



**CONTENT**  
SHARING



# Kalkulationsansätze für modulierten Content

**Dr. Peter Harms**

PKF SCHLAGE OHG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/  
Steuerberatungsgesellschaft

[peter.harms@schlage.de](mailto:peter.harms@schlage.de)

Rostock, den 19. Juni 2006



## Problematik

**Ermittlung der Herstellungskosten erfolgt üblicherweise nur für Content  
in seiner Gesamtheit**

Offen ist z.B. : Wie erfolgt Kalkulation eines einzelnen Moduls/ „Production  
on demand“

Was ist bei einer Bewertung die Bewertungseinheit?

## Kalkulation eines einzelnen Moduls

Problem:

- „Herunterbrechen“ der Gesamtkosten auf die Ebene einer Moduleinheit
- Ermittlung der Produktionskosten in Abhängigkeit von Teileinheiten
- Problem der Definition der kleinsten erfassbaren Einheit
- Moduleinheit = selbständiger bewertbarer Vermögensgegenstand

## Kalkulation eines einzelnen Moduls

### Grundsatz der Bewertung der Moduleinheit

- Ermittlung des Kostenfaktors in Abhängigkeit des Herstellungsaufwandes
- Voraussetzung: Bestimmung Anzahl der Moduleinheiten innerhalb des Contents
- Damit bereits bei der Planung Bestimmung von Modulen, die später selbständig unabhängig vom Gesamtcontent gehandelt werden sollen

## Kalkulation

### **Grundlage bilden daher unverändert die Herstellungskosten**

- Ermittlung der Kosten über Führen eines Kostenerfassungsbogens  
Erfassung aller Kosten, die im Zusammenhang mit der Entwicklung des Contents auftreten, separiert nach den zu modulierenden Einheiten
- Beispiele: Material-, Personalkosten, Fremdleistungen, Kosten der Techniknutzung

## Beispiel

### Erfassung der Entwicklungskosten einer Moduleinheit

- Zuordnung der Kosten den Kostengruppen wie Vorabsprachen, Drehbucherstellung, Technische Umsetzung und Erprobung
- Einzelkosten können direkt zugeordnet werden
- Bei nicht direkt zurechenbaren Kosten (Bsp. allgemeine Personalkosten, Verwaltung, Fortbildung) erfolgt Zurechnung über einen Gemeinkostenschlüssel
- Schlüsselung der Gemeinkosten entsprechend ihrer Verursachung (dabei allerdings bereits Ebenen definieren, d.h. Gemeinkosten auf der Ebene eines Moduls können auf der Ebene des gesamten Contents Einzelkosten sein)

## Erfassung der Kosten im Entstehungsprozess eines Moduls

alle Angaben in Euro

Kostenstellen Kostenarten	1	11	12	13	14	21	22	31	32	33	Summe
	Vorabsprachen	Erstellung Curriculum	Drehbucheinstellung inhaltliche Entwicklung	Aufgaben- und Testentwicklung	Drehbuchentwicklung	Technische Umsetzung Grafik	Technik	Korrektur und Überarbeitung	Erprobung und Evaluierung	Re-Design	
Materialkosten (Verbrauchs- und Lernmaterial)	500,00	500,00									1.000,00
Fremdleistungen (Honorare)											0,00
Personalkosten* (Mitarbeiter 1 ff.)			5.000,00								5.000,00
Raumkosten*											0,00
Kosten der Techniknutzung (Miete/ Leasing PC usw., ggf. Abschreibungen)											0,00
Fahrzeugkosten											0,00
Reisekosten (Mitarbeiter 1 ff.)	1.000,00										1.000,00
sonstige Kosten (Verwaltung)											0,00
<b>Summe</b>	<b>1.500,00</b>	<b>500,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7.000,00</b>

\* ggf. erfolgt Zurechnung über Gemeinkostenschlüssel

## Ergebnis

### **Kostenträger Modul**

Ermittlung der Stückkosten eines Moduls

- Einzelkosten, Material- und Fertigungsgemeinkosten = Herstellkosten
- Zuzüglich Verwaltungs- und Vertriebskosten = Selbstkosten
- Zuzüglich Gewinnspanne = Preis

## Problem

### Erreichen des Break Even Points

- Umsatz = Kosten

Wieviel Umsatz ist notwendig, um die Kosten zu decken?

- Viele Kostenparameter teilweise unbestimmt bzw. hängen von der Anzahl der Nutzer und Kunden ab (beispielsweise Dimensionierung der Rechnerkapazitäten)
- Wie bei Kalkulation von Content generell auch hier Annahme einer kritischen Menge und daraus Ableitung des Preises pro Modul und Nutzer
- Bei ungenauer Bestimmung erfolgen Intervalllösungen

## Beispiel aus der Praxis

Ausgangspunkt: 1 Online-Lernstunde

Ø benötigte Produktionszeit: 30 bis 60 Stunden

$$\text{Verkaufspreis} = \frac{\text{Produktionskosten}}{\text{(geschätzte) Anzahl der Verkäufe}}$$

Ø Produktionskosten: z. B. zwischen 2.000,- € und 2.500,- € für eine Online-Stunde

- abhängig von technischen Anforderungen  
und vom Organisationsumfang

## Kalkulation des Moduls als „Abfallprodukt“

dabei handelt sich entweder um Produkte, die sich über den Markt bereits amortisiert haben (z.B. über die Bezahlung eines Kurses) oder

- Module, deren Kosten zu 100 % gefördert wurden (beispielsweise im Rahmen einer Förderung eines e-learning-Kurses)
- In derartigen Fällen relativ einfache Überlegung, dass über jeden Verkauf einzelner Moduleinheiten bis hin zu reinen Modulelementen (Animationen, Grafiken, Textbausteinen etc.) ein zusätzliche Erlös erzielt werden kann.

Preisgestaltung über „Austesten“ des Marktes

## kundenorientierter Ansatz

### Weitere Preisüberlegungen

Beispiel für ein gestaffeltes Preismodell des Produzenten

1. Kostenloser Zugang, Einsicht Dienstleistungsangebot (Preview Funktion)
2. Basispaket, kostenpflichtig – sämtliche Informationen aus dem jeweiligen Grundmodul, aber keine Be- oder Verarbeitung des ausgewählten Arbeitstools
3. Premiumpaket – Zugang zum kompletten Ausbildungsangebot und sämtlichen Modulen, Bearbeitungsrechte
4. Monatlicher Pauschalpreis  
(Bsp. für Universitäten und Ausbildungseinrichtungen)

## Bewertung von nicht selbständig kalkulierbaren Einheiten

dabei handelt sich entweder um Produkte, die im Rahmen eines gesamten Lehrgangs (Content) oder einer einzelnen Lektion (Modul) entwickelt wurden (z.B. die o.g. Modulelemente - Animationen, Grafiken, Textbausteinen etc.)

Hauptproblem dabei:

Verkauf geht u.U. zu Lasten der Deckungsbeiträge des Gesamtcontents/der übrigen Module

keine Patentlösung – Einzelfallbetrachtung mit Wahrscheinlichkeitsannahmen

## Preis von modulierten Content

### Fazit

- Generalisieren der Ansätze aufgrund des Marktstehungsprozesses und vielen unsicheren Parametern nicht möglich
- Verkaufspreis einzelner Moduleinheiten von Kostenseite ermitteln
- Break Even Berechnungen durchführen
- Abstimmung der Preise im Marktvergleich mit anderen Anbietern und Kunden

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !