



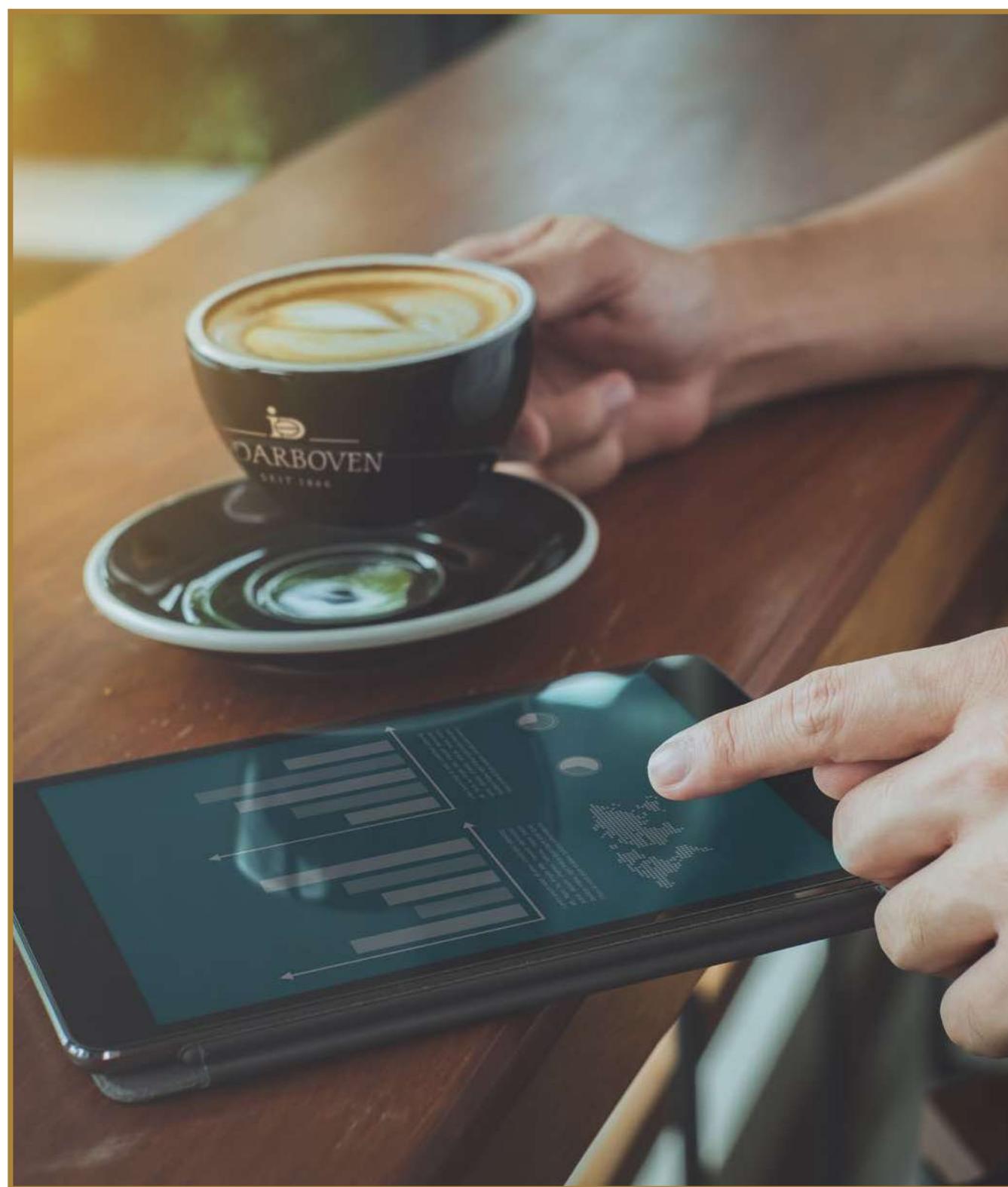
Ausgerechnet!

Grundlagen der Kaffee Preis-Kalkulation in der Gastronomie



# Kaffee ist ja immer ein Garant...

...für eine hohe Gewinnmarge in der Gastronomie!  
Doch wie kalkuliert man richtig?



Kaffee und Tee zählen zu den Produkten in der Gastronomie mit der höchsten Gewinnspanne. Daher ist es besonders wichtig, hier richtig zu kalkulieren, um den Wareneinsatz zu optimieren und die Marge zu kennen.

Oft wird jedoch nur in den seltensten Fällen genau gerechnet, was an 11 unterschiedlichen Preissetzungsverfahren deutlich wird.

Das Team von J. J. Darboven Professional gibt Ihnen im Folgenden Tipps an die Hand, wie Sie Ihre Kalkulation erfolgreich umsetzen!

## Inhalt

- › Die 11 gängigsten Preisfestsetzungsverfahren 03
- › Warum Sie kalkulieren sollten 05
- › Ermittlung des Wareneinsatzes 06
- › Ermittlung Kalkulationsfaktor & Rohaufschlagssatz 09



## 03 - DIE 11 GÄNGIGSTEN PREISFESTSETZUNGSVERFAHREN



### 01. DAUMENPREIS

Wieviel der Kaffee kosten soll, wird grob über den Daumen gepeilt.



### 02. PROZENTSATZPREIS

Hier wird einmalig ein Rohaufschlag in Prozent ermittelt und auf den Wareneinsatz gerechnet. Diese Methode eignet sich für verkaufsfertige Getränke wie Flaschenbier.



### 03. ARBEITSPREIS

Hier wird mittels unterschiedlicher Kalkulationsfaktoren der Versuch unternommen, die Arbeitszeiten, Arbeitsintensität, die Personalkosten und die produktiven Löhne mit in den Kalkulationsfaktor einzubeziehen.



### 04. DECKUNGSBEITRAGSPREIS

Wird zum Arbeitspreis noch der durchschnittliche Deckungsbeitrag hinzugezogen, spricht man vom Deckungsbeitragspreis.



### 05. ZEITPREISE

sind zum Beispiel „Happy-Hours-Preise“. Diese können durchaus Sinn ergeben, wenn die Auslastung durch besondere Angebote erhöht werden kann, dass Gewinne entstehen.



## 04 - DIE 11 GÄNGIGSTEN PREISFESTSETZUNGSVERFAHREN



### 06. MISCHPREIS

Hier liegt der Gedanke einer Produktkombination zugrunde. Verdient der Gastronom z. B. nichts an seinem Kirschkuchen, kann er den Gewinn durch eine Kombination aus Kaffee & Kuchen erhöhen.



### 07. FANGPREIS

„Kinder bis 6 Jahren essen bei uns umsonst.“ Diese Variante zielt darauf ab, Eltern ins Restaurant zu ziehen, die dann mehr verzehren. Auch der Gedanke „Zwei für eins“ zählt hierzu.



### 08. IMAGEPREIS

Hat nichts mit Kalkulation zu tun, sondern ist eine Preisober- oder Untergrenze um das Image des Hauses zu wahren.



### 09. TESTPREIS

Der Versuch des Gastronomen, sich an den möglichen Verkaufspreis heranzutasten.



### 10. PSYCHOPREIS

Ein Testmodell, bei dem der Gast beim Verlassen des Restaurants zahlt, was er glaubt, dass es ihm Wert gewesen ist. Hat eher Modellcharakter und findet nur in einzelnen Konzepten Einsatz.



### 11. NACHBARPREIS

orientiert sich am Preisgefüge der umliegenden Gastronomiebetriebe. Der Nachbarpreis ist eine einfache Methode zu kalkulieren. Langfristig bleiben hier Wareneinsatz und Zubereitungskosten unberücksichtigt.





# Warum Sie kalkulieren sollten

## Verschaffen Sie sich einen Überblick

Für eine ordentliche Kalkulation von Kaffee sollten die folgenden Fragen geklärt werden:

1. **Welche Kosten entstehen bei der Herstellung?**
2. **Wie viel Gewinn muss erwirtschaftet werden?**

Viele Kalkulationsschemata gehen vom Wareneinsatz für ein Produkt aus, auf den dann alle anderen Kosten (Lohn, Energie, Pacht, Nebenkosten usw.) sowie der Gewinn hinzugerechnet werden.

Die Positionen „andere Kosten“ und „Gewinn“ lassen sich auch in Prozent ausdrücken. Dadurch wird eine überschlägige, schnelle Kalkulation in der Praxis vereinfacht.

Um mit diesem Schema zu arbeiten, ist es jedoch unerlässlich, alle anderen Kosten genau zu ermitteln, um den zu erwartenden Gewinn besser abschätzen zu können

### WARENEINSATZ

- + **andere Kosten**
- + **Gewinn**
- + **Umsatzsteuer**

**= VERKAUFPREIS**



# Aufgewogen

## Vom Einkaufsgewicht zum servierfertigen Produkt

Der Wareneinsatz, auch Materialeinzelkosten, ist der Wert aller eingesetzten Rohstoffe, die im fertigen Produkt enthalten sind. Neben dem Leitungswasser und Milch gehören dazu auch Sirup, Kekse und Accessoires.

Abzuziehen sind Verluste, die bei der Vorbereitung und Zubereitung entstehen. Das kann Pulver sein, welches beim Mahlen daneben geht oder bei der Rekonfiguration der Kaffeemühle anfällt. Aber auch z.B. Portionen für das Personal erhöhen den Wareneinsatz.

In einem Beispiel wollen wir ermitteln, wie hoch der Wareneinsatz für eine Tasse Caffè Crema aus dem Siebträger ist. Hierfür ermitteln wir zunächst das Gewicht des servierfertigen Kaffeepulvers.

**Je nach Art der Zubereitung unterscheiden sich die Verluste mitunter stark.**

Preise und Werte illustrativ.  
Wir unterstützen Sie gerne bei der exakten Ermittlung.



### Beispiel Caffé Crema aus dem Siebträger:

Einkaufsgewicht	1 kg
Netto-Listenpreis	21,00 €/kg
Zubereitungsverlust (ZV)	- 8 %
	(Beispielhafter Wert: Etwa Bohnen, die zur Rekonfiguration der Kaffeemühle anfallen oder verschüttetes Kaffeepulver)



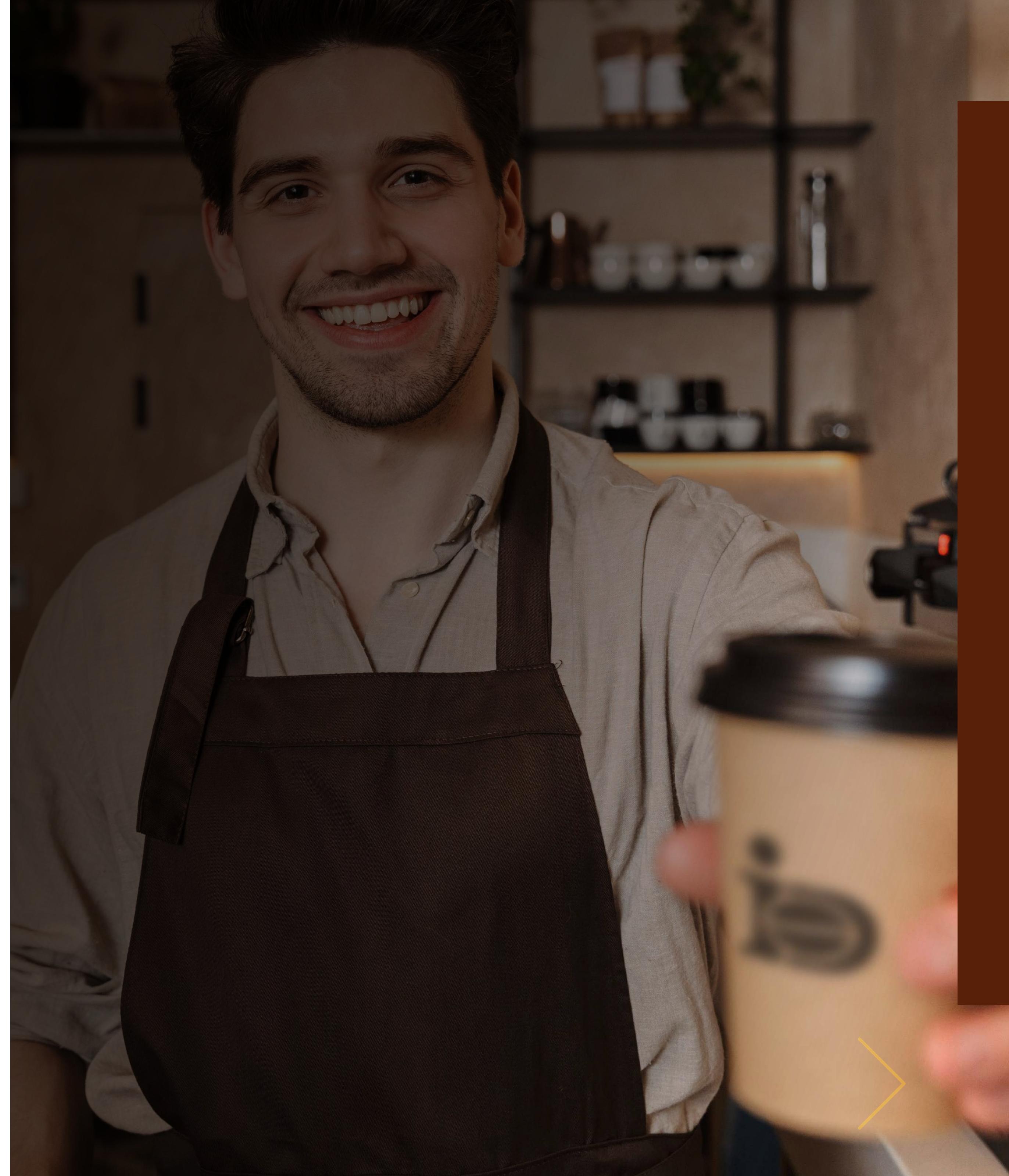
## 07 – ERMITTLEMENT DES WARENNEINSATZES

Bezogen auf die Packungsgröße bedeutet das:

	%	g
Einkaufsgewicht	100 %	1000 g
- Zubereitungsverlust	8 %	80 g
= Servierfertiges Gewicht		920 g

### Ergebnis

Von den 1000 g Einkaufsgewicht bleiben  
920 g servierfertiges Kaffeepulver übrig.



# Eingekauft

## Der Bareinkaufspreis

Real wird bei dem Lieferanten der Bareinkaufspreis zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer gezahlt. Da es sich bei dem Steuerbetrag um eine Vorsteuer handelt, die gegenüber dem Finanzamt geltend gemacht wird, wird in der Kalkulation immer mit Nettopreisen, also Preisen ohne Umsatzsteuer gerechnet.

Für eine Tasse Caffe Crema benötigt man im Schnitt 8 g Kaffeepulver.

Aus 920 g servierfertigem Pulver werden also 115 Tassen Kaffee zubereitet (920 g / 8 g = 115).



Komplexer wird die Berechnung von der Zubereitung von Kaffeespezialitäten.  
**Hier unterstützen wir Sie gerne!**



Um den Wert des servierfertigen Gewichts zu ermitteln, muss zunächst der Bareinkaufspreis (netto) errechnet werden. Als Stammkunde bei J. J. Darboven erhalten sie natürlich einen Rabatt. Skonto ziehen sie auch ab.

### Listenpreis (o. USt):

1 kg x 21,00 €	21,00 €
- 10% Rabatt	2,10 €
= Zieleinkaufspreis	18,90 €
- Skonto 2%	0,38 €
<b>Bareinkaufspreis</b>	<b>18,52 €</b>

$$18,52 \text{ €} : 115 \text{ Tassen} = 0,16 \text{ € je Tasse}$$

Der Einkaufspreis für das Wasser wurde hier nicht berücksichtigt, da dieser Posten im nachfolgend beschriebenen Kalkulationsfaktor als Nebenkosten enthalten ist.



# Aufgeschlagen

## Ermittlung des Kalkulationsfaktors und Rohaufschlagssatzes

Die weiteren Kosten des Betriebes (Gemeinkosten) werden prozentual auf den Einkaufspreis je Tasse aufgeschlagen.

### Kosten sind zum Beispiel:

- |  |  |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Löhne</b>                   | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Energie</b>                               |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Verwaltung</b>              | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Zinsen</b>                                |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Nebenkosten</b>             | <input checked="" type="checkbox"/> <b>sonstige Ausgaben</b>                     |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Miete / Pacht für Lokal</b> | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Leasing / Abschreibung Kaffeemaschine</b> |

Die einzelnen Positionen werden auf monatlicher Basis zusammengefasst und müssen anschließend umsatzanteilig auf die einzelnen Produkte verteilt werden. Aus dem Wert des Warenaufschlages und der Gemeinkosten lassen sich somit die Selbstkosten berechnen. Die Selbstkosten stellen dabei die Gewinnschwelle dar. Liegt der Verkaufspreis (zzgl. MwSt.) darunter, schreiben Sie Verluste! Der Zuschlag für Gemeinkosten kann sehr unterschiedlich ausfallen, in diesem Beispiel sind es 155 %.

Noch keine Kaffeemaschine oder eine zu teure? Hier können wir Ihnen helfen!



**Bitte beachten:** Vergessen Sie nicht Ihren Lohn als Unternehmer - entweder als einzelnen Kostenpunkt oder eingerechnet im Gewinn.



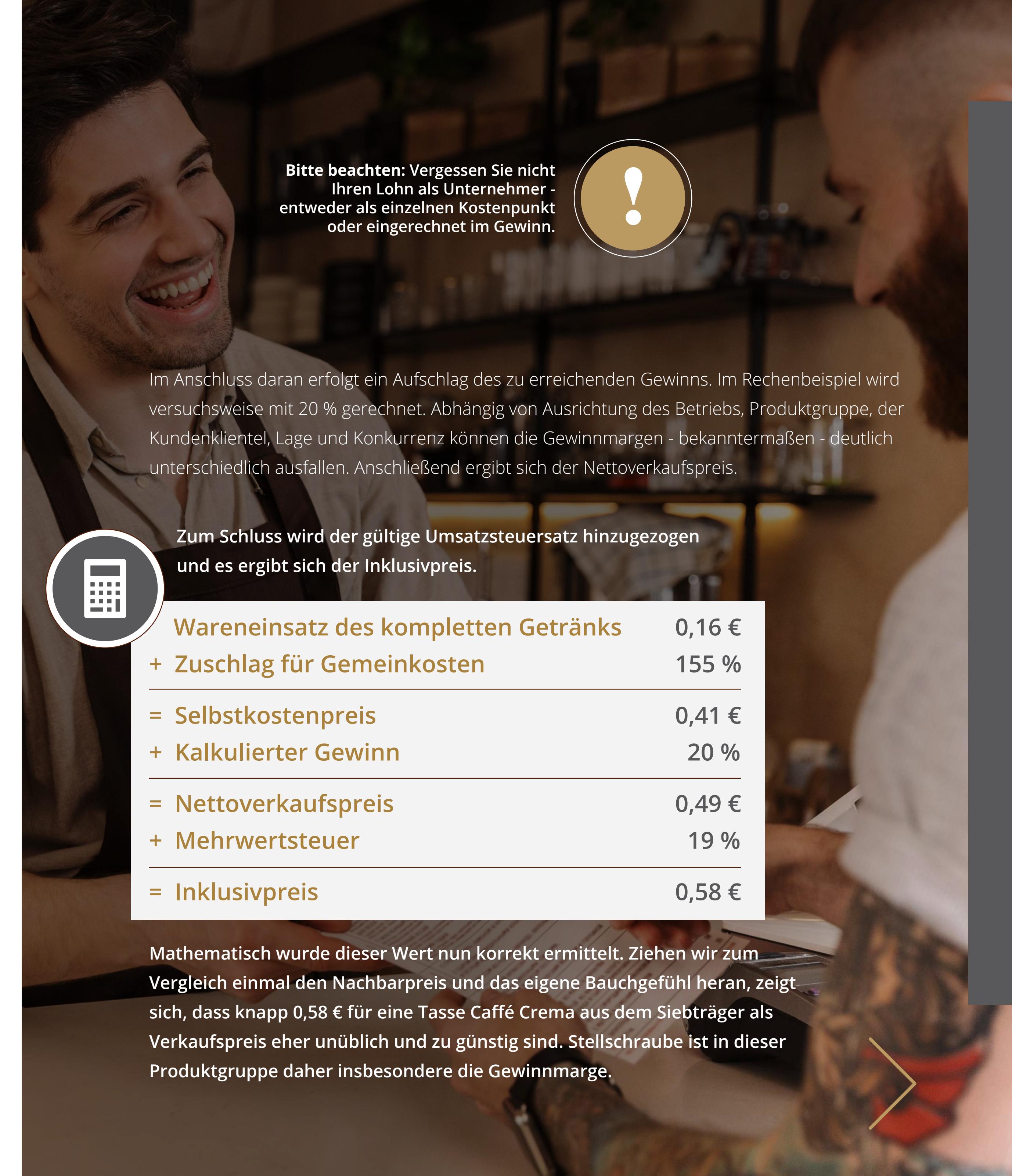
Im Anschluss daran erfolgt ein Aufschlag des zu erreichenden Gewinns. Im Rechenbeispiel wird versuchsweise mit 20 % gerechnet. Abhängig von Ausrichtung des Betriebs, Produktgruppe, der Kundenklientel, Lage und Konkurrenz können die Gewinnmargen - bekanntermaßen - deutlich unterschiedlich ausfallen. Anschließend ergibt sich der Nettoverkaufspreis.



Zum Schluss wird der gültige Umsatzsteuersatz hinzugezogen und es ergibt sich der Inklusivpreis.

<b>Warenaufschlag des kompletten Getränks</b>	<b>0,16 €</b>
<b>+ Zuschlag für Gemeinkosten</b>	<b>155 %</b>
<hr/>	
<b>= Selbstkostenpreis</b>	<b>0,41 €</b>
<b>+ Kalkulierter Gewinn</b>	<b>20 %</b>
<hr/>	
<b>= Nettoverkaufspreis</b>	<b>0,49 €</b>
<b>+ Mehrwertsteuer</b>	<b>19 %</b>
<hr/>	
<b>= Inklusivpreis</b>	<b>0,58 €</b>

Mathematisch wurde dieser Wert nun korrekt ermittelt. Ziehen wir zum Vergleich einmal den Nachbarpreis und das eigene Bauchgefühl heran, zeigt sich, dass knapp 0,58 € für eine Tasse Caffé Crema aus dem Siebträger als Verkaufspreis eher unüblich und zu günstig sind. Stellschraube ist in dieser Produktgruppe daher insbesondere die Gewinnmarge.



## Ausgerechnet!

Sie können nun die Grundlagen der Kaffee Preis-Kalkulation erfolgreich für Ihren Gastronomie-Betrieb anwenden!



Sie haben nun gesehen, wie der Wareneinsatz errechnet wird, wie laufende Kosten zu berücksichtigen sind und welche grundlegenden Einflussfaktoren es bei der Preisgestaltung gibt. Ohne vernünftige Kalkulationsgrundlage passiert es leicht, dass die Gewinnmarge über- oder unterschätzt wird. Nutzen Sie diese für sich und steigern Sie damit Ihren Gewinn. Unsere regionalen Ansprechpartner von J.J. Darboven sind für Sie da und prüfen gemeinsam, wie das Potenzial Ihres Heißgetränkekonzekts weiter gesteigert werden kann.



Ihr J.J. Darboven Professional Team  
steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite –  
[kundenservice@darboven.com](mailto:kundenservice@darboven.com)





## Kalkula-schon?

Gerne unterstützen wir Sie bei Ihrer individuellen Preisgestaltung.

Von uns erhalten Sie nicht nur eine große Auswahl an Kaffee, Tee, Kakaos und allen benötigten Accessoires, sondern auch das notwendige Fachwissen, um Ihren Betrieb wirtschaftlich erfolgreich zu führen.

So erreichen Sie Ihr J.J. Darboven Professional Team:  
E-Mail: [kundenservice@darboven.com](mailto:kundenservice@darboven.com)