



SONDERAUSGABE
zur
Grünen Woche
2026

ko:operativ

DAS RAIFFEISEN-MAGAZIN

Dezember / 25



Wertschöpfung in Zahlen

Der Deutsche Raiffeisenverband engagiert sich für die Interessen der genossenschaftlich orientierten Unternehmen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft.



79

Obst-, Gemüse-
und Gartenbau-
genossenschaften



66

Vieh-, Fleisch-
und Zucht-
genossenschaften



138

Winzer-
genossenschaften



147

Milch-
genossenschaften



492

Agrar-
genossenschaften



713

Waren- und
Dienstleistungs-
genossenschaften

Inhalt

Komplex

- 6 Genossenschaften:**
Gemeinsam stark für die
Lebensmittelversorgung
- 9 Erzeugung:** Agrargenossenschaften
- 10 Erfassung:** Auf Bergtour mit
dem Almtruck
- 16 Vermarktung:** Partner der Betriebe
- 19 Veredelung:** Genossenschaftliche
Weinproduktion

Konkret

- 20 Vertrauen wieder aufbauen:**
Bundeslandwirtschaftsminister
Alois Rainer im Interview
- 22 Angriff auf die Autonomie:**
Aktuelle Entwicklungen in der EU-Politik
- 24 Das Jahr 2025 in Bildern**
- 28 Delegationsreisen**
- 29 Grüne Woche 2026**
- 30 Werte verbinden:**
Das Projekt Image Genossenschaften

Kompakt

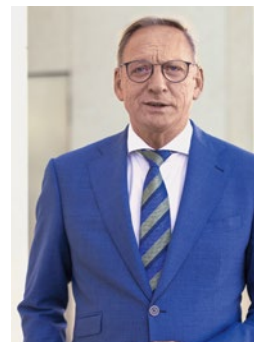
- 4 Neuigkeiten in Kürze**
- 5 Recht und Steuer:** Was sich 2026
für Unternehmen ändert
- 32 Neu beim DRV in Berlin**
- 34 Raiffeisen-Stiftung:**
Genossenschaften stärken

Standpunkt

Vor genau 250 Jahren hat Adam Smith sein Hauptwerk „Wohlstand der Nationen“ veröffentlicht – und die zentrale Botschaft daraus ist bis heute aktuell: Wohlstand entsteht durch Wettbewerb, Eigenverantwortung und Gewinnstreben (nicht zu verwechseln mit Gewinnmaximierung). Die Rolle des Staates sei es, verlässliche Rahmenbedingungen, Rechtssicherheit und Infrastruktur zu gewährleisten – ohne zu stark in die Marktmechanismen von Angebot und Nachfrage einzugreifen. Ludwig Erhard hat den Ansatz weiterentwickelt und die freie Marktwirtschaft mit der Notwendigkeit der sozialen Absicherung verbunden. Diese soziale Marktwirtschaft ermöglicht „Wohlstand für alle“ und trägt auch das genossenschaftliche Gen in sich: Teilhabe für alle.

Unabdingbar für diesen Wirtschaftsansatz ist Vertrauen. Nur wenn es ein gegenseitiges Grundvertrauen zwischen Unternehmen und Politik gibt, können freie Marktwirtschaft und notwendige Regeln in Balance gehalten werden. In den vergangenen Jahren ist dieses Gleichgewicht immer mehr gestört gewesen. Überregulierung, ausufernde Bürokratie und eine Flut an Berichtspflichten sind Ausdruck eines Staats, der den Unternehmen misstraut hat – und damit die Wirtschaft massiv geschwächt hat.

Daher ist es bemerkenswert, was Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer im ko:operativ-Interview sagt: „Seit Tag eins arbeite ich deshalb konsequent daran, dieses Vertrauen wieder aufzubauen.“ Dieser Ansatz spiegelt sich in der Arbeit des Ministeriums wider. Bei drohenden Bürokratiemonstern wie der EUDR oder CSRD und CS3D ist in Brüssel wieder eine politische Stimme aus Deutschland zu hören, die sich an der Lebenswirklichkeit der Agrar- und Ernährungswirtschaft orientiert. Beim Tierhaltungskennzeichnungsgesetz werden die wichtigen Argumente der Verbände gehört – und müssen nun umgesetzt werden. Und bei den von der EU geplanten Verschärfungen der Artikel 148 und 168 GMO bezieht Rainer klare Position zum Wohl der Branche. Er stemmt sich gegen diesen massiven Eingriff in die Grundprinzipien der sozialen Marktwirtschaft.



Franz-Josef Holzenkamp
DRV-Präsident

Impressum

ko:operativ – Das Raiffeisen-Magazin – Ausgabe **Dezember / 25**

Herausgeber Deutscher Raiffeisenverband e.V., Pariser Platz 3, 10117 Berlin

Projektleitung Martin Lohmann (V.i.S.d.P.), Telefon: 030/856 214 470, E-Mail: presse@drv.raiffeisen.de

Realisation BUNTEKUH Medien, Telefon: 025 01/801 3271, E-Mail: info@buntekuh-medien.de

Verlag LPV GmbH, Hülsebrockstraße 2–8, 48165 Münster

Druck Druckerei Joh. Burlage GmbH & Co. KG, Meesenstiege 151, 48165 Münster



Ausstellung im Europäischen Parlament

Vom 16. bis 20. März 2026 wird der DRV die Genossenschaftliche Vielfalt in der Agrar- und Ernährungswirtschaft im EU-Parlament in Brüssel präsentieren. Auf Einladung der bayerischen Abgeordneten Christine Singer wird der Ausstellungsbereich drei Tage lang das WIR-Gefühl vermitteln und die Rolle von genossenschaftlichen Unternehmen in der Wertschöpfungskette verdeutlichen.

Kommen Sie vorbei und setzen Sie sich mit uns gemeinsam an den Tisch, um über Innovationen auf dem Feld oder demokratische Mitbestimmung innerhalb von Genossenschaften zu sprechen. Genossenschaften sind eine tragende Säule der ländlichen Räume in Deutschland, Europa und der Welt. Wir freuen uns auf Sie!

Klarer, moderner, digitaler

Das neue Corporate Design des DRV präsentiert sich nicht nur klar und modern, sondern auch konsequent digital und zukunftsorientiert.

Der Deutsche Raiffeisenverband (DRV) hat im Jahr 2025 ein neues Erscheinungsbild bekommen. Inspiriert wurde es durch unser Logo: Die markanten Bögen symbolisieren unsere Eigenschaften und stehen für Stärken wie Wertschöpfung, gegenseitige Unterstützung und ein Lächeln.

Sie bilden ein zentrales Merkmal in der Gestaltung. Die Hauptfarbe bleibt das Raiffeisen-Grün. Alle Elemente wie Schrift und Grafik sind digital und barrierefrei gedacht und geben dem DRV an allen analogen und digitalen Kontaktpunkten ein modernes und klares Erscheinungsbild mit hohem Wiedererkennungswert für die genossenschaftlichen Organisationen und vereinen unsere Tradition mit einer klaren Ausrichtung auf die Zukunft.



An alles gedacht: Das neue Corporate Design ist vielseitig einsetzbar. Von Visitenkarten und Briefpapier über Geschäftsbericht und ko:operativ bis hin zu Social-Media-Kacheln und Video-Intros wurde alles modernisiert.



Wichtige rechtliche und steuerliche Neuerungen

Jedes neue Jahr bringt neben einem Neuanfang und guten Vorsätzen immer auch neue gesetzliche Vorgaben mit sich. Zudem gibt es einige steuerliche und rechtliche Regulierungen, die erst im Laufe des Jahres Geltung erlangen.

VON LAURA PIGNOL

Neues Produkthaftungsgesetz

Das Gesetz zur Modernisierung des Produkthaftungsrechts sieht eine grundlegende Reformierung des deutschen Produkthaftungsrechts vor. Dazu liegt ein Referentenentwurf vor, wonach auch digitale, KI-basierte Produkte als Produkte gemäß Haftungsrecht gelten und auch Komponenten wie Cloud-Services einbezogen werden. Der Entwurf sieht eine deutliche Ausweitung der Haftung vor. Das Gesetz soll im Dezember 2026 in Kraft treten.

Widerrufsbutton

Im Rahmen des Verbraucherschutzes soll im Online-Handel ein sogenannter Widerrufsbutton eingeführt werden, der es Verbrauchern ermöglichen soll, online geschlossene Verträge leichter zu widerrufen.

EU-Richtlinie zu NIS2

Kurz vor Ende des Jahres 2025 ist das NIS2-Umsetzungsgesetz verabschiedet worden. Damit werden die umfangreichen IT-Sicherheitsvorgaben ohne Übergangsfrist scharf gestellt. Vom Anwendungsbereich erfasste Unternehmen müssen sich innerhalb von drei Monaten bei den zuständigen Stellen registrieren. Prüfen Sie deshalb schnellstmöglich, ob Sie in den Anwendungsbereich fallen.

Degressive Abschreibung

Die im Rahmen des Investitions-Boosters wiedereingeführte befristete degressive Abschreibung gilt für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens, die nach dem 30.06.2025 und vor dem 01.01.2028 angeschafft oder hergestellt werden bzw. wurden und beträgt höchstens 30 Prozent. Weitere steuerliche Änderungen betreffen u.a. eine zum Ende 2025 noch laufende Überarbeitung des Strom- und Energiesteuergesetzes, die Wiedereinführung der Agrardieselmrückstattung sowie diverse Änderungen im Rahmen des Steueränderungsgesetzes 2025, welches bspw. eine Anhebung der Pendlerpauschale auf 38 Cent vorsieht.

Umsatzsteuerpauschalierung

Der in § 24 UStG verankerte Pauschalsteuersatz muss jährlich überprüft und ggf. per Rechtsverordnung durch das Finanzministerium mit Zustimmung des Bundesrates zum 01.01. des Folgejahres angepasst werden. Die Berechnung ergab, dass der Steuersatz von 7,8 Prozent auf 6,1 Prozent abgesenkt werden müsste. Aufgrund erheblicher Kritik war Mitte Dezember 2025 noch offen, ob eine Änderung zum 01.01. erfolgen wird oder erst im Laufe des Jahres 2026.

Verbraucherkreditrichtlinie

Mit der Umsetzung der EU-Richtlinie wird der Anwendungsbereich des Verbraucherdarlehensrechts voraussichtlich erheblich erweitert werden. So sollen künftig u. a. neben Kleinkrediten auch „Buy Now, Pay Later“-Modelle unter die Regelungen fallen und betreffen auch den Kauf auf Rechnung. Das nationale Umsetzungsgesetz soll ab Dezember 2026 anwendbar sein.

Nachhaltigkeitsbezogene Werbung

Im Rahmen der Umsetzung der EU EmpCo-Richtlinie zur Stärkung der Verbraucherinnen und Verbraucher für den ökologischen Wandel wird das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (GWB) angepasst. Ziel der Richtlinie ist ein Verbot von Greenwashing, das heißt von irreführenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen sowie einer Regulierung von Nachhaltigkeitsiegeln. Es soll ab Dezember 2026 wirksam werden. Weitere rechtliche Änderungen betreffen unter anderem das Wirksamwerden der Entgelttransparenzpflicht, die etappenweise Geltung der KI-Verordnung, die erstmalige Anwendung des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes, eine voraussichtlich über den Jahreswechsel andauernde Überarbeitung des Entwurfs zur Stärkung der genossenschaftlichen Rechtsform sowie die Verschiebung des Startzeitpunktes der EU-Entwaldungsverordnung auf Ende 2026.

Entlang der Wertschöpfungskette

Genossenschaften –
gemeinsam stark für die
Lebensmittelversorgung

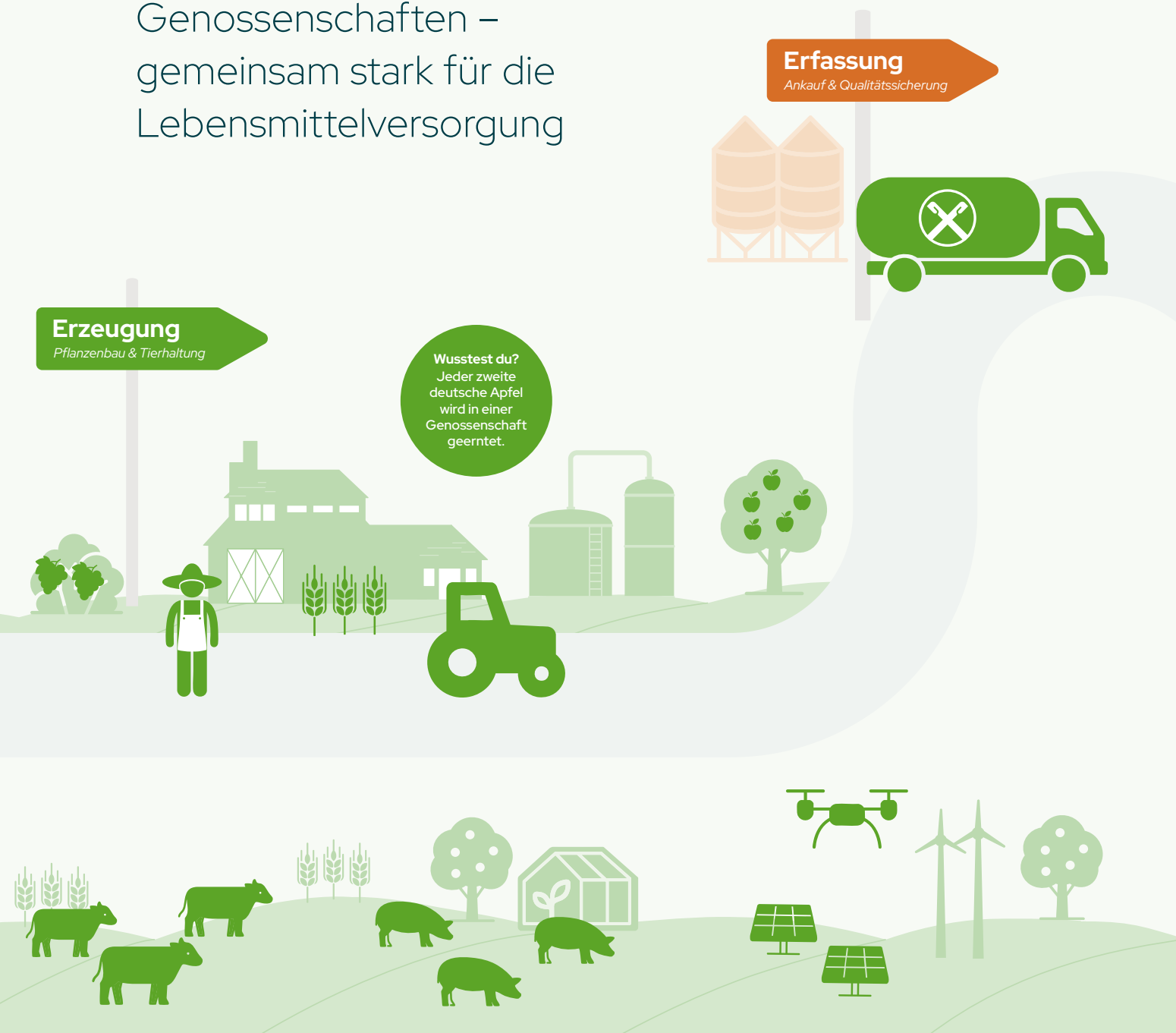
Erzeugung

Pflanzenbau & Tierhaltung

Wusstest du?
Jeder zweite
deutsche Apfel
wird in einer
Genossenschaft
geerntet.

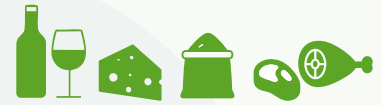
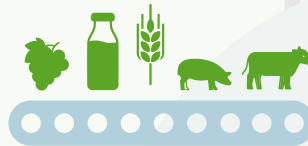
Erfassung

Ankauf & Qualitätssicherung



Veredelung

Rohstoffe > Produkte



Wusstest du?
Rund zwei Drittel der in Deutschland erzeugten Milch werden von genossenschaftlichen Unternehmen verarbeitet.



Vermarktung

Handel & Versorgung

Wusstest du?
Jede zweite Flasche deutscher Wein im Lebensmitteleinzelhandel kommt von einer Genossenschaft.



Wertschöpfungskette: Wie funktioniert das?

Die landwirtschaftliche Erzeugung bildet den Ursprung der Wertschöpfungskette. Sie umfasst den konventionellen und ökologischen **Anbau von Pflanzen** wie Getreide, Obst und Gemüse, ebenso die **Haltung von Nutztieren** wie Rinder und Schweine. Produziert werden qualitativ hochwertige Nahrungsmittel sowie mit dem Kreislaufgedanken Rohstoffe für Futtermittel und Energie. Die Genossenschaften beraten und unterstützen ihre Mitglieder beim ressourcenschonenden Einsatz von Betriebsmitteln mit **modernsten Technologien**. Ziel ist es, die **Qualität der Produkte** zu sichern bei gleichzeitiger Absicherung der Erträge und Schonung der Umwelt.

Erzeugung

Pflanzenbau & Tierhaltung



Agrargenossenschaften: Ausgangspunkt der genossenschaftlichen Wertschöpfungskette

VON GUIDO SEEDLER

Genossenschaftliche Unternehmen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft erzeugen, verarbeiten und handeln pflanzliche und tierische Produkte. Sie sind dadurch ein unverzichtbarer Teil der Wertschöpfungskette für Lebensmittel. Die landwirtschaftliche Erzeugung ist der Ausgangspunkt der Kette. Sie umfasst den konventionellen und ökologischen Anbau von Getreide, Gemüse und Obst ebenso wie die Haltung von Rindern, Schweinen und anderen Nutztieren. Auf dieser Stufe entstehen Nahrungsmittel sowie Rohstoffe für Futtermittel und Energie, die Basis für zahlreiche weitere Verarbeitungs- und Handelsstufen sind.

Leistungsstarke Produzenten

Vor allem in Ostdeutschland sind Agrargenossenschaften wichtige landwirtschaftliche Produzenten. Sie sind überwiegend aus den ehemaligen Landwirtschaftlichen Produktionsgenossenschaften (LPG) der DDR hervorgegangen und wurden nach der Wiedervereinigung in moderne Unternehmensformen überführt. In Agrargenossenschaften schlossen sich Familien, Einzelpersonen und landwirtschaftliche Betriebe zusammen, um gemeinsam zu wirtschaften. Sie teilen so nicht nur die Arbeitslast und die unternehmerische Verantwortung, sondern auch Maschinen, Flächen, Know-how und treffen ihre Entscheidungen demokratisch. Rund 800 dieser Genossenschaften bewirtschaften zusammen fast ein Drittel der landwirtschaftlichen Nutzfläche in Ostdeutschland. Neben Getreide wie Weizen und Gerste erzeugen sie auch Raps, Kartoffeln und Zuckerrüben sowie Milch und Fleisch. Mehrere Genossenschaften sind im Obst- und Gemüsebau aktiv. Darüber hinaus haben sie zahlreiche Projekte im Bereich der erneuerbaren Energien umgesetzt. Kaum ein Dach einer Maschinenhalle oder eines Stalls ist ohne Photovoltaikanlage, viele Biogasanlagen und Windräder stehen auf ihren Flächen.

Mehr als nur Landwirtschaft

Die Bedeutung der Agrargenossenschaften reicht aber weit über die Erzeugung agrarischer Rohstoffe hinaus. Über Tochtergesellschaften wie Schlachtereien, Hofläden, Restaurants verarbeiten und vermarkten sie ihre Produkte auch teilweise. Darüber hinaus unterhalten sie auch Unternehmen, die zur Sicherung der Grundversorgung im ländlichen

Raum beitragen. Dazu gehören u. a. Tankstellen, Bauunternehmen und Werkstätten. Hinzu kommt ein starkes gesellschaftliches Engagement: Viele Agrargenossenschaften unterstützen Kindergärten, Schulen, Vereine oder kirchliche Einrichtungen und tragen damit zur Stabilisierung des ländlichen Lebens bei. Damit nehmen Agrargenossenschaften heute eine Doppelrolle ein: Sie sichern als große, professionell organisierte Betriebe die landwirtschaftliche Produktion auf breiter Fläche und stärken gleichzeitig die wirtschaftliche, soziale und strukturelle Entwicklung des ländlichen Raums.

Ein Modell mit Zukunft

Die Entwicklung trägt dazu bei, dass sich Agrargenossenschaften zunehmend zu einem Zukunftskonzept gemeinschaftlicher und nachhaltiger Landbewirtschaftung entwickeln. Aufgrund ihrer Struktur werden Agrargenossenschaften häufig auch als „Mehrfamilienbetriebe“ bezeichnet. Neben den ostdeutschen Bundesländern entstehen inzwischen auch in Niedersachsen und Schleswig-Holstein erste Agrargenossenschaften, weitere Gründungen sind absehbar.

Partner im genossenschaftlichen Netzwerk

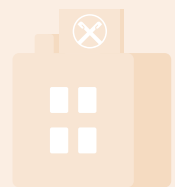
Agrargenossenschaften sind neben ihren eigenen unternehmerischen Tätigkeiten auch wichtige Partner für den genossenschaftlichen Agrarhandel. Sie vermarkten die Ernteprodukte vom Acker, die erzeugte Milch und das Fleisch werden von Molkerei- und Viehvermarktungs-genossenschaften erfasst und erfolgreich auf dem Markt platziert. Doch damit nicht genug. Genossenschaften unterstützen die landwirtschaftlichen Mitglieder nicht nur in der Vermarktung, sondern auch in der Erzeugung agrarischer Rohstoffe. So beliefert der genossenschaftliche Agrarhandel die Agrargenossenschaften mit Saatgut, Dünge- und Pflanzenschutzmitteln sowie landwirtschaftlichen Maschinen.

Der Agrarhandel berät seine Mitglieder in produktionstechnischen Fragen und trägt so dazu bei, die landwirtschaftliche Produktion und die Erfordernisse einer nachhaltigen Landbewirtschaftung in Einklang zu bringen. So werden verschiedene aktuelle Projekte erfolgreich gestartet, wie die Getreideerzeugung mit einem geringeren CO₂-Output erfolgen kann. ◀

Das Standortnetz der Genossenschaften ist das logistische Herz der landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Nach der Produktion werden die Rohstoffe aufgenommen, aufbereitet und gelagert. Die **präzise Erfassung** sichert dabei Qualität und Transparenz entlang des gesamten Prozesses.

Erfassung

Ankauf & Qualitätssicherung





Arbeit mit Ausblick: Der Almtruck unterwegs hoch in den Bergen des Berchtesgadener Lands.

Milcherfassung extrem: Auf Bergtour mit dem Almtruck

VON FLORIAN CHRISTNER – ZUERST ERSCHIENEN IM PROFIL 08/2025

Ein aufgelassener Steinbruch bei Niederhofen unweit von St. Johann in Tirol ist der Startpunkt einer Milchsammel-tour, die über steile Almwege bis auf 1.620 Meter Höhe führt. Dort lässt Martin Mooser an einem verregneten Julimorgen um 7.20 Uhr seinen Milchsammelwagen mit Anhänger ausrollen. Im Steinbruch kuppelt er den Hänger ab und lässt ihn vorläufig stehen. Später wird Mooser einen Teil der Milch in den Hänger umpumpen. Auf die Almen käme er mit dem gesamten Gespann ohnehin nicht.

Über schmale, aber asphaltierte und mäßig steile Straßen geht die Fahrt nach Süden über Kitzbühel hinaus. Zwei Lkw passen dort nicht aneinander vorbei. Als ein Muldenkipper entgegenkommt, ist guter Rat teuer. Der Kipperfahrer weicht in eine Garageneinfahrt aus, Mooser lässt zum Dank das Signalhorn des Lkw ertönen. Dann ist der erste Hof erreicht. Gut 1.700 Liter Bergbauernmilch nimmt Mooser auf, weitere 1.000 Liter folgen beim nächsten Stopp. Die Bäuerin reicht ein Haferl Kaffee heraus. Dann geht es unterhalb des Kitz-



Der Almtruck sammelt mit viel Power täglich die Milch in den Bergen ein.



büheler Horns in Richtung Kalksteinalmen, die auf knapp 1.200 Meter Höhe liegen. Mooser öffnet mit einem Chip eine Schranke, die den Almweg versperrt. Zufahrt nur für berechtigte Almfahrzeuge, der Sammelwagen der Molkerei Berchtesgadener Land gehört dazu. Wenige Minuten später ist die Baumgrenze erreicht, nun steuert Mooser seinen Lkw durch offenes Almgelände mit einem Wahnsinnspanorama. Zwischendurch werden die Wege steil. „500 PS hat das Fahrzeug, aber manchmal ist auch das zu wenig“, scherzt Mooser.

Mit viel Power auf den Berg

Für die Almtour rund um Kitzbühel hält die Molkerei Berchtesgadener Land zwei spezielle dreiachsige Sammelwagen vor, die sogenannten „Almtrucks“. Der zuschaltbare hydrostatische Vorderradantrieb sorgt für zusätzliche Traktion und schnelle Extra-Power in Steigungen. Er lässt sich



Der Trucker Martin Moser teilt sich die Tour mit zwei Kollegen.



auch während der Fahrt aktivieren, wenn es rutschig wird. Auf diese Weise kommt der Almtruck auch mit unbefestigten Wegen, losem Untergrund sowie mit Schlamm, Eis und Schnee zurecht. Drehen die Räder doch einmal durch, greift die Differenzialsperre. Auch bergab wirkt der Zusatzantrieb auf die Vorderachse und stabilisiert das Fahrzeug. In Verbindung mit einer verschleißfreien hydrodynamischen Dauerbremse kommt Mooser auch bei voller Zuladung gefahrlos den Berg wieder hinunter. Am Rand der Almwege tauchen immer wieder Kuhherden auf. Manche Tiere lassen sich vom herannahenden Almtruck nicht beeindrucken, andere machen Platz. „Jetzt am Morgen sind die Kühe noch draußen. Später am Tag, wenn es wärmer wird, bleiben sie lieber im Stall, Kühe mögen es kühl“, erklärt Mooser.

Auch die Sammelwagen anderer Molkereien sind auf den Almten rund um Kitzbühel unterwegs. Nach rund 50 Minuten

Fahrzeit ist eine der Kalksteinalmen und damit das Ziel erreicht. Wieder fließen gut 1.400 Liter Milch in den Tank des Almtrucks. Melker Daniel hält einen kurzen Schwatz mit Mooser. Heuer ist das Wasser knapp auf den Kalksteinalmen, teilweise müssen die Bauern es mit Tanks zu den Kühen fahren. Auf dem Rückweg nimmt Mooser bei einer anderen Alm weitere 1.500 Liter auf.

Mit leerem Tank geht es besser

Der Almtruck, Leergewicht 13 Tonnen, darf 13.000 Liter zuladen, im Anhänger sind noch mal 11.000 Liter erlaubt. Die Tanks würden mehr zulassen, aber dann würde das zulässige Gesamtgewicht überschritten. Zurück im Tal, pumpt Mooser die ersten 6.000 Liter in den Anhänger um. „Ich fahre lieber mit leerem Tank hoch“, meint der Almtrucker. Dann geht es durch Fieberbrunn hindurch, ehe Mooser erneut auf einen Almweg einbiegt, der über acht Kilometer dem Graben der Schwarzache folgt. Noch immer ist der Himmel wolkenverhangen, im Graben ist es düster. Sogar einen kurzen, kaum ausgebauten Tunnel muss Mooser mit seinem Truck durchqueren, um zu den Almten zu kommen.

Am Ende des Grabens öffnet sich der Blick auf eine weite, wilde Alm Landschaft, durchzogen von Skiliften. Der Regen ist stärker geworden, kleine Sturzbäche bahnen sich ihren Weg ►

Rechts aussteigen ist sicherer

Die Milch der rund 1.600 Mitglieder der Molkerei Berchtesgadener Land wird mit acht eigenen Fahrzeugen und außerdem durch elf Speditionen mit insgesamt 17 weiteren Fahrzeugen abgeholt. Dabei erbringen die Fahrer entlang der Alpen zwischen Zugspitze und Watzmann Höchstleistungen bei der Erfassung der täglich rund 1 Million Kilogramm Milch. Auf ihren Touren kommen sie in die entlegensten Winkel der Alpenregion auch in Lagen weit über 1.000 Höhenmeter – in Tirol sogar bis auf 1.600 Meter. Dabei steigen sie täglich rund 40-mal aus dem Fahrzeug und wieder ein. Das ist einer der Gründe, warum viele Milchsammelwagen der Molkerei Berchtesgadener Land für Deutschland eine Sondergenehmigung haben und von rechts gesteuert werden. So können die Fahrer vom Verkehr abgeschirmt nach rechts zum Straßenrand hin aus- und einsteigen. Das ist sicherer.

22

Tausend Liter Milch kamen auf der Sammeltour in den Bergen an einem Tag zusammen.



Nervenkitzel: Die Almtour für Berchtesgadener Land fährt nur, wer sich wirklich traut.

durch Gras und Geröll. Mittlerweile geht es seitlich steil bergab. Kommt der Lkw hier vom Weg ab, ist es wahrscheinlich vorbei. „Wenn es matschig ist, muss man schon aufpassen. Aber ich fahre seit mittlerweile elf Jahren Milchsammelwagen und diese Tour seit fünf Jahren. Ich kenne jede Kurve und jede Engstelle“, sagt Mooser. Die Gefahren sind Mooser bewusst, wenn er seinen Lkw über steile und steilste Almwege steuert. Doch beim Fahren blendet er sie aus. „Ein anderer Fahrer hat nach einigen Anlernfahrten die Tour abgelehnt. Angst und schwitzige Hände bei so einer Strecke, das bringt keinem was“, sagt Mooser. Aus diesem Grund gilt bei der Molkerei Berchtesgadener Land die Devise: Die Almtour rund um Kitzbühel fährt nur, wer sich das auch zutraut. Kein Fahrer wird dazu gezwungen.

Zum Abschied ertönt das Signalhorn

Rund 22.000 Liter frische Bergbauernmilch hat Mooser am Ende seiner Tour in den Tanks, 10.000 Liter im Anhänger und 12.000 Liter im Sammelwagen. Für den Rückweg zur Molkerei

nach Piding wird Mooser knapp eine Stunde brauchen, dann muss er noch Abtanken und die Tanks reinigen. Zu Hause erwarten ihn seine Frau, seine beiden kleinen Kinder – und 45 Milchkühe. Denn Mooser ist nicht nur Milchsammelwagenfahrer, sondern auch gelernter Landwirt und Landmaschinenmechaniker. Letztes Jahr hat er zusammen mit seiner Frau den Hof seiner Schwiegereltern übernommen und ist nun selbst Mitglied der Molkereigenossenschaft Berchtesgadener Land. Manchmal führt ihn eine seiner Sammeltouren auch über Ainring. „Dann hole ich meine eigene Milch ab“, sagt Mooser und muss lächeln.

Doch eines ist gewiss: So hoch wie bei der Tour zu den Kitzbüheler Almen kommt er sonst nicht hinauf. Aber dann ist er auch froh, wenn er wieder unten ist. Zum Abschied steigt Mooser in seinen Almtruck, lässt zum Gruß das Signalhorn ertönen und fährt vom letzten Hof – auf einer Straße, so eben wie in der Salzwüste. Den Almtruck wird es freuen. Höhenmeter hat er mit Mooser an diesem Tag schon genug erklommen. ◀

Vermarktung

Handel & Versorgung

Hinter jedem Schritt in der **Wertschöpfungskette** steckt der **Handel der Produkte** – von der Erzeugung über die Verarbeitung bis hin zum Absatz werden die landwirtschaftlichen Produkte vermarktet. **Der genossenschaftliche Zusammenschluss** hat das Ziel, für das einzelne Mitglied einen **Mehrwert** zu erwirtschaften.



Partner der Betriebe: Was Genossenschaften in der Viehvermarktung heute leisten



Gut betreut: Die genossenschaftlichen Vermarkter bieten viele Dienstleistungen rund ums Tier an.

VON JAN WÖHLBIER

Zwischen Ferkelstall und Kühlhaus liegt heute eine hochkomplexe Kette, die Landwirtinnen und Landwirte allein kaum überblicken könnten. Genossenschaften im Vieh- und Zuchtbereich verstehen sich deshalb längst nicht mehr nur als „Viehhändler“, sondern als Partner der Betriebe entlang der gesamten Produktions- und Vermarktungskette – von der Futterfrage über die Zucht bis zur Schlachtung.

In Deutschland wurden 2024 in den Schlachtbetrieben rund 48,7 Millionen Schweine, Rinder, Schafe, Ziegen und andere Großtiere geschlachtet. Den größten Teil davon machen mit rund 44,6 Millionen Schweine und rund 3 Millionen Rinder aus. Hinter diesen Zahlen stehen Zehntausende Familienbetriebe, deren Tiere über Erzeugergemeinschaften und genossenschaftliche Vermarktungsorganisationen gebündelt werden. Sie verhandeln Lieferbeziehungen mit verschiedenen Schlachthöfen, planen Schlachtzahlen, organisieren Transporte und

sorgen für eine verlässliche Abnahme der Tiere. Viele Vermarkter bieten darüber hinaus die Betreuung von der Ferkel- oder Kälberbeschaffung bis hin zur Vermarktung der fertigen Masttiere an. Futter, Gesundheit und Wirtschaftlichkeit werden dabei gemeinsam in den Blick genommen. Oft gehören eigene Beratungsdienste oder Kooperationen mit Futtermittel- und Tiergesundheitsexperten sowie Erzeugerringen zum Paket.

Aufzucht und Vermarktung

Tierwohl-, Qualitäts- und Regionalprogramme sind heute zentrale Bausteine für Aufzucht und Vermarktung. Lebensmitteleinzelhandel, Schlachtbetriebe und Erzeugergemeinschaften arbeiten dabei eng zusammen. Genossenschaften begleiten ihre Mitglieder bei der Umstellung auf höhere Haltungformen, unterstützen bei Stallumbauten, Dokumentation und Auditvorbereitung und übersetzen die Anforderungen

44,6

Mio. Schweine wurden
2024 in Deutschland
geschlachtet.

der Programme in praxistaugliche Lösungen. Ein Gewinn für beide Seiten: Betriebe erhalten im Erfolgsfall eine vertraglich gesicherte Abnahme und Zuschläge pro Tier für höhere Tierwohlstandards; Genossenschaften können größere Vermarktungspakete schnüren und die Nachfrage des Marktes verlässlich bedienen. Diese Tierwohl-, Qualitäts- und Regionalprogramme haben die Komplexität der Lieferketten erheblich erhöht: Für die Tiere steht heute oft schon viel früher fest, in welchem Schlachthof sie verarbeitet werden und in welchem Supermarkt ihr Fleisch später verkauft wird. Das hat den Aufgabenbereich des Viehhändlers erheblich vielschichtiger gemacht und erfordert viel Know-how, um die vertragliche Bindung innerhalb der Kette sicherzustellen.

Wo Tiere verarbeitet werden, sind Schlachthöfe unverzichtbare Partner in der Kette. Viele genossenschaftliche Vermarkter kooperieren mit mehreren Schlachtbetrieben oder sind über Beteiligungen eng eingebunden. Das ermöglicht eine abgestimmte Logistik, regionale Vermarktungswege und die gemeinsame Entwicklung von Marken- oder Regionalfleischprogrammen. Genossenschaften treten dabei als Interessenvertreterin der Betriebe auf. Sie bündeln Mengen, stimmen Anforderungen ab und sorgen dafür, dass Erlöse transparent an die Mitglieder weitergegeben werden.

Zweite Säule: Zuchtgenossenschaften

Zusätzlich gibt es im genossenschaftlichen Verbund eine zweite starke Säule: die Zuchtgenossenschaften. Sie verbinden klassische Aufgaben wie Herdbuchführung, Zuchtwertschätzung, Zuchtviehvermarktung und Besamungsservice mit modernen Dienstleistungen rund um Fruchtbarkeit, Gesundheitsmonitoring und Datenmanagement. Große Zuchtorganisationen betreuen heute mehrere Hunderttausend

Herdbuchkühe und bieten „Rundum-Pakete“: von der Anpaarungsberatung über die Lieferung von Spermata und Zuchtvieh bis hin zu Projekten für Klauengesundheit, Langlebigkeit oder neue Zuchtmerkmale.

Auch in der Vermarktung von Zucht- und Nutztvieh spielen diese Genossenschaften eine zentrale Rolle. Sie organisieren Auktionen und Online-Marktplätze, bündeln Exportchargen und beraten Betriebe bei der strategischen Ausrichtung ihrer Herden – etwa, ob der Schwerpunkt eher auf Milch, Fleisch oder Doppelnutzung liegen soll. Damit tragen sie dazu bei, dass heimische Genetik national und international gefragt bleibt und die Betriebe ihre Herden kontinuierlich an neue Marktanforderungen anpassen können.

Genossenschaften im Vieh- und Zuchtbereich leisten damit deutlich mehr, als Tiere „vom Hof zu holen“. Sie sichern Absatz, schaffen Marktzugang für kleinere Betriebe, entwickeln Tierwohl- und Qualitätsprogramme, bieten Beratung zu Tiergesundheit und Zucht, bündeln Daten und Wissen und vertreten die Interessen ihrer Mitglieder gegenüber Handel und Schlachtbetrieben. In einem Umfeld mit schwankenden Preisen, steigenden Erwartungen an Tierwohl und Klimaschutz sowie wachsenden Dokumentationspflichten sind sie damit ein unverzichtbares Glied, um die Tierhaltung wirtschaftlich, nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. ◀



Gut gelebt: Tierwohl und Tiergesundheit rücken immer mehr in den Blickpunkt.

Veredelung

Rohstoffe > Produkte

In der **Veredelung** von landwirtschaftlichen Produkten spielen Genossenschaften eine wichtige Rolle: Rohstoffe wie Getreide, Obst, Milch und Fleisch werden ressourcenschonend **in höherwertige Produkte verarbeitet**, beispielsweise Saatgut, Futtermischungen, Energieprodukte, Joghurt und Käse, Wurst, Wein oder Mehl für Bäckereien.



Genossenschaftliche Weinproduktion: Gemeinsam stark von der Traube bis ins Glas

VON ELISA HOFFMANN

Die deutsche Weinwirtschaft ist geprägt von Vielfalt, Tradition und Qualität. Ein unverzichtbarer Bestandteil dieser Struktur sind die Winzer- und Weingärtnergenossenschaften. Seit über 100 Jahren bilden sie das Rückgrat vieler Anbaubereiche und sichern die Existenz Tausender Familienbetriebe. Besonders in Baden und Württemberg ist der genossenschaftliche Gedanke tief verwurzelt: Hier bewirtschaften die Familienbetriebe ihre Weinberge, liefern die Trauben an ihre Genossenschaft und profitieren von einer gemeinsamen Vermarktung, die Einzelbetrieben allein kaum möglich wäre.

Das Prinzip der Bündelung: Effizienz und Qualität durch Kooperation

Die Stärke der Genossenschaften liegt in der Bündelung aller Produktionsschritte: Während der Anbau und die Pflege der Reben in den Mitgliedsbetrieben oftmals über Generationen hinweg erfolgt, beginnt die eigentliche Transformation in der Genossenschaftskellerei. Zur Lesezeit werden die Trauben angeliefert, gewogen, geprüft und dokumentiert – ein Prozess, der Transparenz und Fairness garantiert. Anschließend übernehmen erfahrene Kellermeister die Veredelung: Mit modernster Kellertechnik und gemeinschaftlich finanzierten Investitionen entstehen Weine, die höchsten Qualitätsansprüchen genügen.

Diese Bündelung schafft nicht nur Effizienz, sondern auch Chancen für Innovation: von der nachhaltigen Bewirtschaftung bis zur Entwicklung neuer Weinstile. Die Mitglieder bleiben dabei Eigentümer und Entscheider – ein demokratisches Prinzip, das die genossenschaftliche Idee ausmacht.

Baden und Württemberg: Hochburgen der Genossenschaften

In Württemberg bewirtschaften Genossenschaften rund zwei Drittel der gesamten Rebfläche. Regionale Spezialitäten wie Trollinger oder Lemberger verdanken ihre Profilierung der gemeinsamen Verarbeitung und Vermarktung. Auch in Baden prägen Genossenschaften das Bild: Sie bündeln die Vielfalt der neun Weinbaubereiche – vom Kaiserstuhl bis ins Markgräflerland – und sichern den Betrieben den Zugang zu Märkten, die für Einzelwinzer kaum erreichbar wären. Beide Regionen zeigen, wie Veredelung im genossenschaftlichen Verbund funkti-



oniert: Aus vielen kleinen Traubenlieferungen entsteht ein breites Portfolio. Die gemeinsame Vermarktung unter starken Marken sorgt für Sichtbarkeit im Lebensmitteleinzelhandel, im Export und in der Gastronomie. So entsteht aus regionaler Vielfalt ein gemeinsamer Auftritt mit hoher Strahlkraft.

Warum dieses System Zukunft hat

Genossenschaften sind mehr als ein Zusammenschluss – sie sind Wertschöpfungsgemeinschaften. Sie ermöglichen Investitionen in Kellertechnik, Qualitätsmanagement und Marketing, die für Einzelbetriebe nicht finanzierbar wären. Gleichzeitig sichern sie die Existenz vieler Familienbetriebe, die ihre Trauben zuverlässig absetzen können. In einer Branche, die von internationalem Wettbewerb und steigenden Anforderungen geprägt ist, bietet die genossenschaftliche Veredelung Stabilität, Qualität und Innovationskraft. Sie ist damit ein Paradebeispiel für gelebte Solidarität und wirtschaftliche Stärke – und zeigt, wie Kooperation auch in Zukunft eine tragende Rolle in der deutschen Weinwirtschaft spielen wird. ◀

Vertrauen wieder aufbauen

Landwirtinnen und Landwirte sollen wieder mehr Zeit für ihre Höfe haben und weniger Zeit mit Bürokratie verbringen – das ist eines der wichtigsten Ziele des neuen Ministers für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat Alois Rainer (CSU).



INTERVIEW: CHRISTOPH METZNER

Sehr geehrter Herr Bundesminister Rainer, welche Bilanz ziehen Sie aus Ihren ersten Monaten als Landwirtschaftsminister?

Als ich mein Amt übernommen hatte, wurde mir schnell klar, wie viel Vertrauen in der Agrarpolitik in den vergangenen Jahren verspielt worden war. Nehmen Sie die massiven Proteste nach der Streichung des Agrardiesels – in meinen Augen die größte agrarpolitische Fehlentscheidung der Ampel. Aber auch der Blick nach Brüssel zeigt, dass immer neue Auflagen viele Betriebe regelrecht erdrückt haben. Seit Tag eins arbeite ich deshalb konsequent daran, dieses Vertrauen wieder aufzubauen. Es ist Zeit, dass sich was dreht – und zwar schnell. Ich will wirklich etwas erreichen, für alle Bereiche meines Ministeriums. Deshalb habe ich einen Kurswechsel in der Agrarpolitik eingeleitet. Es geht

um Entlastungen und mehr Freiräume für die Höfe, damit sie wettbewerbsfähig bleiben. Unsere ersten Erfolge zeigen, dass diese neue Ausrichtung wirkt: Wir bauen stetig Bürokratie ab, der Wolf wird ins Jagdrecht aufgenommen und die volle Agrardieselrückvergütung ist zurück.

Zentrales Vorhaben der Bundesregierung ist die Reduzierung von Bürokratie und Berichtspflichten, wie kommt das BMLEH da voran?

Bürokratie ist eines der größten Wachstumshemmnisse unseres Landes – deshalb hat in meinem Haus der Bürokratieabbau höchste Priorität. Gleich zu Beginn habe ich eine Stabsstelle dafür geschaffen – direkt beim Staatssekretär – und wir liefern: Seit meinem Amtsantritt haben wir die landwirtschaftlichen Betriebe um mehr als 20

„Verlässlichkeit und Planungssicherheit müssen unsere Ziele heißen statt Bürokratie und Kontrolle.“

Alois Rainer, Bundeslandwirtschaftsminister

Millionen Euro an Bürokratiekosten entlastet. Mit der Abschaffung der Stoffstrombilanzverordnung haben wir ein echtes Bürokratiemonster beseitigt. Weitere Schritte folgen – dabei auch immer mit der Brille: Keine deutschen Sonderwege über EU-Vorgaben hinaus. Das hat nur einen Effekt, nämlich unsere deutsche Wirtschaft im internationalen Wettbewerb auszubremsen. Im Weinbau streichen wir daher Meldungen, die das EU-Recht nicht mehr fordert. Auch beim Antibiotikaeinsatz reicht künftig eine jährliche Meldung – mehr verlangt Brüssel nicht. Mein Ziel ist klar: Unsere Landwirtinnen und Landwirte sollen wieder mehr Zeit für ihre Höfe haben und weniger Zeit am Schreibtisch verbringen.

Deutschland will auf europäischer Ebene stärker vorgehen, der sprichwörtliche „German Vote“ (Enthaltung) soll der Vergangenheit angehören. Bei der EUDR hat das hervorragend funktioniert und Deutschland ist vorgegangen – ein guter Auftakt für ein entschlosseneres Auftreten in Brüssel?

So ist es, bei der EUDR konnte tatsächlich erst durch den Kompromissvorschlag der Bundesregierung ein Durchbruch erreicht werden. Wir unterstützen das Ziel des globalen Waldschutzes ohne Wenn und Aber. Doch die bisherige Verordnung ist ein bürokratisches Ungetüm und läuft damit allen unseren Bemühungen um Bürokratieabbau zuwider. Es darf nicht sein, dass unsere Waldbesitzer und bäuerlichen Betriebe sowie unsere gesamte Wertschöpfungskette für Entwaldungsprobleme verantwortlich gemacht werden, die bei uns schlicht nicht existieren. Das hat die Bundesregierung klar zum Ausdruck gebracht und ich bin optimistisch, dass Brüssel dank der erneuten Verschiebung endlich eine praxistaugliche Umsetzung hinbekommt. Das ist stets mein Fokus in Brüssel – gerade auch

bei der Agrarpolitik. Ich setze mich dafür ein, dass unsere Landwirtinnen und Landwirte eine GAP erhalten, die sich an der Realität ihrer Höfe orientiert. Verlässlichkeit und Planungssicherheit müssen unsere Ziele heißen statt Bürokratie und Kontrolle.

Was sind für Sie persönlich die wichtigsten politischen Anliegen für diese Wahlperiode?

Mehr Vertrauen in die unternehmerische Freiheit und weniger Bürokratie sind für mich – wie erwähnt – zentral. Das ist meine Richtschnur für alle Vorhaben, die aus meinem Haus oder aus Brüssel kommen. Aber es gibt noch weitere Ziele. Wir alle wissen, dass die Zeiten leider nicht mehr so friedlich sind wie noch vor einigen Jahren. Wir müssen auch unsere Ernährungsversorgung im Krisenfall sichern. Ich habe vorgeschlagen, statt wie bisher nur Rohprodukte auch Lebensmittel einzulagern, die man direkt essen kann. Damit würden wir ein zusätzliches Sicherheitsnetz einziehen. Und wir müssen bei Krisenübungen auch die Landwirte aktiv einbeziehen. Die Ernährungsversorgung ist zentraler Teil der kritischen Infrastruktur – das muss sich jeder klarmachen! Außerdem habe ich Mitte Dezember unsere Agrarexportstrategie vorgestellt und Agrarexporte damit zur Priorität gemacht. Mit der Strategie wollen wir vor allem kleine und mittlere Unternehmen noch stärker als bisher dabei unterstützen, neue Märkte zu erschließen und insgesamt unsere Agrarexporte nachhaltig zu steigern. Made in Germany ist eine starke Botschaft – dieses Potenzial wollen wir besser nutzen. ◀

Alois Rainer ist am 7. Januar 1965 in Straubing geboren, verheiratet und Vater zweier Söhne. Er ist gelernter Metzgermeister und zog 2013 erstmalig als direkt gewählter Abgeordneter der CSU in den Bundestag ein. In seinem Wahlkreis Straubing wurde er auch 2017, 2021 und 2025 wiedergewählt. Von 2021 bis 2025 war er Vorsitzender des Finanzausschusses des Deutschen Bundestages. Seit Mai 2025 ist er Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat.

Angriff auf die Autonomie

Änderungen an der Gemeinsamen Marktorganisation (GMO): Wenn eine vermeintliche „Stärkung der Landwirte in der Lebensmittelkette“ tatsächlich zu einer Schwächung führt.



Landwirtschaftliche Erzeugnisse:

Das eigentliche Ziel von Artikel 168 ist es, die Position der Erzeuger zu stärken.

VON PAULA PICKERT

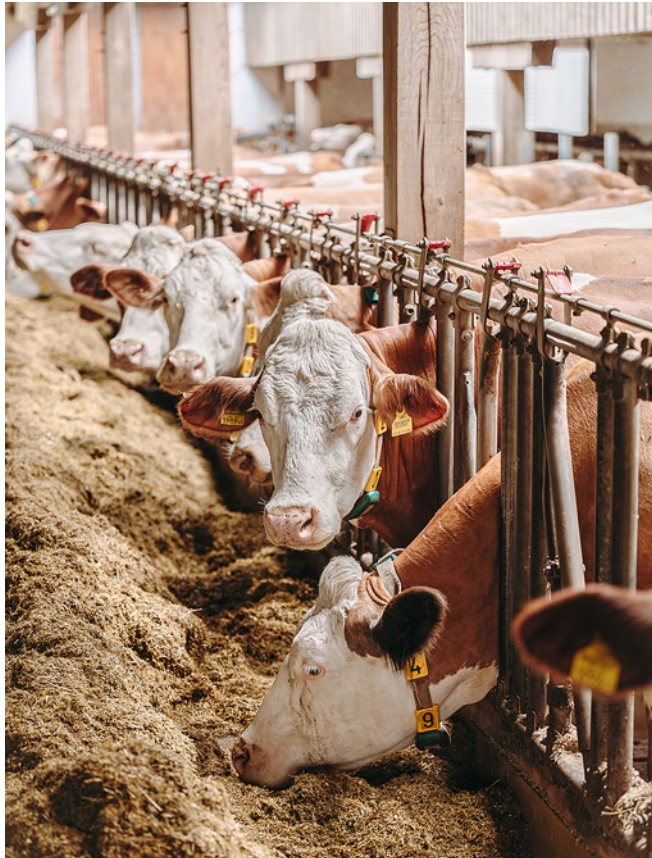
Die EU-Kommission sieht Änderungen der gemeinsamen Marktorganisation vor, welche zu Marktverzerrungen, weniger Wettbewerbsfähigkeit des Agrarstandorts Deutschland sowie einem Bürokratiezuwachs führen würden. Das Ziel, die Stellung von Landwirten in der Lebensmittelkette zu stärken, wird der Entwurf deutlich verfehlen.

Die Verordnung über die gemeinsame Marktorganisation (GMO) enthält Regelungen für landwirtschaftliche Erzeugnisse, EU-Qualitätsregelungen (geografische Angaben) und Unterstützungsmaßnahmen für abgelegene Regionen. Das Ziel dieser Verordnung besteht ursprünglich darin, Agrarmärkte mit Unterstützungsmaßnahmen auf neue Herausforderungen vorzubereiten, Verfahren zu vereinfachen und Kohärenz mit anderen Verordnungen im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) sicherzustellen.

Kurz nachdem der Luxemburger Christophe Hansen das Amt des Agrarkommissars von seinem polnischen Vorgänger Janusz Wojciechowski übernahm, veröffentlichte die EU-Kommission im Dezember 2024 einen Entwurf, um Änderungen an dieser Verordnung vorzunehmen. Dies erschien als Reaktion auf die europaweiten Bauernproteste notwendig, allerdings endete es in einer Übersprunghandlung.

Eingriff in die Satzungsautonomie

Aktuell ist die Implementierung der Artikel 148 (Milch) und Artikel 168 (landwirtschaftliche Erzeugnisse außer Zucker) jedem Mitgliedstaat freigestellt. Dies könnte sich zukünftig ändern. Neben diesem massiven Eingriff in die genossenschaftliche Satzungsautonomie hat die EU-Kommission weitere inhaltliche Änderungen vorgeschlagen: Die Einführung eines Mediationsmechanismus, einer Revisionsklausel für



Milchwirtschaft: Lieferverträge sollen reguliert werden.

Verträge und weiterer verbindlicher Kriterien für den Vertragsabschluss, wie zum Beispiel die Einbindung von Produktionskosten in die Preisgestaltung. Für Genossenschaften soll es eine Ausnahme geben, sofern sich alle Kriterien, die für Verträge eingeführt würden in der Satzung oder Lieferordnung der Genossenschaft widerspiegeln, was in der Praxis so allerdings nicht funktionieren wird. Die verpflichtende Umsetzung in allen Mitgliedstaaten und die vorgeschlagenen Änderungen würden Genossenschaften in ihrer Position erheblich schwächen und somit auch die Verhandlungsposition ihrer Mitglieder, der Landwirtinnen und Landwirte.

Noch (Stand Mitte Dezember 2025) wird das Dossier in Brüssel verhandelt. Der Rat hatte unter polnischer Präsidentschaft im ersten Halbjahr bereits eine Einigung erzielt, die Deutschland ablehnte. Anschließend hat sich das Parlament positioniert und mit der französischen Berichterstatte-



rin Celine Imart sogar noch schärfere Forderungen aufgestellt, als die Kommission ohnehin plante. Das Trilogieverfahren, die Verhandlungen zwischen Kommission, Parlament und Rat, sind aktuell auf der Zielgeraden und könnten noch bis Ende 2025 abgeschlossen werden. Damit würde eine Einigung noch vor Ende der dänischen Ratspräsidentschaft gefunden werden.

Die Änderungen sind EU-weit umstritten

Der DRV hält die bisherigen Regelungen in der GMO für ausreichend und lehnt die geplanten Änderungen ab. Eine freie Marktwirtschaft bedeutet für uns, dass Angebot und Nachfrage die entscheidenden Faktoren sind, auf die wir uns verlassen, denen wir vertrauen und welche letztlich die Preise bestimmen. Diese Auffassung teilen aber nicht alle Mitgliedstaaten in der EU, weshalb wir mit unserer Ablehnung der Änderungen an der GMO eine Minderheit abbilden. Länder wie Dänemark, Irland oder Schweden teilen unsere Auffassung. Diese Länder reichen aber als Verbündete nicht aus, ein wirkungsvolles Gegengewicht zu Frankreich, Spanien und Italien zu sein, die verpflichtende Vertragsbestandteile und gesetzlich festgelegte Regeln unterstützen. Die Berichtserstatlerin Celine Imart bekam daher auch große Rückenbedeckung ihrer Fraktion der Europäischen Volkspartei (EVP), obwohl die deutschen EVPLer geschlossen gegen ihre Position stimmten. Es war also weniger eine Abstimmung, die politisch die Positionen der unterschiedlichen Fraktionen abbildete, als eine Abstimmung, welche die unterschiedlichen Länderinteressen aufzeigte.

Dies verdeutlicht umso mehr, dass die unterschiedlichen Strukturen in den einzelnen Ländern eine individuelle Betrachtung von Lösungen erfordern und nicht durch eine One-Size-fits-all-Lösung erreicht werden können. Vielleicht ist eine Folgenabschätzung vor der Veröffentlichung eines neuen Vorschlags beim nächsten Mal doch eine gute Option, liebe EU-Kommission? ◀



Aufbruchstimmung: Mit einer Rekordbesucherzahl von 350 Führungskräften der genossenschaftlichen Agrar- und Ernährungswirtschaft startete der Deutsche Raiffeisentag am 4. Juni 2025 in Berlin – gut vier Wochen nach dem Amtsantritt der Ministerinnen und Minister des Kabinetts Merz.



Antrittsbesuch: Der neue Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat Alois Rainer (CSU) bekräftigte, dass der DRV und seine Mitgliedsunternehmen wichtige Ansprechpartner für sein Ministerium seien und ließ keinen Zweifel an der Bedeutung von Genossenschaften.

Für die besten Lösungen

Deutscher Raiffeisentag 2025: DRV-Präsident Franz-Josef Holzenkamp erneuert sein Angebot an die Politik, „gemeinsam auf Augenhöhe um die besten Lösungen zu ringen“.



Die mehr als 1.600 Genossenschaften und genossenschaftlich orientierten Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Deutschland sind bereit für eine neue Ära der Zusammenarbeit zwischen Politik und Wirtschaft. Dieses Signal ging deutlich vom Deutschen Raiffeisentag 2025 aus. „Unsere Unternehmen stehen auf dem Startblock, um nun schnell die Fesseln zu lösen und ins Machen zu kommen. Es herrscht Aufbruchstimmung“, sagte der Präsident des Deutschen Raiffeisenverbands (DRV) Franz-Josef Holzenkamp.

„Genossenschaften sind Macher und nicht Verhinderer.“
Minister Alois Rainer



„Das Büfett ist eröffnet“ – gute Stimmung beim Begegnungsabend im DogTap Berlin.



Genossenschaften als wichtige Versorger:

Dazu sprach Generalleutnant André Bodemann, Stellvertreter des Befehlshabers des Operativen Führungskommandos der Bundeswehr und Kommandeur Territoriale Aufgaben. „Wir befinden uns noch nicht im Krieg, aber auch nicht mehr im Frieden.“



Klug und kurzweilig: Michael Koch (AMI), Prof. Dr. Hannelore Daniel (TU München), Christoph Metzner (DRV), Franz-Josef Holzenkamp (DRV) und Björn Fromm (BVLH) diskutierten über Ernährungstrends und ihren Einfluss auf die Wertschöpfungsketten.



Anpacken und umsetzen: Dirk Wiese (links), 1. Parlamentarischer Geschäftsführer der SPD-Bundestagsfraktion, hatte im Gespräch mit Christoph Metzner (DRV) die Wirtschaft fest im Blick.

„Ein Onkel mit Geschenk ist besser als eine Tante, die Klavier spielt.“

Aki Reinke, Union Investment



Für Humor ist der scheidende Vorstandsvorsitzende von Union Investment Hans Joachim „Aki“ Reinke bekannt. Beim Wirtschaftsforum des Deutschen Raiffeisentages würzte er damit seine aktuelle Analyse der wirtschaftlichen Lage.



Gemeinsam entscheiden: Das gehört zur genossenschaftlichen DNA dazu – und zur DRV-Mitgliederversammlung.

Zwischen Genuss und Windböen

Beim Weinempfang 2025 gab es klare Botschaften:
Die Branche steht unter Druck.



Gesprächsbereit: Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer nahm die Anliegen der Branche ernst und zeigte sich offen für weitere Gespräche.



„Wie Laub harken bei Sturm“:

DRV-Präsident Franz-Josef Holzenkamp ermahnte die Bundesregierung, beim Abbau von Bürokratie und Berichtspflichten nicht nachzulassen. Vor allem in Brüssel müsse die Bundesregierung deutlich ihre Stimme erheben und klare Position für die deutsche Wirtschaft beziehen. An die rund 200 Gäste aus Politik und Wirtschaft appellierte er: „Die wirtschaftliche Lage vieler Unternehmen ist angespannt – die Betriebskosten steigen, die Erlöse stagnieren, der Konsum geht zurück. Wir brauchen ein starkes Signal für unsere Herkunft und unsere Qualität – und das möglichst schnell.“



Genuss kommt von Genossenschaft: Nach vielen klaren Worten kam auch der Genuss nicht zu kurz.



Große Chancen: Auch die amtierende Deutsche Weinkönigin Anna Zenz setzte ein klares Zeichen: „Die Weinbranche ist innovativ und zukunftsorientiert. Gerade die junge Generation entdeckt den verantwortungsvollen Weingenuss neu – das ist eine große Chance für unsere Herkunft und unsere Betriebe.“



Imagewandel: Der DRV-Fachausschussvorsitzende Frank Jentzer wies auf die vielfältigen Herausforderungen hin: von der Kostenentwicklung über den Pflanzenschutz bis hin zur Vermarktung. „Wir brauchen einen Imagewandel unseres Produkts und eine stärkere Fokussierung auf die deutschen Herkünfte. Der Marktanteil deutscher Weine liegt aktuell bei nur rund 40 Prozent – das muss sich ändern.“

SIE WOLLEN MEHR WISSEN?

Welche Weine verkostet wurden, finden Sie hier:



Zu viel verlangt?

Vertrauen, Sicherheit und Bezahlbarkeit - diese Themen bewegten rund 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Forums Tierische Veredelung.



Echte Neuigkeiten

brachte die Parlamentarische Staatssekretärin Silvia Breher mit: Die Novelle des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes könne wohl nicht wie geplant bis zum 1. März 2026 umgesetzt werden.



Krisenstrategie gefragt: Dr. Katharina Kluge vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat eröffnete die Diskussion zum Thema „Wenn das Virus zweimal klingelt: Tierseuchen zwischen Déjà-vu und verantwortungsvoller Krisenstrategie“.



Drei Fachforen zu aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen in den Bereichen Milch, Futter sowie Vieh und Fleisch flankierten am zweiten Tag die politische Diskussion. Abschließend diskutierte DRV-Präsident Franz-Josef Holzenkamp mit Joachim Rukwied, dem Präsidenten des Deutschen Bauernverbands, und Björn Fromm, Präsident des Bundesverbands des Deutschen Lebensmittelhandels. Einigkeit herrschte darüber, dass die gesamte Wertschöpfungskette gemeinsam Verantwortung trägt und positive Ansätze zur Stärkung der gesamten Kette braucht.



Praxisorientierte Lösungsansätze

fordern Michael Schulze Kalthoff von WEST-FLEISCH SCE mbH und Eike Ulken von der Molkerei Ammerland eG, die die wirtschaftliche Seite vertraten und ihre Perspektiven einbrachten. Ziel ist es, dass Behörden, Landwirte und Wirtschaft künftige Krisen im Schulterchluss leichter bewältigen können.

Gemeinsam Märkte öffnen

Delegationsreisen und politische Initiativen stärken Vertrauen und Partnerschaften weltweit.

VON NORA HAUNERT

Der Export landwirtschaftlicher Produkte ist für die Mitglieder des Deutschen Raiffeisenverbands (DRV) von zentraler Bedeutung. Der Schwerpunkt liegt traditionell im EU-Binnenmarkt, weshalb der DRV seine politischen Aktivitäten stark auf Brüssel ausrichtet und sich für ein „level playing field“ innerhalb der EU einsetzt. Doch auch außerhalb Europas gibt es gerade für verarbeitete Produkte mit hoher Wertschöpfung wichtige Absatzmärkte für Genossenschaften und genossenschaftlich orientierte Unternehmen.

Um diese Märkte zu sichern und auszubauen, sind verlässliche Rahmenbedingungen entscheidend. Der DRV setzt sich daher für eine exportfördernde Handelspolitik ein – sei es durch Handelsabkommen oder nationale Exportstrategien. Märkte zu öffnen und offenzuhalten, insbesondere in Krisenfällen, ist essenziell und eine wesentliche Aufgabe der Politik.

„Made in Germany“ fördern

Anfang Dezember veröffentlichte das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) seine Agrarexportstrategie. Das Ziel „Made in Germany“ zu fördern und die Agrarexporte kräftig anzuschieben unterstützt der DRV ausdrücklich. Es ist höchste Zeit, dass der Agrarexport zur politischen Priorität wird. Das geschieht nun und der DRV unterstützt die vom Landwirtschaftsministerium ange-

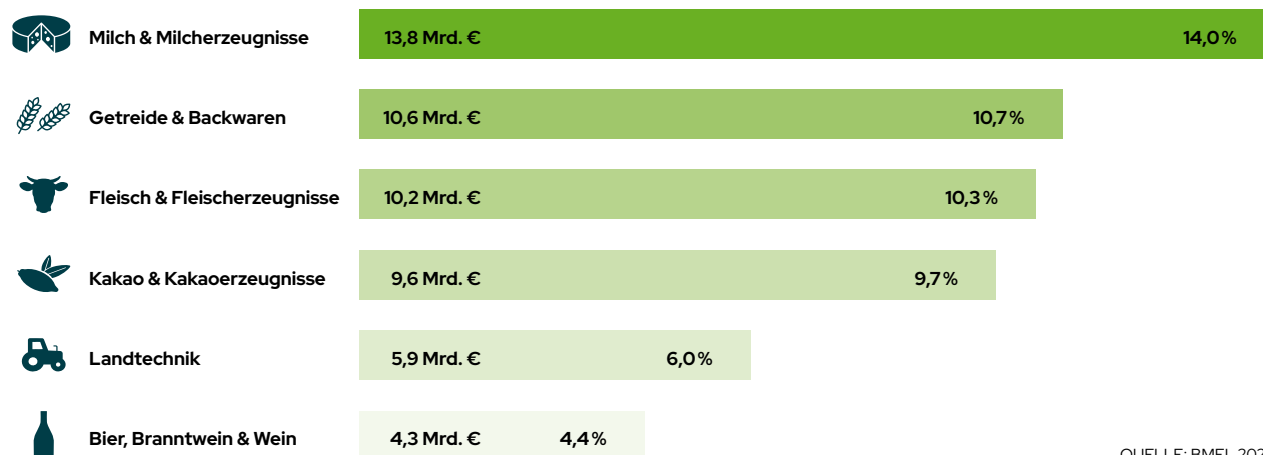
kündigte enge, zielorientierte Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft und Verwaltung, das ist genau der richtige Weg.

Kürzlich reiste DRV-Hauptgeschäftsführer Jörg Migende mit einer Delegation des BMLEH in die USA und bereits im Sommer mit einer Delegation des EU-Agrarministers Hansen nach Japan. Solche Reisen bieten nicht nur Gelegenheit zum Austausch mit wichtigen Meinungsbildnern und zur Einschätzung geopolitischer Entwicklungen vor Ort. Sie unterstreichen auch die gesellschaftspolitische Verantwortung: Die Botschaft ist klar: „Ihr seid wichtige Partner für uns.“ Alle Mitreisenden tragen dazu bei, diese Wertschätzung gegenüber den Handelspartnern deutlich zu machen.

Es zählt das persönliche Gespräch

Delegationsreisen sind mehr als reine Symbolpolitik: Sie schaffen Vertrauen, ebnen Wege für neue Handelsbeziehungen und sichern die Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder. Das persönliche Gespräch von Politiker zu Politiker führt auch in der internationalen Handelspolitik zu schnelleren Ergebnissen: In den USA wurde BM Alois Reiner signalisiert, dass der US-Markt kurzfristig für deutsches Schweine- und Rindfleisch wieder geöffnet würde. In Japan gab es Signale der Regierung, den japanischen Markt bald wieder für europäische Schweinefleisch- und Geflügelfleischprodukte zu öffnen. ◀

Anteile der Agrar-Exporte nach Warengruppen



QUELLE: BMEL 2025

Anschaulich und lebendig

Auf der Grünen Woche 2026 ist der Deutsche Raiffeisenverband mit einem Kooperationsstand verschiedener genossenschaftlicher Unternehmen vertreten.



VON CHRISTINE SCHAPLOW

Unter unserem Motto „Das WIR ist unsere Stärke“ zeigen wir, welche Kraft im genossenschaftlichen Wirtschaften steckt – entlang der gesamten landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Wo überall Genossenschaften aktiv wirken, wird am Stand lebendig und anschaulich vermittelt: Vom Acker bis zum Teller, von der Erzeugung über die Verarbeitung bis zum Handel – Genossenschaften prägen entscheidend die Zukunft von Landwirtschaft und Ernährung in Deutschland.

Zahlen, Daten und Fakten machen die Größe und Bedeutung der genossenschaftlichen Familie sichtbar.

Unser Stand versteht sich vor allem als Plattform für unsere Partner, die hier die Chance haben, die Vielfalt der genossenschaftlichen Wertschöpfungskette in all ihren Bereichen darzustellen und erlebbar zu machen.

Mit unseren Partnern können wir alle Bereiche unserer Wertschöpfungskette präsentieren: Warenwirtschaft, Tierische Veredelung sowie Obst und Gemüse. Ein besonderes Highlight: Unser Partner AGRAVIS stellt den Farming GT aus – ein innovatives Konzept, das die Zukunft der Landwirtschaft greifbar macht. ◀



Sie möchte unsere Aktivitäten verfolgen? Bleiben Sie informiert mit unserer Grüne-Woche-Microsite: gruenewoche.raiffeisen.de

Werte verbinden

Das Projekt „Image Genossenschaft“ hat sich hohe Ziele gesetzt: den Stolz auf die genossenschaftliche DNA wiederbeleben und neue Fans für genossenschaftliches Handeln gewinnen.

VON NINA BERLIN

Werte sind eine wichtige Basis für eine gemeinsame Identität. Wir sind stark, aber auch sehr verschieden in unserem Verbund genossenschaftlicher und genossenschaftlich orientierter Unternehmen und Verbände der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Um trotzdem ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu entwickeln, braucht es etwas Verbindendes. Dafür sind die Werte wichtig, die das ComBoard gerade entwickelt hat“, sagt Jörg Migende, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Raiffeisenverbandes und Auftraggeber des Projektes.

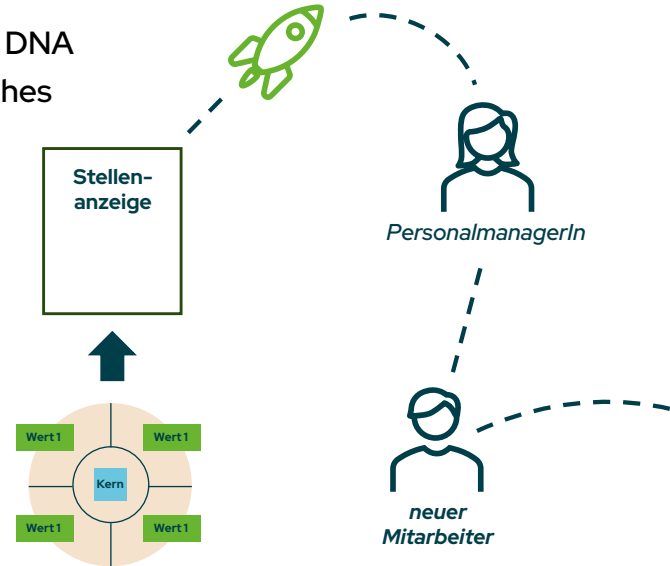
Was prägt genossenschaftliches Handeln? Was sind die Alleinstellungsmerkmale und Erfolgsfaktoren? Und wie gewinnen wir Fans?

„ComBoard“ steht für „Communication Board“. Das sind 22 Expertinnen und Experten der Bereiche Kommunikation, Marketing und Unternehmensführung. Sie repräsentieren die Struktur des genossenschaftlichen Verbundes und haben ein gemeinsames Ziel: Sichtbarkeit für genossenschaftliches Handeln zu schaffen und das Image von Genossenschaft in den Zielgruppen zu stärken.

Die Herausforderung dabei ist, dass die Akteure sehr unterschiedlich sind in ihren Marken, Rechtsformen, Branchen und



Jörg Migende
ist Vorstand des Lenkungsausschusses des Projekts „Image Genossenschaft“.



Voraussetzung: das Unternehmen hat Werte und lebt sie konsequent auf allen Ebenen (z.B. in Stellenausschreibungen)

regional geprägten Kulturen. Wie also vorgehen, wenn es praktisch keine gemeinsame Marke gibt und die Zielgruppen und Themen so unterschiedlich sind?

Die Lösung: Schritt für Schritt eine gemeinsame Identität aufbauen und damit eine starke Basis schaffen. Denn die brauchen wir, um eine interne Verbundenheit herzustellen und später erfolgreich gemeinsame Botschaften nach außen zu senden. Sie sind sozusagen „der grüne Kitt“, der die genossenschaftliche Familie verbindet.

Was ist treu, engagiert sich und macht kostenlos Werbung? Mitarbeitende, die sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren!

Grundlage für diese Identifikation sind Werte. Sie bilden einen Rahmen, der Mitarbeitenden und Mitgliedern Orientierung gibt und ihnen dabei hilft, nach einem gemeinsamen genossenschaftlichen Verständnis zu handeln. Doch was genau bringt das? Ein Beispiel: Eine Genossenschaft sucht neue Mitarbeitende. Sie hat sich im Vorfeld intensiv damit beschäftigt, was ihr Alleinstellungsmerkmal als eG ist und was



die genossenschaftlichen Werte für sie im Alltag bedeuten. Die Stellenausschreibung bringt beides zum Ausdruck und so werden Kandidatinnen und Kandidaten gefunden, die sich damit identifizieren können. Sie schätzen Werte wie selbstbestimmt, gemeinschaftlich, gestaltend und unternehmerisch. Als spätere Arbeitnehmende fühlen sie sich wohl, wenn Werte authentisch gelebt werden. Sie identifizieren sich mit ihrem Arbeitgeber, sind bereit, sich besonders zu engagieren, sind loyal und empfehlen „ihre Genossenschaft“ weiter. So haben beide Seiten etwas davon und genossenschaftliches Handeln wird sichtbar, erlebbar und gestärkt.

Und weil die Werte so elementar wichtig sind, ist das der erste Baustein, mit dem das Projekt gestartet ist. Aus über 250 Gesprächen und Quellen wurden Werte abgeleitet, die den genossenschaftlichen Charakter beschreiben. „Wir gehen mit den Werten gleich in die Praxis und fragen Zielgruppen, was sie konkret im Alltag bedeuten. Das setzt die Identifikation in Gang und wir bekommen wertvolle Rückmeldungen. Dieses zielgruppenorientierte Arbeiten ist typisch für unser Projekt“, sagt Nina Berlin, Leiterin des Projektes.

Nina Berlin
ist Projektleiterin und
Leiterin der Kommunikation des DRV.



Gleichzeitig arbeitet das Team an ersten Instrumenten, die bei der Anwendung der Werte helfen sollen. Und da man dafür die Zielgruppen kennen muss, wurden unlängst sogenannte Personas entwickelt: Prototypen, die die Zielgruppen repräsentieren und dabei helfen, deren Werte und Bedürfnisse besser zu verstehen. Sie liefern uns wichtige Informationen: Was beschäftigt sie? Wie erreichen wir sie? Und welche Botschaften sind die richtigen, um ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen? So schaffen wir gemeinsam im Team Schritt für Schritt eine solide Basis für weitere Maßnahmen und das Ziel, Menschen für die genossenschaftliche Idee zu begeistern und ihr Image zu stärken. ◀

Drei Fragen an ...

CHARLOTTE STAHL

Aus der Bundestagsfraktion in den Verband: Was hat dich zu dem Seitenwechsel bewogen?

Ich wollte mich persönlich weiterentwickeln. Innerhalb der Fraktion habe ich ein sehr weites fachliches Feld betreut und die Zusammenarbeit zwischen Fraktion, Ausschuss und Abgeordneten koordiniert. Da ist wenig Platz für die Verwirklichung von eigenen Ideen oder langfristigen Projekten. Ich freue mich, dass ich beim DRV hierbei den Rückhalt bekomme, von der Erfahrung der Kollegen profitiere und eigene Initiativen umsetzen kann.



Du hast Agrarwissenschaften und Pferdewissenschaften studiert. Was reizt dich an der politischen Arbeit am meisten?

Der Einblick in die aktuellsten Themen. Und das Gefühl, für unsere Mitglieder richtig was bewegen zu können. Ich bin der Türöffner zur Politik, damit unsere Argumente Gehör finden. In meiner Freizeit unterstütze ich gern meine Eltern auf ihrem Hof, da erlebe ich oft, wie frustrierend immer neue bürokratische Hürden und Auflagen sein können. Deshalb arbeite ich im Team des DRV daran mit, wieder mehr Freiraum und Wertschätzung für unsere Landwirtschaft zu schaffen.

Was sind deine Aufgabe im Team Public Affairs – und was davon machst du am liebsten?

Im Team unterstützen wir uns, wo wir können. Bei uns heißt das „Maschinenraum und Sonnendeck“. Maschinenraum ist zum Beispiel die Führung des Lobbyregisters. Das ist typische Büroarbeit und wenig glamourös. Sonnendeck sind beispielsweise die Sommerfeste der Landesvertretungen oder die Besuche im Bundestag. Hier trifft man alte Freunde, aber auch mal den ein oder anderen Politpromi.

FREDERIK KARNATH

Was ist so spannend an der Milchwirtschaft, dass du dich darauf spezialisiert hast?

Meine Leidenschaft für die Milchwirtschaft begann auf einem Milchviehbetrieb in Schleswig-Holstein mit rund 400 Kühen. Dort hat mich – wie ich gern sage – das „Milchvirus“ gepackt und bis heute nicht mehr losgelassen. Im Landwirtschaftsstudium habe ich mich bewusst auf diesen Bereich spezialisiert, ergänzt durch ein Auslandspraktikum auf einem US-amerikanischen Milchviehbetrieb. Nach dem Studium gründete ich ein Unternehmen im Bereich IT und Milchökonomie. Diese Zeit hat mir tiefe Einblicke in die Zusammenarbeit mit Molkereien gegeben – ein faszinierender Teil der Wertschöpfungskette, der mich bis heute jeden Tag wieder begeistert.

Wie bist du zum DRV gekommen und was hat dich von der genossenschaftlichen Idee überzeugt?

Seit 2012 durfte ich durch die Zusammenarbeit mit Molkereien und Milchlandwirten die Herausforderungen der Branche kennenlernen. Dabei wurde mir schnell klar, wie wertvoll das Genossenschaftswesen ist: Landwirte sind nicht nur Lieferanten, sondern Mitglieder, die demokratisch über die Zukunft ihres Unternehmens entscheiden. Diese Idee hat mich überzeugt. Schon früh lernte ich Heinrich Schmidt, den langjährigen Leiter der Milchabteilung beim DRV, kennen.

Als ich erfuhr, dass er in den Ruhestand gehen würde, war für mich klar:



Jetzt ist der richtige Moment, um meine Praxiserfahrung in die politische Arbeit einzubringen. Ich habe mich beworben, weil ich die Chance sah, die Milchwirtschaft aktiv mitzugestalten – und genau das begeistert mich bis heute jeden Tag aufs Neue.

Wie war dein erster Tag beim DRV? Was waren deine ersten Eindrücke oder Gedanken, als du angefangen hast?

Er war geprägt von einer beeindruckenden Teamkultur. Jeder hat mich mit offenen Armen herzlich empfangen: Ein so großes Team, das in einer so positiven Atmosphäre mit viel Elan zusammenarbeitet. So etwas hatte ich vorher noch nie erlebt. Diese Energie macht die Arbeit jeden Tag aufs Neue spannend und motivierend.

CHRISTIAN GRÜTTERS

Was bedeutet für dich Nachhaltigkeit?

Für mich ist Nachhaltigkeit mehr als ein Schlagwort – es ist eine Haltung. Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen – ökonomisch, ökologisch und sozial. Konkret: Ressourcen so einsetzen, dass wir heute gut wirtschaften und gleichzeitig die Zukunft im Blick behalten. In der Agrar- und Ernährungswirtschaft heißt das: Prozesse effizient, umweltverträglich und fair gestalten. Denn nur wer effizient arbeitet, kann langfristig nachhaltig sein.



Wie sah dein Weg in die Agrar- und Ernährungswirtschaft aus – und weshalb hast du dich auf Nachhaltigkeitsthemen spezialisiert?

Die Landwirtschaft ist sehr stark von natürlichen Kreisläufen geprägt. Landwirtschaft und Ernährung sind untrennbar mit Themen aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Ökonomie verbunden. Die Diskussionen um effizienten Ressourceneinsatz und Klimawandel motivierten mich, neben meinen bestehenden Aufgaben auch Nachhaltigkeitsthemen zu bearbeiten. Nachhaltigkeit ist für mich kein Trend, sondern eine echte Zukunftsstrategie. Und ja, sie fordert uns heraus, aber sie eröffnet auch Chancen für Innovation und Effizienzsteigerung.

Dein anderes Gebiet beim DRV sind die Futtermittel. Wie hängen deine beiden Themen zusammen?

Ganz einfach: Futtermittel sind ein Schlüssel in der Wertschöpfungskette. Sie beeinflussen nicht nur die Leistung und Gesundheit der Tiere, sondern auch die Klimabilanz. Die Herkunft der Rohstoffe und ihr CO₂-Fußabdruck, Aspekte der Kreislaufwirtschaft sowie Verfügbarkeit von Zusatzstoffen – all das spielt hier rein. Nachhaltigkeit und Futtermittel sind untrennbar miteinander verbunden: Nachhaltige Futtermittel effizient einzusetzen, bedeutet Ressourcenschonung. Für mich ist das die perfekte Verbindung von Praxis und Verantwortung.

MARIA SELLE

Du kommst zum DRV von der Kassenärztlichen Vereinigung Berlin. Was haben die Themen der Ärzte und der genossenschaftlichen Unternehmen gemeinsam?

Auf den ersten Blick mögen die Aufgabenfelder unterschiedlich erscheinen. Dennoch gibt es eine zentrale Gemeinsamkeit: Beide Organisationen sind Interessenvertretungen für ihre Mitglieder. Sowohl die KV als auch der DRV setzen sich dafür ein, die Rahmenbedingungen für ihre jeweilige Branche zu gestalten, die wirtschaftliche Stabilität zu sichern und die Qualität der Leistungen zu fördern. Darüber hinaus verbindet uns ein genossenschaftlicher Gedanke: Wir arbeiten nicht für externe Investoren, sondern für die Menschen, die unsere Organisation tragen.



Was hat dich in deinen Anfängen beim DRV überrascht, womit hättest du nicht gerechnet?

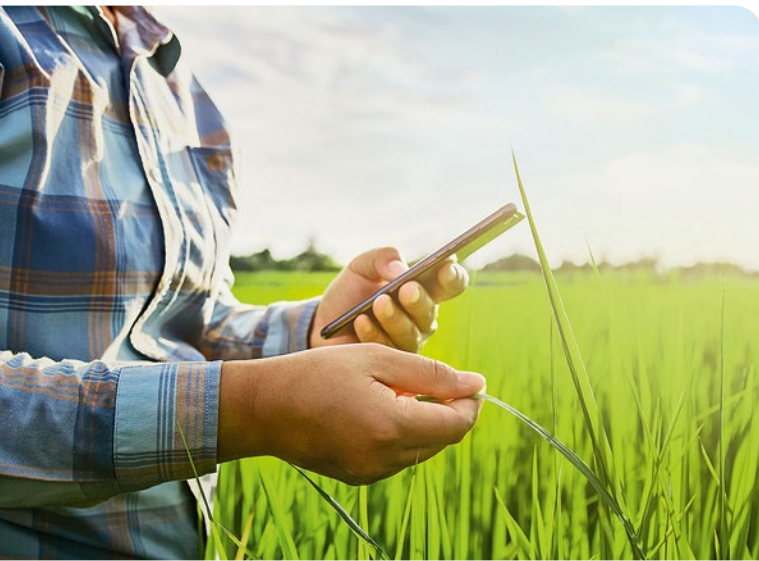
In meinen ersten Wochen hat mich überrascht, wie vielfältig die Anfragen sind – von steuerlichen Detailfragen bis hin zu rechtlichen Themen quer durch alle Branchen, vom „Schwein bis zum Wein“. Obwohl ich im Bewerbungsgespräch darauf vorbereitet wurde, war die Breite und Tiefe der Themen in der Praxis noch beeindruckender. Außerdem hat mich das Miteinander begeistert: Die offene Zusammenarbeit, der Austausch mit den Mitgliedern und die Begegnungen bei Veranstaltungen, die nicht nur fachlich, sondern auch menschlich bereichernd sind.

Was hat dich von der genossenschaftlichen Idee überzeugt, was begeistert dich daran?

Was mich an der genossenschaftlichen Idee überzeugt, ist die Kraft des Miteinanders. In einer Welt, in der Einzelne oft an Grenzen stoßen, schaffen Genossenschaften und genossenschaftlich orientierte Unternehmen durch gemeinsames Handeln bessere Rahmenbedingungen und eröffnen neue Perspektiven. Das Motto „Das WIR ist unsere Stärke“ bringt es perfekt auf den Punkt: Hier geht es um nachhaltige Zusammenarbeit, Solidarität und Verantwortung füreinander. Diese Verbindung von wirtschaftlicher Stärke und gemeinschaftlichem Denken ist für mich ein zukunftsfähiges Modell, das zeigt, wie Kooperation echten Mehrwert schafft – für jeden Einzelnen und für die Gemeinschaft.

Genossenschaften stärken

Werte, Digitalisierung und Finanzkraft vereinen. Die Raiffeisen-Stiftung hat eine Studie gefördert, die das Geschäftsmodell Genossenschaft untersucht hat.



VON MARION DANNEBOOM

Die Landwirtschaft muss mit großen Herausforderungen umgehen: schwankende Märkte, mehr Bürokratie statt weniger, Klimawandel, Fachkräftemangel und Digitalisierung. Und auch wenn die Warengenossenschaften mit ihren Produkten und Dienstleistungen für die Landwirtschaft unverzichtbar erscheinen, stellt sich die Frage, wie sie sich anpassen müssen, um auch in Zukunft stark zu bleiben.

Die Raiffeisen-Stiftung hat deshalb eine Studie unterstützt, die untersucht hat, wie widerstandsfähig das Geschäftsmodell unserer landwirtschaftlichen Genossenschaften ist. Sie wurde an der Humboldt-Universität Berlin durchgeführt. Die Leitung hatte Prof. Dr. Marius Michels (Universität Göttingen) unter wesentlicher Mitarbeit von Lorenz Schmidt (Humboldt-Universität). Grundlage der Studie waren Experten-Interviews mit Führungskräften, eine bundesweite Mitgliederbefragung von Warengenossenschaften sowie die Auswertung von knapp 2.000 Jahresabschlüssen (252 Genossenschaften).

Wesentliche Ergebnisse der Studie:

→ **Finanzielle Stärke:** Genossenschaften sind heute stabiler, mit mehr Eigenkapital und weniger Zinslast.

- **Identitätsstiftende Werte:** Mitglieder sehen genossenschaftliche Werte als wichtigsten Resilienzfaktor; auch für Führungskräfte sind die Werte sehr relevant, sie achten aber noch stärker auf Geschäftszahlen.
- **Digitalisierung:** Alle wissen, dass sie wichtig ist, aber die Umsetzung stockt noch an vielen Stellen.
- **Mitgliederbindung:** Wirtschaftliche Vorteile und Beratung entwickeln sich zu Hauptgründen für den Genossenschaftsbeitritt – die Tradition bleibt aber bedeutsam

Empfehlungen der Studie:

1. **Digitalisierung** vorantreiben mit Fokus auf integrierte Systeme und Aufbau digitaler Kompetenzen.
2. **Genossenschaftliche Werte** zeitgemäß interpretieren und modern kommunizieren.
3. **Geschäftsfelder** kontinuierlich, diversifiziert und nachhaltigkeitsorientiert erweitern.
4. **Finanzen** für anstehende Herausforderungen weiter stärken.
5. **Kennzahlen** vergleichen, um eigene Resilienz-Strategien voranzutreiben.


Fazit:

Warengenossenschaften sind ein starkes Fundament für die Landwirtschaft. Damit das so bleibt, müssen finanzielle Stabilität, Digitalisierung und genossenschaftliche Werte zusammengeführt werden. ◀

Sie möchte mehr über diese Studie erfahren?

Eine Zusammenfassung ist bei der Raiffeisen-Stiftung unter danneboom@raiffeisen-stiftung.de erhältlich. Über die Stiftung erhalten Sie auf Wunsch auch Kontakt zu Prof. Dr. Michels. Sie wollen eine Veranstaltung zu den Studien-Ergebnissen mit ihren Mitgliedern durchführen? Fragen Sie die Raiffeisen-Stiftung nach den Möglichkeiten einer Förderung!

www.raiffeisen-stiftung.de



Your Next mobility partner

Wir öffnen Ihnen den Weg in die Mobilität der Zukunft!

DG Nexolution Mobility unterstützt Sie dabei, Ihren Fuhrpark effizient, rechtssicher und nachhaltig aufzustellen. Unsere Mobilitätslösungen sind flexibel kombinierbar oder profitieren Sie gebündelt von allen Rabatten mit dem ganzheitlichen Fuhrparkmanagement.

Unsere beliebtesten Produkte:

- ✓ **Fahrzeugbeschaffung** über unsere Rahmenverträge bei rund 30 Automarken mit attraktiven Großkundenkonditionen – beim Autohaus Ihrer Wahl und ab einem Fahrzeug. Pkw und Nutzfahrzeuge.
- ✓ **Ladelösungen** Für die E-Fahrzeuge Ihrer Kunden, Mitarbeiter oder der eigenen Flotte.
- ✓ **Tankkarten** Günstiger Kraftstoff, komfortable Abrechnung, zertifizierter Klimaschutzbeitrag.
- ✓ **Führerscheinkontrolle, UVV-Prüfung, Fahrerunterweisung** Einfach. Rechtssicher. Digital.
- ✓ **Mitarbeiterleasing** Steuervorteile nutzen und smarten Mitarbeiter Benefit bieten.
- ✓ **GenoDrive** Fuhrparkmanagement ab einem Fahrzeug.

So einfach geht's: Einmalig kostenfrei registrieren unter www.dgx-mobility.de und exklusive Rabatte sichern. Nutzen Sie den Zugang zu einem unabhängigen Marktplatz mit persönlicher Beratung und digitalen Services rund um die betriebliche Mobilität.

DG nexolution
Mobility

Gemeinsam vorn.

