

Rapsvermarktung mit Plan

Dr. Reimer Mohr, Hanse Agro

In den letzten zehn Jahren haben die Landwirte weltweit der steigenden Nachfrage folgend die Ölsaatenproduktion insgesamt um 120 Mio. t auf 442 Mio. t gesteigert. Neben der wachsenden Nachfrage der Pflanzenöle als Nahrungsmittel und Biokraftstoff hat vor allem der zunehmende Geflügel- und Schweinefleischverbrauch die Nachfrage nach Ölschrot angeheizt. Dieser enorme Wachstumspfad hat weltweit durch Investitionen im vor- und nachgelagerten Bereich das Wirtschaftswachstum in vielen Ländern gestärkt. Von der Züchtung über den Bau von Ölmühlen, Biodieselanlagen, Mischfutterwerken, der Logistik bis zum Ausbau der Tierproduktion ist die Landwirtschaft ein wichtiger Pfeiler für die Weltwirtschaft.

Schwankende Rapspreise

Die Sojabohne ist mit einer Produktion von 258 Mio. t die Nummer 1 in der Ölsaatenproduktion. Mit 58 Mio. t folgt ihr die Rapsproduktion, die sich in den letzten 10 Jahren um 58% vergrößert hat. Die höchste Wachstumsrate weist die EU-27 mit einem Anstieg von 9 Mio. t auf 21 Mio. t auf. Damit ist sie weltweit der größte Rapsproduzent. Bei einer monatlichen Verarbeitung von 2 Mio. t reicht die heimische Produktion schon seit Jahren nicht aus, um den Bedarf der Ölmühlenindustrie zu decken. Daher ist die EU-27 auf Importe vom Weltmarkt, insbesondere aus der Ukraine und Australien, angewiesen.

Die sehr hohe globale Nachfrage nach Raps hat in den letzten Jahren zu einem Anstieg der Preise geführt. Aus der Preisgrafik wird aber deutlich, dass sich die Rapspreise nicht nur in eine

Richtung bewegen. Einem Preisanstieg folgen unerwartete Preiseinbrüche, und eine Talfahrt wird von einem Aufwärtstrend abgelöst. Witterungsmeldungen, die weltwirtschaftliche Entwicklung, Währungsschwankungen, eine veränderte Energiepolitik sowie politische Unruhen beeinflussen die Preisentwicklung an den Agrarmärkten. Aufgrund neuer Meldungen sterben jeden Tag die Preise des Vortages. Daher haben einige Landwirte das Gefühl, dass die Vermarktung nichts anderes als ein Lotteriespiel ist.

Vermarktungserfolg

Auswertungen zeigen aber, dass Landwirte einen entscheidenden Einfluss auf ihr Vermarktungsergebnis haben. So zeigt Tabelle 1, dass die erfolgreichen Landwirte Jahr für Jahr einen höheren Rapspreis erzielen, als weniger erfolgreiche Landwirte. Im Durchschnitt der letzten

sechs Auswertungsjahre lag ihr Rapspreis um 23 €/t höher als in der unteren Gruppe. Bei einem Rapsertag von 42 dt/ha sind dies 97 €/ha. Aus den Ergebnissen lässt sich weiterhin ableiten, dass alle Erfolgsgruppen einem ähnlichen Grundmuster in der Vermarktung folgen. Dies verdeutlicht das Preisverhältnis zum Getreide, das in allen Gruppen im Durchschnitt der Jahre bei annähernd 2 zu 1 liegt. Allerdings variiert es zwischen den Jahren erheblich. So lag das Preisverhältnis 2007/08 nur bei 1,3 zu 1 und 2008/09 2,6 zu 1. Dadurch, dass die Mehrzahl der Betriebe einen hohen Anteil ihrer Rapsproduktion bereits zwischen der Aussaat und der Ernte per Liefervertrag verkaufen, kann Raps in Jahren eines Aufwärtstrends, wie z.B. nach der Dürre 2007, nicht mehr vom Preisanstieg profitieren, während das Getreide, das mit einem deutlich geringeren Anteil vertraglich

gebunden ist, zu Höchstpreisen verkauft werden kann. Umgekehrt ist es bei einem Abwärtstrend. Das bisherige Vermarktungsverhalten der Betriebe hat damit einen Risikoausgleich zwischen den Kulturen geschaffen und glättet so die Betriebsergebnisse. Die frühe Rapsvermarktung hat zwei Gründe: Zum einen haben viele Landwirte großen Respekt vor der Rapslagerung, und zum anderen wird Raps jeden Tag im Jahr per Liefervertrag nachgefragt. Abgeleitet von der Börse in Paris erhalten die Landwirte so täglich faire Preisgebote.

Vermarktung mit System

Die schwankenden Agrarmärkte haben einen erheblichen Einfluss auf die Liquiditätsentwicklung der landwirtschaftlichen Betriebe. Es reicht schon seit Jahren nicht mehr aus, einmal im Jahr einen Liquiditätsplan zu erstellen und danach ein Jahr lang zu wirtschaften. Liquiditätspläne müssen heute regelmäßig überarbeitet werden. Abgeleitet von den Kursen an der Warenterminbörse in Paris lässt sich heute jeden Tag der Umsatz des Unternehmens für die nächsten zwei Jahre prognostizieren. Aus der Kostenplanung lassen sich die Produktionskosten für das kommende Jahr abschätzen, dabei birgt die Düngerpreisentwicklung die größte Unsicherheit. Diese lassen sich aber auch durch Vorverträge festschreiben. Die Landwirte sind damit in der Lage, die wirtschaftlichen Folgen von Preisänderungen sofort für ihr Unternehmen zu beurteilen.

So führten die Planungsrechnungen für 2011/12 in den Wintermonaten bei Rapspreisen von 430 bis 450 €/t und Weizenpreisen von 210 bis 230 €/t für mittlere Ackerbaubetriebe zu Unternehmergewinnen von 400 bis 550 €/ha. Der Unternehmergewinn enthält bereits Faktoransätze für die Entlohnung des Betriebsleiters, für das

Tab. 1: Entwicklung der Rapspreise und des Preisverhältnisses zu Getreide in den Erfolgsgruppen von 2004/05 bis 2009/10

Jahr	Rapspreis in €/t			Preisverhältnis zu Getreidepreis		
	25 %	Durchschnitt	-25 %	25 %	Durchschnitt	-25 %
2004/2005	225	221	218	2,1	2,2	2,3
2005/2006	232	214	207	2,1	2,1	2,1
2006/2007	253	246	236	1,8	1,9	1,9
2007/2008	320	281	264	1,4	1,3	1,3
2008/2009	377	388	362	2,3	2,6	2,6
2009/2010	311	292	290	2,6	2,5	2,4
Durchschnitt	286	274	263	1,97	2,0	2,02

Eigenkapital und für die Eigentumsflächen. Da die Faktoransätze „nur“ kalkulatorische Kosten sind, konnten eigentumsstarke Betriebe teilweise Überschüsse von 1.000 €/ha festschreiben. Für das Wirtschaftsjahr 2012/13 lagen die Prognosen um 200 €/ha niedriger. Das Auf und Ab der Märkte zeigt die Notwendigkeit Risiken zu begrenzen. So sorgten die politischen Krisen in Nordafrika und die Katastrophe in Japan für sehr viel Unruhe an den internationalen Märkten. Die Kurse fielen innerhalb weniger Tage bei Raps um 70 €/t auf 410 €/t, um anschließend in der gleichen Geschwindigkeit wieder auf das alte Niveau zu steigen. Neben der Beruhigung des Marktes wurde die Kurserholung durch die Auswinterung bei Raps in Nordostdeutschland, Polen, der Ukraine und Russland sowie der zu erwartende Flächenrückgang der Sojabohne in den USA gestützt.

Unsichere Ertragsentwicklung

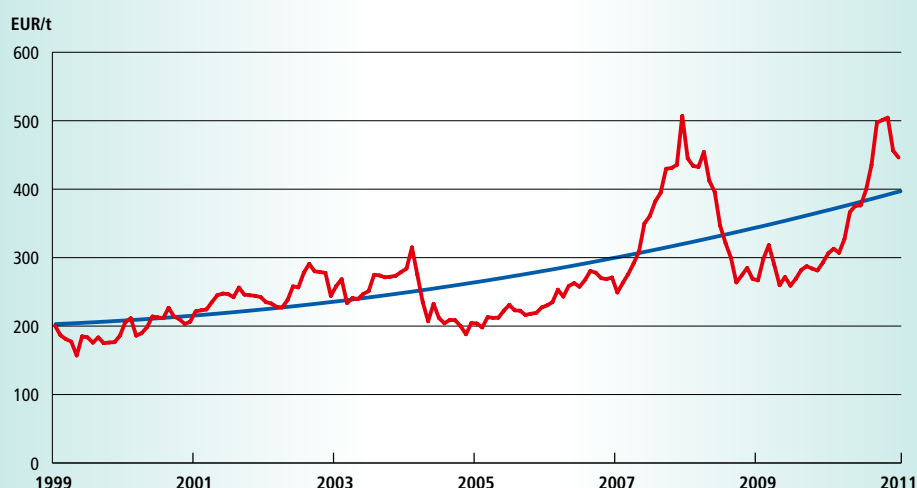
Aufgrund der widrigen Witterungsbedingungen während der Rapsaussaat und den Frösten im Februar und März waren viele Rapspflanzen schwach entwickelt. Die Auswinterungsgefahr war regional sehr hoch und die Ertragsent-

wicklung konnte nicht abgeschätzt werden. Daher haben viele Landwirte nicht den Mut gehabt, Raps in nennenswerten Mengen per Liefervertrag im Voraus zu verkaufen. Sie hatten berechtigterweise Angst, dass sie ihre Verträge nicht einhalten können und Deckungskäufe vornehmen müssen. In dieser Situation wären Put-Optionen hilfreich gewesen, die einer Mindestpreisabsicherung entsprechen. Der Landwirt erwirbt das Recht, aber nicht die Pflicht, Raps zu einem festgeschriebenen Preis zu verkaufen. Es besteht keine Lieferpflicht. Wenn der Preis über den festgeschriebenen Mindestpreis steigt, lässt der Landwirt die Option verfallen. Im sinkenden Markt löst er die Option ein, bzw. er kann das Bezugsrecht verkaufen. Der Nachteil der Option sind die vergleichsweise hohen Kosten. So wurden im Winter Optionen zum gegenwärtigen Rapskurs für 25 €/t gehandelt. Allerdings zeigen die Kursbewegungen der letzten Wochen von 50 bis 60 €/t, dass die Put-Option als ergänzende Vermarktungsstrategie ihre Bedeutung hat.

Fazit

Die hohen Preisschwankungen der letzten Monate zeigen, dass die Getreide- und Rapsvermarktung ein Ganzjahresprozess ist. Auf Basis eines mehrjährigen Liquiditätsplans kann die Markt- und Preisentwicklung für den eigenen Betrieb abgeschätzt werden. Dabei zeigt sich, dass Hochpreisphasen verstärkt für den Abschluss von Lieferverträgen genutzt werden sollten. Künftig werden neue Vermarktungsstrategien wie z.B. die Put-Option an Bedeutung gewinnen. Die Put-Option ist besonders bei einer unsicheren Ertragsentwicklung eine wichtige Ergänzung, um Hochpreisphasen für die Liquiditätsabsicherung zu nutzen.

Abb. 1: Preisentwicklung für Raps von 1999 bis 2011 in €/t



Dr. Reimer Mohr

Hanse Agro Unternehmensberatung GmbH
Fon 0511.70090-31
mohr@hanse-agro.de

