

# **E-Service Pricing für KMUs – Entwicklung eines Vorgehensmodells**

## *Einleitung*

E-Services sind einerseits Services die auf Informationstechnologien (IT) basieren und andererseits Services die für die IT design wurden. Seit einigen Jahren nimmt die Anzahl an E-Services stetig zu, da sie nicht nur von Software-Unternehmen angeboten werden, sondern auch in Bündeln mit IT-fremden Produkten. Daraus resultierend werden solche Services nicht nur von großen Unternehmen angeboten, sondern vermehrt auch von kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs), die ihr Kernangebot dadurch erweitern können [1].

99,7% aller Unternehmen in Österreich sind KMUs. Diese sind für 64% der Umsätze verantwortlich und beschäftigen 68% aller MitarbeiterInnen des Landes [2]. Im Sommer 2017 wurden an 4.012 österreichische KMUs (Rücklauf: 4,44%) Fragebögen zum Thema „Ist-Situation der Preisgestaltung in KMUs“ ausgeschickt. Von über 73% der befragten Unternehmen werden E-Services als wichtig betrachtet. 78% bieten bereits E-Services an und davon planen wiederum etwa 37% einen Ausbau dieser Services. Problematisch ist, dass ca. 50% aller befragten Unternehmen bei der Preisfindung von E-Services mit veralteten und unvollständigen Daten arbeiten [3]. Zusätzlich wurden noch 17 ExpertInnen aus dem ‚After-Sales-Service‘ Bereich zu eingesetzten Methoden für die Bepreisung von E-Services befragt, bzw. wie, ihrer Meinung nach, das perfekte E-Service Pricing Tool aussehen soll. Das ideale Tool wird als Werkzeug beschrieben, welches ein standardisiertes Framework bietet. Dieses Framework soll in Form einer Guideline oder Checkliste bei der Bepreisung unterstützend mitwirken. Weiters soll es helfen durch den Prozess der Bepreisung zu assistieren und einfach in der Handhabung sein. Daten sollen schnell und einfach verfügbar gemacht werden und das Tool soll auf jegliche Art von E-Services anwendbar sein [1].

## *Methode*

Zu Beginn stand eine breit angelegte Literaturrecherche mit Fokus auf die Identifikation unterschiedlicher Methoden für die Bepreisung von (E-)Services. Dafür wurde auf das umfangreiche Fachwissen von ExpertInnen aus fünf Studienrichtungen an der FH Campus02 zurückgegriffen. Nach der Durchführung der, in der Einleitung bereits erwähnten, Umfragen und Interviews mit KMUs und externen ExpertInnen, konnte, aufbauend auf Umfrageergebnissen, mit der Auswahl der Methoden für die Bepreisung begonnen werden. Die ausgewählten Methoden wurden von ExpertInnen aller Studienrichtung mithilfe eine Likert-Skala bewertet (Kommentare waren möglich). Zusätzlich gab es auch die Option nur einen ‚Baustein‘ einer bestimmten Methode zu bewerten und gegebenenfalls für das Bepreisungs-Tool vorzuschlagen.



Abbildung 1: Entwicklungsprozess für des Vorgehensmodell

In mehreren internen ExpertInnenworkshops entstanden, anhand einer teilweise vorgegebenen Struktur, drei Vorgehensmodelle für ein Bepreisungs-Tool. Diese Vorgehensmodelle wurden mit drei unterschiedlichen E-Service Beispielen getestet und validiert. Ein kleines, interdisziplinäres Team entwickelte aus den drei Vorgehensmodellen in einem weiteren Workshop ein synthetisiertes Vorgehensmodell für die Bepreisung von E-Services. Besonders Augenmerk lag hier auf die universelle Anwendbarkeit für jegliche Art von E-Services sowie auf die einfache Handhabung für den/die EndnutzerIn bzw. den/die Kunde/Kundin.

### *Ergebnisse und Ausblick*

Das Ergebnis des oben beschriebenen Prozesses (Abb. 1) ist ein Vorgehensmodell für die Bepreisung von E-Services, unabhängig der Nutzerzahl, der Marktreife oder der Art der Service. Im nächsten Schritt werden das Modell und die dazugehörigen Daten aufbereitet und digitalisiert. Ein besonderer Fokus lag nicht nur auf der einfachen Handhabung des Tools, sondern auch auf die Erstellung einer Preisspanne anstelle eines fixen Preises für das E-Service.

### *Conclusion*

Aus den im Sommer 2017 durchgeführten Umfragen und Interviews [1, 3] geht hervor, dass KMUs mit aktuellen Methoden der E-Service Bepreisung nicht zufrieden sind. Ein strukturierter Ansatz wird ebenso gewünscht wie leichte Bedienbarkeit und die Anwendbarkeit auf eine Vielzahl von E-Services. Diesen Anforderungen wird das beschriebene Pricing-Tool gerecht werden, allerdings sind ausführliche Testungen noch ausständig.

### *Quellen*

[1] Hatzl et al. 2018. E-Service Pricing: State-of-the-Art Analysis and Requirements Mapping. EISIC: 357-376.

[2] Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft. 2016. Mittelstandsbericht 2016. bmwfw.

[3] Knefz-Reichmann et al. 2018. Service Pricing im KMU-Bereich – Aktueller Stand und zukünftige Entwicklungen im KMU-Service Pricing. Campus02 - Fachhochschule der Wirtschaft.