

Interview mit DRV-Präsident Franz-Josef Holzenkamp Erntevermarktung und Digitalisierung stellen große Herausforderungen dar

Die enttäuschende diesjährige Ernte, das veränderte Düngerecht sowie die Entwicklungen im Onlinehandel und in der Digitalisierung der Agrarwirtschaft stellen diese und mit ihr den Deutschen Raiffeisenverband (DRV) vor große Herausforderungen. Zu diesen äußerte sich der seit 1. Juli amtierende Präsident Franz-Josef Holzenkamp im Gespräch mit Marktreport Agrar.



DRV-Präsident
Franz-Josef Holzenkamp

Marktreport Agrar: Ihre Präsidentschaft beginnt mit einer schwierigen Ernte; was lässt sich inzwischen zu den gedroschenen Qualitäten sagen?

Franz-Josef Holzenkamp: Nicht nur die Quantität, also die Menge, die ja diesmal ungewöhnlich übereinstimmend eingeschätzt wird, sondern auch die Qualitäten enttäuschen häufig – insbesondere bei den erst spät gedroschenen Beständen. Allerdings gehen wir Stand heute davon aus, dass für alle Verwendungsbereiche bedarfsdeckende Mengen geerntet wurden, die Märkte also bedienen werden. Unsere Warengenossenschaften haben wieder reichlich zu tun, die heterogenen Anlieferungen zu separieren und passend für ihre spätere Verwendung einzulagern und aufzubereiten.

Beim Weizen dürfte bundesweit wie üblich der Anteil der Elitequalitäten bei rund 10 Prozent liegen. Auf Brotweizen könnten jedoch statt der normalen 60 Prozent nur etwa 50 Prozent entfallen, weil die fehlenden 10 Prozent nur noch Futterqualität aufweisen. Futterweizen wird also voraussichtlich auf einen Anteil von bis zu 40 Prozent steigen.

Besonders vom ausgiebigen Regen belastet wurde die Ernte des Roggens im östlichen Niedersachsen und Brandenburg, den wichtigsten Anbaubereichen Deutschlands. Allerdings benötigen wir ja nur ein Drittel der Ernte für die Brotherstellung. Aber am Markt herrscht für diese Kultur eine gewisse

Nervosität und Dynamik, die Preisbildung zeigt es an. Ansonsten tendieren die Kurse ja eher schwach.

Auch unsere Sommergerste ist sehr heterogen ausgefallen und das wird zu einem signifikant erhöhten Importbedarf führen. Ausnahmsweise positiv überrascht werden wir derzeit vom Mais; dieser steht sehr gut und wird das Vorjahresergebnis deutlich übertreffen, wir rechnen nun mit 7 Prozent im Plus.

Was bedeuten die Ernteergebnisse für die Vermarktungsmöglichkeiten?

Deutscher Qualitätsweizen wird weiterhin gefragt sein, aber vor allem der hohe Eurokurs wird unsere Exporte in Drittländer erschweren. Wegen des starken Euros und der niedrigen Weltmarktpreise – ausgelöst durch die russische Rekordernte – sind wir derzeit nicht wettbewerbsfähig. Destinationen, die im vergangenen Jahr aufgrund der schlechten französischen Ernte von Deutschland bedient wurden, werden nun wieder von den Franzosen versorgt, die in diesem Jahr eine durchschnittliche Ernte eingefahren haben und verstärkt exportieren werden.

Beim Raps sind die Ergebnisse weder deutschland- noch europaweit üppig. Wegen der guten Verfügbarkeit durch Importe fehlen jedoch derzeit die Preisimpulse. Unsere Genossenschaften bieten daher Lohnlagerung und damit die Möglichkeit, zukünftige Chancen gezielt zu nutzen.

Mit welchen Auswirkungen rechnen Sie durch die neue Dünge- und die kommende Stoffstromverordnung?

Durch die Düngeverordnung steigen für Veredelungsbetriebe die Kosten für die „Entsorgung“ der Wirtschaftsdünger. Damit sinkt die Rentabilität der Viehhaltung – insbesondere in den Veredelungsregionen im Nordwesten. Betroffen sind deutlich mehr als 10.000 Betriebe mit mehr als 3 Großvieheinheiten je Hektar.

Die Stoffstrombilanzverordnung wird das Problem verschärfen, da sie Betriebe, die Tiere halten, zur Bilanzierung verpflichtet, sobald sie Wirtschaftsdünger aufnehmen. 115.000 Betriebe stehen voraussichtlich vor den Alternativen, entweder keinen Wirtschaftsdünger mehr aufzunehmen oder die eigene Tierhaltung einzuschränken oder sogar aufzugeben. Ansonsten müssen sie mindestens zwei zusätzliche Arbeitstage jährlich für Bürokratie in Kauf nehmen.

Unsere Genossenschaften sind betroffen, weil Veredelungsbetriebe Bestände abbauen, und damit werden in der Konsequenz insbesondere die Kraftfutterwerke und Schlachthöfe weniger ausgelastet.

Oder die Tierhalter tragen die Mehrkosten für Gülleentsorgung und Pachten: Damit verliert der Sektor möglicherweise an Wertschöpfung. Die Warengenossenschaften werden tendenziell durch den reduzierten Futtermittel- und Mineraldüngerverkauf belastet. >>

►► Zudem müssen sie Daten für die Stoffstrombilanz elektronisch zur Verfügung stellen; auch mit zusätzlichen Serviceleistungen wie Beratungen und einer Güllerbörse werden sie die Landwirte unterstützen.

Wie ist der Stand des Handels im Internet?

Relativ gut laufen die Bereiche Haus und Garten sowie Renovierungsartikel und Baustoffe. Im landwirtschaftlichen Betriebsmittel-Sektor sind die Umsätze noch im deutlich einstelligen Prozentbereich. Jedoch forcieren mögliche Optimierungen in der Bestandsführung und der Zwang, sämtliche Aktivitäten detailliert zu dokumentieren, die Digitalisierung der Landwirtschaft sowie deren Interesse am Onlinehandel.

Für Warengenossenschaften sind Onlineshops aber nur die Spitze des Eisberges. Von ihnen werden weitergehende Services erwartet, punktgenaue Empfehlungen und Warnungen etwa, wenn ein ausgesuchtes Produkt inkompatibel ist. Die Herausforderungen sind für die Branche gewaltig. Sie reichen vom Stammdatenmanagement über Einzelartikelführung und Customer-Relationship-Management (CRM) bis zur Einbindung von Farm-Management-Systemen. Auch die Mitarbeiter müssen mitgenommen und weitergebildet sowie Geschäftsführer und Gremienmitglieder für die großen Herausforderungen sensibilisiert werden. Nicht zuletzt werden mit dem Ausbau des Onlinehandels gewaltige Finanzmittel gebunden.

Wie weit ist die Anbindung des digitalen Agrarbetriebes an die digitale Warengenossenschaft?

Wir haben die Startpflöcke hinter uns gelassen und gehen diesen Marathonlauf entschlossen an. Einige Hauptgenossenschaften entwickeln eigene Plattformen, und der DRV sowie die 2016 gegründete Raiffeisen Service GmbH unterstützen insbesondere die Primärgenossenschaften bei der Konzeption und Umsetzung einer gemeinsamen Online-Plattform. Raiffeisen.com, der Internet-Dienstleister im genossenschaftlichen Verbund, bietet zwischenzeitlich

zahlreiche Tools und Apps an, die die Warengenossenschaften ihren Kunden zur Verfügung stellen, um beispielsweise die regelmäßige Futterbestellung zu vereinfachen und den Belegfluss zu optimieren.

*Das Interview führte Gisela Haas
MBI/gih/stg/31.8.2017*