

# Wirtschaftlichkeit des Direktverkaufs

Rohleistungen und Vollkosten für fünf Produktgruppen und vier Rohleistungsklassen

April 2015

## Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Methode	2
Resultate	4
Schlussfolgerungen	5
Literatur	6
Dank	6
Impressum	6



Foto: Lukas Egloff, Agroscope

*Gemessen an der durchschnittlichen Rohleistung ist die Direktvermarktung der wichtigste Bereich innerhalb der Paralandwirtschaft.*

## Autoren

Hauke Reitz  
Daniel Hoop  
Markus Lips

Um die Wirtschaftlichkeit des Direktverkaufs zu untersuchen, werden acht Betriebe mit einer Direktverkaufs-Rohleistung von mehr als Fr. 10000.– analysiert. Für die fünf Produktgruppen Obst und Gemüse, Eier, Fleisch, Saft und Most sowie Wein und Spirituosen werden die erzielten Leistungen den Vollkosten gegenübergestellt. Während die drei Produktgruppen Eier, Fleisch sowie Wein und Spirituosen eine Arbeitsverwertung, d.h. eine Entschädigung von familieneigenen Arbeitskräften von mehr als Fr. 28.– pro Stunde (Opportunitätskosten) erreichen, liegen die beiden Produktgruppen Obst und Gemüse sowie Saft und Most darunter. Entsprechend ist die Wirtschaftlichkeit nach Produktgruppen sehr heterogen und eine generelle Aussage zur Wirtschaftlichkeit von verarbeiteten und unverarbeiteten Produkten nicht zulässig.

Ein ähnliches Bild zeigt die Auswertung der acht Betriebe nach vier Rohleistungsklassen (Umsatz). Ein deutlicher Skaleneffekt kann nicht beobachtet werden, da die mittlere Rohleistungsklasse mit Fr. 45.80 pro Arbeitskraftstunde (AKh) eine deutlich bessere Arbeitsverwertung erreicht als die Klasse «Gross» mit etwa doppelt so hoher Rohleistung (Fr. 27.40 pro AKh). Der Einfluss von Vermarktungskanälen mit wenig Arbeitsaufwand (z.B. Hauslieferung oder Lieferung an Detailhändler) und die Sortimentsgestaltung sind offensichtlich bedeutender als die Einsparungen aufgrund der Grösse. Die Kostenstruktur wird dominiert von den Direktkosten für die verkaufte Ware (zwei Drittel) und der eingesetzten Arbeit (ein Viertel). Die übrigen Kostenpositionen wie der Anteil an den Gemeinkosten des Betriebs machen zusammen weniger als 10 % aus.



## Einleitung

Gemessen an der durchschnittlichen Rohleistung ist der Direktverkauf der wichtigste Bereich innerhalb der Paralandwirtschaft. So entfielen im Buchhaltungsjahr 2013 Fr. 11 055.– oder 51 % der Rohleistung der Paralandwirtschaft von total Fr. 21 641.– auf die Direktvermarktung und Kelterei (Hoop und Schmid 2014). Im Vergleich zu den Arbeiten für Dritte (Lohnarbeit) und Maschinenvermietungen, die mit Fr. 7904.– oder 37 % an zweiter Stelle liegen und von vielen Betrieben angeboten werden, ist der Direktverkauf gänzlich anders strukturiert. Gemäss einer Auswertung für das Buchhaltungsjahr 2011 sind lediglich 13 % der Betriebe im Direktverkauf tätig, erreichen aber eine durchschnittliche Rohleistung von über Fr. 50 000.– (Lips und Schmid 2013).

Während über die Wirtschaftlichkeit der Lohnarbeit kürzlich eine Untersuchung erfolgte (Hoop *et al.* 2014), sind im Bereich des Direktverkaufs nur wenige Angaben vorhanden. Schmid und Lenggenhager (2010) haben für fünf Fallstudienbetriebe auf Basis von Vollkostenrechnungen Wirtschaftlichkeitsanalysen durchgeführt und die resultierenden Stundenlöhne berechnet. Zwei Betriebe wiesen einen Stundenlohn von weniger als Fr. 10.– aus, während zwei weitere Betriebe zwischen Fr. 10.– und Fr. 20.– lagen und ein fünfter Betrieb einen Stundenlohn von über Fr. 20.– erzielte. Von Agridea liegen zwei Fallbeispiele vor, die mit dem Kalkulationstool Paracalc berechnet wurden und bei denen sich die Stundenlöhne zwischen Fr. 10.– und Fr. 20.– bewegten (Agridea 2010).

Mit der vorliegenden Analyse soll die Wirtschaftlichkeit des Direktverkaufs anhand weiterer Fallstudien untersucht werden. Zudem soll eine Differenzierung innerhalb des Direktverkaufs es ermöglichen, die Rohleistungen und Vollkosten für wichtige Produktgruppen anzugeben und die Kostenstruktur darzulegen.

## Methode

### Auswahl der untersuchten Betriebe

Ausgehend von den Referenzbetrieben der Zentralen Auswertung von Buchhaltungsdaten werden Betriebe untersucht, die sich einerseits in derselben Region befinden, um die Betriebsbefragungen zu erleichtern, und andererseits eine starke Fokussierung auf den Direktverkauf aufweisen. Entsprechend werden für die Analyse nur Betriebe verwendet, die im Jahr 2012 mehr als Fr. 10 000.– im Direktverkauf erwirtschafteten. Es resultieren acht Betriebe aus den Regionen Zentral- und Ostschweiz. Sieben davon erzielen einen Umsatz zwischen Fr. 10 000.– und Fr. 100 000.–. Der verbleibende Betrieb mit einem Umsatz in der Grössenordnung von Fr. 500 000.– wird in der Untersuchung gesondert behandelt.

Die vorhandene Buchhaltung auf Teilkostenebene aus der Zentralen Auswertung wird mit je einer einzelbetrieblichen Befragung ergänzt, die im Sommer 2014 stattfand. Dazu wird ein standardisierter Fragebogen verwendet, der in einem persönlichen Gespräch gemeinsam mit den Leiterinnen und Leitern des Direktverkaufs sowie des Gesamtbetriebs ausgefüllt wird. So kann auf die betrieblichen Eigenheiten und mögliche Abgrenzungsschwierigkeiten zwischen den Produktgruppen eingegangen werden. Auch im Hinblick auf die eingesetzte Arbeitskraft sowie die Anteile an den Gemeinkosten des Betriebs und deren Zuteilung auf Produktgruppen ist eine persönliche Befragung erforderlich, da diese in den meisten Fällen nicht gesondert erfasst werden.

Die ausgewählten Betriebe verkaufen hauptsächlich eigene Erzeugnisse. Das Produktspektrum ist gross und reicht von nicht verarbeiteten Produkten wie Gemüse, Obst und Eier bis hin zu hochverarbeiteten Produkten wie Schnaps und Wein. Die verkauften Produkte werden entweder auf dem Hof selbst produziert, von Dritten zuge-

Tab. 1: Kosten-/Leistungsrechnung je Fr. 100.– Rohleistung nach Produktgruppen.

Verarbeitungsgrad	Nicht verarbeitet			Verarbeitet				alle
	Obst und Gemüse	Eier	alle	Fleisch	Saft und Most	Wein und Spirituosen	alle	
Anzahl Betriebe	3	2	5	2	2	3	4	7
Kumulierte Rohleistung (Fr.)	117 600	29 490	147 090	89 122	34 827	54 375	178 324	325 415
Rohleistung (Fr.)	100	100	100	100	100	100	100	100
Direktkosten Produkt (Fr.)	60.8	52.7	59.1	71.8	72.4	77.1	73.6	67.0
Arbeit in Fr.	35.2	31.7	34.5	14.5	34.8	11.1	17.5	25.2
davon Familienangehörige	35.2	31.7	34.5	14.5	34.8	10.8	17.4	25.1
davon Angestellte	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1
Kapitalkosten (Fr.)	1.0	0.1	0.8	1.2	1.6	0.0	0.9	0.9
Gemeinkosten						1.8	1.4	1.0
Direktvermarktung (Fr.)	0.6	0.1	0.5	1.3	0.8			
Gemeinkosten								
Betrieb (Fr.)	5.6	0.4	4.5	6.4	9.3	4.9	6.5	5.6
Totale Kosten (Fr.)	103.1	85.1	99.5	95.2	119.0	95.0	99.8	99.7
Gewinn/Verlust (Fr.)	-3.1	14.9	0.5	4.8	-19.0	5.0	0.2	0.3

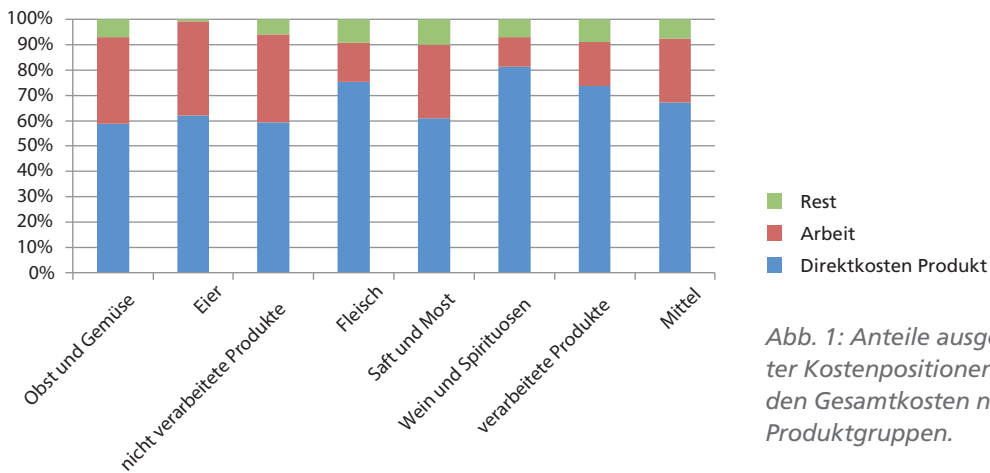


Abb. 1: Anteile ausgewählter Kostenpositionen an den Gesamtkosten nach Produktgruppen.

kauft oder stellen eine Mischform hiervon dar, was häufig der Fall ist. Aufgrund der Fokussierung auf den Bereich Direktvermarktung stehen nur diejenigen Tätigkeiten im Fokus, die im Zusammenhang mit der Verkaufstätigkeit, Bewerbung und Distribution der Waren anfallen. Die Absatzwege der befragten Direktverkäufe sind sehr vielfältig. Der Verkauf ab Hof wird von fünf der acht Betriebe genutzt und ist damit die meistgenutzte Absatzvariante. Weitere, individuell genutzte Vertriebskanäle sind Wochenmärkte, der Hauslieferdienst, der Postversand sowie die Lieferung an Detailhändler und Restaurants. In einem Fall erfolgt der Absatz über eine Bäuerinnen-Verkaufsgemeinschaft, ein Zusammenschluss von Bäuerinnen aus der Region, die hausgemachte Produkte gemeinsam vermarkten.

### Kosten-/Leistungsrechnung

Zur Ermittlung der Wirtschaftlichkeit auf der Ebene Produktgruppe werden die erzielten Rohleistungen den Vollkostenrechnungen gegenübergestellt, um den resultierenden Gewinn aus der Direktvermarktung zu berechnen. Während die Rohleistungen aus den Buchhaltungen stammen, ist die Kostenseite in sechs verschiedene Positionen gegliedert. Die Direktkosten enthalten die Kosten für die verkauften Produkte. Im Fall von reinen Eigenerzeugnissen werden die im Betrieb anfallenden Vollkosten der Produkte inklusive des allfälligen Aufwands für die Verarbeitung kalkuliert und als betriebsinterne Lieferung den Direktkosten zugerechnet. Bei zugekauften Produkten liegen die Direktkosten aus der Buchhaltung vor. Werden Rohprodukte ganz oder teilweise zugekauft und auf dem Hof verarbeitet oder eigene Rohprodukte extern verarbeitet, verbuchen wir die zugekauften Waren und Dienstleistungen anhand der Rechnungsbeträge und die eigenen Erzeugnisse als interne Lieferung bei den Direktkosten<sup>1</sup>. Beispielhaft hierfür ist unter den befragten Produktgruppen die Produktion von Schnaps und Wein, deren Verarbeitung teilweise oder ganz bei Lohnbrennereien bzw. -kellereien in Auftrag gegeben wurde. Bei der Herstellung von Schnaps findet die Einmischung und Gärung im eigenen Betrieb statt. Der Gäransatz wird der Brennerei geliefert, der fertige Schnaps von der Brennerei zurückgekauft und selbst abgefüllt. In einem

anderen Fall werden Weintrauben an eine Kellerei geliefert und in Flaschen abgefüllt zurückgekauft. Weiter enthalten die Direktkosten Verpackungsmaterial, wie Flaschen, Gebinde oder auch Tragetaschen.

Die Lohnkosten für Angestellte errechnen sich aus dem realen Stundenlohn und den Arbeitsstunden, die von diesen im Direktverkauf eingesetzt werden. Bei den familien-eigenen Arbeitskräften wird die Arbeitszeit mit dem Stundenansatz von Fr.28.– (Gazzarin 2014) verrechnet, der die Opportunitätskosten für die eingesetzte Zeit darstellt. Aus beidem zusammen ergeben sich die totalen Arbeitskosten. Alle Zeitangaben sind geschätzt und basieren auf den Interviews mit den Betriebsleitenden.

Bei den Kapitalkosten handelt es sich um die Verzinsung und die jährliche Abschreibung von Investitionen, die nur für die Direktvermarktung erfolgten. Bei den befragten Betrieben sind dies vor allem Verarbeitungsmaschinen und Kühlgeräte.

Unter Gemeinkosten Direktvermarktung fallen Strukturkosten oder variable, auf Produktgruppen-Stufe nicht direkt erfassbare Kosten, die für die Direktvermarktung insgesamt entstehen, wie etwa Gebühren für Marktstände oder Werbeaufwendungen. Die Zuteilung erfolgt nur auf jene Produktgruppen, die von den entsprechenden Kosten betroffen sind. Weiter werden die Kosten proportional entweder zur verkauften Menge in Kilogramm oder, im Fall der Werbeaufwendungen, abhängig von der Anzahl Transaktionen zugeteilt<sup>2</sup>.

Schliesslich umfasst die Kostenposition «Gemeinkosten Betrieb» den Kostenanteil der Produktgruppe an Gebäuden, den gesamtbetrieblich eingesetzten Maschinen, den Versicherungs- und Lizenzausgaben sowie den Strom- und Heizungskosten. Die Anteile der Produktgruppen werden in der Regel proportional zu den verkauften Mengen in Kilogramm festgelegt. Bei den Kosten für Strom und Gas erfolgte die Zuteilung jedoch zu gleichen Anteilen über die Produktgruppen hinweg, da hier keine unterschiedliche Beanspruchung vorliegt.

Nach Abzug aller Kosten von den Rohleistungen resultiert der Gewinn bzw. der Verlust (Tab. 1). Weiter erfolgt die Berechnung der Arbeitsverwertung, d.h. der Entschädigung von familieneigenen (hypothetischen) Arbeitskräften als wichtige Kennzahl für die Wirtschaftlichkeit (Tab. 2).

<sup>1</sup> In einzelnen Fällen müssen sowohl die Kosten für die Verarbeitung als auch für den Verkauf kalkuliert werden. Für die Arbeitsentschädigung der Verarbeitung wird die durchschnittliche Arbeitsverwertung von Verarbeitung und Verkauf eingesetzt. Damit kann verhindert werden, dass der eine Teil zu(un)gunsten des anderen Teils bewertet wird.

<sup>2</sup> Ein wichtiges Ziel von Werbemassnahmen ist es, die Anzahl Transaktionen (Verkauf an Kunden) zu erhöhen.

Dazu wird die Summe aus familieneigenen Arbeitskosten und Gewinn durch die Anzahl Arbeitsstunden der Familienarbeitskräfte dividiert.

### Darstellung der Ergebnisse

Als Resultat der Kosten-/Leistungsrechnung liegen die entsprechenden Angaben für jede Produktgruppe aller acht Betriebe vor. Die Darstellung erfolgt nun auf zwei verschiedene Arten. Einerseits werden Leistungen und Kosten für den Direktverkauf insgesamt dargestellt, wozu eine Einteilung der acht Betriebe in vier Umsatz- bzw. Rohleistungsklassen erfolgt. Andererseits widmet sich eine Auswertung den unterschiedlichen Produktgruppen.

Als Bezugsgrösse dient die Rohleistung. Alle Kosten werden dementsprechend auf die Rohleistung bzw. den Umsatz von Fr. 100.– bezogen. Die Angaben der einzelnen Betriebsbeobachtungen werden jeweils nach ihrer Rohleistung gewichtet.

## Resultate

### Nach Produktgruppen

Tabelle 1 zeigt für zwei nicht verarbeitete Produktgruppen (Obst und Gemüse, Eier) sowie drei verarbeitete Produktgruppen (Fleisch, Saft und Most sowie Wein und Spirituosen) die Kosten pro Fr. 100.– Rohleistung. Die Angaben der Produktgruppen stammen jeweils von zwei oder drei der insgesamt sieben Betriebe. Der achte Betrieb wird aufgrund seines grossen Umsatzes, der grösser als der Umsatz der übrigen sieben Betriebe zusammen ist, nicht betrachtet, da die Vergleichbarkeit nicht gewährleistet ist.

Die Direktkosten nehmen den mit Abstand grössten Anteil der Rohleistung ein (über alle Produktgruppen Fr. 67.–) und unterscheiden sich deutlich zwischen Produktgruppen. Zusammen mit den Kosten für den Arbeitseinsatz von Familienarbeitskräften und Angestellten (Fr. 25.20) dominieren sie die Kostenstruktur mit (Fr. 92.20) für alle Produktgruppen. Die Kosten für angestellte Arbeitskräfte sind minimal. In einigen Fällen bestand explizit der Wunsch, den Direktverkauf nur so weit wachsen zu lassen, dass keine externen Arbeitskräfte benötigt werden. Schliesslich stellen die Anteile an den Gemeinkosten des

Betriebs einen relevanten Kostenfaktor dar. Die Kapital- sowie die Gemeinkosten der Direktvermarktung fallen dagegen kaum ins Gewicht. Ein wichtiger Grund für Letzteres ist die Tatsache, dass in vielen Fällen keine Investitionen für die Produktgruppe getätigt wurden. Falls doch, fallen sie oft gering aus, da sie lediglich kleine Maschinen oder Kühlgeräte betreffen. Produktgruppenspezifische Investitionen für Bau- bzw. Umbaumassnahmen gab es in keinem Fall. Zudem sind in etlichen Fällen die Investitionen bereits abgeschrieben.

Verarbeitete Produkte haben erwartungsgemäss einen deutlich höheren Direktkostenanteil (Fr. 73.60) als nicht verarbeitete (Fr. 59.10; siehe auch Abb. 1). Der Anteil der Arbeitskosten ist bei den nicht verarbeiteten Produktgruppen jedoch höher (Fr. 34.50 im Vergleich zu Fr. 17.50), was daran liegt, dass die Stückpreise gegenüber verarbeiteten Produkten tiefer liegen und somit mehr Transaktionen im Verkauf notwendig sind, um einen Umsatz von Fr. 100.– zu erzielen. Zudem konnten bei den verarbeiteten Produktgruppen grössere Mengen pro Transaktion beobachtet werden. So verkaufen zwei der befragten Betriebe Rindfleisch per Hauslieferdienst. Die Verkäufe werden an bestimmten Tagen abgewickelt, womit der Arbeitsaufwand konzentriert ist. Wein und Spirituosen werden in den vorliegenden Fällen überwiegend an den Detailhandel verkauft. Auch hier finden die Arbeitseinsätze für die Distribution der Waren an wenigen Tagen des Jahres statt.

Die Gewinne sind über die fünf Produktgruppen sehr unterschiedlich, wobei sich kein Muster nach Verarbeitungsgrad ausmachen lässt. Eier, Fleisch sowie Wein und Spirituosen weisen Gewinne mit bis zu Fr. 15.– pro Fr. 100.– Rohleistung auf. Bei Obst und Gemüse sowie Saft und Most resultieren Verluste. Dies schlägt sich auch in der Arbeitsverwertung der Familienarbeitskräfte nieder (Tab. 2). Während Obst und Gemüse mit Fr. 25.50 pro Stunde nur knapp unter den Opportunitätskosten von Fr. 28.– pro Stunde liegen, ist die erzielte Arbeitsverwertung bei Saft und Most mit Fr. 12.70 gering. Umgekehrt erreicht die Arbeitsverwertung bei Eiern sowie Wein und Spirituosen mehr als Fr. 40.– pro Stunde. Fleisch liegt mit Fr. 37.20 pro Stunde etwas tiefer. Für die Produktgruppe Saft und Most zeigt sich, dass diese neben den hohen Direktkosten im Vergleich zu den anderen

Tab. 2: Arbeitsverwertung nach Produktgruppen.

Verarbeitungsgrad	Nicht verarbeitet			Verarbeitet				alle
	Obst und Gemüse	Eier	alle	Fleisch	Saft und Most	Wein und Spirituosen	alle	
Rohleistung (Fr.)	100	100	100	100	100	100	100	100
Kosten ohne Arbeit Familienangehöriger (Fr.)	60.8	52.7	59.1	71.8	72.4	77.1	73.6	67.0
Arbeitsentschädigung der Familienangehörigen (Fr.)	35.2	31.7	34.5	14.5	34.8	11.1	17.5	25.2
Arbeitseinsatz der Familienangehörigen (AKh*)	1.3	1.1	1.2	0.5	1.2	0.4	0.6	0.9
Arbeitsverwertung (Fr./AKh*)	25.5	41.2	28.4	37.2	12.7	41.0	28.3	28.4

\*AKh = Arbeitskraftstunde

Verarbeitungsprodukten auch sehr hohe Arbeitskosten und betriebliche Gemeinkosten aufweist. Die Stückpreise sind jedoch vergleichsweise gering, sodass die hohen Kosten nicht kompensiert werden können.

Über alle Produktgruppen gesehen resultieren pro Fr. 100.– Rohleistung Kosten in der Höhe von Fr. 99.70. Mit der Gewichtung nach Rohleistung wird entsprechend ein minimaler Gewinn von Fr. 0.30 erzielt. Die resultierende Arbeitsverwertung beträgt Fr. 28.40 pro Stunde und entspricht praktisch den Opportunitätskosten.

### Nach Rohleistungsklassen

Bei der Einteilung der Betriebe nach Rohleistungsklassen werden vier Gruppen unterschieden. Zwei Betriebe weisen in der Direktvermarktung eine Rohleistung zwischen Fr. 90 000.– und Fr. 100 000.– auf und fallen in die Klasse «Gross». Zwei Betriebe erreichen eine Rohleistung zwischen Fr. 10 000.– und Fr. 30 000.– und bilden die Klasse «Klein». Dazwischen sind drei Betriebe mit einer Rohleistung zwischen Fr. 30 000.– und Fr. 60 000.–, die als Klasse «Mittel» bezeichnet werden. Ein Betrieb mit einer Rohleistung von rund Fr. 500 000.– wird separat ausgewiesen. Für alle Klassen werden wiederum die Kosten pro Fr. 100.– Rohleistung angegeben (Tab. 3).

Die Struktur der Kosten, insbesondere bei der Arbeit, unterscheidet sich zwischen den Rohleistungsklassen stark, was in den Produktsortimenten und in den Verkaufskanälen begründet ist.

Die Klasse «Gross» weist ein vielfältiges Produktsortiment mit unterschiedlichen Verarbeitungsgraden auf, während die Klasse «Mittel» ausschliesslich verarbeitete Produkte verkauft. Ein Betrieb der Klasse «Klein» verkauft ein verarbeitetes Produkt, der andere überwiegend nicht verarbeitete Produkte. Schliesslich zeichnet sich der einzelne Grossbetrieb durch ein sehr breites Sortiment mit unterschiedlichen Verarbeitungsgraden aus. Auch bezüglich Verkaufskanäle unterscheiden sich die Klassen. In der Klasse «Gross» werden die Produkte überwiegend ab Hof, teilweise aber auch an Wochenmärkten verkauft. Die Klasse «Mittel» setzt ausschliesslich Hauslieferung oder Lieferung an Detailhändler ein. Bei einem Betrieb der Klasse «Klein» findet der Verkauf ausschliesslich ab Hof statt, der andere Betrieb verkauft überwiegend an den Detailhandel und über die Bäuerinnen-Verkaufsgemeinschaft.

Die unterschiedlichen Produktsortimente und Verkaufskanäle dürften für die grossen Unterschiede beim Arbeitsaufwand ausschlaggebend sein. Mit 0,4 Familienarbeitskraftstunden bzw. Fr. 12.30 pro Fr. 100.– Rohleistung weist die Klasse «Mittel» einen sehr tiefen Wert aus, der von den anderen Klassen deutlich überschritten wird.

Beim Einzelbetrieb mit mehr als Fr. 500 000.– Rohleistung war es nicht möglich, die anfallende Arbeit durch Familienangehörige zu bewältigen. Entsprechend entfallen drei Viertel der Arbeitskosten auf Angestellte, die pro Stunde mit knapp Fr. 22.– entschädigt werden und damit lohnmässig unter den verrechneten Opportunitätskosten liegen.

Im Hinblick auf den Gewinn und die Arbeitsverwertung zeigt sich kein Zusammenhang mit der Grösse der Direktvermarktungs-Aktivitäten. Nur der sehr grosse Einzelbetrieb sowie die Klasse «Mittel» weisen Gewinne auf. Im ersten Fall ist dies auf die niedrigen Direktkosten und den

Einsatz von Angestellten zurückzuführen, die weniger als die Opportunitätskosten verdienen. Bei der Klasse «Mittel» hängt dies vor allem mit den wenig arbeitsintensiven Absatzwegen zusammen. Die Streuung der Arbeitsverwertung zeigt im Weiteren, dass die Rohleistungsklassen keineswegs homogen sind. Beispielsweise weist der eine Betrieb der Klasse «Gross» eine mehr als doppelt so grosse Arbeitsverwertung im Vergleich zum anderen Betrieb auf.

### Schlussfolgerungen

Basierend auf den Kosten-/Leistungsrechnungen von acht Betrieben mit einer Direktvermarktungs-Rohleistung von mehr als Fr. 10 000.– werden einerseits fünf Produktgruppen und andererseits vier Grössenklassen nach Rohleistung (Umsatz) analysiert, wobei die Arbeitsverwertung, d. h. der resultierende Stundenlohn pro Familienarbeitskraft als Kriterium für die Wirtschaftlichkeit verwendet wird. In beiden Analysen zeigt sich eine grosse Heterogenität. Während die drei Produktgruppen Eier, Fleisch sowie Wein und Spirituosen eine Arbeitsverwertung von mehr als Fr. 28.– (Opportunitätskosten) erreichen, liegen die beiden Produktgruppen Obst und Gemüse sowie Saft und Most darunter. Bei den untersuchten Fallstudien macht eine Einteilung nach verarbeiteten und nicht verarbeiteten Produkten bezüglich Wirtschaftlichkeit folglich keinen Sinn. Bei Eiern, Fleisch sowie Wein und Spirituosen bewegt sich die Arbeitsverwertung bei Fr. 37.20 und mehr, was darauf hinweist, dass der Direktverkauf rentabel betrieben werden kann. Die Arbeitsverwertung von Fr. 12.70 pro Stunde beim Verkauf von Saft und Most ist hingegen bescheiden.

In der Analyse nach Rohleistungs-Grössenklassen kann kaum ein Skaleneffekt beobachtet werden, d. h. die Arbeitsverwertung erhöht sich nicht parallel zur Grösse. Ausschlaggebend dürfte der Einfluss der Verkaufskanäle sein. Die Klasse mit mittleren Rohleistungen (zwischen Fr. 30 000.– und Fr. 60 000.–) setzt ausschliesslich auf verarbeitete Produkte sowie Hauslieferung oder Lieferung an Detailhändler als Verkaufskanäle. Sie hat damit einen relativ geringen Arbeitsaufwand pro Fr. 100.– Rohleistung, was sich in einer hohen Arbeitsverwertung von Fr. 45.80 pro Stunde niederschlägt. Andererseits verkauft die Klasse mit hoher Rohleistung (zwischen Fr. 90 000.– und Fr. 100 000.–) überwiegend ab Hof, teilweise aber auch an Wochenmärkten, und weist Produkte mit unterschiedlichen Verarbeitungsgraden auf, was deutlich mehr Arbeitsinsatz erfordert und schliesslich in einer Arbeitsverwertung von Fr. 27.40 resultiert.

Bezüglich der Kostenstruktur sind zwei Positionen relevant: Die Kosten für die verkaufte Ware machen zwei Drittel sowie die eingesetzte Arbeit ein Viertel der totalen Kosten aus. Gemäss vorliegenden Beispielen kann der Arbeitseinsatz von zwei Faktoren beeinflusst werden: durch den Absatzweg und den Verarbeitungsgrad. Alternative Absatzwege zum Hof- und Marktverkauf wie die Hauslieferung oder Lieferung an Detailhändler reduzieren den Arbeitseinsatz. Zudem führen verarbeitete Produkte aufgrund ihrer höheren Stückpreise zu höheren Rohleistungen, d. h. für eine Rohleistung von Fr. 100.– braucht es weniger Transaktionen.

Tab. 3: Kosten-/Leistungsrechnung je Fr. 100.– Rohleistung nach Rohleistungsklassen.

Rohleistungsklasse	Sehr gross*	Gross**	Mittel***	Klein****
Anzahl Betriebe	1	2	3	2
Rohleistung (Fr.)	100	100	100	100
Direktkosten Produkt (Fr.)	53.2	66.8	72.1	59.4
Arbeit (Fr.)	35.7	29.1	12.4	43.3
davon Familienangehörige	7.3	29.1	12.3	43.3
davon Angestellte	28.4	0.0	0.1	0.0
Kapitalkosten (Fr.)	0.0	0.5	1.5	0.8
Gemeink. Direktvermarktung (Fr.)	1.2	1.1	0.8	0.0
Gemeink. Betrieb (Fr.)	4.7	5.5	6.8	1.1
Gewinn/Verlust (Fr.)	5.2	-3.0	6.4	-4.9
Arbeitsentschädigung der Familienangehörigen (Fr.)	12.5	26.1	18.7	38.4
Arbeit Familienangehöriger (AKh)	0.3	1.0	0.4	1.5
Arbeitsverwertung der Familienangehörigen (Fr./AKh)	48.0	27.4	45.8	22.5
(minimale & maximale Werte)		(37.7, 16.3)	(62.5, 38.0)	(26.6, 14.8)

\* Sehr gross= Rohleistung über Fr. 500 000.–

\*\* Gross= Rohleistung zwischen Fr. 90 000.– und Fr. 100 000.–

\*\*\* Mittel= Rohleistung zwischen Fr. 30 000.– und Fr. 60 000.–

\*\*\*\* Klein = Rohleistung zwischen Fr. 10 000.– und Fr. 30 000.–

## Literatur

- Agridea, 2010. Wirtschaftlichkeit im Agrotourismus, Agridea, Lindau.
- Gazzarin Ch., 2014. Maschinenkosten 2014, Agroscope Transfer 37, Agroscope, Ettenhausen.
- Hoop D., Schwarz A. & Lips M., 2014. Vollkostenkalkulationen für Lohnarbeiten, Agrarforschung Schweiz, 5(9), 352–357.
- Hoop D. & Schmid D., 2014. Grundlagenbericht 2013, Zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten, Agroscope, Ettenhausen.
- Lips M. & Schmid D., 2013. Agrarische Diversifikation aus ökonomischer Sicht: Entwicklung auf den schweizerischen Landwirtschaftsbetrieben. In: Agrarische Diversifikation – rechtliche Aspekte von Agrotourismus bis Energieerzeugung (Hrsg. R. Norer), Tagungsband der 3. Luzerner Agrarrechtstagung 2012, Schriften zum Recht des ländlichen Raums, Band 7, Dike Verlag, Zürich. S. 19–29.
- Schmid D., Lenggenhager P. & Steingruber E., 2010. Wirtschaftlichkeit der Paralandwirtschaft am Beispiel der Direktvermarktung, ART-Bericht 737, Agroscope, Ettenhausen.

## Dank

Die Autoren bedanken sich herzlich bei den beteiligten Treuhandstellen für die Kontaktierung der Betriebe sowie bei den Betriebsleitenden für die Bereitschaft, bei der Untersuchung mitzuwirken.

## Impressum

Herausgeber	Agroscope, Tänikon 1, 8356 Ettenhausen, <a href="http://www.agroscope.ch">www.agroscope.ch</a>
Auskünfte	Daniel Hoop E-Mail: <a href="mailto:daniel.hoop@agroscope.admin.ch">daniel.hoop@agroscope.admin.ch</a> Tel.+41 58 480 32 45
Redaktion	Erika Meili
Gestaltung und Druck	Sonderegger Druck AG, Weinfelden
Adressänderungen	Bundesamt für Bauten und Logistik BBL, Bern E-Mail: <a href="mailto:verkauf.zivil@bbl.admin.ch">verkauf.zivil@bbl.admin.ch</a>
Download	<a href="http://www.agroscope.ch/transfer">www.agroscope.ch/transfer</a>
Copyright	© Agroscope 2015
ISSN	2296-7206 (print), 2296-7214 (online)