

Følle d. 26 marts 2015

Specialkonsulent

William S. Andersen

VÆRDITILVÆKST

WILLIAM SCHAAR ANDERSEN

- SPECIALKONSULENT SEGES



Arbejdsområder

- Produktionsøkonomi inden for Økologi
- Strategi og forretningsudvikling
- Fødevarenetværk og Værditilvækst
- Censor indenfor strategi og ledelse

Kontakt info

- SEGES
Økonomi & Virksomhedsledelse
- T 8740 5179
- M wis@seges.dk

DAGENS INDHOLD

Velkomst og introduktion

- *Hvem er værditilvæksterne ? - Eksempler*

Markedsanalyse

- *Hvor mange værditilvækster er der og hvor store er de?*

Hvilke rådgivningsbehov og ydelser er der på området

- Hvem skal på banen med rådgivning og med hvad?

Værktøjskassen

- *Værdikædeanalyse – Skab overblikket over økonomien i produktionen*
- *Forretningsmodel – Få overblik over virksomheden*

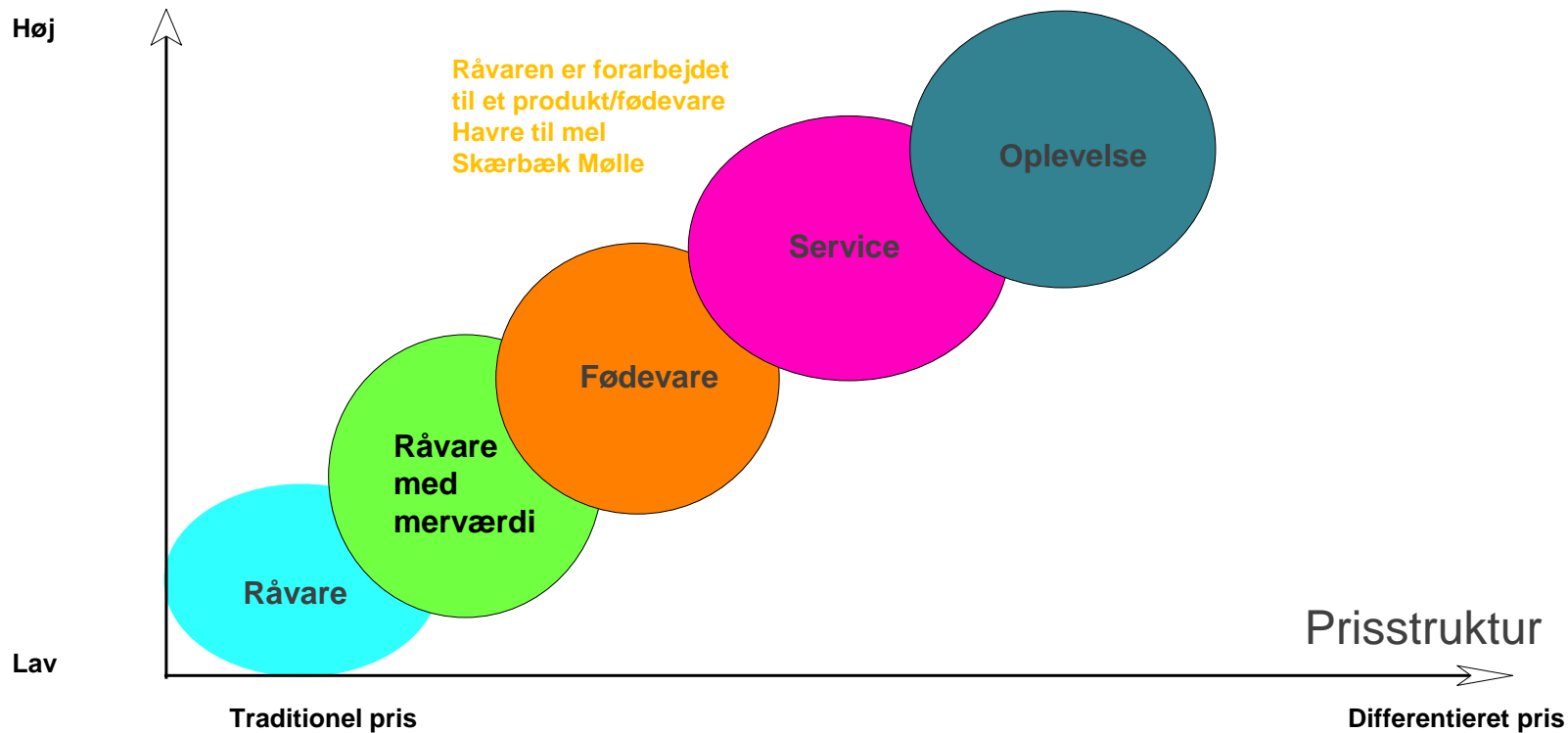
Debat



- <https://youtu.be/w3mA5IznDDI>

DIFFERENTIEREDE PRODUKTER

Graden af værditilvækst



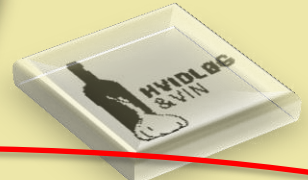
Den traditionelle
landbrugsproduktion
Havre til svineproduktion

Den traditionelle produktion
tilført merværdi
Havre til konsum

Fødevarer tilføjes
en ekstra service
Brød bagt på havre
Skærbæk Mølle

FORRETNINGSMODELLER

DIREKTE
AFSÆTNING



ANTAL ca. 1200
OMSÆTNING 0,9 mia KR.

SPECIAL-
PRODUKTION



ANTAL ca. 2000
OMSÆTNING 9,0 mia KR.

KONTRAKT-
PRODUKTION



UK-produktion



ANTAL ca. 8000
OMSÆTNING 24 mia KR.



BULK



ANTAL ca. 14000
OMSÆTNING 73 mia KR.

EKSEMPEL PÅ ET FØDEVARENETVÆRK

FRU MØLLERS MØLLERI – IKKE MED I PROJEKTET

- 3 forskellige forretninger
- Samme kundegruppe
- Samme lokalitet
- Synergi - omsætning



FRU MØLLERS MØLLERI

Abningstider i butikken

Torsdag	12 - 18
Fredag	12 - 18
Lørdag	9 - 15

I Fru Møllers Mølleri mæler den langsomtgående stenkvarn kornet fra gårdens marker. Det friskmalede mel omsætter Fru Møllers til uimodståeligt bagværk, som sælges i den bugnende gårdbutik. Her finder du også et rigt udvalg af hjemmelavede specialiteter.

chulumenda coffee

Abningstider i risteriet

Torsdag	12 - 17
Fredag	12 - 18
Lørdag	9 - 15

I kafferisteriet Chulumenda Farm Coffee kan du følge din kaffes vej fra grøn bønne til velduftende indhold i din kop. Højlandskaffen er 100 procent Arabica og kommer direkte fra den danskejede Chulumenda Farm i Zambia.

Madhimlens[®] Madhus

Abningstider i restauranten

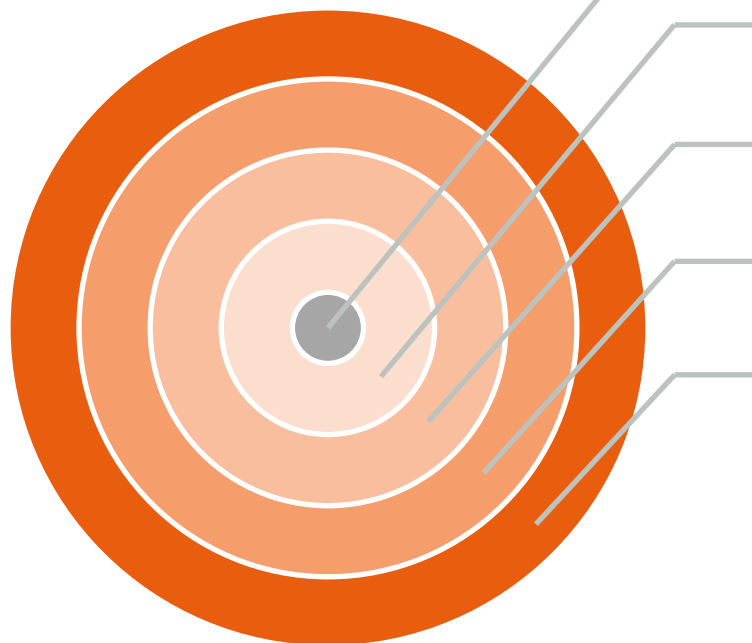
Torsdag	12 - 23
Fredag	12 - 23
Lørdag	10 - 23

Bordreservation: 61 60 03 61

I Madhimlens Madhus kan du i en unik atmosfære skylle de ypperste retter fra det moderne landkøkken ned med formidable vine. Omdrejningspunktet er årstidens råvarer, og hovedparten af kød, grønt og kornprodukter leveres af Fru Møllers gårde og andre lokale producenter.

VALUE ADDED VED GULERØDDER:

- PRODUKT, VÆRDITILVÆKST, FORARBEJDNING, KUNDEFOKUS



Gulerødder (Bulk) 5 kr./kg
Øko. gulerødder (Bulk) 10 kr./kg



Vaskede gulerødder 1 kg. 19 kr./kg

Snack gulerødder 175 g 45 kr./kg



Råkost 300 g 47 kr./kg



Øko. juice 1l. 20,95 kr./liter





GOTHENBORG

[Forsiden](#) [Om os](#) [Selskaber og møder](#) [Fjerkræ](#) [Gårdbutik](#) [Det sker](#) [Opskrifter](#) [WEBSHOP](#)



LIVETS STORE FESTER
FØDELSSDAG, KONFIRMATION, BRYLLUP

Søndagsbrunch
hver søndag
kl. 9.30-12.00



- Ikke bare et måltid, men
en oplevelse for både store
og små!

Bordbestilling er nødvendig!




FIRMA
ARRANGEMENTER

ÅBNINGSTIDER
ONSDAG-FREDAG 11-17
LØRDAG 9-13

GÅRDBUTIK




GOTHENBORG
FRILANDSFJERKRÆ



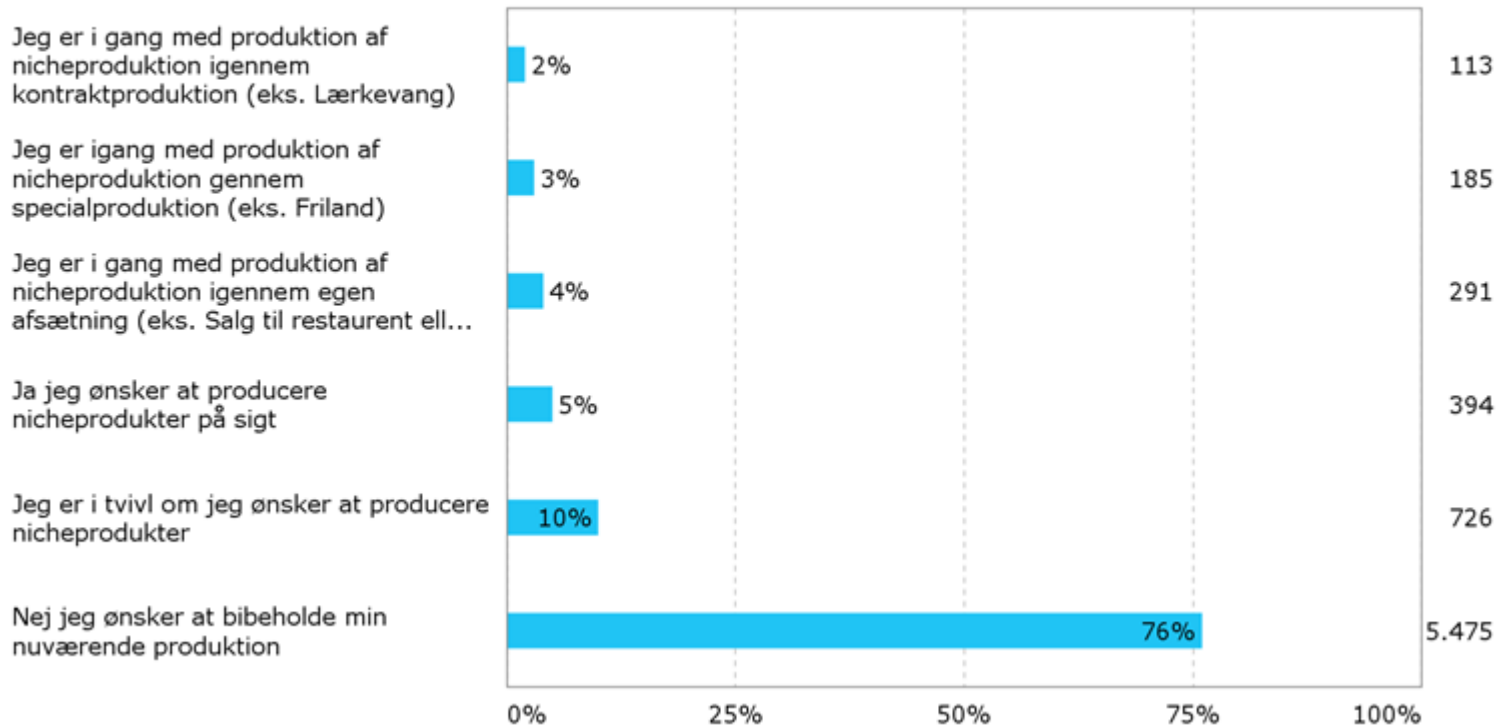
MAD UD AF HUSET
ALT DET BEDSTE LEVERET TIL DIT BORD

FAKTA OM MARKEDSUNDERSØGELSEN

- *Hvor mange værditilvækster er der?*
 - *Hvor ligger de geografisk?*
 - *Hvor store er de?*
 - *Hvordan ser de ud?*
-
- Spørgeskema udsendt til 18.423 landmænd
 - Heraf gennemførte 7.117 alle besvarelser
 - 362 gennemførte ikke alle besvarelser

OVERVEJER NICHEPRODUKTION

Overvejer du at ændre din nuværende traditionelle produktion til en produktion med nicheprodukter?



Værditilvækst

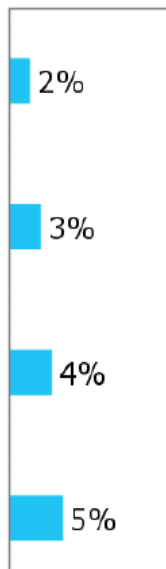
Overvejer du at ændre din nuværende traditionelle produktion til en produktion med nicheprodukter?

Jeg er i gang med produktion af nicheproduktion igennem kontraktproduktion (eks. Lærkevang)

Jeg er igang med produktion af nicheproduktion gennem specialproduktion (eks. Friland)

Jeg er i gang med produktion af nicheproduktion igennem egen afsætning (eks. Salg til restauranter ell...)

Ja jeg ønsker at producere nicheprodukter på sigt



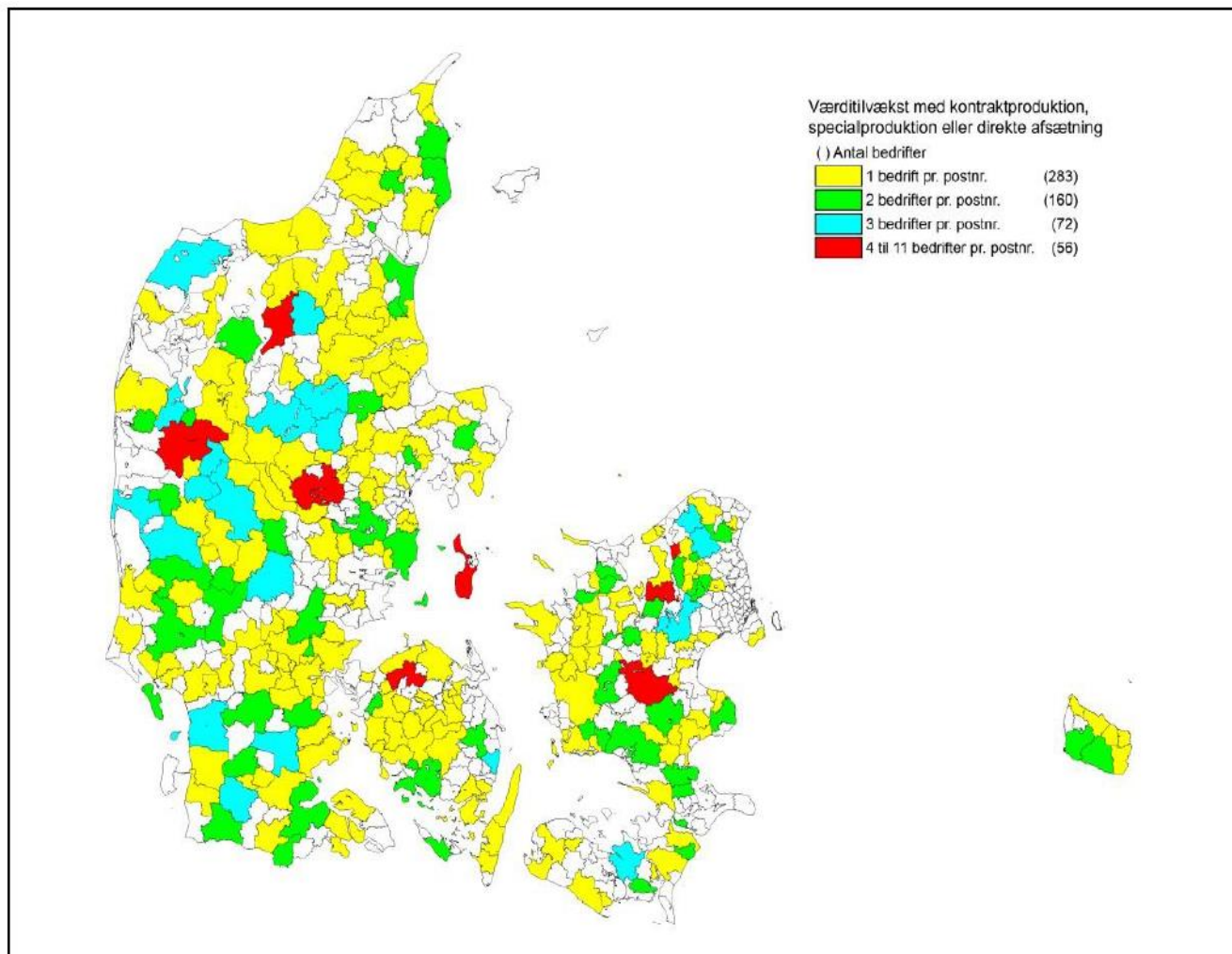
Spørgeskema svar fra 7.117 landmænd

- 9 % er i gang
- 5 % overvejer
- En ud af syv landmænd er i målgruppen

VÆRDITILVÆKSTERENS DRIVERE



FORDELT OVER HELE LANDET



Hvor stor omsætning/bruttoudbytte har virksomheden i alt på hele din landbrugsbedrift?

Krydset med: Hvilken omsætning har du på dine nicheprodukter?

	Fra 0 - 600.000 kr.	Fra 600.000 kr. til 2 mio. kr.	over 2 mio. kr.	Ved ikke	I alt
0 - 1 mio. kr.	63,9%	12,5%	2,7%	45,5%	40,2%
1 - 2 mio. kr.	16,3%	44,2%	0,9%	0,0%	18,9%
2 - 4 mio. kr.	8,0%	25,0%	22,5%	9,1%	14,6%
4 - 6 mio. kr.	4,8%	7,5%	27,9%	9,1%	10,1%
8 - 12 mio. kr.	4,5%	6,7%	19,8%	9,1%	8,1%
Større end 12 mio. kr.	2,2%	4,2%	26,1%	9,1%	7,6%
Ved ikke	0,3%	0,0%	0,0%	18,2%	0,5%
I alt	313	120	111	11	555

Hvor afsætter du hovedsageligt dine nicheprodukter?

Krydset med: Hvilken omsætning har du på dine nicheprodukter?

	Fra 0 - 600.000 kr.	Fra 600.000 kr. til 2 mio. kr.	over 2 mio. kr.	Ved ikke	I alt
Nationalt i eks. større landsdækkende supermarkeder	5,1%	5,0%	17,1%	0,0%	7,4%
Gennem udvalgte specialbutikker	3,5%	5,0%	0,9%	0,0%	3,2%
Via fast kontraktproduktion	21,4%	38,3%	51,4%	27,3%	31,2%
Selvstændigt via egne salgskanaler (webshop, aftale med restauranter, catering, osv.)	27,2%	17,5%	12,6%	0,0%	21,6%
Via gårdbutik (oplevelser, åbenhus mm.)	25,6%	19,2%	4,5%	18,2%	19,8%
Andet	16,6%	14,2%	13,5%	36,4%	15,9%
Ved ikke	0,6%	0,8%	0,0%	18,2%	0,9%
I alt	313	120	111	11	555

STAMPENBORG

- HANNE DAMTOFT JOHANSEN



ENEMÆRKET

VIDEO

KALVEPRODUKTION



Lige til at lægge i fryseren :-)



HVILKE BEHOV FOR RÅDGIVNING



I hvilken forbindelse ville du i størst omfang søge rådgivning?

Krydset med: Hvilken omsætning har du på dine nicheprodukter?

	Fra 0 - 600.000 kr.	Fra 600.000 kr. til 2 mio. kr.	over 2 mio. kr.	Ved ikke	I alt
Hjælp til afsætningsmuligheder	13,5%	10,0%	5,5%	9,1%	11,1%
Hjælp til forretningsplanlægning	5,8%	3,3%	4,6%	9,1%	5,1%
Hjælp til optimering af produktion	32,8%	39,2%	49,5%	9,1%	37,0%
Risikoledelse (minimere risiko i forhold til råvarepriser, salgspriser, renteutvikling, finansiering)	2,3%	2,5%	11,0%	9,1%	4,2%
Hjælp til netværk	5,1%	5,8%	1,8%	9,1%	4,7%
Hjælp til markedsføring	11,9%	12,5%	3,7%	18,2%	10,5%
Andet	7,4%	14,2%	11,0%	0,0%	9,4%
Ved ikke	21,2%	12,5%	12,8%	36,4%	18,0%
I alt	311	120	109	11	551

I forbindelse med opstart af ny produktionsform, i hvilken fase oplevede du da de største udfordringer?

Krydset med: Hvilken omsætning har du på dine nicheprodukter?

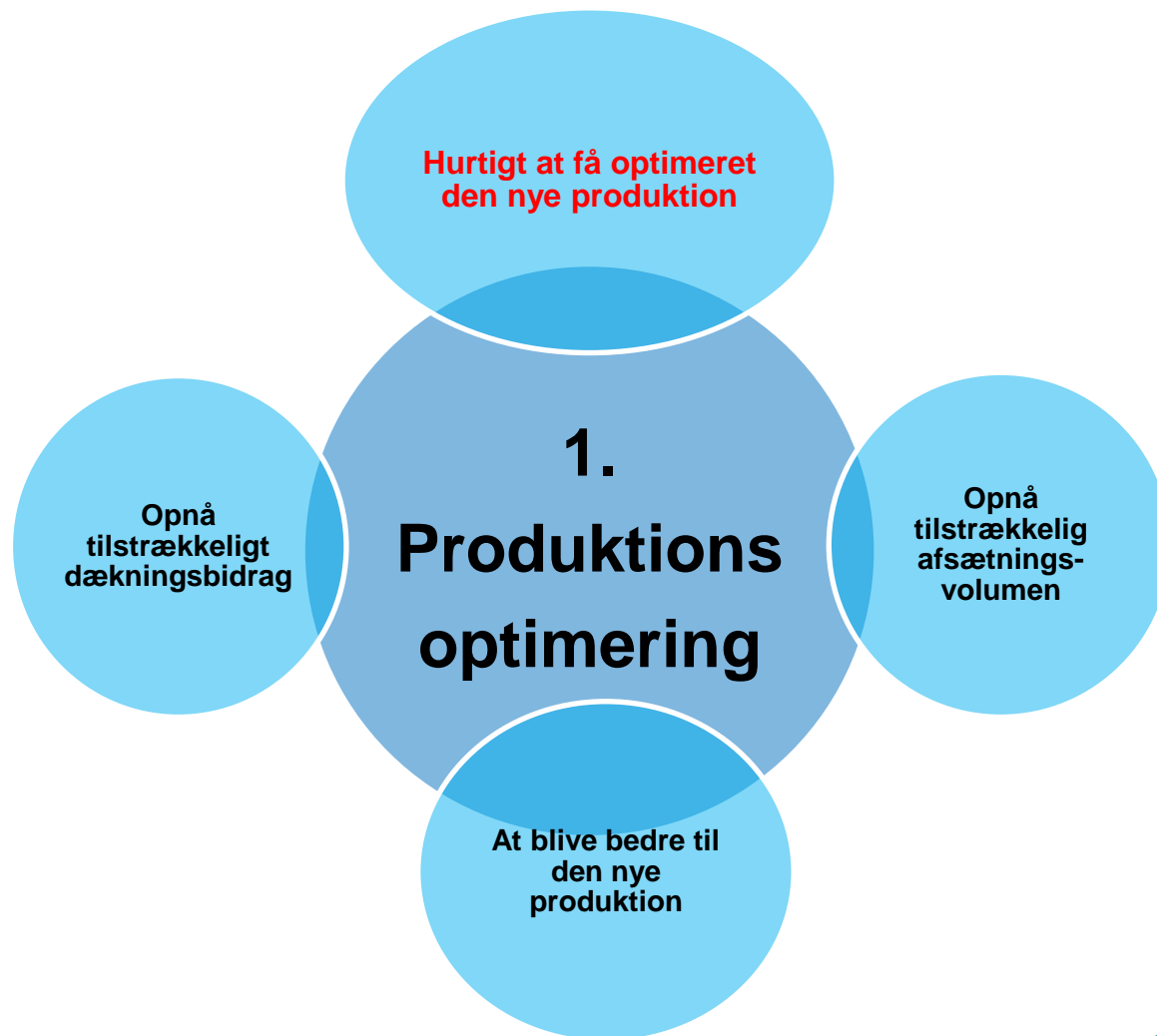
	Fra 0 - 600.000 kr.	Fra 600.000 kr. til 2 mio. kr.	over 2 mio. kr.	Ved ikke	I alt
Idéer og udvikling af produkter	6,4%	2,5%	4,6%	18,2%	5,4%
Med en sikker idé, men med udfordringer i at sætte idéen i produktion	7,7%	9,2%	8,3%	9,1%	8,1%
Driften med fokus på effektivisering af produktionen	20,1%	23,3%	21,1%	18,2%	21,0%
Vækstfasen med forsøg på videre udvidelse med flere produkter	6,1%	9,2%	5,5%	9,1%	6,7%
Afsætningsfase med fokus på mersalg og eksport af varerne	14,7%	15,0%	23,9%	0,0%	16,3%
Jeg har ikke oplevet alle faserne og har ikke haft udfordringer alle steder	33,5%	25,8%	22,9%	18,2%	29,5%
Andet	11,5%	15,0%	13,8%	27,3%	13,0%
I alt	313	120	109	11	553

VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV

Behovene kan struktureres i nedenstående områder:

1. Produktionsoptimering
2. Marketing og salg
3. Produktudvikling
4. Distribution
5. Netværk, rådgivere og bestyrelser
6. Business case og forretningsplan

VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



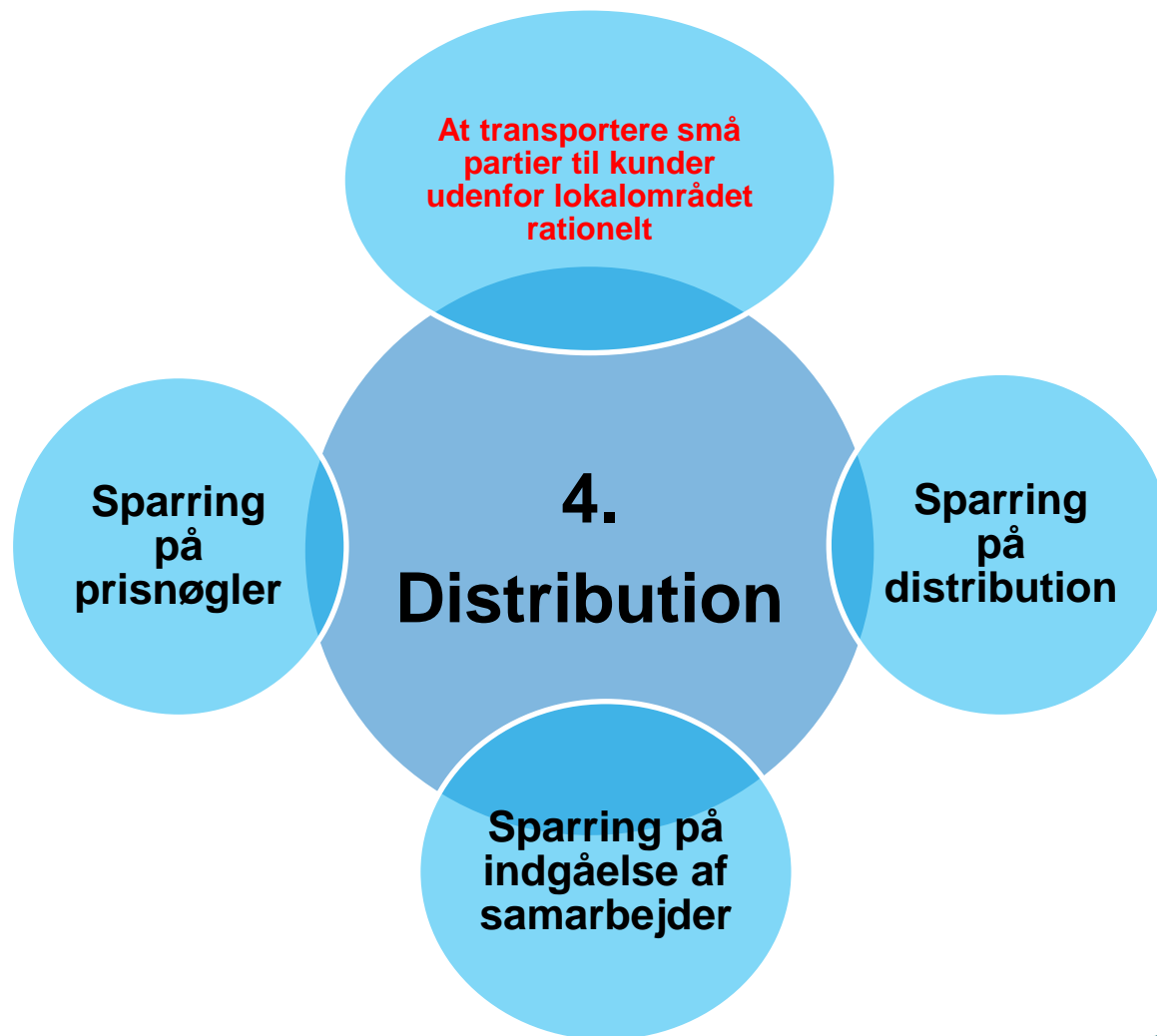
VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



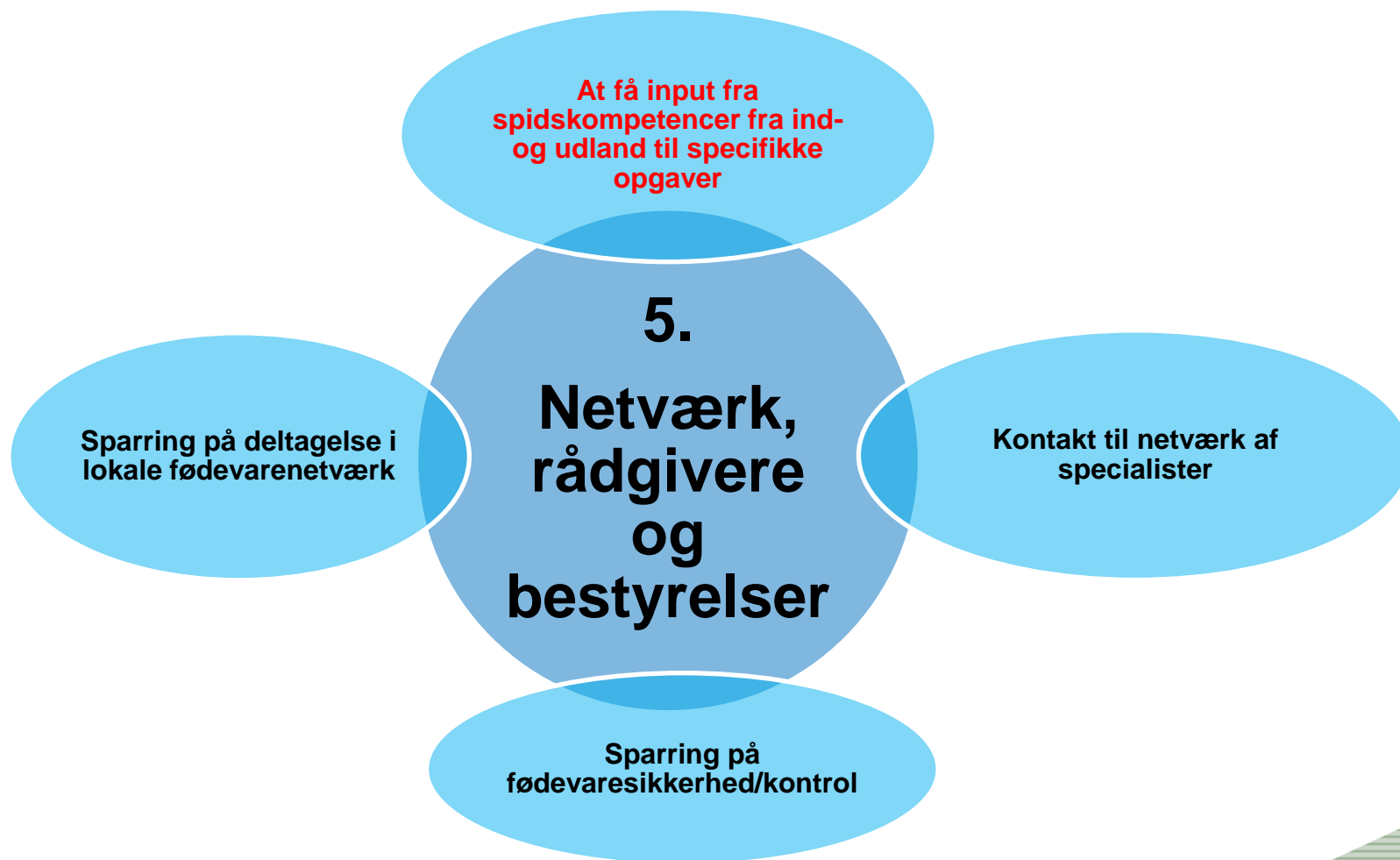
VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



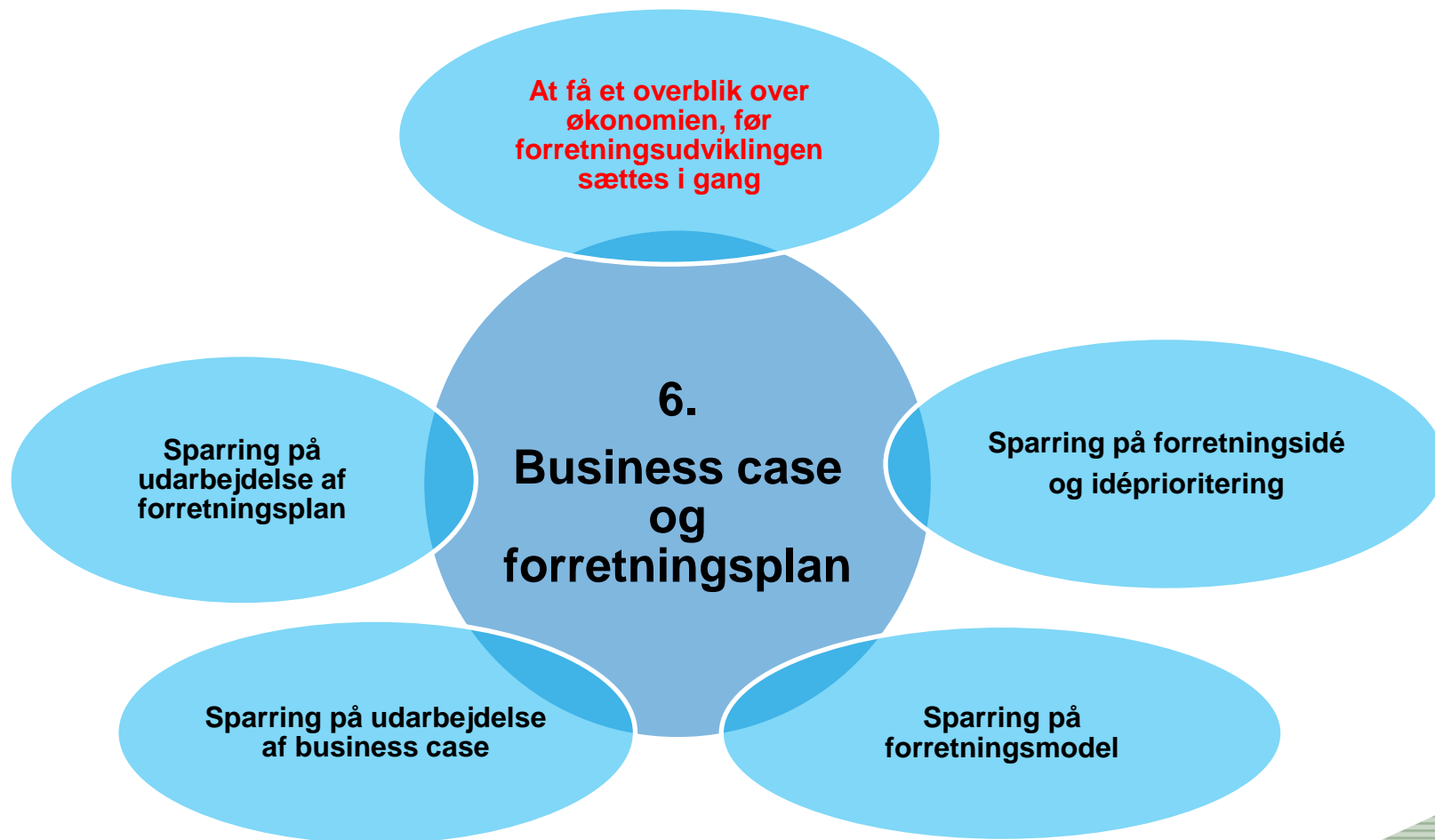
VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



VÆRDITILVÆKSTERENS BEHOV



KUNDESEGMENT 1 - SMÅ OG MELLEMSTORE LANDBRUG MED GÅRDBUTIK

Udfordringer:

- Manglende forretningsfokus
- Lille salgsvolumen og meget specifik på et eller få produkter
- Produktet sælges ofte som råvare
- Ofte placeret (langt) ude på landet

Styrker:

- Hjertet er med i produktet – god til story telling, når kunden står der

Svagheder:

- Mangler tro og lyst til at komme fra ”bod ved vejen” til rigtig forretning
- Mere startet som en hobby af ægtefællen end som en forretning
- Tror produktet sælger sig selv
- Produktets kvalitet er mere producentens hjerteblod end ”value for money” for kunden

KUNDESEGMENT 2 - SMÅ OG MELLESTORE LANDBRUG I VÆKST

Udfordringer:

- Grundlæggende drifts- og optimeringsfokus
- Høje produktionsomkostninger på nicheprodukt
- Skarpt produktfokus – modsat markedsfokus
- Den pressede bundlinje fremmer ikke brug af de nødvendige/dyre rådgivere
- Lille salgsvolumen
- Lavt dækningsbidrag

Styrker:

- Stort engagement – god til story telling - *når kunden står overfor*
- Stærk kvalitetsindsigt og produktkendskab

Svagheder:

- Udnytter ikke, at nicheproduktet ofte har en højere markedsværdi
- Udnytter ikke mulighederne i markedsorienteret produktudvikling
- Pressed bundlinje
- Tror, produktet sælger sig selv
- Vil ikke investere i salg og markedsføring
- Finansiering af forretningsudvikling

HVAD SKAL DE TILBYDES

Værditilvækster

- Hvor kan DLBR byde ind med rådgivning og sparring?

VÆRDITILVÆKSTERE HAR IKKE SELV FOKUS PÅ

- Nicheproduktets kvalitet har en højere markedsværdi
- Markedskræfter – muligheder og udfordringer
- Markedsorienteret produktudvikling
- Salg
- Markedsføring
- På forhånd helt at vide, hvad de vil sælge/hvad de tilbyder
- Hvilke produkter der sælger/giver overskud og hvilke der ikke gør
- På forhånd at udarbejde business case og forretningsplan

HVOR KAN DLBR BYDE IND MED RÅDGIVNING OG SPARRING

- **Bestyrelser med fornødne kompetencer**
- **Specialistviden på fødevarer**
 - Produktudvikling
 - Distribution
 - Fødevaresikkerhed/kontrol
- **Facilitering af netværk med andre nicheproducenter**
- **Processen fra "ide til forretning"**
 - Business case
 - Forretningsplan
- **Strategi**
 - Bulk strategi
 - Differentieringsstrategi
 - Værdikæden
 - Diversifikationsstrategi
- **Økonomistyring**
- **Optimering af produktionen**
- **Salg og markedsføring**
 - Også i lokalområdet

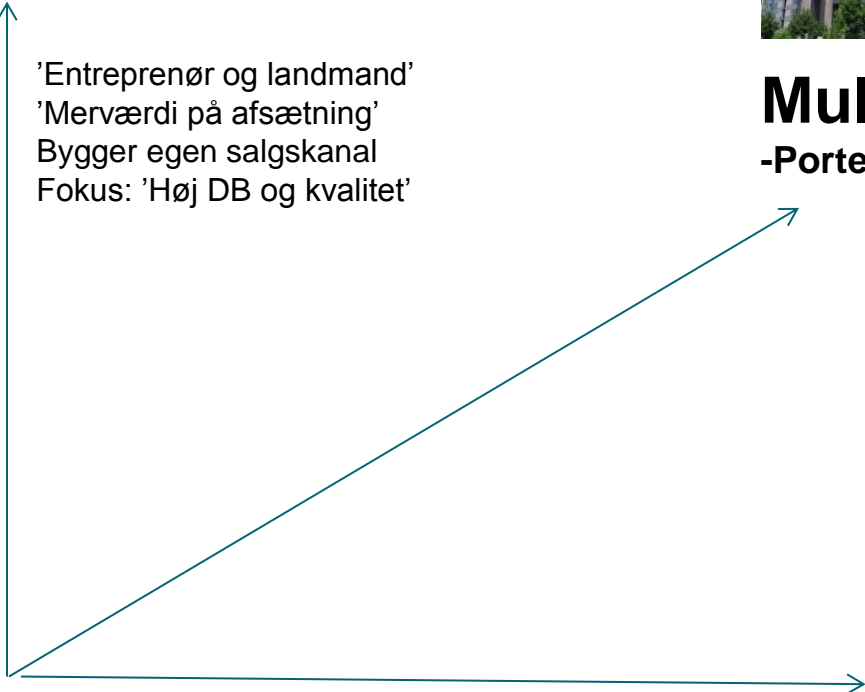
VÆRKTØJSKASSEN



VIRKSOMHEDSLANDBRUG OG KUNDETYPER

Value added

- Merværdi



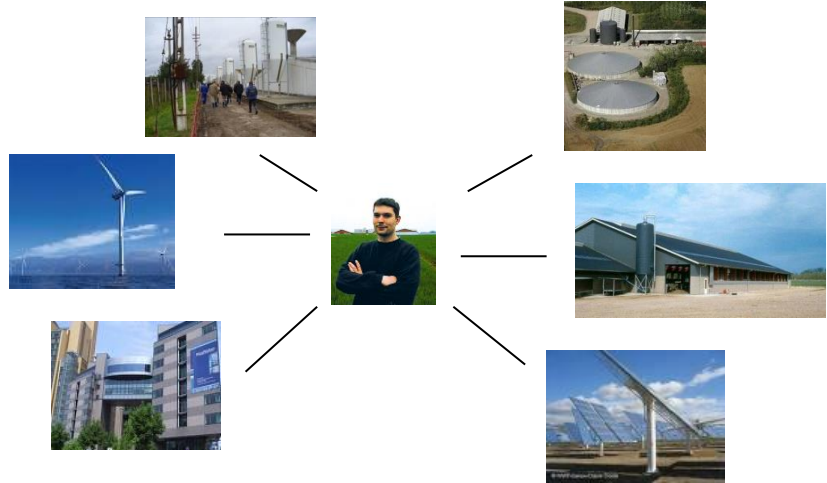
'Entreprenør og landmand'
'Merværdi på afsætning'
Bygger egen salgskanal
Fokus: 'Høj DB og kvalitet'

Multi-brug -Portefølje

'Direktør og landmand'
'Portefølje af aktiviteter'
Fokus: 'Afkast af kapital'

Bulk -Stordrift

'Stor landmand'
'Mere af det samme'
Fokus: 'Omkostninger & stordrift*'



FRA BULK-PRODUCENT TIL VÆRDITILVÆKSTER - ET MEGET STORT SPRING

Skal du lykkes godt så skal
du forstå din forretningsmodel!

Bulk
-Stordrift



'Stor landmand'
'Mere af det samme'
Fokus: 'Omkostninger
& stordrift'



Værditilvækst
- Merværdi



'Entrepreneur og landmand'
'Merværdi på afsætning'
Bygger egen salgskanal
Fokus: 'Høj DB og kvalitet'

NY FORRETNINGSMODEL KRÆVER NYE KOMPETENCER

Fagligt område	Bulk	Værditilvækster
Produktudvikling	Udliciteret til andelsvirksomheder Leverer en råvare med faste definitioner f.eks. kødprocent	Udvikle sit eget unikke produkt
Markedsindsigt	Udliciteret til andelsvirksomheder	Markedsanalyse Forretningsmodel
Markedsføring	Udliciteret til andelsvirksomheder	Markedsføringsstrategi Logo mv.
Afsætning Aftale med kunder	En livslang kontrakt med andelsvirksomheder	Indsigt i kundesegmenter Markedsanalyse Forretningsmodel

I dag sætter vi fokus på disse to ting i Værktøjskassen

Værdikædeanalyse: Luksus flødeis solgt til en gros og detail

Lars Landmand
Gårdbutikken
Værdivej 6
8200 Århus N
Tlf. 2942 0000



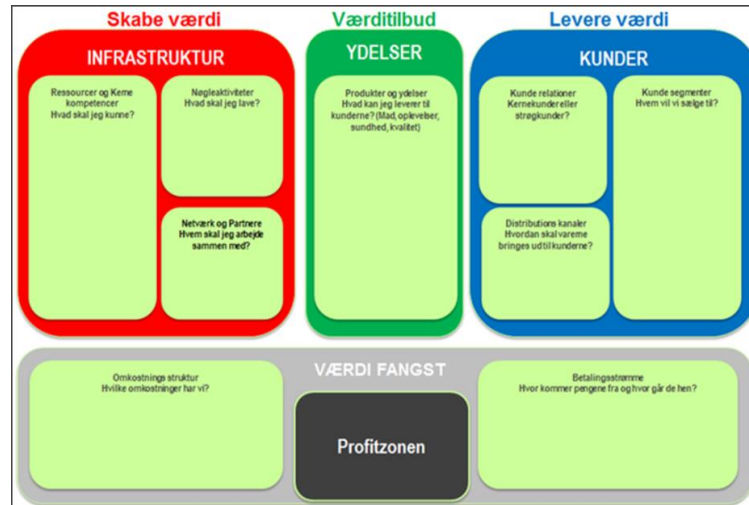
	I alt	Mængde Eg-gros	Mængde Detail
Mængde i kalkulen: Antal liter	9.400	2.400	7.000

5. Ind i værdikæden: Is produktion

Stykmkostninger	Enhed	Antal	Kr.	Sum i alt	Sum pr. enhed
Økologisk mælk	1 L	0,5	3,25	15,275	1,63
Fløde fra mælk	1 L	1,75	3,25	53,463	5,69
Eg	1 KG	0,13	60	70,500	7,50
Vandje	1 stk.	0,13	9	10,622	1,13
Sukker	1 KG	0,13	30	35,250	3,75
Algult	Pr. 1 L	1	6,61	62,134	6,61
Emballage	1 l	1	3,22	30,368	3,22
Len	Timer	0,13	150	176,250	18,75
				-	-
Stykmkostninger i alt				453,762	48,27

Kapacitetskostninger	Enhed	Årlig	Fordeling	Sum i alt	Sum pr. enhed
Fraktoringmaskine	Årlig	2.000	100%	2.000	0,21
Elektricitet	10.000 x 0,80 kr.	8.000	100%	8.000	0,85
Opvarmning	4.000 x 1,50 kr.	6.000	100%	6.000	0,64
Len	176 x 150 kr	26.400	100%	26.400	2,81
				-	-
Kapacitetskostninger i alt		42.400	100%	42.400	4,51

Forrentning og afskrivninger mv.	Enhed	Årlig	Fordeling	Sum i alt	Sum pr. enhed
Kontorhold		3.000	75%	2.250	0,24
Ø90 bogholderi		15.000	75%	11.250	1,20
Forsikring		10.000	75%	7.500	0,80
Afskrivning isbil		7.000	75%	5.250	0,56
Afskrivning smånventar		25.000	75%	18.750	1,99
Afskrivninger driftsmidler		25.000	75%	18.750	1,99
Afskrivninger fast ejendom		80.000	75%	60.000	6,38
				-	-



Kend fremstillingsprisen på dit produkt

- Hvem skal jeg sælge til?
- Og hvad gør det ved mine omkostninger og indtægter?

Værdikædeanalyse: Luksus flødeis solgt til en gros og detail

Lars Landmand
Gårdbutikken
Værdivej 6
8200 Århus N

Tlf. 2942 0000
Mængde i kalkuleren: Antal liter

	I alt	Mængde En gros	Mængde Detail
	9.400	2.400	7.000



I alt i værdikæden: Is produktion					
Stykomkostninger	Enhed	Antal	Kr.	Sum i alt	Sum pr. enhed
Phosphat smæk	l/l	0,5	3,25	1,63	1,63
Fløde fra smæk	l/l	1,75	3,25	53,463	5,69
Æg	1 KG	0,13	60	70,500	7,50
Vanille	1 stk.	0,13	9	10,622	1,13
Sukker	1 KG	0,13	30	35,250	3,75
Alpelt	Pv. 1 l/l	1	6,61	62,134	6,61
Emballage	l/l	1	3,22	30,268	3,22
Løn	Timer	0,13	150	176,250	18,75
				-	-
				-	-
Stykomkostninger i alt				453,762	48,27
Kapacitetsomkostninger					
Kapacitetsomkostninger	Enhed	Årlig	Fordeling	Sum i alt	Sum pr. enhed
Pastoriseringsmaskine	Årligt	2.000	100%	2.000	0,21
Elektricitet	10.000 x 0,80 kr.	8.000	100%	8.000	0,85
Opvarmning	4.000 x 1,50 kr.	6.000	100%	6.000	0,64
Løn	176 x 150 kr	26.400	100%	26.400	2,81
				-	-
				-	-
Kapacitetsomkostninger i alt		42.400	100%	42.400	4,51
Førrenting og afskrivninger mv.					
Førrenting og afskrivninger mv.	Enhed	Årlig	Fordeling	Sum i alt	Sum pr. enhed
Kontorhold		3.000	75%	2.250	0,24
Ø50 bogholderi		15.000	75%	11.250	1,20
Forsikring		10.000	75%	7.500	0,80
Afskrivning tabél		7.000	75%	5.250	0,56
Afskrivning småinventar		25.000	75%	18.750	1,99
Afskrivninger driftsmidler		25.000	75%	18.750	1,99
Afskrivninger fast ejendom		80.000	75%	60.000	6,38
				-	-
				-	-

HAR DU ET SOLIDT DB PÅ DIT PRODUKT?

- Hvad kan du gøre for at øge dit DB og herigennem forbedre din produktøkonomi hele vejen til bundlinjen?
- Hvilke indsatsområder skal have mere fokus?
- Hvilke fravalg er du klar til?
- Er dine nuværende afsætningskanaler de rigtige?

METODE TIL INDSIGT I PRODUKTETS ØKONOMI

- Beregn fremstillingsprisen på produktniveau
- Følg din økonomi for hvert led i værdikæden
- Hvor kan der optimeres og hvor betydende er det?
- Hvor risikofølsom er de vigtigste parametre?
- Få et overblik over dine handlingsmuligheder

Kalkule: Luxsus flødeis solgt til en gros og detalj

Lars Landmand

Gårdbutikken

Værdivej 6

8200 Århus N

Tlf. 2942 00xx

Mængde i kalkulen: Antal liter

I alt	Mængde En gros	Mængde Detalj
9.400	2400	7000



1. led i værdikæden: Is-produktion

Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Økologisk mælk	1L	0,5	3,25	15.275	1,63
Fløde fra mælk	1L	1,75	3,25	53.463	5,69
Æg	1KG	0,13	60	70.500	7,50
Vanilje	1stk.	0,13	9	10.622	1,13
Sukker	1KG	0,13	30	35.250	3,75
Afgift	Pr. 1L	1	6,61	62.134	6,61
Emballage	1L	1	3,22	30.268	3,22
Løn	Timer	0,13	150	176.250	18,75
				-	-

Stykomkostninger i alt 453.762 **48,27**

Kapacitetsomkostninger	Endhed	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Pastoriseringsmaskine	Årligt	2.000	2.000	0,21
Electricitet	10.000 x 0,80 kr.	8.000	8.000	0,85
Opvarmning	4.000 x 1,50 kr.	6.000	6.000	0,64
Løn	176 x 150 kr	26.400	26.400	2,81
			-	-

Kapacitetsomkostninger i alt 42.400 **4,51**

Kapacitetsomkostninger pr. enhed 100% 42.400 **42.400** **4,51**

Forrentning og afskrivninger mv.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Kontorhold	3.000	0,32
Ø90 bogholderi	15.000	1,60
forsikring	10.000	1,06
Afskrivning isbil	7.000	0,74
Afskrivning småinventar	25.000	2,66
Afskrivninger driftsmidler	25.000	2,66
Afskrivninger fast ejendom	80.000	8,51
	-	-

Renter og afskrivninger i alt 165.000 **17,55**

Renter og afskrivninger pr. enhed 75% 165.000 **123.750** **13,16**

Fremstillingspris pr. enhed (Kg.) 158.275 **65,95**

2. led i værdikæden: Salg en gros B2B						
Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed	
Turpris (løn og brændstof)	Pr tur	18	575	10.350	4,31	
Etiketter	Pr L	2400	0,8	1.920	0,80	
Løn		18	150	2.700	1,13	
Stykomkostninger i alt				14.970	6,24	
3. led i værdikæden: Salg detalj						
Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed	
Etiketter	Pr. L	7000	0,8	5.600	0,80	
Markedsføring butik		1	18000	18.000	2,57	
Løn	Timer	337,5	150	50.625	7,23	
Stykomkostninger i alt				99.674	10,60	
Salg biprodukt	Liter	7560	-3,25	-24.570	-2,61	
Resultat: En gros salg						
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed	
Salgspris En gros B2B	Pr. L.	2.400	55,00	132.000	55,00	
Fremstillingspris En gros B2B				173.245	72,19	
Resultat ved salg En gros				-41.245	-17,19	
Resultat: Detalj salg						
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed	
Salgspris Detalj	Pr. L.	7.000	70,00	490.000	70,00	
Fremstillingspris Detalj				535.861	76,55	
Resultat ved salg Detalj				-45.861	-6,55	
Resultat: I alt						
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed	
Resultat En gros salg				-41.245	-17,19	
Resultat Detalj salg				-45.861	-6,55	
Resultat i alt (incl biprodukt)				-62.536	-6,65	

HVILKE VALG ER DER TILSTEDE DET PÅGÆLDENDE STED

- + 5 kr. på hvert produkt
 - Resultat fra -62.536 til -15.536 kr.
- Flere producenter om samme anlæg
 - Fra 75% af renter og afskrivninger til 30 %
 - Resultat fra -62.536 til +11.714 kr.

Lars Landmand

Gårdbutikken

Værdivej 6

8200 Århus N

Tlf. 2942 00xx

Mængde i kalkulen: Antal liter

I alt

9.400

Mængde**En gros**

2400

Mængde**Detail**

7000

**1. led i værdikæden: Is-produktion**

Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Økologisk mælk	1L	0,5	3,25	15.275	1,63
Fløde fra mælk	1L	1,75	3,25	53.463	5,69
Æg	1KG	0,13	60	70.500	7,50
Vanilje	1stk.	0,13	9	10.622	1,13
Sukker	1KG	0,13	30	35.250	3,75
Afgift	Pr. 1L	1	6,61	62.134	6,61
Emballage	1L	1	3,22	30.268	3,22
Løn	Timer	0,13	150	176.250	18,75
				-	-
Stykomkostninger i alt				453.762	48,27
Kapacitetsomkostninger	Endhed		Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Pastoriseringsmaskine	Årligt		2.000	2.000	0,21
Elektricitet	10.000 x 0,80 kr.		8.000	8.000	0,85
Opvarmning	4.000 x 1,50 kr.		6.000	6.000	0,64
Løn	176 x 150 kr		26.400	26.400	2,81
				-	-
Kapacitetsomkostninger i alt				42.400	4,51
Kapacitetsomkostninger pr. enhed	100%		42.400	42.400	4,51
Forrentning og afskrivninger mv.				Sum I alt	Sum pr. enhed
Kontorhold				3.000	0,32
Ø90 bogholderi				15.000	1,60
forsikring				10.000	1,06
Afskrivning isbil				7.000	0,74
Afskrivning småinventar				25.000	2,66
Afskrivninger driftsmidler				25.000	2,66
Afskrivninger fast ejendom				80.000	8,51
				-	-
Renter og afskrivninger i alt				165.000	17,55
Renter og afskrivninger pr. enhed	30%		165.000	49.500	5,27
Fremstillingspris pr. enhed (Kg.)				139.318	58,05

2. led i værdikæden: Salg en gros B2B					
Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Turpris (løn og brændstof)	Pr tur	18	575	10.350	4,31
Etiketter	Pr L	2400	0,8	1.920	0,80
Løn		18	150	2.700	1,13
Stykomkostninger i alt				14.970	6,24

3. led i værdikæden: Salg detalj					
Stykomkostninger	Endhed	Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Etiketter	Pr. L	7000	0,8	5.600	0,80
Markedsføring butik		1	18000	18.000	2,57
Løn	Timer	337,5	150	50.625	7,23
Stykomkostninger i alt				99.674	10,60

Salg biprodukt	Liter	7560	-3,25	-24.570	-2,61
----------------	-------	------	-------	---------	-------

Resultat: En gros salg					
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Salgspris En gros B2B	Pr. L.	2.400	55,00	132.000	55,00
Fremstillingspris En gros B2B				154.288	64,29
Resultat ved salg En gros				-22.288	-9,29

Resultat: Detalj salg					
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Salgspris Detalj	Pr. L.	7.000	70,00	490.000	70,00
Fremstillingspris Detalj				480.569	68,65
Resultat ved salg Detalj				9.431	1,35

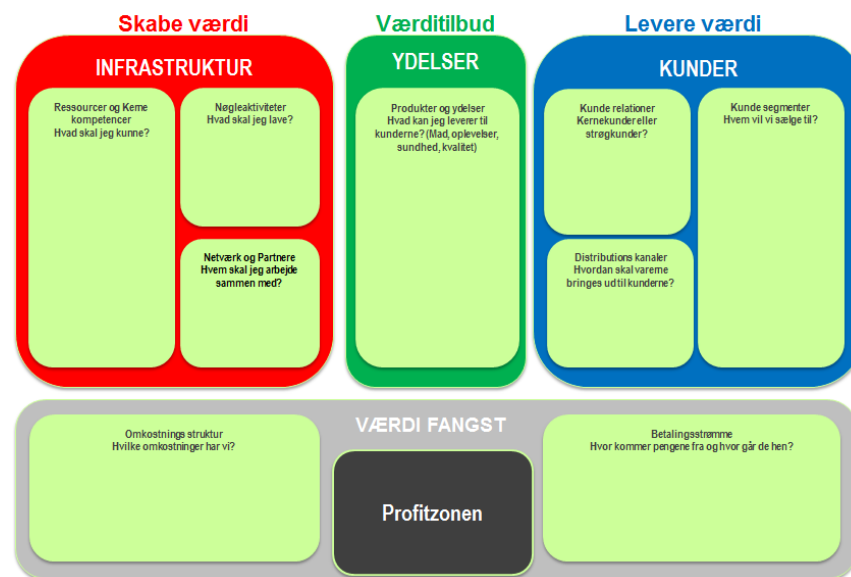
Resultat: I alt					
		Antal	Kr.	Sum I alt	Sum pr. enhed
Resultat En gros salg				-22.288	-9,29
Resultat Detalj salg				9.431	1,35
Resultat i alt (incl biprodukt)				11.714	1,25

HVILKE VALG ER DER TILSTEDE DET PÅGÆLDENDE STED

- Andre salgskanaler?
 - Salg til 5 store events i vaffel?
 - Gennemregn denne salgskanal

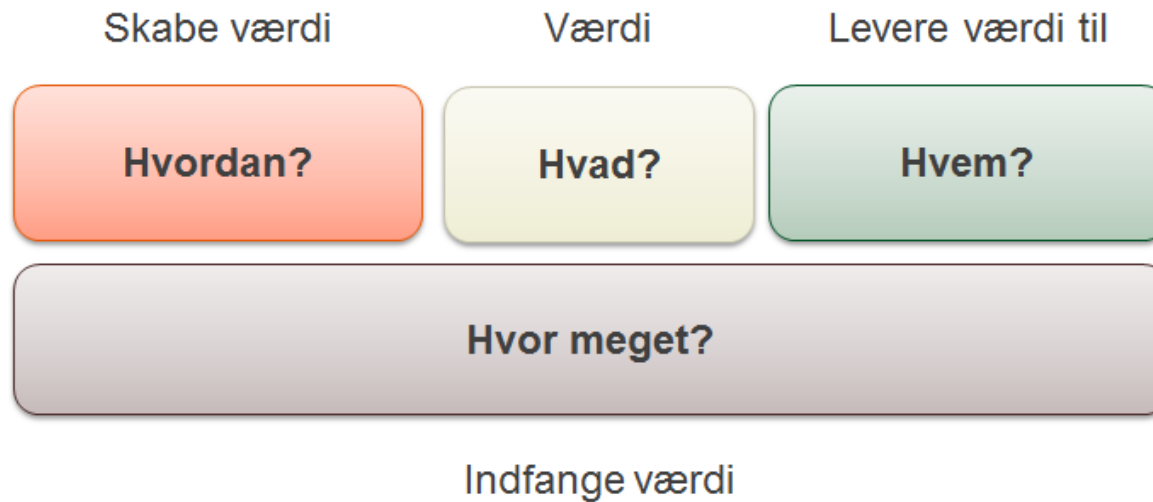
FORRETNINGSUDVIKLING

- Når vi skal forretningsudvikle, har vi brug for en analyse af hele forretningen
- Mange modeller. Vi anvender en meget praksisnær model



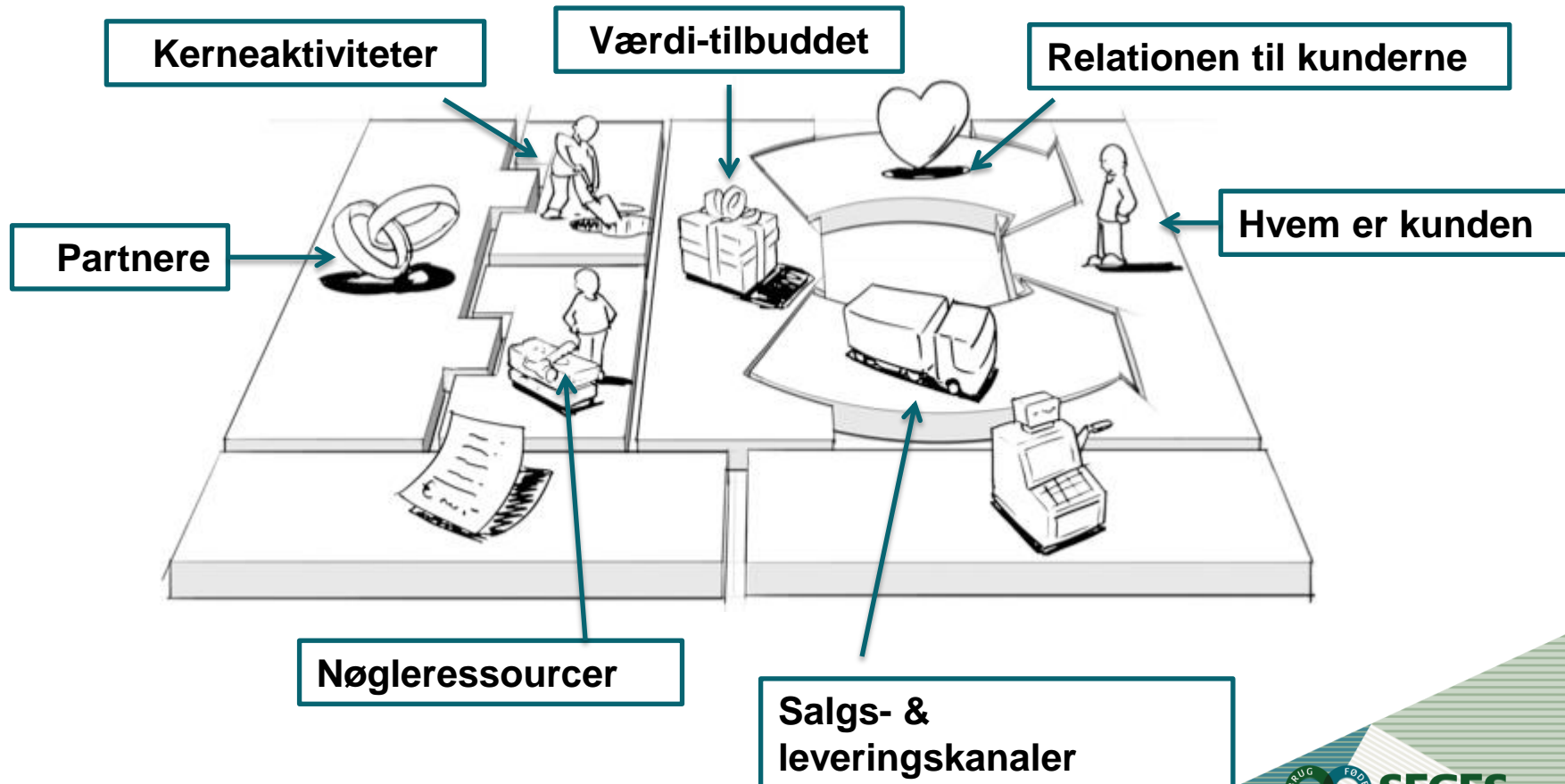
De grundlæggende elementer af en forretningsmodel

Det grundlæggende valg i forretningsmodellen, der fortæller, hvordan man vil **skabe, levere og indfange** værdien af sine indsatser



Hvordan leverer vi **hvad** til **hvem** – og til hvilken **værdi**?

Analyse af, hvilke værdiparametre der har betydning for slutbrugeren, og som kunden er villig til at betale en merpris for



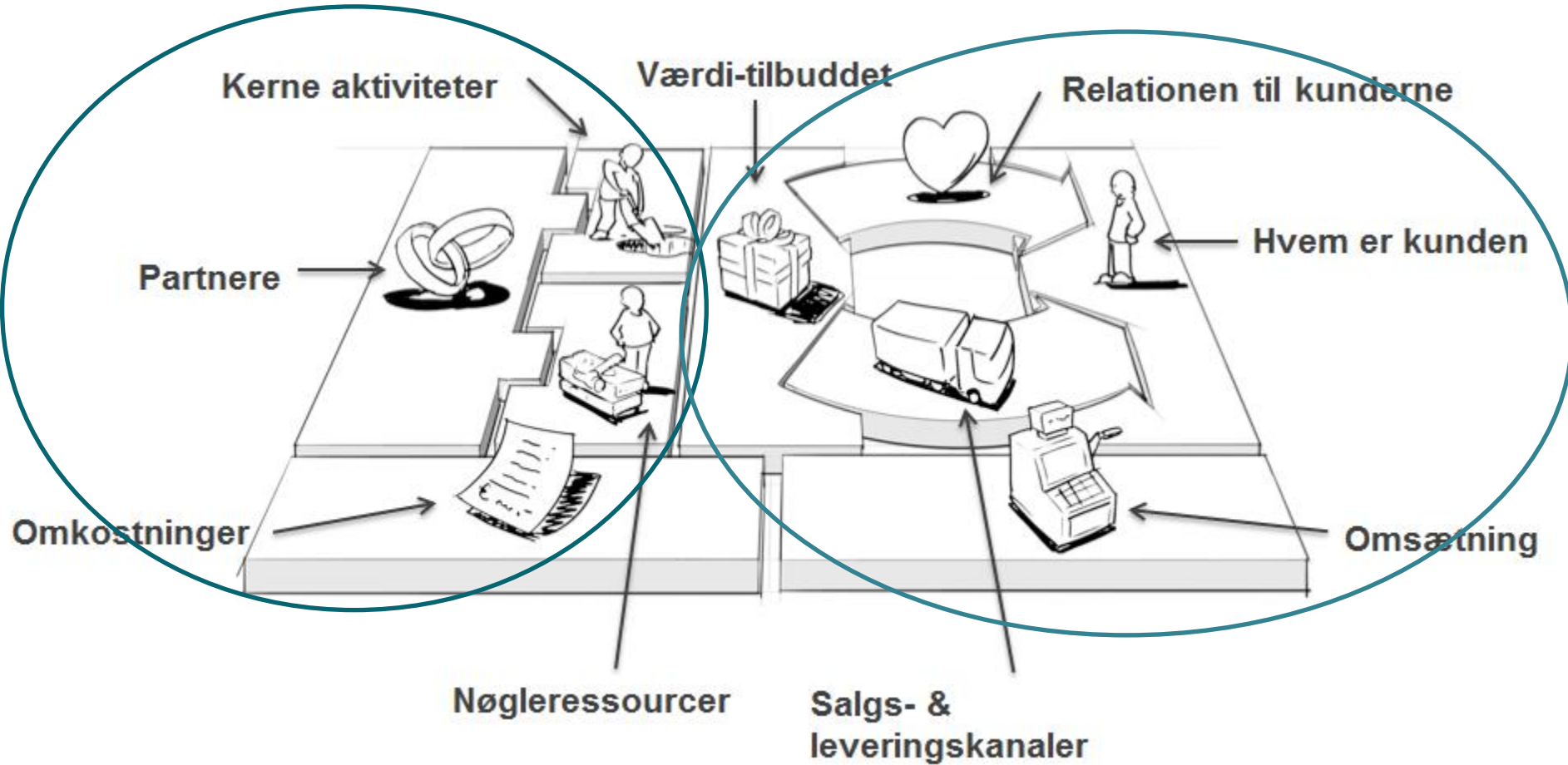


Eksempel: Mel ved Fru Møllers (fiktiv case)



Landmænd er stærke på produktionssiden

Men den enkelte har typisk begrænset viden om kunderne og hvilke parametre kunder værdsætter i produktet



MULIGHEDER OG UDFORDRING VED SALG TIL DETAILKÆDERNE

- <http://video.dlbr.dk/secret/11366274/ff62712725f0819e2dfd4459d3443eb1>



COOP:
VI MANGLER 400–500
producenter – ALLE
PRODUKTER KAN
SÆLGES – lige nu

OVERVEJELSER VED OPSTART AF LOKAL AFSÆTNING – DETAIL

- Sjælen og forretningen
- Er kunderne i butikken?
- Skriftlige aftaler
- Fødevareresikkerhed (kædebegrænsninger)
- Leveringsbegrænsninger (splitleveringer)
- Prissætning
- Markedsføring og opfølgning
- Distributionsudfordringen (mængder)

AFTALEN MED DETAILHANDLEN – SKRIFTLIG ELLER MUNDTLIG?

- Pris
- Mængde
- Leveringstid
- Returvarer
- Labels
- Deltagelse i markedsføring /salg
- Hvordan markedsføring

Standardaftale findes.

TID TIL DEBAT

- En ud af syv landmænd er i målgruppen for rådgivning indenfor området værditilvækst
 - Er det noget DLBR gør i dag?
 - Er det noget DLBR vil i fremtiden?
- Samarbejde ?
 - Et fælles besøg ved landmanden?

TAK FOR I DAG

- Besøg vores hjemmeside på LandbrugsInfo
 - Ring og få en snak om området
 - William S. Andersen – 8740 5179
-
- Tak for ordet