

## Dienstleistungs-Tipp



# Angebotserstellung

Werbung für die eigene Leistungsfähigkeit und Kompetenz



**Kompetenz im Handwerk**

Management-Center Handwerk

# Angebotserstellung

## Werbung für die eigene Leistungsfähigkeit und Kompetenz

Wenn vom Verkaufen im Handwerk die Rede ist, haben viele Unternehmer allein ihren Preis oder die Qualität ihres Produkts im Blick. Besondere Aufmerksamkeit sollte jedoch bereits der Angebotserstellung gewidmet werden, die in diesem Zusammenhang ein wichtiges Instrument darstellt, um

- (potenziellen) Kunden die eigene Leistungsfähigkeit deutlich zu machen,
- sich damit wohltuend von der Konkurrenz abzuheben,
- neue Kunden zu gewinnen und zu binden.

Möchten Sie diese Erfolge auch für sich verzeichnen, so sind bei der Angebotserstellung einige Aspekte zu berücksichtigen.

## Was versteht man unter einem Angebot?

Im Marketing stellt das Angebot all das dar, was der Handwerker leistet, seien es von ihm produzierte Sachgüter, erbrachte Dienstleistungen oder ein Leistungsbündel aus beidem. Der Angebotserstellung vorausgestellt ist daher die Angebotsentwicklung, die auf den ermittelten Bedarfen der Kunden basieren sollte: Was will der Kunde? Was kann ich ihm bieten? Welche Wünsche kann ich ihm wie und zu welchem Preis erfüllen? Das sind die Fragen, die das Angebot beantworten sollte.

## Was geht dem Angebot voraus? - Der Prozess der Auftragsabwicklung

Wie bereits angesprochen, geht der Angebotserstellung die **Entwicklung** des Angebots voraus. Hier spielt die Frage eine Rolle, zu welchem Preis ich dem Kunden meine Leistung anbieten kann.



Quelle: in Anlehnung an Hannen/ Jansen/ Micka/ Wilbers (1993): Angebot durchdacht gemacht...Wege zur schnellen Angebotserstellung und sicheren Kalkulation (Berufsbildung im Handwerk, Reihe B, Heft 36)

Die Preisfestlegung setzt wiederum voraus, dass Sie sich einen Überblick verschaffen über die bei dem Auftrag anfallenden Kosten, seien es Personal-, Material- oder Betriebsmittelkosten. Die Kostenerfassung ist Grundlage für die anschließende Kalkulation (s. dazu Abb. S.2 unten). Dabei gibt zum einen vielfach die Konkurrenz den Preis vor, gleichzeitig muss überlegt werden, welchen Preis der Kunde noch akzeptiert, ohne dass die Existenz des Betriebs gefährdet ist. Diese Gesichtspunkte müssen sorgfältig abgewogen werden, bevor das Angebot kalkuliert wird.

#### Auslöser für eine Angebotserstellung

##### 1. Telefonische Anfrage eines bis dato unbekanntem Kunden

Der Betrieb erhält eine telefonische Anfrage eines Kunden, der sich den Betrieb über die Gelben Seiten gesucht hat. Man kann davon ausgehen, dass sich der Interessent mehrere Angebote einholen wird. Aus diesem Grund sollte sich das eigene Angebot sowohl inhaltlich als auch in der Gestaltung von denen der Mitstreiter abheben. Darum ist es notwendig, dass Sie die Angebote Ihrer Konkurrenz kennen. Spielen Sie den Kunden und holen Sie sich von Ihren Mitbewerbern ein Angebot zu einem fiktiven Auftrag/ einer fiktiven Leistung ein. Sie werden feststellen, dass die Angebote sehr ähnlich sind: Sie enthalten viele Details und Fachausdrücke sowie genaue Materialbezeichnungen und Verbrauchsmengen. Damit kann der Kunde in der Regel nichts anfangen, das Lesen langweilt ihn eher. Das Einzige, was ihn dann noch interessiert, ist der Preis. Besser ist es, die einzelnen Arbeitsschritte zu beschrei-

ben, damit der Interessent eine Vorstellung von der Arbeitsintensität seines Auftrags hat. Er kann dann auch die Angabe der produktiven Stunden bzw. der Lohnkosten besser nachvollziehen, und der Preis erscheint ihm nicht mehr zu hoch, sondern gerechtfertigt.

Eine andere Möglichkeit ist die Abgabe von zwei Angeboten. Das eine enthält die Standardlösung, sozusagen die Golf-Lösung, das zweite ist die Luxusausführung, also die Mercedes S-Klasse. Das macht den Kunden neugierig, und er stellt sich die Frage: Gibt es auch noch etwas dazwischen? Und schon wird er Sie anrufen, damit Sie ihm die Frage in einem persönlichen Gespräch beantworten!

##### 2. Angebotserstellung nach Vorab-Gespräch

Der Betrieb erhält die Möglichkeit, ein Vorab-Gespräch mit dem Kunden führen zu können, in dem die Kundenwünsche detailliert erfragt werden konnten. Auf Grundlage dieses Gesprächs wird nun ein Angebot erstellt. Dieses für einen speziellen Kunden erstellte Nutzenangebot dient als schriftliche Ausfertigung dessen, was Sie zuvor mit dem Kunden in einer ausführlichen Beratung besprochen haben. Es beinhaltet seine Leistungsvorstellungen in der Umsetzung des Handwerkers zuzüglich der veranschlagten Kosten. An dieser Stelle ist auf eine realistische Kostenkalkulation zu achten im Sinne eines Kostenvoranschlags.

**Grundsätzlich gilt: Die Angebotserstellung bedarf größter Sorgfalt, damit der Kunde zufrieden ist und nicht etwa unrealistische Vorstellungen geweckt werden.**

### Was ist der Sinn und Nutzen einer Angebotserstellung?

Die Angebotserstellung dient dem Kunden zur Bestellung einer Arbeitsleistung, indem er das vom Handwerker erstellte Angebot annimmt. Es findet auf diesem Wege eine Preisvereinbarung statt.

Verstehen Sie die Angebotserstellung als **ideale Werbung für Ihre eigene Leistungsfähigkeit und Kompetenz!**

Zeigen Sie dem Kunden, was Sie für ihn tun, listen Sie auch die Dienstleistungen auf, die für Sie selbstverständlich erscheinen – und die Sie deshalb auch

des Kunden (wenn der Kunde weiß, wofür er zahlt, zahlt er gern!). Machen Sie dem Kunden seinen Nutzen transparent, denn wer den Nutzen einer Leistung nicht kennt, hält sie grundsätzlich für zu teuer.

### Neue Wege der Angebotserstellung

Mittlerweile haben auch einige Handwerksunternehmen das Internet als Plattform entdeckt. Sie bieten über dieses Medium dem Kunden die Möglichkeit, sich ein kostenloses Angebot erstellen zu lassen. Dazu muss der Kunde einen vorgegebenen Fragebogen ausfüllen. Der

Beratung bei der Wandgestaltung	X,XX €
Beratung bei der Auswahl der Farbe	X,XX €
Abhängen der Gardinen und Verschieben der Möbel	0,00 €
Streichen der Wand (Grund-, Zwischen-, Schlussbeschichtung)	X,XX €
Aufhängen der Gardinen, Rücken der Möbel	0,00 €
Endreinigung	0,00 €

Abb. Mögliche Darstellung der zu leistenden Dienste in einem Angebot

nicht berechnen. Dem Kunden wird dadurch transparent gemacht, womit Sie sich beschäftigen werden und welche Services und Dienstleistungen Sie für ihn zusätzlich erbringen (s. dazu Abb. oben). Sie gewährleisten so eine Kostensensibilisierung des Kunden, indem Sie deutlich machen, **was** Sie leisten. Gleichzeitig erhöht sich dadurch die Zahlungsbereitschaft

Handwerksunternehmer erhält auf diese Weise Angaben zu den Kundenvorstellungen, z.B. in Bezug auf die Errichtung einer Solaranlage.

### Was gehört alles zu einem Angebot?

Die äußere Form des Angebots erlaubt dem Kunden, einen Rückschluss auf die Qualität der Arbeiten des Handwerkers zu

ziehen. Präsentieren Sie sich dem Kunden als Profi mit einem sorgfältigen und umfassenden Angebot, das folgende Punkte umfasst:

- **ein Angebotsbegleitschreiben** (mit Termin für den möglichen Beginn der Arbeiten, Hinweis auf Referenzen, Bitte um Rückmeldung bis zu einem gewissen Termin,
- **das eigentliche Angebot in Textform und mit Preisen**
- Visualisierung des Angebots durch **Skizzen und Entwürfe** oder Muster
- Versendung der Angebotsunterlagen in einer **repräsentativen Mappe**

### Telefonisches Nachfassen - die Kür der Angebotserstellung

In Ihrem Angebotsbegleitschreiben haben Sie dem potenziellen Kunden eine Frist gesetzt, bis wann er sich zu dem Angebot melden soll. Nutzen Sie diesen Termin als Ihre Chance, mit dem Kunden telefonisch Kontakt aufzunehmen. Fragen Sie freundlich nach dem Grund, warum er bisher auf Ihr Angebot nicht reagiert hat. Vielleicht bestehen von seiner Seite ja noch Rückfragen, die Sie bei dieser Gelegenheit klären können.

Sollte sich der Interessent zwischenzeitlich für einen anderen Bieter entschieden haben, so fragen Sie höflich nach, woran es gelegen hat, dass die Entscheidung nicht für Sie getroffen wurde. Aus ehrlichen Antworten Ihres Gesprächspartners können Sie für zukünftige Angebote nur lernen!

### Prinzipien der Angebotserstellung:

Zusammenfassend sollten Sie auf folgende Punkte bei der Anfertigung eines Angebots achten:

**Prinzipien der Angebotserstellung**

**Einheitlichkeit innerhalb des Unternehmens in Optik / Erscheinungsbild (Corporate Design beachten) und Aufbau:**  
Ist das Firmenlogo abgebildet?  
Wurde der Firmenbriefbogen verwendet?  
Hat der Meister unterschrieben?  
Ist die Struktur einheitlich geregelt, so dass alle Angebote des Unternehmens identisch aufgebaut sind?

**Klarheit / Verständlichkeit für den Kunden**

**Übersichtlichkeit**

**Eindeutigkeit der aufgeführten Leistungen / Vollständigkeit**

**Richtigkeit (in den Preisangaben und in der Schreibweise)**  
Beachten Sie: Schleichen sich hier Fehler ein, schließt der Kunde von dieser oberflächlichen Bearbeitung seiner Anfrage schnell auf die grundsätzliche Arbeitshaltung des Handwerkers!

## Check:

Überprüfen Sie anhand der folgenden Fragen, wie Sie bisher mit Angebotserstellungen umgegangen sind.

Vor Erstellung eines Angebots suche ich das persönliche Gespräch mit dem Kunden, um über Termine zu reden und den Bedarf genau zu ermitteln.

Ja       Nein

Das Angebot wird innerhalb einer vorgegebenen und dem Kunden mitgeteilten Frist weiterverfolgt.

Ja       Nein

Kundenanfragen, die ich in einem persönlichen Gespräch konkretisiert habe, werden umgehend in ein schriftliches individuelles Angebot gefasst.

Ja       Nein

Nach Ablauf von einigen Tagen rufe ich bei dem Kunden an und frage nach, ob Fragen zu dem Angebot bestehen.

Ja       Nein

Das Angebot wird mit einem Begleitschreiben versandt.

Ja       Nein

Erhält ein Mitstreiter den Auftrag, frage ich den Kunden telefonisch nach den Gründen.

Ja       Nein

Dem Angebot werden Skizzen, Entwürfe und Muster zur besseren Anschaulichkeit für den Kunden beigelegt.

Ja       Nein

Habe ich den Auftrag erhalten und erfolgreich abgeschlossen, erkundige ich mich bei dem Kunden nach dessen Zufriedenheit.

Ja       Nein

Die kompletten Angebotsunterlagen werden in einer repräsentativen Mappe verschickt.

Ja       Nein

## Auswertung:

Haben Sie alle Fragen mit Ja  beantworten können? Dann ist Ihre Angebotserstellung bereits vorbildlich dienstleistungsorientiert und den Bedürfnissen der Kunden angemessen. Haben Sie bei der ein oder anderen Frage ein Nein  angekreuzt, dann sollten Sie an diesem Punkt ansetzen und etwas ändern. Spezielle Dienstleistungsberater der Handwerksorganisationen helfen Ihnen gerne dabei.

Eine Übersicht mit den Adressen der Beraterinnen und Berater ist diesem Tipp beigefügt. Falls die Übersicht fehlt, wenden Sie sich bitte an die MCH- Leitstelle in Oberhausen.

### **Zeigen Sie sich kundenorientiert – mit professionell gestalteten Angeboten!**

Mit der klassischen Angebotserstellung verbindet man unmittelbar das Bau-/ Ausbaugewerk. Doch ist es nicht auch möglich, Formen der Angebotserstellung auf einzelhandelsorientierte Gewerke u.ä. zu übertragen?

Warum betrachten Sie nicht die Auslage von Backwaren im Schaufenster oder im Thekenbereich einer Bäckerei als „Angebot“? Wenn Sie auch dies als Angebot begreifen, schenken Sie diesem Thema mehr Aufmerksamkeit und Bedeutung und es gelingt besser, eben diese Auslagen auch kundenorientierter zu gestalten. Denken Sie einmal darüber nach!

Herausgeber:  
Management-Center Handwerk (MCH) der  
Landes-Gewerbeförderungsstelle des NRW Handwerks (LGH)  
Tel: 0211 30108-333  
Fax: 0211 30108-530  
<http://www.mch.de>  
Geschäftsführer:  
Dipl.-Volkswirt Reiner Nolten  
Redaktion:  
Claudia Stemick M.A.  
Autor:  
Dipl.-Kffr. Svenja Thimm  
Produktion:  
Wohlfeld und Wirtz, Duisburg  
Foto: PhotoDisc

## dienstleistung: *n*rw



Ministerium für  
**Wirtschaft und  
Mittelstand,  
Energie und  
Verkehr**  
des Landes  
Nordrhein-Westfalen

