

Prijszetting

Prijszetting Belgische wijn

Prof. Dr. Ghislain Houben

- Gevolg van 3 variabelen
 - klant
 - concurrentie
 - kostprijs

- Wijnbouwer functioneert onder de algemene economische marktregels

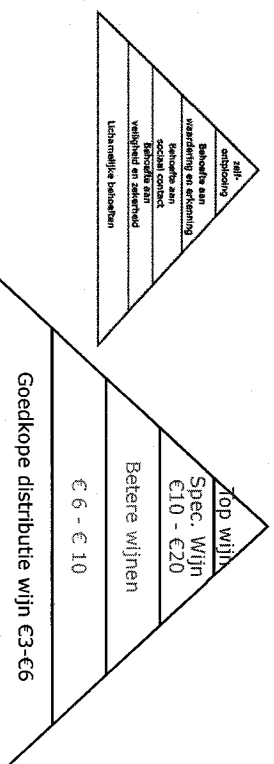
- Uitdaging is : “de unieke prijszetting van Belgische wijn te behouden in een groeiende sector”

1. De klant

- Belangrijke vragen
 - Welke klantengroep beoog ik?
 - Wie is mijn klant van morgen?
 - Welke behoefte heeft mijn klant?
 - Wat is mijn toegevoegde waarde?
- Deel klanten op in segmenten (horeca – toerist – wijnliefhebber - handelaar.....)
- Onderscheid B to B en B to C

Belgische wijnen vinden vooral hun afzaker als geschenkartikel, streekproduct of top-horeca product.

Prijzenpiramide versus Maslow



De klant : enkele kansen en bedreigingen

- Groeiende tendens naar streekproducten
- Groeiend gezondheidsbewustzijn
- Vrijtijdsconomie groeit nog steeds
- Natuurlijke beleving
- Verpakking is vaak belangrijker dan inhoud
- Aantal horeca-bedrijven gaat drastisch dalen
- Op weg naar een andere « eet- en drinkcultuur »
- Kloof tussen arm en rijk wordt groter

Belgische wijnbouw clusters

Klantenniche

- | | |
|-------------------------|---------------|
| - Streekproduct | Streektoerist |
| - Terroirproduct | Horeca |
| - Biologisch | Bio-consumant |
| - Wijnboerderij, B & B | Streektoerist |
| - Wijncafé / wijnhandel | Horeca |
| - Seminariecentrum | Bedrijven |

2. De concurrenten / collega's

- Ken je concurrent
 - ook niet wijnbouwers
 - strategie : kosten, service, vernieuwend in diensten/producten
 - (dood)concurreren of samenwerken
- Waarin ben ik “onderscheidend”
- Heb ik een concept?

3. De kosten

- Zorg voor tijdige en volledige informatie
- Alle kosten dienen gemaakt alvorens er sprake is van opbrengsten (werkkapitaal)
- Kostenstructuur is verschillend voor elk bedrijf
- Ken de aard van je kosten

Kostensoorten en kostenindeling

Vaste kosten versus variabele kosten

Vaste kosten wijzigen niet ondanks een toenemende of afnemende omzet. Dit geldt evenwel voor een bepaalde periode en voor een bepaald interval.

Typische voorbeelden van vaste kosten:

- afschrijvingen machines
- huur/pacht
- verzekeringspremie(s)
- administratiekosten/boekhouding

Kostensoorten en kostenindeling

Vaste kosten versus variabele kosten

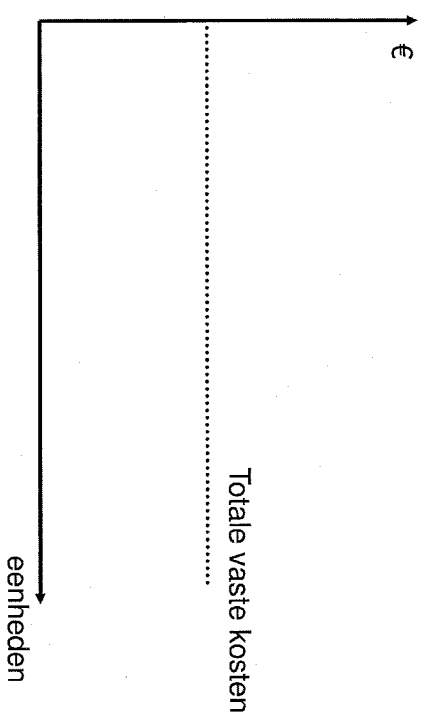
Variabele kosten variëren proportioneel (rechtevenredig) met de omzet (volume)

Enkele voorbeelden:

- materiaalkosten (flessen, kurken, ...)
- directe arbeidskosten voor filteren / afvullen
- verkoopcommissie

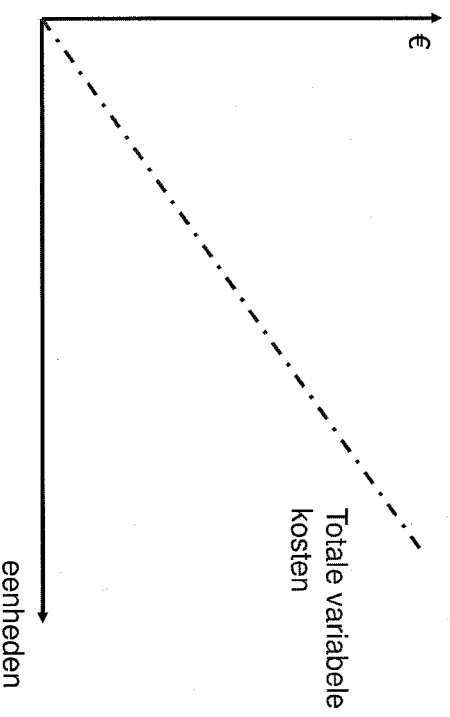
Kostensoorten en kostenindeling

Vaste kosten versus variabele kosten



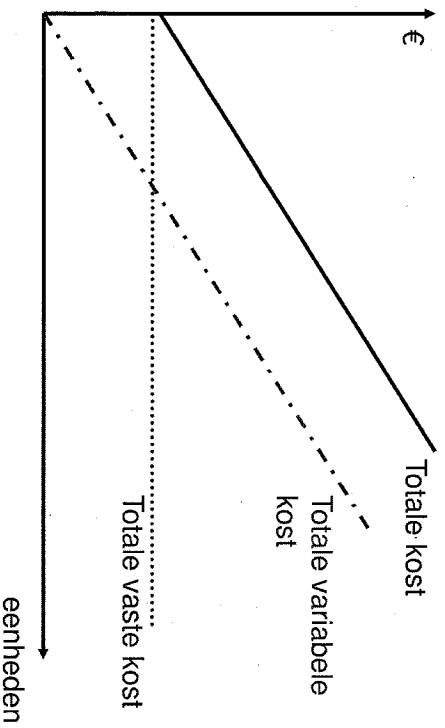
Kostensoorten en kostenindeling

Vaste kosten versus variabele kosten



Kostensoorten en kostenindeling

Totale kost: vaste kosten + variabele kosten



Break-even – analyse

Een break-even – analyse geeft aan hoeveel omzet een bedrijf moet realiseren om noch winst, noch verlies te maken.

Meer specifiek zou men kunnen stellen dat een break-even – analyse de kritische kostprijs van een product/dienst aangeeft waarbij noch winst noch verlies wordt gemaakt.

Contributiemarge-benadering

Via de contributiemarge-benadering weet men in welke mate de omzet – na aftrek van de variabele kosten – de vaste kosten kan dekken. De contributiemarge (CM) is dan ook gelijk aan:

$$CM = \text{Omzet} - \text{Variable Kosten}$$

Break-even – analyse : voorbeeld

- Wijnbouwbedrijf 6 ha, klassieke rassen, breed productengamma, opbrengst 40 hl/ha
- Investeringen : op 3 niveaus
 - voor telen druiven
 - voor vinificatie wijn
 - voor commercialisatie wijn

Te rekenen op 100.000 €/ha zonder gronden

Break-even – analyse : voorbeeld

- Vaste kosten zijn aanzienlijk en verhogen gevoelig de leefbaarheidstrempel van het geheel

• Directe variabele kosten	€ 4,41	(fles + inhoud)
• Operationele kosten	€ 3,42	(diverse goed. & dienst)
• Arbeidskosten	€ 1,53	(loon zaakvoerder+ arbeider)
• Financieringskosten	€ 0,67	(interesten op leningen)
• Totale gem. kostprijs per fles	€ 10,03	

Break-even – analyse : voorbeeld

- Investerings drukken door onderaanneming
- Investerings drukken door coöperatie
- Hou rekening met BTW en marge van uw klant
- Uw gamma moet break even zijn

Conclusie

- De kostprijs van ons product is op lange termijn de minimum grens van onze prijszetting!
- Wijnbouw in België voor de wijn is waanzin, enkel wijnbouw als onderdeel van een concept heeft een toekomstperspectief

