

LEBENSMITTELKAMPAGNE

ZEITGEMÄSSES HANDELN



BESCHREIBUNG / ANWENDUNG DER PREIS-POSITIONEN

Kategorie	Beschreibung	Kosteninhalte	Funktionen
Einkaufspreis pro Einheit	Preis, was der Bauer für sein Produkt verlangt	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellmenge aus Sammelbestellung wird dem Erzeuger auf ein Konto überwiesen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Berechnungsgrundlage für Preisgestaltung
Abfüllung, Verpackung	Produkt wird verpackt und gekennzeichnet	<ul style="list-style-type: none"> • Verpackungsmaterial,, Klebeband,, Kennzeichnung Erzeuger • Kennzeichnung Produkt • Versandverpackungen • Füllmaterial und sonstiges Hilfematerial • Material für Fertigstellung Palette 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verpackungsmaterial wird von ORGA-Team eingekauft und zum Erzeuger gebracht ▶ Zusammenschluss möglichst vieler Kleinbauern ermöglicht nachhaltige, dezentrale Verpackungskonzepte, die im Sinne der Lebensmittelkampagne sind. (Materialauswahl, Produktkennzeichnung, etc.)
Lohnkosten	Anfallende Lohnkosten mit „Fairpay“-Stundensatz	<ul style="list-style-type: none"> • Orga Sammelbestellung, Pflege Onlineshop • Verpackung und Versandvorbereitung • Öffentlichkeitsarbeit / Promotion 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Einkommensquelle für HANDsON-Team ▶ Einkommensquelle für PROMO-Team ▶ Einkommensquelle für ORGA-Team
Frachtkosten	Sammelbestellungen abgeschlossener Kampagnen werden zum Abnehmer gebracht	<ul style="list-style-type: none"> • Transportkosten Logistik Unternehmen • Verpackung und Versandvorbereitung • Öffentlichkeitsarbeit / Promotion 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Dienstleister übernimmt Transport der Ware
Steuern & Risikoausgleich	Einkommenssteuer auf „Einkommen im übergeordnetem Sinn“ und Risikoausgleich für eventuelle Transportschäden	<ul style="list-style-type: none"> • Einkommenssteuer in Deutschland ca. 30% • Transportversicherung der Waren ca. 0.3% vom Warenwert 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Der Risikoausgleich entlastet die Lebensmittelkampagne vor Folgeschäden, die nach der Rechnungsstellung durch Beschädigung der Ware entstehen könnten ▶ Deckung der allfälligen Steuerlasten

Kategorie	Beschreibung	Kosteninhalte	Funktionen
Organisation & Buchhaltung	Ausgaben für buchhalterische Aufgaben und Koordinationsaufgaben werden gedeckt	<ul style="list-style-type: none"> • allfällige Rechnungen von Dienstleistern (Steuerberater, Anwälten, spezialisierte Berater sonstiger Bereiche) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zeit- und Kostenaufwendige Arbeiten könne an spezialisierte Dienstleister abgegeben werden
Qualitätssicherung	Kontakte mit Erzeugern & Abnehmern pflegen / Erzeugnisse auf Schadstoffe überprüfen	<ul style="list-style-type: none"> • Reisekosten zu den Erzeugern • Chemische & sensorische Analysen von Produkten • Bodenproben entnehmen und auswerten 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Erhaltung des Qualitätsstandards ▶ Weiterentwicklung der Qualität
Öffentlichkeitsarbeit	Deckt die Kosten für Onlineauftritt, Informationsveranstaltungen und sonstige Events	<ul style="list-style-type: none"> • Internetseiten (Domain, Hosts, Shop) • Durchführung von Festen und Veranstaltungen • Drucken von Infomaterial • Mietzahlungen Produktplattform (Apartix, etc...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bekanntheitsgrad und Kampagnenvolumen steigen und somit auch die Auswirkungen auf regionale Strukturen von Seiten der Erzeuger und Verbraucher
Prozess- & Kreativkosten	Die Werte der Lebensmittelkampagne werden in den Unterschiedlichen Bereichen schrittweise umgesetzt	<ul style="list-style-type: none"> • Reisekosten • Entwicklungskosten für Homepage, Konzepte, Onlineshop, (Verpackungs-) Designs etc. • Weiterbildungen, Seminare, Workshops 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Integration der kreativen Einfälle und Erfüllung der dazu notwendigen Erneuerungen in den Abläufen der Kampagne ▶ Aufnahme neuer Produzenten und Umstellung der landwirtschaftlichen Methoden ▶ Aufnahme neuer Produkte ▶ Ausarbeitung neuer Verpackungskonzepte ▶ uvm....
An Lebensmittelkampagne	Beteiligung für die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung der Lebensmittelkampagne	<ul style="list-style-type: none"> • Lohnzahlungen KERN Team 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Einkommensquelle für KERN Team ▶ Querfinanzierungen von Partnerprojekten ▶ Forschungsarbeit alternative landwirtschaftliche Methoden

[Zum Hofladen >>>](#)

[Zu den Erzeugerprofilen >>>](#)

[Zurück zur Wertschätzung & Preisgestaltung >>>](#)