



Was darf der Kohl eigentlich kosten? Für Direktvermarkter lohnt es sich, genau zu rechnen.

Fotos: Heeren/LWK

## Auch mal mit spitzem Stift rechnen

**Wirtschaftlichkeit** Was müssen oder dürfen meine Produkte im Hofladen kosten? Diese Frage stellen sich alle Direktvermarkter. Lesen Sie hier, wie Sie den richtigen Preis für Ihre selbsterzeugten Waren kalkulieren können.

Jeder Direktvermarkter muss sich überlegen, zu welchen Preisen er seine Produkte anbietet. Denn zum einen will er seine Vermarktung wirtschaftlich gestalten, zum anderen sollen die Preise auch für die Kunden attraktiv sein.

Um den eigenen Preis zu finden, sollten Direktvermarkter zunächst den Markt beobachten. Welche Preise nehmen die Mitbewerber für entsprechende Produkte? Sind diese vergleichbar? Worin unterscheidet sich das eigene Produkt von demjenigen der Mitbewerber?

Manchmal möchte man einfach der Versuchung nachgeben und seine Preise nach Gefühl festlegen und sich im entsprechenden Rahmen an denen der Mitbewerber ori-

entieren. Aber entspricht dies auch dem eigenen Aufwand? Sind dann alle Kosten gedeckt? Kann damit auch noch ein Gewinn eingefahren werden, der die eigene Arbeitszeit entlohnt

und mit dem neue Investitionen getätigt werden können? Eine genaue Preiskalkulation ist zeitaufwändig, gibt aber Auskunft über genau diese Fragen. Außerdem kann die Analyse die



**Ein etwaiger Schwund** durch Verderb oder Fehlproduktion sollte bei vielen Produkten einkalkuliert werden.

Augen dafür öffnen, an welcher Stelle so manche Ressource verschwindet.

### Daten erheben

Um detailliert kalkulieren zu können, müssen erst einmal die benötigten Daten erhoben werden. Es ist relativ einfach, die Materialkosten eines Produktes über die Rezepturen und die Einkaufspreise zu ermitteln. Hier taucht aber schon die erste Frage auf: Was setze ich an für die Kleinstmengen an Salz und Gewürzen, die pro Rezept benötigt werden? In der Jahresumme ergeben sich dafür Beträge von etlichen Euro, pro Charge erscheinen sie aber vernachlässigbar gering. Mithilfe von Zwischenzählern lassen sich die Strommengen messen. Auch die Wassermengen für die Reinigung der benötigten Geräte und Maschinen sind mess- und zuordbar. So bekommt man

# Wie der Produktpreis berechnet wird

**Zu den Abbildungen:** Zunächst wird der Herstellungspreis der eigenen Produkte ermittelt (Abbildung 1). Dazu müssen die Fixkosten und die variablen Kosten berechnet werden. Die entstehende Summe dividieren (teilen) Sie durch die Anzahl

der jährlichen Vorgänge/ Einheiten. So erhalten Sie die Herstellungskosten je Vorgang/ Einheit. Diesen Wert nutzen Sie dann, um den Produktpreis, wie in Abbildung 2 gezeigt, zu berechnen.

## 1 Berechnung der Herstellungskosten

Produktion pro Jahr in Vorgängen/Chargen

### Fixkosten

1. Zinsen für Fremd- und Eigenkapital + Afa für notwendige Investitionen
2. Miete/Nutzungskosten für Räume

### Variable Kosten

1. Betriebskosten
2. Materialkosten
3. Personalkosten: Familien-AK; Fremd-AK (inkl. Lohnnebenkosten)

Summe Herstellungskosten je Einheit

## 2 Berechnung des Produktpreises

### Produkt:

Herstellungskosten je Vorgang/Charge

+ Risikozuschlag (Verlust, Verderb, Fehlproduktion)

= Endsumme Kosten je Vorgang/Charge

: Anzahl der erstellten Einheiten je Vorgang/Charge

= Stückpreis auf Kostenbasis

+ gewünschter Gewinnzuschlag

= **Nettopreis je Stück**

eine Vorstellung, welche Anteile am Gesamtverbrauch auf das Produkt entfallen. Die benötigte Arbeitszeit kann durch einen Beobachter für alle Schritte – angefangen bei der Vor-, über die Zubereitung bis hin zur Nachbereitung – mit einer Stoppuhr festgehalten werden. Ergänzt um die Zeiten des Einkaufs und der Vermarktung lassen sich daraus die anteiligen Lohnkosten errechnen. Dabei dürfen die Lohnnebenkosten nicht vergessen werden.

### Kosten errechnen

Nun kommen noch die Gemeinkosten dazu. Das sind die anfallenden Kosten für unter anderem Energie, Wasser, Abschreibung von Maschinen und Geräten, Gebühren, Versicherungen, Werbung. Diese lassen sich nur als ein Gesamtjahresbetrag erfassen und sind daher schwer einem einzelnen Produkt ordnen. Sie werden anteilig über den Aufschlagsfaktor eingerechnet. Wenn Sie auf diese Weise die Material- und anteiligen Gemeinkosten für ein Produkt ermittelt haben, stehen die Selbstkosten fest. Diese sind die unterste Preisgrenze, die über den Verkauf erwirtschaftet werden muss. Dazu wird ein Gewinnaufschlag gerechnet, der neben dem Schwund durch Verderb, Verlust und Fehlproduktion den gewünschten Stundenlohn für die Unternehmertätigkeiten enthält, um zum Nettoverkaufspreis zu kommen. Steht Ihnen nicht ausreichend Zeit zur detaillierten Kalkulation

zur Verfügung, sollten Sie mit Handelsauf- und -abschlägen rechnen.

### Auf- und Abschläge

Handelsauf- und Abschläge berechnen Sie so: Wer seinen durchschnittlichen Umsatz und die Kosten pro Verkaufstag kennt, kann daraus den maximalen Wareneinsatz pro Tag ermitteln. Zieht man diesen vom Umsatz des Verkaufstages ab, so ergibt sich die Handelsspanne je Verkaufstag. Die tägliche Handelsspanne mal 100 dividiert durch den Wareneinsatz (oder Einkaufspreis bei Zukaufprodukten) ergibt den durchschnittlichen Handelsaufschlag in Prozent. Wird die Handelsspanne durch den Umsatz dividiert, ergibt sich daraus der prozentuale Handelsabschlag, der vom Verkaufspreis abgerechnet werden muss, um den maximalen Bezugspreis zu errechnen.

Je nach Produkt können unterschiedliche Handelsaufschläge erzielt werden, abhängig von der Akzeptanz der Käufer. Manche Produkte haben einen sehr hohen Wareneinsatz, der vom Kunden oft nicht erkannt wird, andere bestehen aus sehr günstigen Zutaten und können im Verhältnis dazu teurer verkauft werden. Hier darf ein Mittelwert genommen werden, sofern die gesamte Produktgruppe im positiven Bereich bleibt. Ansonsten sollten Sie überlegen, das teure Produkt aus dem Sortiment zu nehmen.

Wenn die Differenz zwischen den Verkaufserlösen und dem Einkaufswert der Waren alle Kosten deckt und darüber hinaus ein Gewinn übrig bleibt, lohnt sich die Vermarktung. Eine derartige Kalkulation ist also vor Beginn jeder Direktvermarktung ebenso sinnvoll wie bei der Einführung eines neuen Produktes. Gleichzeitig kann sie

zur regelmäßigen Überprüfung der Wirtschaftlichkeit dienen. Das Rechnen lohnt sich. Denn wer seine tatsächlich erzielte Handelsspanne kennt, kann leichter Ansätze zur Verbesserung seiner Vermarktung finden.

*Christiane Heeren  
LWK Niedersachsen  
Bezirksstelle Oldenburg-Süd*

### Serie

## Ohne Fleiß kein Preis

**Preisgestaltung** Direktvermarktung muss sich lohnen, keine Frage. Doch was dürfen die Produkte kosten, damit einerseits die Wirtschaftlichkeit stimmt und andererseits der Kunde trotzdem gerne zugreift? Wie der Beitrag der Landwirtschaftskammer (LWK) Niedersachsen zeigt, müssen sich Direktvermarkter etliches bedenken, wenn sie ihre Herstellungskosten genau erfassen wollen. Gerade die Ermittlung der Kosten von kleinsten Mengen bei einigen Rezepturen ist nichts, was man gerne macht. Doch in der Summe ergeben selbst diese Minimengen im Jahr schon erhebliche Größen. Und zu wissen, wie viel Arbeit eigentlich der Herstellungsprozess eines bestimmten Produkts beansprucht, ist gerade bei einem knappen Zeitkontingent unbezahlbar. Zumal eine exakte Kalkulation ja nicht nur über den Verbleib eines Produkts im Regal entscheiden sollte. Sie kann auch entscheidende Hinweise darauf liefern, wie die eigene Vermarktung noch besser werden kann. Denn eine Preiskalkulation nach Bauchgefühl mag für den Kunden zu sympathischen Preisen führen, davon leben können wahrscheinlich die wenigsten Direktvermarkter.

Gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer Niedersachsen werden wir Ihnen weiterhin Tipps zur Direktvermarktung und Urlaub auf dem Bauernhof liefern. Unser nächstes Thema ist:

- Kalkulation Bauernhofgastronomie

*Katja Schukies*

