

RaiffeisenMagazin



Interview mit Präsident Franz-Josef Holzenkamp
Raiffeisen 2018: Machen Sie mit!

Vorbereiten auf die Ära Industrie 4.0

Text: Wiebke von Seggern

Am 29. und 30. November 2017 findet in Berlin die vierte Ausgabe des DRV-Forums Tierische Veredelung statt. Das bewährte Veranstaltungsformat, bestehend aus einem gemeinsamen Plenum und drei anschließend parallel stattfindenden Fachforen der Sparten Milch-, Futter- sowie Vieh- und Fleischwirtschaft, bietet viel Raum für Impulsvorträge, vertiefende Diskussionen und einen spannenden Erfahrungsaustausch.

Der Begegnungsabend in einer einmaligen Location mit nostalgischem Ambiente im Herzen Berlins lädt zum lockeren Austausch unter Fachkollegen und Politikern ein und rundet das vielfältige Programm ab.

Die Agrarwirtschaft ist eine Zukunftsbranche. Mit der fortschreitenden Digitalisierung von Prozessen in der Lebensmittelproduk-

tion eröffnen sich neue Möglichkeiten für Innovationen und Kundenbindung. Dies erfordert von den Unternehmen nicht nur eine Anpassung ihrer Geschäftsmodelle an digitale Entwicklungen, sondern auch die Nutzung solcher Werkzeuge in administrativen sowie produktionsbezogenen Prozessen innerhalb der Wertschöpfungskette.

Neben den digitalen Ansprüchen an die moderne Landwirtschaft wachsen die regulatorischen Anforderungen insbesondere an den Umwelt-, Tier- und Verbraucherschutz. In diesen Bereichen ist es wichtig, gemeinsam mit Politik, Verbrauchern, Umweltschützern und den Landwirten aktiv das Gespräch zu führen, Kompromisse zu finden und optimale Lösungen aus ökonomischer, ökologischer, aber auch sozialer sowie Tierwohlsicht umzusetzen.

Es gilt sich vorzubereiten auf die Ära der Industrie 4.0, um intelligent gesteuerte Prozesse und effizient genutzte Ressourcen mit Umwelt-, Tier- und Verbraucherschutzauflagen zu vereinen und so die Genossenschaften attraktiv für den Nachwuchs zu gestalten. Im gemeinsamen Forum wird diese Thematik aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht beleuchtet.

Wir freuen uns, Ihnen ein hochkarätiges und spannendes Programm bieten zu können.

Das DRV-Team Tierische Veredelung lädt Sie herzlich ein, nach Berlin zu kommen, mitzudiskutieren, das Netzwerk der Agrarwirtschaft auszubauen und mitzuwirken.



Weitere Informationen: tv@drv.raiffeisen.de

„Ich setze auf Qualitätswachstum“

Fragen: Monika Windbergs | Foto: Kornelia Danetzki

Seit dem 1. Juli 2017 ist Franz-Josef Holzenkamp Präsident des Deutschen Raiffeisenverbandes. Die RM-Redaktion sprach mit ihm über die Schwerpunkte seines verbandspolitischen Engagements und die Herausforderungen der landwirtschaftlichen Genossenschaften.

Wird alles neu beim DRV oder verstehen Sie sich als kontinuierlicher Nachfolger von Manfred Nüssel?

Holzenkamp: Die Agrar- und Ernährungswirtschaft unterliegt bekanntlich einem permanenten, immer schnelleren Veränderungsprozess. Das trifft auch auf die Verbandsarbeit zu. An das überaus erfolgreiche Engagement von Manfred Nüssel knüpfe ich an, werde aber mit dem Team des DRV neue Akzente als genossenschaftlicher Unternehmerverband setzen. Maßgebliche Herausforderungen für die DRV-Mitglieder sehe ich im gesellschaftlichen Wandel, in der Internationalisierung des Agrarhandels mit der zunehmenden Bedeutung des Exports sowie der Digitalisierung und Stärkung ländlicher Räume. Ich freue mich, die facettenreiche Raiffeisen-Organisation, ihre verschiedenen Sparten sowie Verantwortlichen in den Regionen mit ihren unterschiedlichen Erwartungen kennenzulernen.

Werden Sie aufgrund Ihrer Funktion als AGRAVIS-Aufsichtsratsvorsitzender der Präsident aller Hauptgenossenschaften/aller Genossenschaften sein können? Zeichnen sich Interessenkonflikte ab?

Holzenkamp: Da ich mit meinem Mandat als AGRAVIS-Aufsichtsratsvorsitzender sehr offen umgehe, kann sich jeder auf meinen genossenschaftlichen Hintergrund einstellen.



Ich bin ein neugieriger und sehr kommunikativer Mensch. Als DRV-Präsident setze ich mich für die Anliegen aller Genossenschaften und aller Sparten ein. Das macht dieses Ehrenamt so spannend und reizvoll für mich.

Wo wollen Sie in der Berliner Politik ansetzen, welche Prioritäten sehen Sie?

Holzenkamp: Der Wandel in der Agrarbranche geht – wie gesagt – rasant voran, und das hat weitreichende Konsequenzen mit notwendigen Änderungs- sowie Anpassungsprozessen auch für die Genossenschaften. Zudem beobachte ich in der Gesellschaft eine zunehmend kritische Einstellung gegenüber der modernen, innovativen Landwirtschaft. Darauf müssen wir verstärkt eingehen, um weiterhin als nachhaltig wirtschaftende Unternehmen erfolgreich zu sein. Hinzu kommt der demografische Wandel. Allein der erfordert mehr Internationalisierung im Agrarhandel mit einer klaren Exportstrategie auch für genossenschaftliche Unternehmen.

Sie betonen, dass „wir in der Landwirtschaft einen Veränderungsprozess in Gang setzen müssen“. Sie sprechen sich für den Umbau der Tierischen Veredelung aus. Wie kann der gelingen und welche Rolle spielen dabei Genossenschaften?

Holzenkamp: Wir müssen diesen langfristigen Umbauprozess, der längst in vollem Gang ist, offensiv gestalten, um unsere Glaubwürdigkeit zu erhalten und die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Dafür benötigen wir verlässliche Rahmenbedingungen und die Flankierung der Politik, z. B. in der Forschung und im Innovationsmanagement. Die Marktpartner benötigen Planungssicherheit für die mit dem Umbau verbundenen Investitionen. Eine freiwillige Finanzierung höherer Standards ist bislang nur der Initiative Tierwohl gelungen. Brancheninitiativen wie die Interessengemeinschaft Genossenschaftliche Milchwirtschaft sind sehr hilfreich, um den Wandel zu forcieren und den Markt zu stärken. So können wir marktgerechte Lösungen umsetzen.

In den letzten Monaten wurde massiv von politischer Seite versucht, auf die Autonomie der Genossenschaften Einfluss zu nehmen. Wie wollen Sie den Dialog mit der Politik und dem Bundeskartellamt weiterentwickeln?

Holzenkamp: Milchkrisen erfordern bekanntlich lange Anpassungszeiten. Notwendig sind effiziente Marktsteuerungsinstrumente, um die Anpassungsfähigkeit zu beschleunigen. Eine einseitige Fokussierung der Politik und des Bundeskartellamts auf die Molkereigenossenschaften ist mit Blick auf den Gesamtmarkt nicht Erfolg versprechend. Auch hier sind intelligente, marktkonforme Lösungen gefragt. Dazu zählt

die Nutzung von Warenterminbörsen. Ich ermutige die Genossenschaften, sich mit solchen Instrumenten auseinanderzusetzen und sie zu nutzen. Tragfähige Lösungen lassen sich ausschließlich im Markt umsetzen und nicht verordnet von der Politik.

Zum Jahreswechsel 2016/2017 wurden die Weichen zur Fortführung der Initiative Tierwohl mit der aufgestockten Finanzierung des Lebensmitteleinzelhandels gestellt. Ab 2018 stehen für verbesserte Haltungsbedingungen jährlich rund 130 Mio. Euro zur Verfügung. Braucht es weitere Siegel und insbesondere ein staatliches Tierwohl-Label?

Holzenkamp: Entscheidend ist stets, dass die gesellschaftlichen Anforderungen auch durch den Markt und die Verbraucher getragen werden. Steigende Forderungen dürfen nicht einseitig zulasten der Tierischen Veredelung gehen. Mit der Initiative Tierwohl und ihrer gesicherten Finanzierung durch den Lebensmitteleinzelhandel ist dies erstmals in Deutschland gelungen. Es wurde ein Marktvolumen deutlich über dem eines Nischensegments erschlossen. Die Initiative ist mit dem Anspruch angetreten, die Inhalte, Standards und Bedingungen kontinuierlich zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Für den Zeitraum 2018 bis 2020 hat sie bereits Änderungen vorgenommen. Zudem loten derzeit Arbeitsgruppen die Marktchancen für die Zeit nach 2020 aus. Das staatliche Tierwohl-Label kann helfen, die Wertschöpfung zu erhöhen. Voraussetzung ist, dass die Ausgestaltung praxisgerecht mit der Initiative Tierwohl verzahnt und eine verlässliche Finanzierung über den „Point of Sale“ gewährleistet wird. Außerdem bedarf es Korrekturen im Umwelt- wie auch im Bau-

recht. Nur so wird sich das staatliche Label in der Breite durchsetzen lassen.

Sie setzen auf Qualität statt Quantität. Was bedeutet das für den genossenschaftlichen Agrarhandel? Welche Rolle spielen die Vermarktungspartner?

Holzenkamp: Wenn wir an den globalen Wettbewerb denken, dann müssen wir uns auf unsere Stärken besinnen. In der Nutztierhaltung können wir den Wettlauf um die günstigsten Produktionskosten gegen die USA und Südamerikaner nicht gewinnen. Deshalb setze ich gezielt auf Qualitätswachstum. Die hohe Wertschätzung für „made in Germany“ bietet allen DRV-Sparten eine gute Ausgangsposition. Als einzigartigen Vorzug sehe ich zudem die traditionell engen Bindungen der genossenschaftlichen Vermarktungspartner mit ihren bäuerlichen Mitgliedern. Diese Qualitätsgarantie-Karte müssen wir noch konsequenter einsetzen.

Welche Aufgabe haben Genossenschaften als Gestalter ländlicher Räume?

Holzenkamp: Für die Ausgestaltung lebendiger, attraktiver und eigenständiger ländlicher Räume haben die Genossenschaften eine Schlüsselrolle. Sie schaffen Arbeitsplätze und gestalten Kulturlandschaften. Auch in der weiterhin drängenden Frage der Integration und Beschäftigung von Flüchtlingen haben ländliche Genossenschaften eine wichtige Funktion.

Wie bewerkstelligen Sie den Rollenwechsel vom Politiker zum Lobbyisten, zumal Sie als Erststimmen-König zurzeit noch Ihren Wählern im Oldenburger Münsterland verpflichtet sind?

Holzenkamp: Die Beendigung meines Bundestagsmandats habe ich frühzeitig angekündigt. Mir war die reibungslose Übergabe meines Wahlkreises Cloppenburg-Vechta ein wichtiges Anliegen. Wir haben dort einvernehmlich einen Kandidatenwechsel vollzogen. Wer sich in der Parteiarbeit auskennt, weiß, dass ein solcher Wechsel nicht selbstverständlich ist. Politik mitzugestalten, das ist der Antrieb meines langjährigen Engagements. Mit genauso viel Herzblut bin ich seit Jahren Genossenschaftler und Landwirt. Diesen bewährten Dreiklang bringe ich in mein neues verbandspolitisches Ehrenamt ein.

Vielen Dank für das Gespräch!

DRV-Präsident Franz-Josef Holzenkamp

geboren am 8. Januar 1960 in Altenoythe, jetzt Friesoythe, verheiratet, vier Kinder, römisch-katholisch, wohnhaft in Emstek (Niedersachsen)

Ausbildung

Seit 1990 Staatlich geprüfter Wirtschaftler und Landwirtschaftsmeister, Landwirtschaftlicher Unternehmer

Politische und berufliche Stationen u. a.

Bis 2013 Vizepräsident des Landvolks Niedersachsen – Landesbauernverband e.V.
Bis 2015 Vorstandsvorsitzender der Marketing Gesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e.V.
2005–2017 Mitglied des Deutschen Bundestages
2005–2017 Mitglied im Ausschuss für Ernährung und Landwirtschaft
2011–2017 Agrarpolitischer Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
Seit 2011 Aufsichtsratsmitglied der AGRAVIS Raiffeisen AG
Seit 2012 Vorsitzender des Aufsichtsrates der AGRAVIS Raiffeisen AG
Seit 07/2017 Präsident des Deutschen Raiffeisenverbandes e.V.

Machen und feiern Sie mit!

Text: Dr. Claudia Döring

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier ist Schirmherr des Raiffeisen-Jahres. Nach der UNESCO-Auszeichnung der Genossenschaftsidee als immaterielles Kulturerbe motiviert dies zusätzlich, die genossenschaftlichen Unternehmen 2018 in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Seien Sie dabei und unterstützen die Jubiläumskampagne „Mensch Raiffeisen. Starke Idee!“ durch den Erwerb und die Verbreitung der Partnermaterialien. Ganz im Sinne Raiffeisens – was einer alleine nicht schafft, das schaffen viele – gelingt es nur gemeinsam, der Kampagne der

Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Gesellschaft zum nachhaltigen Erfolg zu verhelfen.

Basisprodukte – Raiffeisen im Mittelpunkt

Die Basisprodukte stellen die Person Raiffeisens und die Genossenschaftsidee in den Mittelpunkt. Zu bestellen sind Info-Flyer, Plakate mit zentralen Botschaften Raiffeisens und vier Ausgaben eines Wirtschaftsmagazins für Genossenschaften. Darüber hinaus können Sie Aufsteller mit Raiffeisen in Lebensgröße erwerben. Der Aufsteller eignet sich nicht nur für die Platzierung in Geschäftsräumen, sondern gibt Ihnen auch die Möglichkeit, die Figur in die Aufnahme von Unternehmens-fotos zu integrieren und so ein bildstarkes Motiv für Ihr Marketing zu erhalten.

Wahlprodukte – werden Sie kreativ!

Über eine Web-to-Print-Plattform des DG VERLAGES haben Sie die Möglichkeit, im Hoch- oder Querformat Kampagnenplakate mit Ihren eigenen Motiven und Botschaften zu gestalten. Damit kommt das Berliner Organisationsbüro dem vielfachen Mitgliederwunsch nach, sich 2018 zwar eingebettet in die Jubiläums-Kampagne, aber dennoch individuell in den Regionen präsentieren zu können.

Ende August werden zudem professionelle Spartenplakate für die Bereiche Ware,

Bestellschein: Das Basis-Material für das Raiffeisen-Jahr 2018


Bitte senden Sie dieses Formular vollständig ausgefüllt und mit gültiger Unterschrift und Firmenstempel bis zum **8. September 2017** an uns zurück.
E-Mail: partnermaterial@raiffeisen2018.de
Fax: 030-30 88 11-11

Hiermit bestelle ich verbindlich das Basis-Material für das Raiffeisen-Jahr 2018; Auslieferung Ende November 2017, Preis netto inklusive Versandkosten.

Das Basis-Material

- 1 Aufsteller
- 4 Ausgaben Magazin à 500 Stk.
- 500 Flyer
- 4 DIN A1-Plakate

Set-Preis: 977€
(netto inkl. Versandkosten)



RAIFFEISEN 2018
Organisationsbüro
Pappelallee 78/79
10437 Berlin
Fon 030-30 88 11-0
Fax 030-30 88 11-11
info@raiffeisen2018.de
www.raiffeisen2018.de

ICH BESTELLE DAS BASIS-MATERIAL _____ MAL

Rechnungsadresse

Unternehmen _____
Ansprechpartner _____
Straße _____ Nr. _____
PLZ _____ Ort _____
E-Mail-Adresse _____
Telefonnummer _____

Lieferadresse

Rechnungs- und Lieferadresse sind identisch.
Lieferadresse weicht von Rechnungsadresse ab. Bitte an folgende Lieferadresse versenden:

Unternehmen _____
Ansprechpartner _____
Straße _____ Nr. _____
PLZ _____ Ort _____
E-Mail-Adresse _____
Telefonnummer _____

Datum, Ort Unterschrift Name in Druckschrift

Futter, Milch, Obst und Gemüse, Wein, Vieh und Fleisch sowie Raiffeisen-Märkte zur Verfügung stehen. Finanziert durch Regionalverbände und DRV werden die Plakate zurzeit von einem Fotografen-Team bei DRV-Mitgliedern aufgenommen. Dadurch verschiebt sich die ursprünglich vorgesehene Bestellfrist für die Spartenplakate auf einen späteren Zeitpunkt.

Web-to-Print-Plakate und Spartenplakate werden standardmäßig im Format DIN A1 angeboten. Sofern Sie Sonderformate, Siloplakate, Feldschilder etc. wünschen oder sich für den Be-

druck von Lkw-Planen interessieren, wenden Sie sich bitte direkt an den DG VERLAG.

Über das Internet-Portal bestellen!

Die Partnermaterialien werden auf dem Bestellportal www.genobuy.de des DG VERLAGES angeboten. Die Basismaterialien können zudem über einen Bestellschein geordert werden. Weitere Auskünfte rund um die Kampagne, die Partnermaterialien und den Bestellvorgang erteilt Ihnen das Organisationsbüro gerne unter www.raiffeisen2018.de.

DAS BASIS-MATERIAL



1 Stk.

Aufsteller

In Ihren Geschäftsräumen und auf Ihren Ständerstationen ist Friedrich Wilhelm Raiffeisen der übergeordnete Ankerpunkt im Raiffeisen-Netzwerk.



4 Ausgaben à 500 Stk.

Magazin gemeinsam

gemeinsam erscheint im Dezember 2017 und im März, Juni und Oktober 2018. gemeinsam ist das regelmäßig erscheinende Anzeigemagazin für Genossenschaften, Wirtschaftsjournalisten und Kfz-Fahrer, die über das Raiffeisen-Netzwerk verbunden sind.



500 Stk.

Flyer

Nutzen Sie dieses klassische Material für die kompakte Information auf einen Blick, für die Versendung mit dem Magazin gemeinsam an Ihre Geschäftspartner sowie für Ihre lokale und regionale Erstübernahme der Medien.



4 Stk.

DIN A1-Plakate

Die Plakate transportieren die zentralen Botschaften von Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Inhalt und Gestaltung sind schnell erfassbar; sie schaffen landschafts- und landsichtbar für das zentrale Kampagnensignet – die Hingucker für Ihre Geschäftsräume und Büros.

DIE WAHLPRODUKTE



Thematische DIN A1-Plakate

Neben dem verbindlichen Basis-Material können Sie Wahlprodukte einzeln bestellen und individualisieren. Bestellen Sie beim DG Verlag online unter www.genobuy.de



Individuelles DIN A1-Plakat

DAS PR-HANDBUCH UND CD-MANUAL



Das PR-Handbuch und CD-Manual enthält Muster-Pressemitteilungen, Anregungen für den Einsatz der Wort-Bild-Marke, Faktenblätter, Content-Formate für Social Media, Werbeanzeigen, Aktionsvorstöße etc. und steht ab September 2017 zum Download zur Verfügung.

Das Partnermaterial für das Raiffeisen-Jahr 2018



MENSCH
RAIFFEISEN.
STARKE IDEE!

FRIEDRICH WILHELM
RAIFFEISEN
200
JAHRE

www.raiffeisen2018.de

Bestellen Sie bis zum 8. 9. 2017 das Basis-Set für 977 €!

Set-Preis: 977 € (netto inkl. Versandkosten)

Produktinformationen
Größe DIN A1, 594 x 841 mm
Material 135 g/m², halbtief, weiß glanzend

**Bestellen Sie bis zum 8. September 2017.
Versand Ende November 2017.**

RAIFFEISEN 2018 Organisationsbüro, Pappelallee 78/79, 10437 Berlin, Fon: 030 30 88 11-0, Fax: 030 30 88 11-11, E-Mail: partnermaterial@raiffeisen2018.de und unter www.raiffeisen2018.de

RaiffeisenMagazin 04|2017

7

Chancen für deutsche Ware

Text: RA Guido Seedler

Obwohl die Getreide- und Ölsaatenbestände in Deutschland insgesamt gut durch den Winter gekommen sind, wird die diesjährige Ernte das enttäuschende Vorjahresergebnis nur leicht übertreffen. Der DRV geht derzeit von einer Getreideernte in Höhe von 46,3 Mio. t nach 45,4 Mio. t im Vorjahr aus. Der Fünf-Jahres-Durchschnitt von 47,9 Mio. t wird deutlich verfehlt. Auch beim Winterraps geht die Prognose mit 4,8 Mio. t nur von einem geringen Plus gegenüber 2016 aus. Grund für das erneut enttäuschende Ergebnis sind vornehmlich die Wetterkapriolen mit Starkregen in den vergangenen Wochen und Monaten.

Die in diesem Jahr auffallend unbeständige Witterung, insbesondere in der Erntesaison, dürfte die Qualitäten beeinträchtigen und zu Verzögerungen führen. Regionale oder lokale Probleme mit der Übergangsversorgung sind dann nicht auszuschließen.

Europa mit durchschnittlichem Ergebnis

In Europa wird mit einem durchschnittlichen Ergebnis von unter 300 Mio. t Getreide gerechnet. Auch wenn die französische Ernte erneut durchschnittlich ausfallen sollte, haben Mindererträge insbesondere in Spanien aufgrund von Trockenheit das Ergebnis negativ beeinflusst. Deutlich verbessern sollen sich die Ergebnisse für Weizen. Die EU-Kommission rechnet gegenwärtig mit 140 Mio. t nach 134 Mio. t in 2016.

Verbrauch liegt über Erzeugung

Weltweit wird mit einer geringeren Getreideernte als im Vorjahr gerechnet, die mit knapp 2,1 Mrd. t jedoch immer noch rekordverdächtig ist. Demgegenüber wird der Verbrauch erstmalig seit 2012 mit 34 Mio. t über der Produktion liegen. Jedoch sind die Endbestände beim Weizen auf Rekordniveau und beim Mais zufriedenstellend, sodass der Markt gut versorgt bleiben dürfte. Allerdings dürfen bei einer solch globalen Betrachtung regionale Marktgeschehnisse nicht außer Acht gelassen werden. Weiterhin

Die EU-Kommission hat ihre Aktivitäten in der Marktbeobachtung erweitert. Nach Milch, Fleisch und Zuckerrüben richtete die Brüsseler Behörde am

20. Juli nun auch für Getreide und Ölsaaten eine Marktbeobachtungsstelle ein. Fundierte Marktdaten sollen mehr Transparenz ermöglichen. Landwirte und Vermarkter werden bei ihren unternehmerischen Entscheidungen unterstützt. Risikoabschätzung und -minimierung sind zentrale Anliegen. Der DRV arbeitet in diesem Gremium mit, das aus 23 Experten der Getreidebranche sowie der Agrarverbände besteht und mindestens zweimal pro Jahr tagt. Die Einschätzung der Markt- und Preisentwicklungen veröffentlicht die EU-Kommission auf ihrer Webseite. Erste Ergebnisse wurden bereits eingestellt.



gilt es zu beachten, dass schätzungsweise 50 bis 60 Prozent der Mengen auf China entfallen und damit dem Markt faktisch nicht zur Verfügung stehen. Folglich ist das reale Verhältnis zwischen Beständen und Verbrauch deutlich enger.

Export bleibt spannend

Russland wird in diesem Jahr mit schätzungsweise 100 Mio. t eine deutlich geringere Ernte als 2016 einfahren. Dennoch stellt diese Menge ein überdurchschnittliches Ergebnis dar und wird dem Land ermöglichen, seine Position als weltgrößter Weizenexporteur mit geschätzten rund 30 Mio. t zu festigen. Allerdings verringert sich

der Abstand zur EU, die in diesem Jahr rund 27 Mio. t Weizen in Drittländern vermarkten will. Deutscher Qualitätsweizen ist weiterhin auf dem Markt gefragt. Das gilt umso mehr, als die Getreide verarbeitende Industrie ab September sehr viel einkaufen muss. Ob und inwieweit Ägypten, das Weizenimportland Nummer eins, aufgrund der dortigen, teilweise sehr restriktiven Qualitätspolitik, z. B. beim Mutterkorn, den weltweiten Export einschränken wird, bleibt abzuwarten.

Die Vermarktungssaison wird somit erneut spannend. Die Raiffeisen-Genossenschaften stehen den Landwirten wie immer als verlässliche Partner mit einer Vielzahl an Vermarktungsmodellen zur Seite.

Afrikanische Schweinepest – Aufklärung und Plakat-Aktionen

Das Einschleppungsrisiko der Afrikanischen Schweinepest (ASP) durch den Menschen ist hoch. Vermutlich durch unachtsam hinterlassenen Reiseproviand breitet sich die Seuche weiter sprunghaft aus. So wurde im Juni 2017 die ASP über eine Distanz von 400 bis 500 km in die Tschechische Republik verschleppt. Deshalb hat das BMEL entschieden, die in der Vergangenheit bereits durchgeführte Informationskampagne für Reisende und Fernfahrer erneut aufzulegen. Die Plakatierung bzw. die Einstellung von Informationen als Video in Stelenspots erfolgt an Tankstellen, Raststätten und Parkplätzen entlang wichtiger Autobahnen, Verkehrswege und Grenzübergänge.

Die gesamte Informationskampagne soll ca. fünf Monate dauern. Des Weiteren können Aufklärungsaktionen an anderen Ballungspunkten mit hohem Aufkommen an osteuropäischen Fernfahrern (z. B. in Industriegebieten) sinnvoll sein, da insbesondere Fernfahrer aus den betroffenen Gebieten während des Wochenendfahrverbotes auf Parkplätzen, Raststätten und Autohöfen haltmachen.

Der Deutsche Raiffeisenverband weist mit Nachdruck auf die Sensibilisierung der Bevölkerung hin. Dies gilt insbesondere für Arbeitskräfte, die aus den oder über die von ASP betroffenen Gebiete in Estland, Lettland, Litauen, Polen, Tschechische Republik, Belarus, Russland und die Ukraine nach Deutschland einreisen und hier in landwirtschaftlichen Betrieben saisonal arbeiten. Informieren Sie auch über die von Lebensmittel tierischer Herkunft ausgehenden Gefahren der ASP-Übertragung.

Das BMEL hält dazu informative Handzettel bereit: www.bmel.de/asp



Raiffeisen Service bündelt Ansprüche

Text: Annerose Bornholdt

Bereits im Juli 2016 wurde von der EU-Kommission aufgrund von wettbewerbswidrigen Preisabsprachen im Zeitraum von 1997 bis 2011 für mittelschwere (6 bis 16 t) und schwere Lkw (über 16 t) gegen die Hersteller Daimler, Iveco, Volvo/Renault, MAN und DAF ein Bußgeld von insgesamt 2,93 Mrd. Euro verhängt. Bei Scania ist das EU-Verfahren noch nicht abgeschlossen.

Geschädigte Käufer können nun Schadensersatzansprüche geltend machen. Dabei geht es nicht nur um überhöhte Verkaufspreise von geschätzten 10 Prozent, sondern auch um zu viel gezahlte Leasingraten.

Erhebliches Kostenrisiko

Eine individuelle Rechtsverfolgung inklusive wirtschaftsökonomischen Gutachtens birgt für Unternehmen ein erhebliches Kostenrisiko. Deshalb bietet der DRV seinen Mitgliedern eine Bündelung ihrer Schadensersatzansprüche über seine Tochterfirma, die Raiffeisen Service GmbH, an. Sie koordiniert auch den Informationsaustausch mit der verfahrensbegleitenden Kanzlei Meister Rechtsanwälte in München.

Aufgrund attraktiver gerichtlicher Konditionen erfolgt die gemeinsame Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen in den Niederlanden. Die Forderungen der Geschädigten werden an einen Prozessfinanzierer abgetreten, der das komplette Prozesskostenrisiko trägt. Dadurch entstehen den Geschädigten im

Falle des Unterliegens keine Kosten. Im Falle des Obsiegens gehen 25 Prozent an den Abtretungsempfänger, d. h. 75 Prozent des Erfolgsbetrags abzüglich sämtlicher Verfahrenskosten verbleiben bei den Klägern. Die genaue Ermittlung der Schadensersatzansprüche aus den gemeldeten Lkw-Bezügen wird durch einen ökonomischen Sachverständigen ermittelt.

Vergleichsgespräche laufen

Bevor die Klage im November 2017 eingereicht werden soll, werden Vergleichsgespräche mit den Lkw-Herstellern geführt. Eine außergerichtliche Einigung wird allerdings aufgrund der bisherigen Gespräche als unwahrscheinlich eingestuft.

Bisher beteiligen sich 140 Unternehmen am geschilderten Verfahren. Die Anzahl der registrierten Lastkraftwagen beläuft sich auf 2.200 Stück.

**Betroffene können noch bis Ende August ihre Ansprüche bei der Raiffeisen Service GmbH nachmelden,
bornholdt@drv.raiffeisen.de.**

Soziale Netzwerke nutzen

Text: Ilka Schaefer

Das erfolgreiche Prinzip der Genossenschaften lautet „Gemeinsam mehr erreichen“. In der digitalen Welt bzw. in den sozialen Medien gilt ein ähnliches Motto: „Sharing is Caring“ (frei übersetzt: Teilen = Kümmern). Die Genossenschaften sowie die sozialen Medien basieren beide auf erfolgreichen Netzwerken – hier gilt es, Verknüpfungen herzustellen! Es bietet sich für Genossenschaften geradezu an, sich der Vorzüge der sozialen Medien zu bedienen.

Es gibt viele gute Gründe

Die Branche muss Gesicht zeigen, da sind die sozialen Netzwerke heutzutage unverzichtbar! Ihre Nutzung ist in den letzten Jahren essenziell geworden, um in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Daher führt kein Weg daran vorbei, Social-Media-Kanäle in die Unternehmens- und Verbandskommunikation einzubeziehen. Twitter, Facebook und Co. – es gibt viele gute Gründe, warum auch genossenschaftliche Unternehmen in den sozialen Netzwerken vertreten sein sollten. Der wohl überzeugendste ist, dass mittlerweile mehr als 28 Millionen (Stand 2016) Deutsche soziale Plattformen nutzen und sich über diese Kanäle informieren und austauschen (Quelle: Mittelstand 4.0-Agentur Handel, Herausgeber: IFH Institut für Handelsforschung GmbH). Zahlreiche DRV-Mitglieder haben bereits erkannt, dass es ohne nicht mehr geht und sind erfolgreiche „User“ verschiedener Social-Media-Netzwerke.

DRV erarbeitet Angebot

Um weitere Interessierte ins Boot zu holen, arbeitet der DRV mit Hochdruck an einem Angebot für seine Mitglieder, das den Einstieg in die Social-Media-Welt erheblich erleichtern wird. Ziel ist es, dass die Mitglieder die Resonanz ihrer Themen steigern und den Austausch mit wichtigen Stakeholdern weiter vorantreiben.

Wir halten Sie auf dem Laufenden und am besten folgen Sie uns schon jetzt auf Twitter:

@Raiffeisen_DRV



Nutzung von Social Media

Studie SocialMedia-Marketing (SMM) 2016

www.marketinginstitut.biz/marketingberatung/studien/studie-social-media-marketing/

Die Haupteckdaten der Studie:

- SMM ist aus den Unternehmen nicht mehr wegzudenken.
- Zukünftig wird der Stellenwert von SMM weiter steigen.
- SMM ist sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich relevant.
- Social-Media-Werbung wird relevanter.
- Content Marketing wird wichtiger.
- Bild- und Textinhalte sind die hauptsächlichen Kommunikationsarten, doch Videoinhalte werden die Zukunft prägen.
- Facebook ist und bleibt die SMM-Plattform Nummer eins.
- Instagram ist ein „rising star“ im B2C-Bereich.

Netzwerk diskutiert Zukunftsprojekte

Text: Peter Jung | Foto: Christian Schätzle

Zum dritten Jungwinzerforum des Deutschen Raiffeisenverbandes (DRV) trafen sich im Juli 40 Jungwinzerinnen und Jungwinzer aus allen genossenschaftlich geprägten Anbaugebieten. In Breisach beim Gastgeber Badischer Winzerkeller eG diskutierte der Nachwuchs über die Herausforderungen des Weinmarktes und stellte aktuelle Projekte vor.

Die Teilnehmer bekannten sich klar zur genossenschaftlichen Arbeitsteilung: „Durch die enge Zusammenarbeit mit den Spezialisten für Weinbereitung und Vermarktung in unseren Genossenschaften können wir uns ganz auf die Erzeugung qualitativ hochwertiger Trauben konzentrieren. So produzieren wir hervorragende Weine zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Dank des basisdemokratischen Ansatzes

haben wir zudem die Möglichkeit, uns aktiv in die Unternehmenspolitik einzubringen“, so lautete der Tenor übereinstimmend.

Insbesondere die qualitätsorientierte Arbeit im Weinberg wurde vom Winzernachwuchs als Schlüsselbaustein für den Erfolg der Erzeugerbetriebe im hart umkämpften Wettbewerb identifiziert. Dieses ausgeprägte Qualitätsdenken zeigte sich in den Wein-Präsentationen der Jungwinzervereinigungen: Vom breit angelegten Jungwinzerprojekt in Kooperation mit einer großen Discountkette zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Angebot bis zum Rotwein im absoluten Premium-Segment reicht das Portfolio der Aktivitäten auf jeden Fall. Das erfolgreiche Format der DRV-Foren wird fortgesetzt.



Jungwinzerinnen und Jungwinzer vertrauen auf Genossenschaften.

Informative Reise durch UK und Irland

Text: Suse-Katrin Jamrath | Fotos: DRV

Auf Initiative des DRV-Kartoffelausschusses fand in der 20. Kalenderwoche eine einwöchige Markterkundungsreise nach UK und Irland statt. Diese Reise wurde im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert und durch die Deutsch-Irische Industrie- und Handelskammer (AHK) in enger Abstimmung mit dem DRV organisiert.

Interessante Unternehmensbesuche

Die Markterkundungsreise führte durch den Großraum Edinburgh (Schottland), Belfast (Nordirland) und Dublin (Irland). Nach umfangreichen Storechecks in Edinburgh folgte ein Besuch bei Cygnet PB in Blairfield, einem der größten Kartoffelzuchtunternehmen in Großbritannien. Anschließend besichtigten die Teilnehmer das James Hutton Institut in Dundee. Das Institut wurde 2011 gegründet und ist eine der renommiertesten Forschungseinrichtungen Schottlands.

Aufgrund des idealen Klimas und der damit verbundenen Gesundlagen in Schottland, befinden sich hier vornehmlich spezialisierte Vermehrungsbetriebe für Pflanzkartoffeln. Die Pflanzgutindustrie Schottlands umfasst 17.000 ha. Davon werden ca. 100.000 t exportiert. Der erste Tag schloss mit einer Netzwerkveranstaltung im James Hutton Institut. Dort wurde die deutsche Delegation von hochrangigen Vertretern der schottischen Kartoffelwirtschaft be-



Deutsche Delegation Storecheck in Schottland

grüßt. Neben Diskussionen über aktuelle Themen rund um die Kartoffel wurden zudem wichtige Kontakte geknüpft.

Nach der Besichtigung von mehreren schottischen Kartoffelbetrieben setzte sich die Reise in Nordirland fort. Anlässlich des Besuchs bei Wilson's Country in Craigavon diskutierten die Teilnehmer ausführlich über die Konsumgewohnheiten und Verbrauchertrends sowie über die Anforderungen des Lebensmitteleinzelhandels in Nordirland und Irland. Weitere Highlights waren die Unternehmensbesuche in Irland bei Meade Potato, einem familiengeführten Betrieb, der sich zu einem sehr erfolgreichen Abpackbetrieb für Kartoffeln und Gemüse entwickelt hat sowie der Familienbetrieb Peter Keogh and Sons. Die Familie Keogh baut seit fast 200 Jahren nördlich von Dublin Kartoffeln an. Neben



*Feldbesichtigung
Peter Keogh and Sons
in Irland*

Anbau und Abpackung begann das Unternehmen vor einigen Jahren erfolgreich Chips unter der Marke Keogh's herzustellen und international zu vermarkten.

In Dublin begrüßte Ralf Lissek, Geschäftsführer der Deutsch-Irischen Industrie- und Handelskammer, die deutsche Delegation auf einer Netzwerkveranstaltung, zu der zahlreiche Vertreter der irischen Kartoffelwirtschaft geladen wurden.

Veränderte Konsumgewohnheiten

Sowohl in Irland als auch in Großbritannien zählt die Nahrungsmittelindustrie zu den wichtigsten Wirtschaftssektoren und wächst kontinuierlich. Der irische Lebensmittelsektor kann aktuellsten Erhebungen des „Kantar World Panels“ zufolge im Jahr 2016 eine Umsatzsteigerung von 3,3 Prozent im Vergleich zum Jahr 2015 verzeichnen. Die jährliche Kartoffelproduktion beträgt hier ca. 400.000 t – größtenteils für den heimischen Markt. Davon werden etwa 50 Prozent über den LEH vermarktet. Bei 97 Prozent aller irischen Familien kommen jede Woche Kartoffeln auf den Tisch. Damit belegt Irland weltweit den

sechsten Rang unter den Top 20 in puncto Kartoffelkonsum. Doch auch in Irland hat sich das Konsummuster in den letzten Jahren gewandelt. Es werden immer mehr verarbeitete Produkte verzehrt, jüngere Konsumenten ersetzen Kartoffeln durch Pasta und Reis. Um diesem Trend entgegenzuwirken, hat die irische Kartoffelwirtschaft eine durch die EU co-finanzierte Marketingkampagne unter dem Motto „More Than a Bit on The Side“ ins Leben gerufen.

Positives Resümee

Ludwig Hartmann, Vorsitzender des DRV-Kartoffelausschusses und Geschäftsführer von Maurer Parat GmbH, zog ein durchweg positives Resümee am Ende der Reise. Beeindruckt war er zum einen von der Wertschätzung für Kartoffeln und Kartoffelprodukte der Schotten und Iren, aber auch von deren gesellschaftlichen und politischen Wertschätzung der Landwirtschaft allgemein. Seines Erachtens stehen die Zeichen gut, dass mithilfe der auf den Netzwerkveranstaltungen geknüpften Kontakte – auch hinsichtlich des Brexit – neue Chancen für den Export von deutschen Kartoffeln entstehen.

Viele Betriebe unzureichend versichert

Text: Frank Senger, Konzern-Kommunikation, R+V Versicherung | Foto: R_by_berwis – pixelio.de

Zahlreiche Geflügelbetriebe sind unzureichend gegen Einbußen durch die Vogelgrippe geschützt. Das zeigte sich in der jüngsten Geflügelpest-Welle 2016/17, die nach Daten der R+V die größte überhaupt war. „Nur etwa 30 Prozent der Eierproduzenten und 60 Prozent der Geflügelmäster besitzen eine Ertragschadenversicherung“, betont R+V-Agrar-Experte Albert Ziegler. Zwar zahlen die Tierseuchenkassen eine Entschädigung für getötete und verendete Tiere. Sie kommen aber nicht für Folgekosten auf wie etwa die notwendige Desinfektion des Betriebes.

Sperr- und Beobachtungsgebiete

Besonders wichtig wird eine Ertragschadenversicherung, wenn ein Betrieb nicht selbst von der Geflügelpest betroffen ist, sondern ein Hof in unmittelbarer Nähe. Denn um einen Betrieb mit infizierten Vögeln wird stets ein Sperr- und ein Beobachtungsgebiet eingerichtet und ein zeitlich befristetes Vermarktungsverbot oder sogar ein Transportverbot für Tiere und Eier verordnet.

Dies führt oft zu erheblichen Einbußen der Geflügelproduzenten, auch wenn die eigenen Tiere gar nicht mit der hochansteckenden Aviären Influenza infiziert sind. „Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Betrieb von einer Sperre betroffen ist, weil in seiner Nähe Vogelgrippe nachgewiesen wurde, ist um ein Vielfaches höher als die Gefahr, direkt von der Seuche betroffen zu sein“, betont R+V-Experte Ziegler. R+V,



der Marktführer bei landwirtschaftlichen Tierversicherungen, bietet einen entsprechenden Versicherungsschutz an, der die finanziellen Einbußen durch eine Betriebsunterbrechung abdeckt und so oft die wirtschaftliche Existenz des betroffenen Betriebes sichert.

Weitere Informationen zur Ertragschadenversicherung von R+V sowie allen weiteren Tarifen für Agrarbetriebe gibt es auf www.ruv.de.

» Impressum «

Herausgeber: Deutscher Raiffeisenverband e.V.,
Pariser Platz 3, 10117 Berlin, www.raiffeisen.de |
Redaktion: Monika Windbergs, Telefon 030 856214-430,
presse@drv.raiffeisen.de |
Herstellung: Görres-Druckerei und Verlag GmbH, Neuwied |
Erscheinungsdatum: 15. August 2017 |
Titel: Kornelia Danetzki
Der Bezug des RaiffeisenMagazins ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

IHR PLUS: MITARBEITER GEWINNEN UND BINDEN.

Partnerschaft für den Erfolg – mit dem
Landwirtschaftlichen Versorgungswerk der R+V.

Geschäftsführer Frank Schneider,
R+V-Fachberaterin Dr. Manuela Weging
und Mitarbeiter Michael Krautz

Für Ihre Mitarbeiter sind Zusatzleistungen wie eine Alters-, Unfall- und Gesundheitsvorsorge besonders attraktiv. Gemeinsam finden wir passende Lösungen und erreichen Ihr Ziel: motivierte Mitarbeiter. Erfahren Sie mehr in allen Volksbanken Raiffeisenbanken, R+V-Agenturen oder auf www.agrarkompetenzzentrum.ruv.de

