rabatt, wenn sie ihre Buchung weit im Voraus tätigen.

→ fördert langfristige Buchungen

Last-Minute Rabatte



Gäste, die kurzfristig buchen, profitieren von einem Rabatt.

→ fördert spontane Buchungen

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

1. Nachfrage & Timing

Rabatte

- Flexibilität zahlt sich aus
- Frühbucher schaffen Planungssicherheit
- Last-Minute-Preise helfen, Leerstände zu vermeiden
- Beides gezielt einsetzen – nicht dauerhaft

Bei dem Buchungsportal Booking.com können wir für Ihre Unterkunft verschiedene buchungssteigernde Rabatte (wie z.B.: Mobile Rate, Geniusprogramm, Last-Minute Rabatte) hinterlegen.

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

1. Nachfrage & Timing

Stornierungsbedingungen

- Bieten Sie Gästen flexible Stornierungsbedingungen für maximale Buchungschancen an

Sa., 8. Nov. — Sa., 15. Nov.		2 Erwachsene · 1 Kind · 1 Zimmer		Suche ändern
Art der Unterbringung	Anzahl der Gäste	Preis für 1 Woche	Ihre Optionen	Ferienhaus auswählen
Haus mit 4 Schlafzimmern Schlafzimmer 1: 1 Doppelbett Schlafzimmer 2: 1 Doppelbett Schlafzimmer 3: 1 Doppelbett Schlafzimmer 4: 1 Doppelbett Ganzes Ferienhaus · 100 m ² · Eigene Küche · Eigenes Badezimmer	× 8	€ 962 Einschließlich Steuern und Gebühren	Nicht kostenlos stornierbar Zahlung an die Unterkunft vor der Anreise	0 ▾

Sa., 8. Nov. — Sa., 15. Nov.		2 Erwachsene · 0 Kinder · 1 Zimmer		Suche ändern
Apartmenttyp	Anzahl der Gäste	Preis für 1 Woche	Ihre Optionen	Ferienwohnung auswählen
Apartment mit 2 Schlafzimmern Schlafzimmer 1: 1 Doppelbett Schlafzimmer 2: 1 Doppelbett Ganze Ferienwohnung · 98 m ² · Eigene Küche Eigenes Badezimmer · Balkon · Gartenblick · Spülmaschine	2	€ 778 Einschließlich Steuern und Gebühren	Kostenlose Stornierung vor dem 1. November 2025 Sie zahlen nichts vor dem 30. Oktober	0 ▾

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

Fr., 11. Apr. — So., 13. Apr.		2 Erwachsene · 0 Kinder · 1 Zimmer	Suche ändern	
Apartmenttyp	Anzahl der Gäste	Preis für 2 Nächte	Ihre Optionen	Ferienwohnung auswählen
Apartment mit 2 Schlafzimmern Schlafzimmer 1: 1 Doppelbett Schlafzimmer 2: 1 Einzelbett und 1 Doppelbett Wohnzimmer: 1 Schlafsofa Babybett auf Anfrage verfügbar Ganze Ferienwohnung 75 m ² · Eigene Küche Eigenes Badezimmer · Badewanne · Spülmaschine Flachbild-TV · Terrasse · Kaffeemaschine Kostenfreies WLAN ✓ Dusche ✓ Küche ✓ WC ✓ Sofa ✓ Handtücher ✓ Bettwäsche ✓ Hochstuhl ✓ Sitzbereich ✓ TV ✓ Kühlschrank ✓ Heizung ✓ Haartrockner ✓ Küchenutensilien ✓ Wasserkocher ✓ Gartenmöbel ✓ Essbereich im Freien ✓ Schrank ✓ Backofen ✓ Herdplatte ✓ Toaster ✓ Essbereich ✓ Esstisch ✓ Toilettenpapier	2	€ 266 Einschließlich Steuern und Gebühren	✓ Kostenlose Stornierung vor dem 12. März 2025 • Zahlung an die Unterkunft vor der Anreise Keine Kreditkarte erforderlich	0
	2	€ 292 Einschließlich Steuern und Gebühren	✓ Kostenlose Stornierung vor dem 4. April 2025 • Zahlung an die Unterkunft vor der Anreise Keine Kreditkarte erforderlich	0

Beispiel:

- **Standard-Stornierungsbedingung:** kostenfreie Stornierung bis 30 Tage vor Anreise
- **2. zusätzliche Bedingung:** kostenfreie Stornierung bis 7 Tage vor Anreise, Aufpreis von 10%

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

Fr., 11. Apr. — So., 13. Apr.		2 Erwachsene · 0 Kinder · 1 Zimmer		Suche ändern	
Apartmenttyp		Anzahl der Gäste	Preis für 2 Nächte	Ihre Optionen	Ferienwohnung auswählen
Apartment mit 2 Schlafzimmern Schlafzimmer 1: 1 Doppelbett Schlafzimmer 2: 1 Einzelbett und 1 Doppelbett Wohnzimmer: 1 Schlafsofa Babybett auf Anfrage verfügbar Ganze Ferienwohnung 75 m² Eigene Küche Eigenes Badezimmer Badewanne Spülmaschine Flachbild-TV Terrasse Kaffeemaschine Kostenfreies WLAN ✓ Dusche ✓ Küche ✓ WC ✓ Sofa ✓ Handtücher ✓ Bettwäsche ✓ Hochstuhl ✓ Sitzbereich ✓ TV ✓ Kühlschrank ✓ Heizung ✓ Haartrockner ✓ Küchenutensilien ✓ Wasserkocher ✓ Gartenmöbel ✓ Essbereich im Freien ✓ Schrank ✓ Backofen ✓ Herdplatte ✓ Toaster ✓ Essbereich ✓ Esstisch ✓ Toilettenpapier			€ 266 Einschließlich Steuern und Gebühren	✓ Kostenlose Stornierung vor dem 12. März 2025 • Zahlung an die Unterkunft vor der Anreise Keine Kreditkarte erforderlich	0 ▼
			€ 292 Einschließlich Steuern und Gebühren	✓ Kostenlose Stornierung vor dem 4. April 2025 • Zahlung an die Unterkunft vor der Anreise Keine Kreditkarte erforderlich	0 ▼

Beispiel:

- Standard-Stornierungsbedingung: kostenfreie Stornierung bis 30 Tage vor Anreise
- 2. zusätzliche Bedingung: kostenfreie Stornierung bis 7 Tage vor Anreise, Aufpreis von 10%

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

Vorteile von verschiedenen Stornierungsoptionen

Gäste buchen je nach Reisebedarf unterschiedliche Raten (frühzeitig oder Last Minute)

→ alle Arten von Reisenden werden zu jeder Zeit angesprochen

Viele Gäste sind bereit für die Freiheit der kostenlosen Stornierung mehr zu bezahlen

Reisende mit festen Daten suchen den besten Preis und akzeptieren ggf. kostenpflichtige Stornierung

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

2. Wettbewerb & Vergleichbarkeit

- Gäste vergleichen nicht absolut, sondern relativ
 - Direkte Konkurrenz:
 - Lage
 - Größe
 - Ausstattung
 - Bewertung
 - Ihr Preis sollte klar erklären:
„Warum bin ich teurer?“ oder „Warum bin ich ein Schnäppchen?“
- Ein Preis ohne klares Positionierungsargument verliert

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

2. Wettbewerb & Vergleichbarkeit

- Warum Gäste buchen – nicht nur wegen des Preises
- Es geht darum, Wert statt nur Preis zu verkaufen

Höhere Preise sind erklärbar:

- Gute Bewertungen, Ausstattung, Service
- Klare Kommunikation des Mehrwertes
- Ein höherer Preis ist leichter durchsetzbar, wenn der Mehrwert sichtbar ist

→ Gäste akzeptieren höhere Preise, wenn sie den Nutzen erkennen

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

3. Bewertungen und Vertrauen

- Ein massiver, oft unterschätzter Hebel
 - Gute Bewertungen können locker 10–30 % höheren Preis rechtfertigen
 - Anzahl der Bewertungen zählt fast so viel wie der Schnitt
- Gute Bewertungen senken Preissensibilität



Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

4. Darstellung und Angebotspaket

- Der Preis wirkt je nach Präsentation anders
 - Fotos (größter Conversion-Hebel nach dem Preis selbst)
 - Titel & Beschreibung (Nutzen statt Fakten)
 - Inklusivleistungen:
 - Parkplatz
 - WLAN
 - Zusatzleistungen separat oder gebündelt anbieten
- „Mehr Wert“ schlägt „niedriger Preis“

Die wichtigsten Hebel für gute Preisgestaltung

5. Auslastung & Opportunitätskosten

- Der perfekte Preis ist nicht der höchste
- Leere Nächte = 100 % Umsatzverlust
- Besser:
 - variable Mindestpreise
 - definierte Preise bei niedriger Auslastung
- Ziel: **Gesamtertrag pro Monat**, nicht Preis pro Nacht

Fazit

Preise bewusst gestalten

- Gute Preise berücksichtigen alle Kosten
- Provisionen gehören zur Realität
- Entscheidend ist der Ertrag nach Abzug aller Kosten
- Gute Preiskalkulation bedeutet mehr Kontrolle
- Marktgerecht statt preisgetrieben
- Ziel: nachhaltiger Erfolg Ihrer Unterkunft

Ihre Preise sind ein Werkzeug – nutzen Sie es!

„Wer seine Preise aktiv steuert, überlässt den Erfolg nicht dem Zufall.“



+49 941 46374849 oder +43 720 881639



info@obsbg.de



online-buchung-service.de



obs_onlinebuchungservice



OBS OnlineBuchungService



OBS Online Buchung Service