

Die Direktvermarktung kostet Geld

Das SOV Fachzentrum Direktvermarktung publiziert jährlich Zielpreise für direkt vermarktende Betriebe. Die publizierten Preise führen in den Regionen immer wieder zu hitzigen Diskussionen - für die Einen sind sie zu tief, für die Anderen zu hoch. Der Verkauf ab Hof kann eine interessante Vermarktungsmöglichkeit sein, es ist aber unbedingt zu beachten, dass die Kosten, die bei der Vermarktung entstehen, bei der Preisbildung eingerechnet werden.

Alle Kosten berücksichtigen

Bei der Preisbildung sind drei Preis bestimmende Faktoren zu berücksichtigen:

- Produktion der Rohstoffe (Primärproduktion)
- Verarbeitung, Verpackung, Lagerung, Administration für Verarbeitung
- Vermarktung, Administration für Vermarktung

Die Kosten für die Rohstoffe der bäuerlichen Obstverarbeitung sind weitgehend bekannt. Sie können von den Preis-Bulletins des Schweizerischen Obstverbandes übernommen werden. Denkbar ist allerdings auch, dass ein Produktionsbetrieb die Produktionskosten seines Mostobstes selber berechnet und folglich diesen Preis einsetzt.

Kosten für die Verarbeitung

Die Kosten, beispielsweise für die Herstellung von Süssmost, können aus einer standardisierten Produktionskosten Berechnung abgeleitet werden. Exaktere Kostenermittlung setzt die individuelle Berechnung auf jedem Betrieb voraus. Dabei werden die fixen Kosten (Abschreibung, Verzinsung investiertes Kapital, Gebäudekosten) und die variablen Kosten (Wasser, Energie, Unterhalt, Reparaturen, Arbeit, Verpackung) berechnet.

Die Kosten sind stark abhängig vom Investitionsvolumen in Gebäudeteile und Einrichtungen (Presse, Pasteurisation, Abfüllung) im Verhältnis zur hergestellten Menge (→ Auslastung). Auch wenn bei den fixen Kosten meistens keine eigentliche Rechnung besteht, lohnt es sich die Abschreibung von Anlagen und Einrichtungen in realistischen Zeiträumen vorzunehmen und als Kostenposition auszuweisen. Dasselbe gilt für die Verzinsung des investierten Kapitals (auch bei Einsatz von Eigenmitteln!) In den letzten Jahren sind auf zahlreichen Betrieben bedeutende Investitionen vorgenommen worden. Die Tarife sind aber meistens die gleichen geblieben! Grundlage der Berechnung von Tarifen für die Kundenmosterei sind die fixen und variablen Kosten rationell geführter Verarbeitungsbetriebe mit guter Auslastung.

Beauftragt ein direkt vermarktender Betrieb seinen Kundenmoster, aus seinem Mostobst Süssmost zu produzieren, kann für die Berechnung nebst dem Wert des Rohstoffes, ab der Rechnung des Kundenmosters der fakturierte Betrag pro Liter, inkl. Gebinde als Produktionskosten eingesetzt werden.

Wird das Mostobst auf dem direkt vermarktenden Betrieb verarbeitet, sind die Produktionskosten wie oben beschrieben zu berechnen.

Es lohnt sich zudem einen Zuschlag vorzunehmen für Verluste bei der Lagerung sowie für administrativen Aufwand (zum Beispiel: Selbstkontrollkonzept, lückenlose Rückverfolgbarkeit, Statistik, Rechnungswesen, usw.).

Vermarktung kostet - Handelsaufschlag bis 60 Prozent

Die Direktvermarktung wird auf den Betrieben sehr unterschiedlich betrieben. Für die einen handelt sich um einen wichtigen Betriebszweig, der mit einem grossen Aufwand an Infrastruktur und Zeitaufwand gezielt betrieben wird. Für andere stellt sie einen eher zufälligen Zusatzverdienst dar, ohne wesentlichen Einsatz von Ressourcen.

Sicher ist, dass für die Vermarktung mehr oder weniger Kosten entstehen, verursacht durch die Kosten der Investition in ein Verkaufslokal, Verpackungsmaterial, Einrichtungen, Werbung und

vor allem durch die Arbeitszeit. Diese Kosten werden meist vergessen und bei der Preisbildung nicht gezielt berücksichtigt.

Sollten keine detaillierte Kostenzusammenstellung für die Vermarktung auf dem Betrieb vorliegen, kann ein Handelsaufschlag auf die Produktionskosten von 30 (bei extensiver) bis 60 Prozent bei intensiv betriebener Direktvermarktung vorgenommen werden.

Ein realisierter Handelsaufschlag von mehr als 54 Prozent der Produktionskosten wird als gut, 43 bis 54 als mittel und weniger als 43 Prozent als schwach beurteilt.

Verkaufspreis für 1 Liter Süssmost

Für einen Liter Süssmost kann die Preisbildung wie folgt aussehen:

Rohstoff "Mostobst"	33 Rappen pro Kilogramm 70 Prozent Ausbeute	Fr. --.47
Produktion Süssmost	Pressen, Saftbehandlung, Pasteurisation, Abfüllung	Fr. --.80
Verpackung	Annahme 10 l Bag-in-Box	Fr. --.30
Produktionskosten		Fr. 1.57
Vermarktung	Handelsaufschlag <i>extensive Direktvermarktung: 30 Prozent</i> <i>intensive Direktvermarktung: 60 Prozent</i>	<i>Fr. --.47</i> <i>Fr. --.94</i>
Verkaufspreis	pro Liter Süssmost <i>extensive DV</i> <i>intensive DV</i>	<i>Fr. 2.04</i> <i>Fr. 2.51</i>

Mit einem Handelsaufschlag von dreissig Prozent, liegt der Verkaufspreis für einen 10-Liter Bag-in-Box bei rund zwanzig Franken, bei einem Handelsaufschlag von 60 Prozent bei rund 25 Franken.

Das Programm "Paracalc" (Agridea Software) ermöglicht es, in diesem Bereich Varianten zu rechnen.

Schlechter Arbeitsverdienst und Querfinanzierung

Wird Süssmost zu billig verkauft, führt das in der Regel dazu, dass Einrichtungen und Geräte nicht korrekt abgeschrieben und das investierte Kapital nicht oder ungenügend verzinst wird. Das hat zur Folge, dass bei der Investition in neue Einrichtungen die notwendigen Mittel fehlen oder aus dem übrigen Betrieb querfinanziert werden.

Zudem wird die geleistete Arbeit der meist familieneigenen Arbeitskräfte in der Mosterei ungenügend oder gar nicht entschädigt. In einem Bereich, wo der Produzent den Verkaufspreis weitgehend selber berechnen und bestimmen kann, ist das nicht nötig!

Qualitativ hochwertige Produkte aus der bäuerlichen Obstverarbeitung sind bei den Konsumenten beliebt. Dafür verantwortlich sind die Qualität, die Tradition und die Nähe zur Ursprungsproduktion. Dafür sind sie bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen, denn all diese Argumente finden sie bei Produkten aus dem Regal des Grosshandels kaum mehr.