Je nach Betriebsstruktur und wirtschaftlicher Situation ist es ratsam, auf unterschiedliche Vermarktungsoptionen zu setzen. Foto: agrarfoto.com

Getreidevermarktung

Digitale Möglichkeiten der Vermarktung großer Chargen

Welche Strategie sollte ich bei der Vermarktung meines Getreides wählen? Diese Frage haben sich sicher schon viele Landwirte gestellt. Der Handel mit Erzeugnissen und Produktionsmitteln ist für die Wirtschaftlichkeit eines landwirtschaftlichen Betriebs von zentraler Bedeutung. Die Digitalisierung des Agrarhandels bietet den Landwirten die Möglichkeit, mit mehr Händlern in Kontakt zu treten und ihre Angebote zu vergleichen. Zu diesem Thema veranstaltete die TH-Bingen kürzlich einen Online-Informationsabend.

Die Wahl der richtigen Vermarktungsstrategie ist ein entscheidender Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Für landwirtschaftliche Betriebe bietet sich eine ganze Reihe von Möglichkeiten an, die Ernteerzeugnisse zu vermarkten. Dabei kann der Verkauf vor, während und nach der Ernte erfolgen.

Die einzelnen Vermarktungsstrategien sind mit unterschiedlich hohen Risiken behaftet. Daher ist es empfehlenswert, im Vorfeld einen Vermarktungsplan zu erstellen. In diesem legt der Landwirt seine Strategie, seine Risikobereitschaft und das weitere Vorgehen fest. Je nach Betriebsstruktur und wirtschaftlicher Situation ist es ratsam, auf unterschiedliche Vermarktungsoptionen zu setzen:

■ Direktverkauf

Mit dem Direktverkauf vermarktet der Landwirt sein Erntegut vom Feld aus. Das Erntegut wird direkt verkauft. Dadurch fallen keine Lagerkosten an und der Landwirt vermeidet mögliche Liquiditätsschwierigkeiten. Zudem wird beim Direktverkauf die Preisspekulation vermieden. Allerdings ist durch das höhere Angebot in der Ernte das Preisniveau meist niedriger.

■ Einlagerung

Landwirte lagern ihr Erntegut entweder in einer eigenen Anlage oder lassen es bei nicht vorhandenen Lagerkapazitäten extern einlagern. Dies verursacht zusätzliche Lagerkosten, die beim Verkauf nach der Ernte zusätzlich durch den Preis gedeckt werden müssen.

Die Einlagerung ist immer mit einer Spekulation auf steigende Preise verbunden. Dabei besteht das Risiko, den optimalen Verkaufszeitpunkt zu verpassen oder am Ende sogar einen niedrigeren Preis als mit dem Direktverkauf zu erzielen. Für finanziell schwächer aufgestellte Betriebe besteht zudem die Gefahr von Liquiditätsengpässen.

■ Vermarktungsschwellen

Zur Verminderung der Risiken durch die Einlagerung ist es ratsam, mit sogenannten Vermarktungsschwellen zu arbeiten. Dafür wird der Preis ausgerechnet, bei dem idealerweise sämtliche Kosten des Anbaus gedeckt sind. Sobald dieser Preis erreicht wird, verkauft der Landwirt einen von ihm festgelegten Teil seines Ernteguts (Kostengrenze). Dadurch sinkt das Spekulationsrisiko auf die Erwartung von zu hoch angesetzten Preisen. Für den Rest des Ernteguts setzt der Landwirt weitere Gewinngrenzen fest, bei deren Erreichen er die verbliebenen Erntemengen verkauft.

■ Absatzkontrakt

Der Absatzkontrakt ist eine Verkaufsstrategie der Preissicherheit. Dabei wird vor der Ernte ein Vertrag zwischen Landwirt und Landhandel abgeschlossen. In diesem werden ein Preis und eine zu liefernde Menge festgelegt, die bis zu einem bestimmten Termin geliefert werden muss. Dabei sollte der Landwirt im Vorfeld die zu erwartenden Erntemengen nicht zu optimistisch einschätzen und die festgelegte Liefermenge nicht zu hoch ansetzen.

Verfehlt der Landwirt in der Ernte die vereinbarte Menge, besteht bei großen Handelspartnern häufig die Möglichkeit, den Verkaufszeitraum um die kommende Ernte zu erweitern. Allerdings kann der vereinbarte Preis im Folgejahr durch gestiegene Marktpreise für Produktionsmittel und Erzeugnisse unattraktiv werden und zu Verlusten führen.

■ Terminmarkt

Der Terminmarkt an der Warenterminbörse bietet gleich eine ganze Reihe von verschiedenen Möglichkeiten. Dabei werden sämtliche Geschäfte über einen Börsenmakler (Broker) abgewickelt. An der Börse wird üblicherweise mit Futures oder Optionen gehandelt.

Eine Option bietet das Recht, eine bestimmte Menge mit festgelegter Mindestqualität für einen bestimmten Preis an der Warenterminbörse zu kaufen oder zu verkaufen. Dabei ist es dem Inhaber der Option überlassen, ob er die Option anwendet, sie an der Warenterminbörse zu verkaufen oder bei Unattraktivität verfallen zu lassen.

Ein Future ist ein Terminkontrakt mit festgelegtem Preis. Der Inhaber eines Futures ist verpflichtet, die vereinbarte Menge einer bestimmten Qualität zu einem festgelegten Zeitpunkt an einen bestimmten Ort zu liefern. Für den Erwerb eines Futures ist die Einlage einer Sicherheit, die sogenannte Margin, auf dem Börsenkonto erforderlich. Diese beläuft sich in etwa auf eine Höhe von 10 % des Kontraktwerts. Eine andere Möglichkeit besteht durch den Verkauf des Kontrakts vor dem Stichtag.

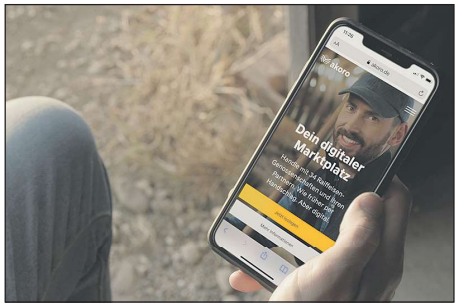
Der Handel an der Warenterminbörse ist nicht ohne Risiko und erfordert gewisse Kenntnisse. Nur Landwirte mit ausreichender Erfahrung sollten eigenständig am Terminmarkt tätig werden. Ansonsten ist die Zusammenarbeit mit einem Finanzberater zu empfehlen.

Plattform akoro

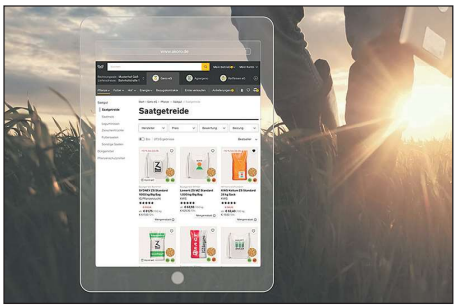
Eine Möglichkeit, unterschiedliche Vermarktungsstrategien zu digitalisieren, bietet die noch sehr junge Plattform der Raiffeisen-NetWorld GmbH. An dem Projekt sind verschiedenste Gesellschafter und Handelspartner der deutschen Agrargenossenschaften beteiligt. Das ausgegebene Ziel ist es, der deutschen Landwirtschaft eine sichere Plattform zu bieten, die den Agrarhandel zukünftig digitalisieren soll. Die Referenten Daniel Stark von der Raiffeisen-NetWorld GmbH und Klaus Moulen von der RWZ erläuterten in ihren Beiträgen die bereits vorhandenen und geplanten Anwendungsmöglichkeiten von akoro.

Die Plattform orientiert sich an dem bewährten Aufbau bereits vorhandener Onlinedienste. Das System soll möglichst gut strukturiert und einfach zu bedienen sein. Zunächst muss sich der Landwirt auf akoro registrieren und ein Nutzerkonto anlegen. Anschließend hat er die Möglichkeit, eine Verbindungsanfrage an die verschiedenen beteiligten Handelspartner zu stellen. In der Anfrage übermittelt der Landwirt seine Kundendaten bzw. fragt als Neukunde zur Anlage dieser Daten an.

Mit abgeschlossener Registrierung erhält der Landwirt vollen Zugriff auf die angebotenen Funktionen der Plattform. Zunächst wird dafür das Hauptmenü geöffnet, auf dem verschiedene kostenlose Informationen wie z. B. Wetterdaten angezeigt werden. Die Seite ist je nach Bedürfnissen des Anwenders individuell gestaltbar. Die Hauptfunktionen von akoro gliedern sich in drei wesentliche Bereiche:



Eine Möglichkeit, unterschiedliche Vermarktungsstrategien zu digitalisieren, bietet die Plattform akoro der Raiffeisen-NetWorld GmbH. Foto: P Strerath



Im Bereich Bezug bieten die verknüpften Genossenschaften und Handelspartner dem Landwirt verschiedene Produkte zum Kauf an. Foto: P. Strerath

■ Bezug

Im Bereich Bezug bieten die verknüpften Genossenschaften und Handelspartner dem Landwirt verschiedene Produkte zum Kauf an. Der Aufbau ist dabei mit bekannten Online-Marktplattformen zu vergleichen. Der Landwirt kann die Preise der verschiedenen Angebote vergleichen. Zudem erhält er für die Produkte eine Statusanzeige über die aktuelle Verfügbarkeit an den Standorten.

Auf akoro können somit Produktionsmittel wie Dünge- oder Pflanzenschutzmittel, Saatgut, Futtermittel, Betriebsbedarf oder auch Treibstoffe und Brennstoffe gekauft werden. Die Preise richten sich an einem individuell festgelegten Schema für den jeweiligen Landwirt aus und stimmen mit den Direktkaufpreisen vor Ort überein. Über das Menü gelangt der Landwirt anschließend auf eine Übersicht, in der er den jeweiligen Status seiner Kontrakte einsehen kann.

■ Absatz

Der Bereich Absatz ist aktuell noch nicht verfügbar und wird in naher Zukunft veröffentlicht werden. In diesem kann der Landwirt seine Vermarktungsstrategien mit den beteiligten Agrargenossenschaften organisieren. Dafür können Kontrakte abgeschlossen oder beliefert und die Ware zum aktuellen Preis verkauft oder eingelagert werden. Über akoro werden die jeweiligen Liefertermine festgelegt und der aktuelle Status des jeweiligen Vorgangs angezeigt. Zudem bekommt der Landwirt die Ergebnisse seiner Lieferungen angezeigt und kann jederzeit auf Messdaten, wie die Liefermenge oder den Rohproteingehalt der gelieferten Chargen, zugreifen.

■ Mein Betrieb

Im Bereich „Mein Betrieb“ erhält der Landwirt eine Übersicht von seinen Transaktionen sowie Belegen, Rechnungen oder Lieferscheine. Zudem werden ihm offene Posten angezeigt und er kann Einstellungen an den Adressdaten vornehmen. In den Einstellungen können Mitarbeiter für akoro freigeschaltet und Nutzungsrechte festgelegt werden, um beispielsweise eine Höchstsumme festzulegen, die dem jeweiligen Mitarbeiter zum Einkauf von Produkten zur Verfügung steht.

Möglichkeiten von Online-Handelsplattformen

Als eine von verschiedenen Plattformen bietet akoro die Möglichkeit, den Agrarhandel zu digitalisieren. Die Beteiligung vieler großer Genossenschaften lässt einen Erfolg der Plattform erwarten. Die bereits angebotenen und zukünftig verfügbaren Funktionen auf akoro sind ein wichtiger Schritt, mehrere Vermarktungsstrategien auf einer Plattform zu verknüpfen und anzubieten.

Durch die wachsende Zahl beteiligter Handelspartner ist durch akoro ein größerer Wettbewerb auf dem Markt zu erwarten. Die Betriebe haben die Möglichkeit, mit mehr Handelspartnern als bisher in Kontakt zu treten. Insbesondere kleinere landwirtschaftliche Betriebe, die nicht an der Börse tätig werden können, haben durch den Onlinehandel die Möglichkeit, bessere Angebote einzuholen und nicht in die Abhängigkeit eines einzelnen Handelspartners zu geraten.

Ein weiterer Vorteil des Onlinehandels ist in der zeitlichen Verfügbarkeit zu sehen. Plattformen wie akoro sind rund um die Uhr online. Der nach wenigen Klicks verfügbare Vergleich von Angeboten ist eine Möglichkeit, Zeit einzusparen, jedoch werden nicht beteiligte Handelspartner in dem Angebot nicht berücksichtigt. Interessierten Handelspartnern steht die Plattform ebenfalls zur Verfügung.

Der unpersönliche Abschluss von Verträgen kann sich allerdings auch negativ auswirken. Das Festsetzen von Lieferkontrakten ohne Beratung birgt das Risiko von Fehleinschätzungen. Zudem ist die Beratung beim Verkauf von Pflanzenschutzmitteln wichtig, um sicherzustellen, dass für den vorgesehenen Einsatz kein ungeeignetes Mittel gekauft wird. Daher bietet akoro auch den direkten Kontakt zu einem persönlichen Ansprechpartner.

Fazit: Die erfolgreiche Vermarktung ist ein wichtiger Indikator für die langfristige Wirtschaftlichkeit eines landwirtschaftlichen Unternehmens. Dabei gibt es kein einheitliches Erfolgsrezept für die richtige Vermarktungsstrategie. Während größere landwirtschaftliche Unternehmen Zugang zu Agrarbörsen und deutlich besseren Konditionen haben, sind die Vermarktungsmöglichkeiten für kleinere landwirtschaftliche Unternehmen meist auf wenige Handelspartner konzentriert.

Die digitalen Agrarhandelsplattformen bieten den Landwirten die Möglichkeit, auf ein breiteres Marktangebot zurückzugreifen. Allerdings ist es ratsam, die mit dem analogen Kauf verbundene Beratung nicht zu vernachlässigen, sondern beide Methoden miteinander zu verknüpfen. **Sven Poth, Experimentierfeld Südwest**