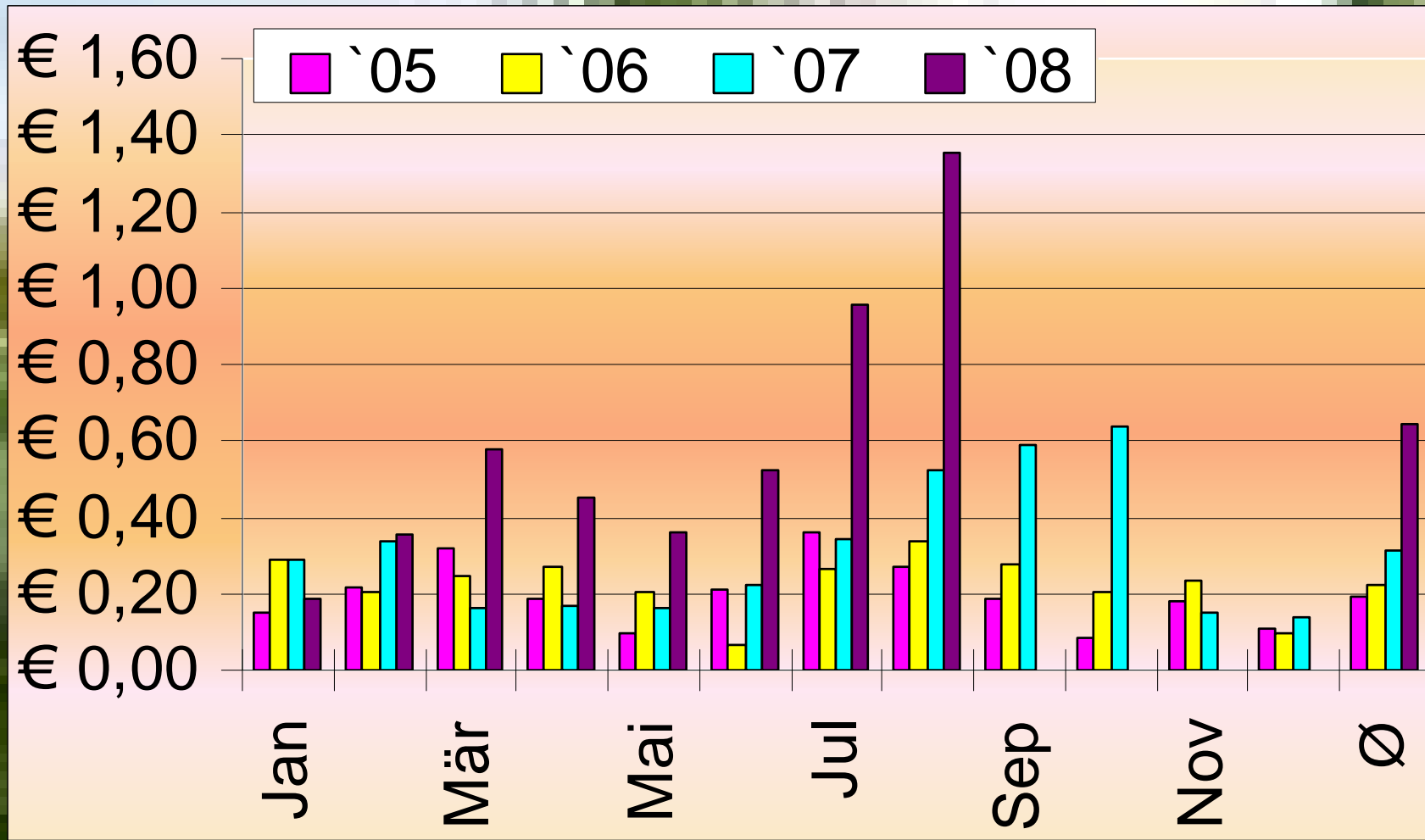


Preisentwicklung und Preisdurchsetzung von Kompost für die Landwirtschaft

Humustag der BGK am 6.
November 2008 in Potsdam

- 
1. Preisentwicklung
 2. Preisdurchsetzung
 3. Trends
 4. Résumé

Verkaufspreise (€/m³)



Selbstkosten

Preis-
politik

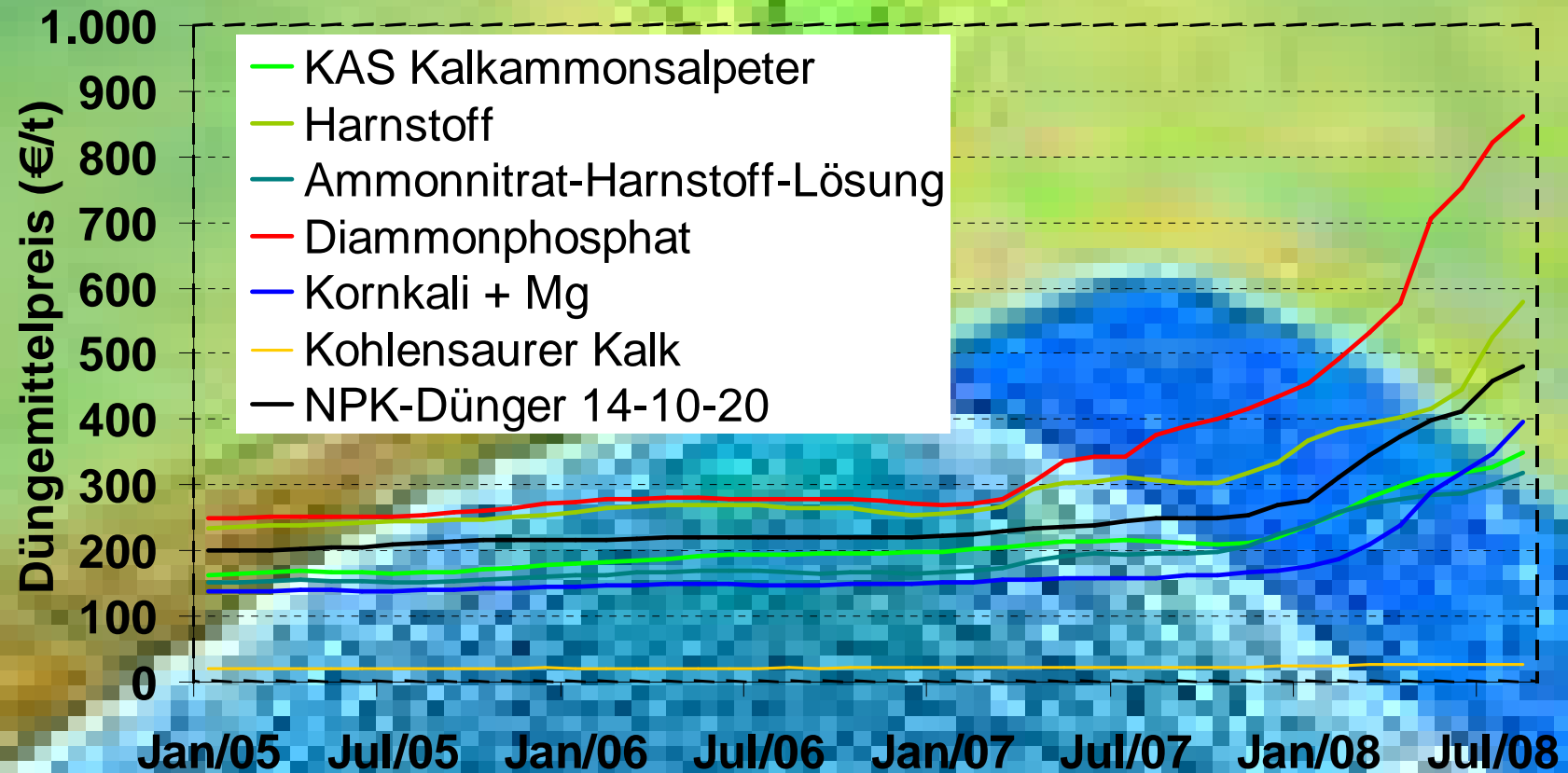
Verhalten
Konkurrenz

Preisbereitschaft
Nachfrager

Kostenorientierte Preiskalkulation

- Fixkostenanteil + variable Kosten + Gewinnspanne = (Netto)Verkaufspreis
- 55,00 € + 4,50 € + -58,00 € = 1,50 €

Düngemittelpreise



Güllewert (€/m³)

Mastschweinegülle mit 5 % TS	2006	Frühjahr 2009
Düngewert	5,00	13,40
Güllenachteile zu Mineraldünger (Fahrspuren, suboptimale Termine usw.)	5,00	5,00
Güllewert franko Feldrand	0,00	8,40
Logistikkosten (10 km)	3,70	5,00
Güllewert franko Pflanze Böden mit P-Bedarf	-3,70	3,40
Güllewert franko Pflanze Böden ohne P-Bedarf	-5,10	-1,10
(Daten aus top agrar 11/2008, verändert)		

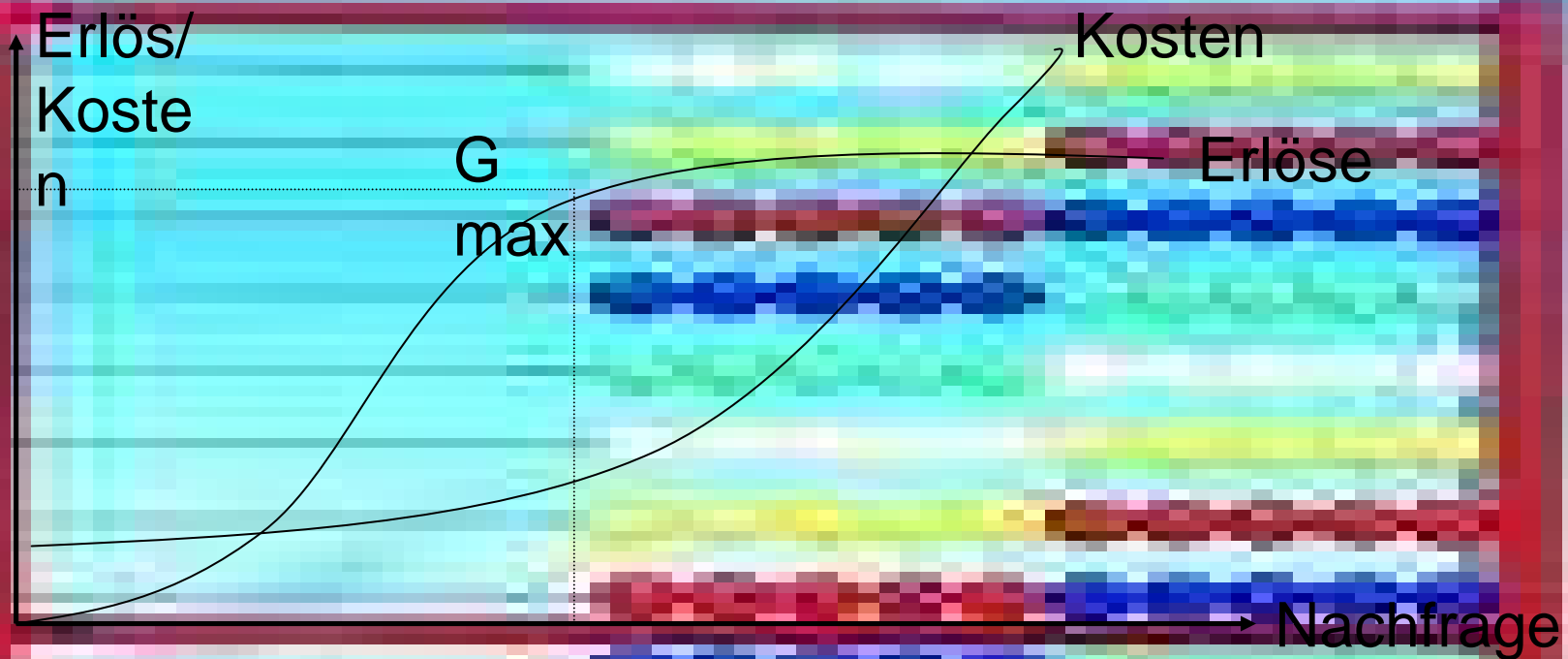
Viel zu tun – zu wenig verdient

- Warum schaffen es die Kompostierer nicht, stärker von dieser Marktposition zu profitieren?
- Warum trauen sich viele Kompostierbetriebe nicht, die notwendigen Preisanpassungen einfach zu verlangen?

Kann das wahr sein?

- Warum soll man rechnen, wenn man sich am Gebührenhaushalt bedienen kann ?

Nachfrageorientierte Preiskalkulation



Wahr ist aber auch:

→ Faktencheck

Kompostrechner

Preisdurchsetzung

Der Kunde bezahlt den vom Unternehmen für dieses Kundensegment optimal erachteten Preis

optimierter Preis

=

tatsächlich bezahlter Preis

Preisstrategie

- Aktiv oder Passiv?



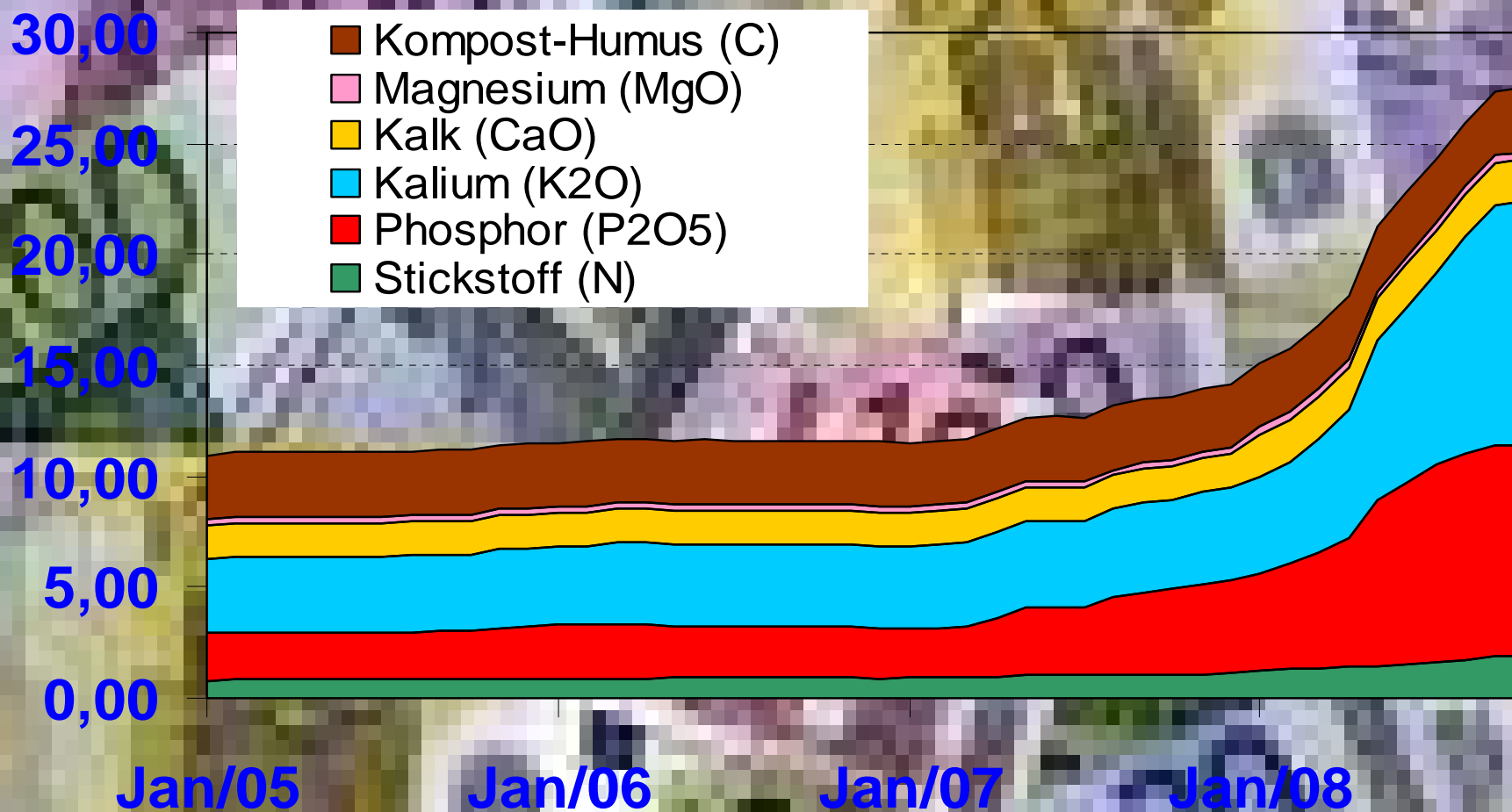
- Preislage?



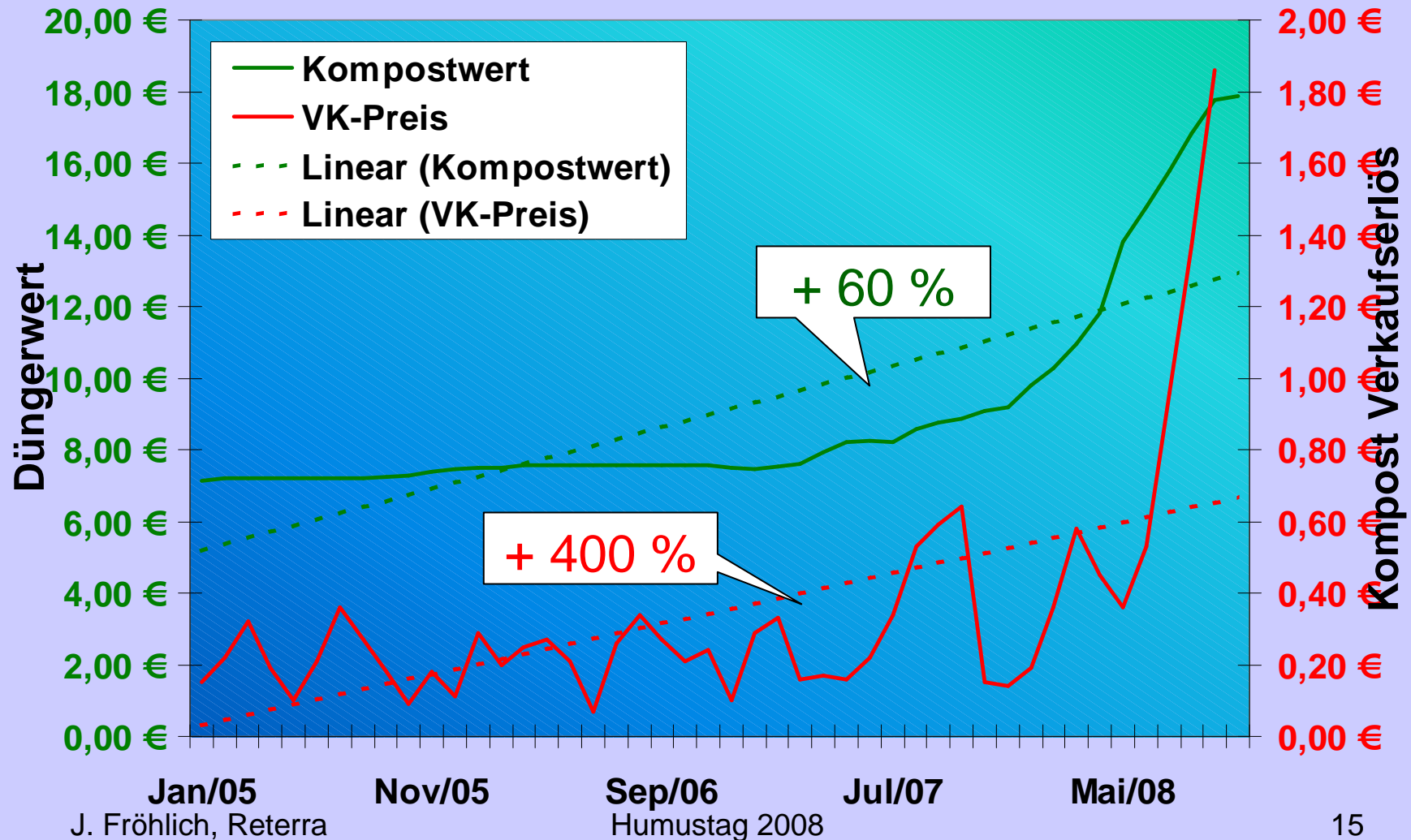
- Preisabfolge?



Kompostwert (€/to)



Wert versus Preis (€ / to)



Blockbuster Kompost

- Anteil vom Düngeräquivalent
- Gestern: 3 %
- Heute: 7 %
- Morgen: 40 %
- Abfall ist passe
- Produkt ist Zukunft

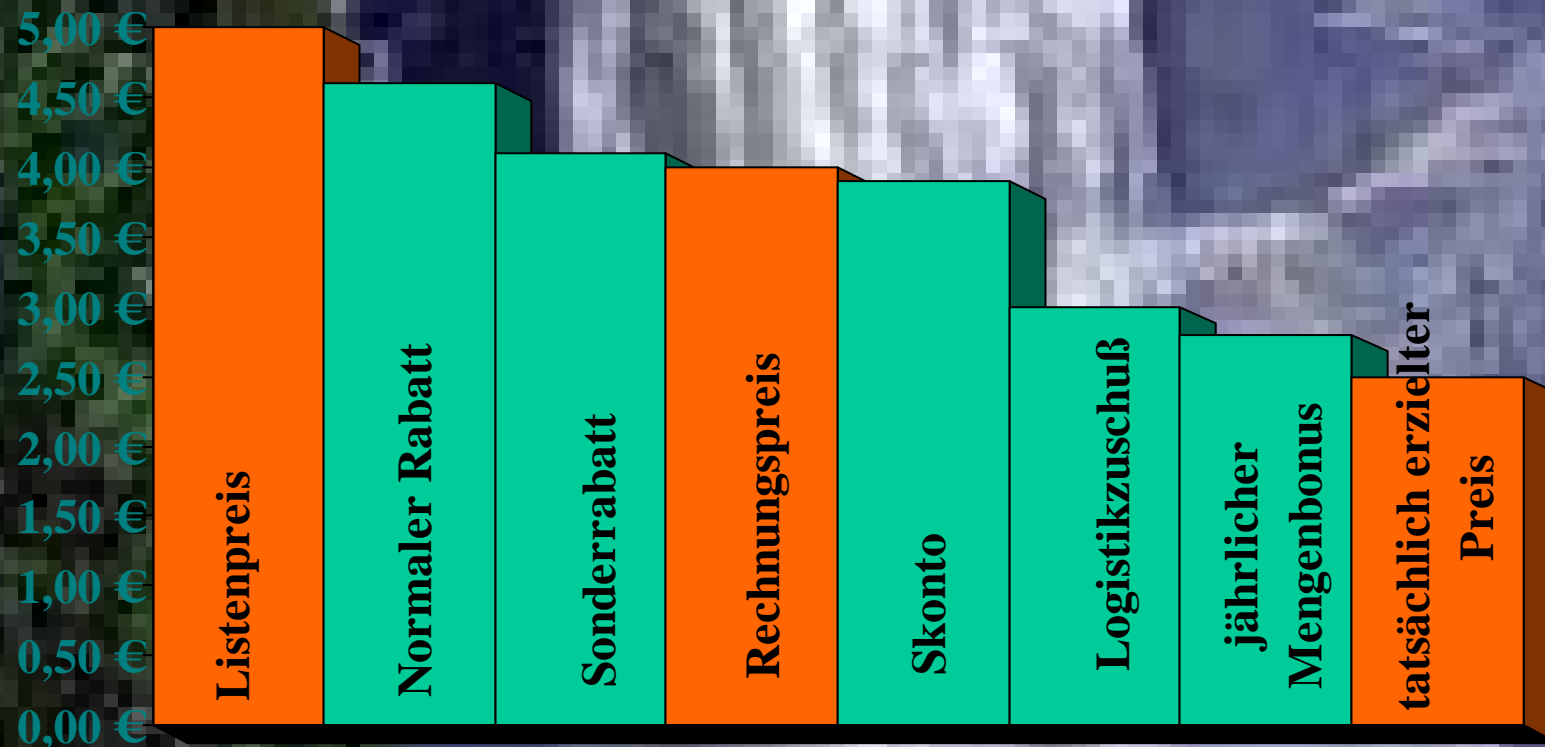
Preisdifferenzierung

- Räumlich: Regionen und Agrarstruktur
- Zeitlich: nach Dringlichkeit und zum Ausgleich saisonaler Schwankungen der Nachfrage und des Produktzyklus (Input)
- Persönlich: Großkundenrabatte, langfristig wichtige Kunden, loyale Kunden
→ Kunden-Lebens-Zyklus
- Sachlich: Transportentfernung, Anspruch an den Verfügbarkeitsgrad, Anspruch an die Lieferlogistik

Preisliste

	humerra AKTIV- KOMPOST (AK)	humerra GRÜNAKTIV- KOMPOST (GK)	humerra SPARGEL- GRUND (SG)	humerra ÖKO- GRUND (ÖG)	humerra BEEREN- GRUND (BG)	humerra MULCH- KOMPOST (HM)	humerra RINDEN- MULCH (RI)	humerra ANSCHÄL- SPÄNE (ASS)
Preise (netto)	franko Feldrand ¹⁾				f. o. b. ab Kompostwerk	franko Feldrand		
Hauptsaison*								
pro m ³	3,00 €	3,00 €	6,00 €	4,50 €	9,90 €	13,50 €	21,00 €	15,00 €
pro t.	4,90 €	6,00 €	9,70 €	7,30 €	14,90 €	-	-	-
Vorsaison**								
pro m ³	1,95 €	1,80 €	3,75 €	3,00 €	9,90 €	13,50 €	21,00 €	15,00 €
pro t.	3,15 €	3,60 €	6,05 €	4,90 €	14,90 €	-	-	-
Zwischensaison***								
pro m ³	2,25 €	2,40 €	4,50 €	3,75 €	9,90 €	13,50 €	21,00 €	15,00 €
pro t.	3,65 €	4,80 €	7,30 €	6,05 €	14,90 €	-	-	-

Preiswasserfall



Rabatte

- Termingeschäfte
 - Just-in-Time 0 % Rabatt
 - Lieferfenster 30 Tage 5% Rabatt
 - Lieferfenster 90 Tage 10 % Rabatt
 - Schlechtwetterkipfstelle 0 – 25 %
- Optionsgeschäfte
 - Kaufoption zzgl. 0 – 10 %
 - Lieferoption 0 – 35 % Rabatt

Leistung und Gegenleistung

- Listenpreis: 3,00 €/m³
- Lieferfenster 30 Tage, 5 %: 2,85 €/m³
- Schlechtwetter-Kippstelle,
bis zu 25 %: 2,15 €/m³
- Lieferoption, bis zu 35 %: 1,40 €/m³

→ Transparenz für Kunde und Lieferant!

Die Vermarktungstätigkeit

Die Dinge sind nie so, wie sie sind. Sie sind immer das, was man aus ihnen macht.

Jean Anouilh (1910-1987),
französischer Dramatiker

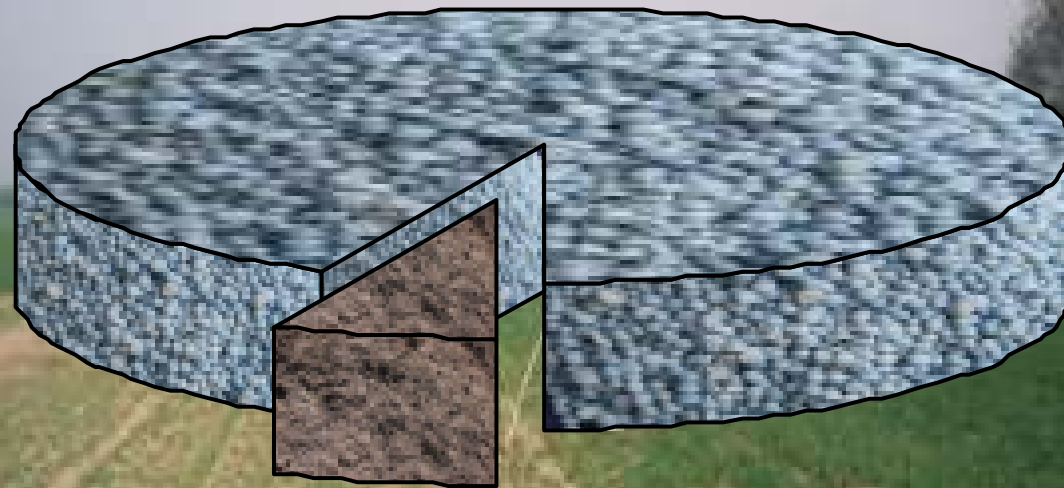
Customer Relationship Management (CRM)

- Kundenorientierung
- Kundenwert
- Wertschöpfungspartnerschaft
- Vertriebssteuerung

Gestern: verschenkt



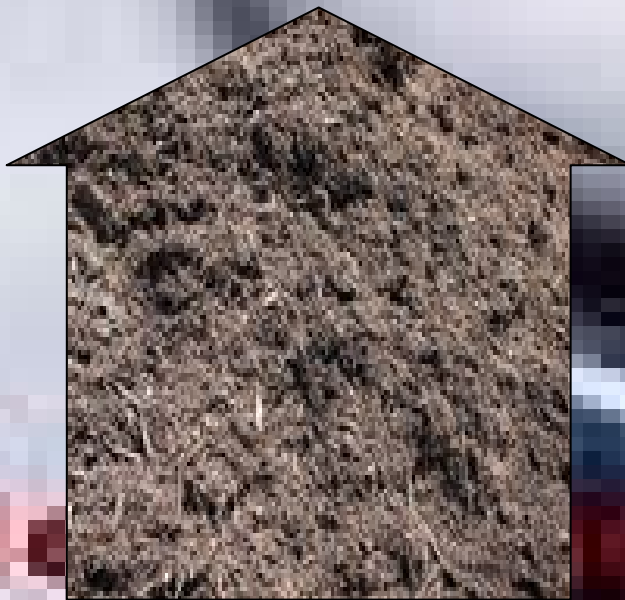
**Heute: (k)einen Euro
zubezahlt**



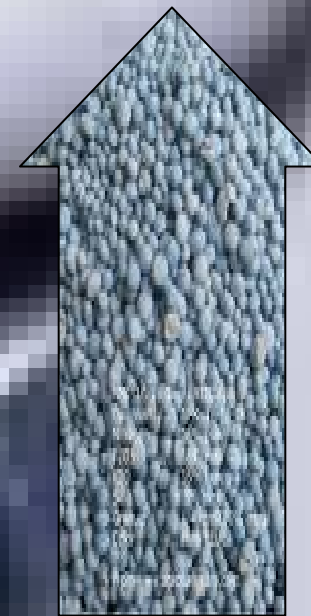
■ Komposterlös ■ Delta zum Düngewert

Prognose

- Kompost
Verkaufserlös:
+ 50 % pro Jahr
- Düngewert:
+ 5 % pro Jahr

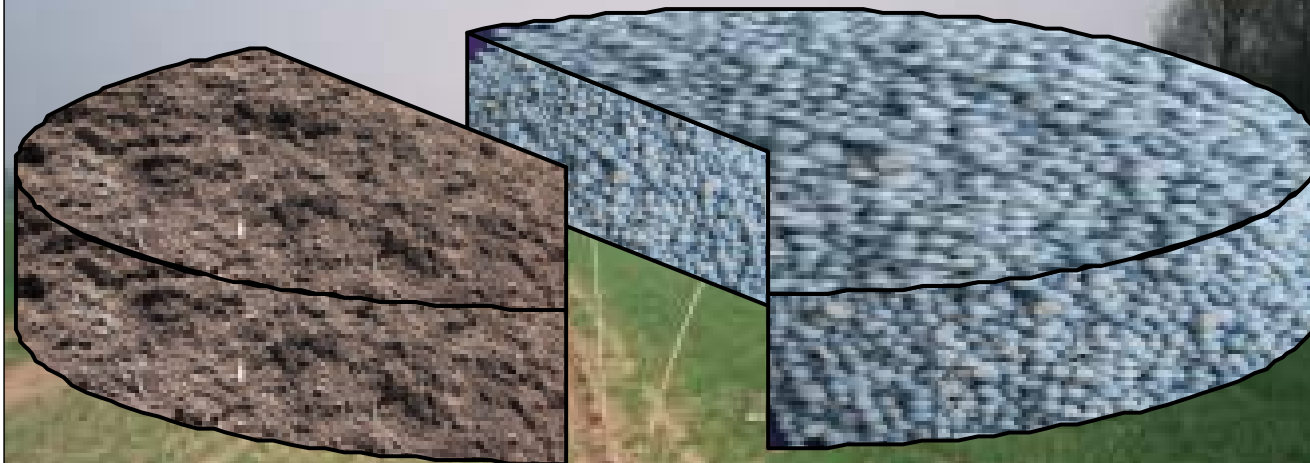


J. Fröhlich, Reterra



Humustag 2008

Morgen: preiswert



■ Komposterlös ■ Delta zum Düngewert

Verbandsarbeit



Bundesarb
D. A. U.

INCC

LIZ



