

Innovative Ideen in die Praxis umsetzen

„Das Agrarbusiness ist einem harten Wettbewerb um Absatzmärkte und Kunden ausgesetzt, der durch die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise an Intensität gewinnt“, bewertet Manfred Nüssel, Präsident des Deutschen Raiffeisenverbandes (DRV), die aktuelle Situation. Dabei verstärke die Deregulierung der Märkte die Preisvolatilität der wichtigen Agrarprodukte. „Die Rahmenbedingungen werden zunehmend schwieriger und erfordern vorausschauendes, nachhaltiges unternehmerisches Denken und Handeln“, so Nüssel. Dazu nennt er als zentrales Steuerungsinstrument die konsequente Umsetzung innovativer Ideen für das Marketing und wirksamer Strategien zur Kundenbindung.

Der erstmals im vergangenen Jahr verliehene Marketingpreis Agrarhandel hat seiner Meinung



Foto: DRV

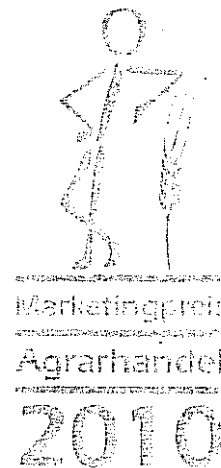
DRV-Präsident Manfred Nüssel:
„Der Agrarhandel ist eine vielfältige und kreative Branche.“

nach eindrucksvoll aufgezeigt, wie vielfältig und kreativ die Branche ist. „Das sollte allen Marktbeteiligten Mut machen und das Selbstbewusstsein stärken“, sagt Nüssel. Dem Agrarhandel komme als Bindeglied zwischen Industrie, landwirtschaftlichen Unternehmen und den verarbeitenden Stufen eine zentrale Rolle in der Wertschöpfungskette zu. Zudem verweist der DRV-Präsident auf die wichtigen Funktionen des Dienstleisters im ländlichen Raum und nicht zuletzt des Mitgestalters von Kulturlandschaften.

Seine Aufgabe als Jurymitglied sieht der DRV-Präsident darin, die Bandbreite der Branchenaktivitäten zu sichten und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es geht für Nüssel auch darum, das vorhandene Potenzial in den Unternehmen aufzuzeigen. Verant-

Marketingkonzepte mit Pfiff gefragt

Für den „Marketingpreis Agrarhandel“ können sich bis zum 23. April alle Unternehmen des privaten und genossenschaftlichen Agrarhandels in Deutschland bewerben, die ihre Marketingprojekte bis zum 1. April umgesetzt haben. Mit dem Projekt sollen strategisch neue Wege in der Kommunikation beschritten werden. Maßstab sind Erfolge in der Kundenbin-



dung, in neuen Geschäftsfeldern oder in der Öffentlichkeitsarbeit. Ausgeschrieben ist ein Preisgeld von insgesamt 15 000 €. Verliehen werden die Preise am 28. Juni dieses Jahres im Deutschen Fachverlag in Frankfurt a. M. Der „Marketingpreis Agrarhandel“ ist eine gemeinsame Initiative der Bayer Crop Science Deutschland GmbH und der Agrarzeitung (az). az

www.marketingpreis-agrarhandel.de

wortliche „vor Ort“ sollen mit dem Marketingpreis ermutigt werden, eigene Ideen umzusetzen und dann die Erfolge auch

publik zu machen. „Niemand sollte sein Licht unter den Scheffel stellen“, argumentiert Nüssel. Sz