

Kostprijs bepaalt verkoopprijs vlees : Huisverkoop is er in velerlei soorten en maten

INTRO: Bijna een vijfde van de vleesveehouders verkoopt vlees aan huis. Van heel sober tot een complete winkel. Het is deze variatie die zorgt voor grote verschillen in de kostprijs.

RUBRIEK: Thema: Zelf vlees verwaarden: Kostprijs basis voor verkoopprijs van vlees aan huis.

AUTEUR: Jacco Keuper

TEKST:

Ruim 18 procent van de vleesveebedrijven verkoopt vlees aan huis. Dat blijkt uit een onderzoek naar de bedrijfs- en afzetstructuur in de vleesveehouderij door LTO Nederland. Hierin zit een grote regionale spreiding. In dichtbevolkte gebieden komt de activiteit vaker voor. In het WLTO-gebied doet 41,2 procent van de bedrijven aan huisverkoop, terwijl dat in het NLTO-gebied 4,5 procent is. In Limburg komt huisverkoop het meest voor (47,4 procent).

Niet alleen regionaal, ook tussen bedrijven zijn grote verschillen. Er zijn hobbyisten die twee varzen per jaar slachten en afzetten in de kennissenkring, maar er zijn ook bedrijven die 25 dieren per jaar omzetten. Slagers die geregeld voor huisverkoopers slachten, schatten dat de gemiddelde omzet rond de 10 dieren per jaar ligt.

Toch telt huisverkoop op landelijke schaal in de vleesafzet nauwelijks mee. Volgens Marktonderzoekbureau GfK kocht 18 procent (1,3 miljoen huishoudens) van alle Nederlandse huishoudens in 2003 ten minste een keer verse producten als vlees, groente, fruit of aardappelen rechtstreeks bij de boer. Vlees is hier echter maar een klein onderdeel van.

Drie hoofdafwegingen

Boeren passen verschillende manieren van huisverkoop toe, van sober tot een uitgebreide boerderijwinkel. De verschillen zijn terug te voeren tot drie hoofdafwegingen. Allereerst is dat het voorraadbeheer. De één schrijft namen van kopers op een wachtlijst en slacht bij voldoende inschrijvingen. Dat is makkelijk, overzichtelijk en na het slachten en uitventen is het werk ook echt gedaan. De ander slacht in het voren. Hij doet dit uit klantvriendelijkheid: de klant kan ieder moment worden bediend en hij hoeft dus niet tijdelijk naar de slager of de supermarkt uit te wijken. Dat laatste brengt immers het risico met zich mee dat de klant niet meer terug komt.

Een andere keuze is de portionering. De één kiest voor complete pakketten. Door de standaardopbouw is dit herkenbaar, makkelijk te maken en snel te verwerken. Als een klant komt, hoeft niet van alles bij elkaar worden gezocht. Een doos pakken en het werk is gedaan. Anderen kiezen ervoor vlees in kleine porties aan te bieden. Het betekent meer werk en bovendien moet ook tijdens drukke tijd worden vrijgemaakt als een klant het erf op draait. Maar dit heeft wel het voordeel dat de klant geen onderdelen in zijn maag gesplitst krijgt die hij eigenlijk niet wilde hebben.

De derde afweging is de staat van het product: vers of diepgevroren. Sommige klanten geven de voorkeur aan vers vlees, zodat zij het zelf kunnen portioneren in hoeveelheden die bij hun gezinssituatie passen. Voor de boer is het niet altijd inpasbaar. Vanwege de beperkte houdbaarheid is het alleen bij heel grote omzet te combineren met het voorraadstelsel.

Ingevroren betekent dat de verkoper extra arbeid in het portioneren stopt, maar daar staat wel tegenover dat hij maandenlang kan uitventen.

Prijs zelf bepalen

Het bepalen van de prijs is iets waar menig veehouder mee worstelt. Voor de verkoop van het hele dier gelden noteringen, maar bij verkoop van vlees moet hij zelf de prijs zetten. Zeker voor een starter is het moeilijk: pas na een paar rondes is er immers meer zicht op de kosten.

Vaak dienen prijslijsten van collega-veehouders als hulpmiddel voor het bepalen van het eigen prijsniveau. Ook wordt wel naar de prijs in de supermarkt gekeken en gaat men daar net onder zitten. Beide methoden zijn fout, volgens Dirk van den Hurk van Abab Agrarisch Bedrijfsadvies. De kostprijs van een collega kan namelijk heel anders zijn. Terwijl de één nog

winst maakt, kan het zijn dat de veehouder die de prijzen kopieert er geld op toe legt. En ten opzichte van de supermarkt bied je als boerderijverkoper meer, omdat men het vee kan zien en je het traject van begin tot eind kan toelichten. Daarom mag de prijs hoger zijn dan in de supermarkt.

Startpunt moet echter de eigen kostprijs zijn. Dat blijkt uit de bovenstaande voorbeeldberekening. De vorm van huisverkoop heeft namelijk grote invloed op de hoogte van de kosten. In de berekening zijn voor drie afzetmethoden de kosten op een rij gezet. Voor dezelfde U+/E-stier van 450 kilo, waarvan hier is uitgegaan, kan bij de soberste variant E4 per kilo minder worden gevraagd dan in de luxe variant.

Variant 1: geleverd op bestelling

De eerste veehouder werkt met een wachtlijst. Om te zien wat zijn inspanningen voor de huisverkoop toevoegen, koopt hij (op papier) het dier van zijn eigen bedrijf tegen de geldende marktwaarde. Die is op E3,15 per kilo gesteld (E1.418 per dier). Bij het uitbenen verdeelt hij de onderdelen en verpakt ze in grote zakken.

Vorbereiding kost deze veehouder de meeste tijd. Voor een dier van 450 kilo zijn al snel 10 tot 12 afnemers nodig. De veehouder moet rondbellen om voldoende klanten te mobiliseren. Na het slachten brengt hij zijn waar naar de klanten. Naast de sociale praat voor klantenbinding geeft hij desgewenst ook toelichting en adviezen. Dat plus administratie brengt de totale verkooptijd per dier op 28 uur. In het voorbeeld is gerekend met een vergoeding van E20 per uur.

Omdat hij geen grote investeringen heeft gedaan is het risico gering. Maar hij toont wel lef en ondernemerschap, daarvoor is een vergoeding op zijn plek. De uiteindelijke verkoopprijs komt dan op E6,72.

Variant 2: voorraad in de vriezer

De tweede veehouder levert ingevroren waar uit voorraad. Door het grotere assortiment, en verpakking in kleinere porties, is hij meer kwijt aan slachten en verpakken. Hij hoeft minder kilometers te rijden, maar heeft wel energiekosten en meer stickers en folders nodig.

Daarnaast heeft hij een sobere verkoopprijs met vrieskasten of -kisten. Een dergelijke investering bedraagt al snel E5.000 tot E10.000. In het voorbeeld is daarom gerekend met 10 procent afschrijving over E7.500. Als hij 20 dieren per jaar afzet komt dit neer op E37,50 per dier. De rentelasten komen op 5 procent over een gemiddeld geïnvesteerd vermogen van E3.750 (E9,38 per stier).

De voorbereidingen kosten hem veel minder tijd dan de eerste veehouder, maar het verpakken is een dag werk voor twee personen. Ook het uitventen kost meer tijd. Immers ook voor mensen die maar een kleine portie afnemen moet hij tijd uittrekken voor wegen, afrekenen en een praatje. Hij loopt ook wat meer risico. Uiteindelijk wordt pas winst gemaakt vanaf een verkoopprijs van E7,87 per kilo.

Variant 3: complete winkel aan huis

Een derde veehouder heeft een compleet ingerichte winkel aan huis. Hij heeft een eigen koelcel, snijtafels, vleesbewerkingsmachines en een winkelinrichting. Hij levert nog meer op maat: zowel vers als diepgevroren en heeft ook bijzondere producten. Dat maakt de slacht- en verpakkingskosten nog wat hoger. Advertenties, bordjes, aankleding van de winkel en elektriciteit verhogen de afzetkosten.

Verbouwing, koeling, toonbank, pinautomat: deze opzet vraagt al snel een investering tussen E30.000 en E50.000. Daarom is gerekend met 10 procent afschrijving over E40.000 en 5 procent rente over een gemiddeld vermogen van E20.000.

Hier is ervan uitgegaan dat hij de meeste dieren omzet: 25 per jaar. Als de winkel 4 dagen per week 5 uur geopend is, komt de afzet neer op 40 uur per dier. In totaal is hij 64 uur per dier kwijt. Daarnaast loopt hij ook het meeste risico. Vooral door inventaris en arbeid heeft hij de hoogste minimumverkoopprijs.

Kosten en omzet

Oud-slager en voormalig voorzitter van het Limousin Stamboek Ab van Kerkhof ziet dat bedrijven het steeds professioneler aanpakken. „Maar een mooie, verzorgde boerderijwinkel houdt je niet draaiende met vier koeien, dan moet je toch minimaal twaalf dieren per jaar omzetten.“

Weinig kosten maken is het devies als je het alleen van vleesverkoop moet hebben, vindt Arie Apeldoorn, agrarisch adviseur bij ABN Amro. „Als je echt opschaalt, zul je moeten kijken wat je mensen meer kunt bieden.“ Want naast een hogere prijs is een hogere omzet ook een middel om te sturen. „Het verhaal achter het vlees, dat maakt het onderscheid met het Ierse en Argentijnse vlees in de supermarkt“, vult Willem Dijkstra van LTO Werkgroep Rundvlees aan. Ook ziet hij dat veehouders met winkels aan huis er vaak andere producten, als kaas, honing of jam, bij verkopen.

Zelf vlees verkopen. Het is mogelijk zo een meerprijs te realiseren. Maar, zo blijkt uit onderstaand omslagverhaal, het is dan wel zaak goed naar de eigen kostprijs te kijken. Vlees verkopen is ook een technische aangelegenheid. In dit vakdeel een verhaal over welke vleessoorten er aan een karkas zitten en hoeveel. Ook marketing is een aandachtspunt. In een adviesverhaal staat hoe een klant te krijgen én vast te houden. In een interview tot slot de mening van Gilles van Dalen, voorzitter van de Nederlandse Slagersorganisatie, over boeren die zelf vlees verkopen.

Kader bij artikel:

Huisverkoop gebonden aan regels

Verkopen is iets heel anders dan het bedrijven van landbouw. Niet alleen praktisch, ook wat betreft regels. In de praktijk is de wetgeving voor huisverkoop een grijs gebied. De twee belangrijkste gaan over vergunningen voor een verkooppunt en de hygiëne.

Regels rond de verkoop van eigen producten is vooral een zaak van de gemeente. Het is afhankelijk van het bestemmingsplan. Datzelfde geldt voor de toestemming van verkoop van producten van derden. Een vestigingsvergunning is niet meer nodig. Volgens de Warenwet moet elk bedrijf dat levensmiddelen verkoopt, werken met een HACCP- of voedselveiligheidsplan.

Ook zijn er regels rondom de productaansprakelijkheid. In de bestaande verzekeringen is een clausule tegen claims hierover op te nemen. Er zijn ook collectieve verzekeringen. Zo zijn leden voor de Bond van Boerderij Zuivelbereiders ook automatisch verzekerd voor de verkoop van vlees van eigen dieren.

Iedere ondernemer moet bij verkoop BTW rekenen als hij meer dan 5 procent van de omzet inkoopt bij derden. Voor het aankopen van producten om te verwerken geldt een grens van 50 procent.

Bijschrift figuren:

Borden attenderen op huisverkoop. Van de vleesveehouders verkoopt 18 procent vlees aan huis. Het bepalen van de prijs is soms een worsteling. De manier van aanpak van de huisverkoop heeft grote invloed op de hoogte van de verkoopprijs. In deze voorbeeldberekening zit er maar liefst E4 per kilo tussen.

TIP: Administratie strikt scheiden

RUBRIEK: Thema: Zelf vlees verwaarden: Kostprijs basis voor verkoopprijs van vlees aan huis: Tip

TEKST: Vraag uw boekhouder voor de huisverkoop een apart grootboek te openen. Dan vindt u die als aparte post terug in de boekhouding. Dat geeft u meer inzicht in de resultaten van deze activiteit. U moet dan zelf wel de gegevens gescheiden aanleveren. Boek daarom investeringen apart en laat kosten en opbrengsten niet verscholen tussen andere bedrijfsonderdelen zitten. Dit kan eenvoudig door een aparte bankrekening te openen waar klanten betalen en waarvan de slager en materialen worden betaald.