

”PASSION FÜR'S LAND

kompetent – kritisch – verantwortungsbewusst



LAND

wirtschaftlich



Wir gratulieren ...

dem Landwirtschaftsverlag zum
siebzigjährigen Bestehen und freuen uns
auf eine weiterhin erfolgreiche und gute
Zusammenarbeit. www.agravis.de



Wir helfen wachsen.



ES GEHT AUCH SCHON MAL „OHNE“

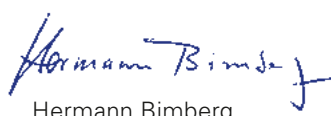
Rums, da ist es passiert: Dank eines ungeschickten Fahrmanövers ist der Rückspiegel großteils zersplittert und nur noch geringfügig nutzbar. Und dann die Erkenntnis: Es geht auch ohne – solange wir vorwärts unterwegs sind und einigermaßen freie Sicht haben.

In Unternehmen wie unserem ist das ähnlich. Ob bei Gefälle oder an Steigungen: Ständiges Schauen in den Spiegel bringt das Ganze nicht wirklich voran. Der Blick muss nach vorn gehen und die „Fahrweise“ muss den vorausliegenden Bedingungen rechtzeitig angepasst werden. Aber es gilt genauso: Immer mit Vollgas unterwegs zu sein ist stark ermüdend. Es braucht auch Pausen zur Erholung und zum prüfenden Blick auf die Karte.

So eine kurze Rast haben wir anlässlich unseres 70. Verlagsgeburtstages eingelegt. Mit dieser Sonderausgabe präsentieren wir Ihnen das Ergebnis unserer kleinen Denkpause, die – um im Bild zu bleiben – fast ohne Rückspiegel auskommt und stattdessen den Blick in verschiedene Richtungen nach vorn wagt. Was wird Sie als Landwirte, als Konsumenten und natürlich als Nutzer unserer Angebote in den kommenden Jahren erwarten? Worauf setzen namhafte Unternehmer aus dem Agribusiness, was geschieht beim Lebensmittelhandel? Wie sehen die Angebote eines Fachverlages in der Zukunft aus? Wir haben dazu in den letzten Wochen viele spannende Gespräche geführt, einige Inhalte daraus finden Sie auf den folgenden Seiten. Wir hoffen, mit dieser Fahrweise weiterhin die rechte Reiseroute zu finden und auch künftig als Agrarverlag No. 1 für Sie da sein zu dürfen.

Und wir wünschen Ihnen damit ähnlich viel Vergnügen und Anregungen, wie wir bei der Vorbereitung erlebt haben. Im Dialog mit lauter Menschen, die offensichtlich lieber Windschutzscheiben putzen als Spiegel. Denn die nächste Kurve kommt bestimmt!

Herzlichst Ihre



Hermann Bimberg



Werner Gehring

ZAHLEN & FAKTEN

CHRONIK 1946 – 2016

Die 70 Jahre Verlagsgeschichte – von der Gründung bis heute – werden nachfolgend mit Jahreszahlen und Ereignissen festgehalten.

1947 Das Verlagsprogramm wird um das Verlegen von Büchern erweitert

Gründungs-jahr der LV-Druckerei
1949

1976 Erste Ausgabe der Zeitschrift „Reiter und Pferde in Westfalen“

1987

Übernahme des Rheinisch-Westfälischen Jägers

1989

Gründung der Max-Eyth-Verlagsgesellschaft mbH (LV und DLG) mit Herausgabe der „DLG-Mitteilungen“

1994

Beteiligung am ungarischen Landwirtschaftsverlag mmg (Budapest)

Jubiläum: 150 Jahre „Landwirtschaftliches Wochenblatt Westfalen-Lippe“

1996

Beteiligung am Agrar-Verlag-Allgäu (AVA) mit dem „Allgäuer Bauernblatt“ Errichtung einer Niederlassung in Österreich

1946

1972

Start des Magazins „top agrar“ mit bundesweiter Verbreitung, später Ausgaben „top agrar Österreich“ und „top agrar polska“ sowie internationale Verbreitung

1980

1991

Erste Ausgabe des Landtechnik-Magazins „profi“, später auch mit internationalen Ausgaben in Großbritannien, Irland, Russland, dem Baltikum, der Türkei und in Griechenland

Beteiligung am Deutschen Bauernverlag (Berlin), mit dem regionalen Wochenblatt „Bauernzeitung“ in den neuen Bundesländern

1993

Gründung des polnischen Landwirtschaftsverlags in Posen, ein Jahr später: Erste Ausgabe von „top agrar polska“

1995

Erstes Erscheinen des Magazins „top agrar Österreich-Journal“ (zeitgleich mit dem EU-Beitritt Österreichs)

1946

1948

Umzug des Verlages nach Münster-Hiltrup (1954 Neubau)

Übernahme der „Landschriftenverlag GmbH“, Bonn

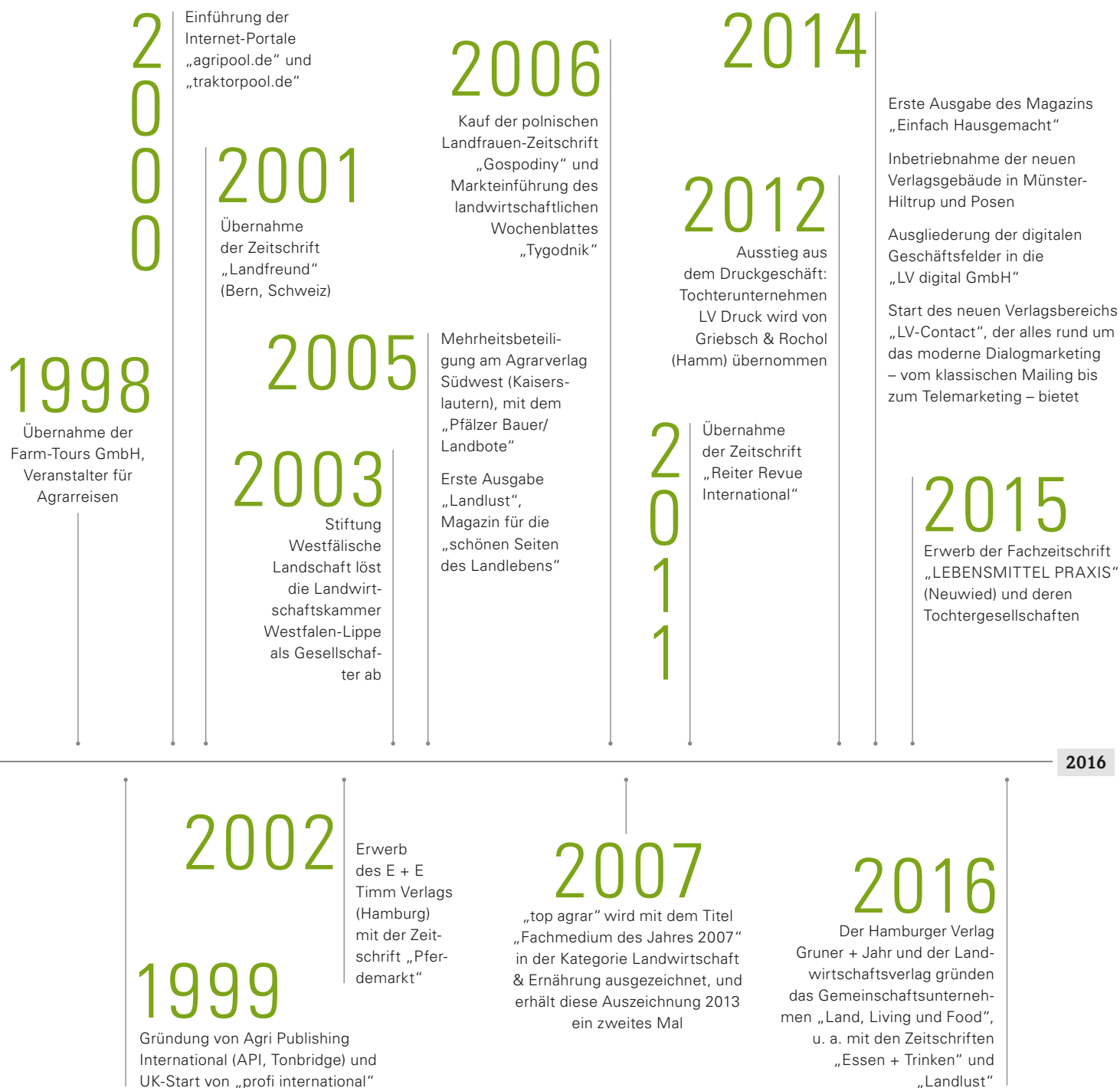
Gründung des Landwirtschaftsverlages mit der Lizenz für die Herausgabe des „Landwirtschaftlichen Wochenblatt Westfalen-Lippe“ am Standort Steinhagen (Ostwestfalen)

1992

Erste Ausgabe der Zeitschrift „Schweinezucht und Schweinemast“ (SUS)

1997

Erstes Erscheinen der Zeitschrift „Hof direkt“ (Direktvermarktung)



Begonnen hat alles nicht in einer Garage, wohl aber in den alten Gebäuden einer stillgelegten Brennerei im ostwestfälischen Steinhagen. Den Weg frei machte die Britische Militärregierung mit der Vergabe der Lizenz für die Herausgabe des „Landwirtschaftlichen Wochenblattes Westfalen-Lippe“ („License to print Nr. 37“ vom 15. April 1946) an die drei Gründer Franz Luster-Haggney, Hermann Sültemeyer und Dr. Ludwig Weddige. Die bereits 1844 gegründete Fachzeitschrift „Landwirtschaftliche Zeitung für Westfalen und

Lippe“ war im November 1933 von den Nationalsozialisten „gleichgeschaltet“ und im März 1945 eingestellt worden. Mit der Wochenblatt-Wiederbegründung – die erste Ausgabe erschien am 20. April 1946 – wurde der Grundstein des Landwirtschaftsverlags gelegt, der organisch gewachsen und in den zurückliegenden 70 Jahren zu einem bedeutenden Fachverlag mit internationalen Geschäftsfeldern aufgestiegen ist. Die Chronik mit den wichtigsten Daten & Fakten gibt davon Zeugnis.

” *Veränderungen
nehmen
rasant zu!*



INTERVIEW

NOCH SIND VIELE FRAGEN OFFEN

Marktforschung ist auch für Verlage ein essenzielles Thema. Mit Horst Regenscheit, Inhaber des gleichnamigen Hamburger Research- und Consultingunternehmens, sprachen wir über Trends bei der Nutzung von Fachmedien.

Herr Regenscheit, es müsste doch gerade eine Art goldenes Zeitalter für Marktforscher sein, denn selten haben sich die Dinge rund um die Kommunikation so rasch und gravierend verändert, oder?

Regenscheit: Klar sehen auch wir als Marktforscher immer schneller werdende Veränderungen, vor allem im Verhältnis Print zu Online und Social Media. Und was das Zusammenspiel dieser Mediengattungen angeht, sind noch viele Fragen offen. Unser aller Aufgabengebiet wird damit noch breiter und vielschichtiger, so gesehen, eine wirklich interessante und positive Entwicklung.

Für uns Verlage ist das durchaus eine Herausforderung. Einerseits hat man das Gefühl, die Menschen sind an sieben Tagen in der Woche rund um die Uhr digital unterwegs. Andererseits kennen wir unsere Zielgruppen recht gut und wissen, dass es nicht ganz so ist. Wo ist da im Moment die Balance? Gibt es gravierende Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppierungen?

Regenscheit: Die Balance hängt letztendlich vom Informationsbedürfnis der jeweiligen Gruppen ab, und hier gibt es große Unterschiede. Das macht die Ausrichtung der Informations- und Kommunikationsangebote nicht einfacher.

In der eher traditionell orientierten Landwirtschaft haben Printmedien noch einen höheren Stellenwert als in anderen Bereichen, gleichwohl sind die Trends auch hier eindeutig. ►

Während des Studiums der Agrarwissenschaften entdeckte Horst Regenscheid seine Passion für die Marktforschung. In über 25 Jahren Berufspraxis konnte er sich einen profunden Erfahrungsschatz aufbauen, den er vor allem in der Medien- und Kommunikationsforschung einsetzt, naheliegend mit dem Fokus auf den Agrarbereich. Darüber hinaus arbeitet er für technologieorientierte Unternehmen der Investitions- und Konsumgüterindustrie. Aber ungeachtet dessen, für wen er arbeitet, verfolgt er stets das Ziel, damit auch Unternehmen bei Strategie-, Innovations- und Optimierungsprozessen erfolgreich zu beraten.

Wie sonst auch sind die Jüngeren online-affiner, gerade in Bezug auf den Social-Media-Bereich, der mehr und mehr klassische Online-Angebote überlagert. Unterstützt wird dies durch die steigende Verbreitung von Smartphones und Tablets, mit denen man räumlich flexibel die im konkreten Augenblick relevanten Informationen zur Hand hat und auch mit seiner Community im Kontakt bleiben kann.

Andere Gruppen, wie beispielsweise Reiter oder Jäger, erwarten dagegen ein ausgewogenes Verhältnis von qualitativ hochwertiger Information und Unterhaltung, und zwar über alle Kanäle hinweg. Und für diese Gruppen sind eben auch die Apps und Social-Media-Angebote eines Verlages entscheidend, wenn man unterwegs ein konkretes Problem hat und schnell nach Lösungen sucht.

Apropos Social Media: Im Moment äußert sich jeder zu allem – in unterschiedlicher Güte. Wie bewerten Sie eigentlich die Bedeutung der journalistischen Qualität? Sind die Menschen heute immer weniger bereit, sich mit guten Inhalten intensiver zu beschäftigen? Wenn ja, warum? Suchen die Menschen überhaupt verlässliche Ankerpunkte, die ihnen wichtige Entscheidungshilfen bieten?



WIR HABEN IMMER NOCH LUST AUF LAND!

70 JAHRE ERFOLGREICHE VERLAGSARBEIT

Darauf können Sie mit Freude und Stolz zurückblicken, denn sie zeugen von Qualität bei gleichzeitiger Wandlungsfähigkeit. Nicht ganz so lange, aber doch schon viele Jahre, stehen wir als strategische und operative Partner an Ihrer Seite. Ebenso wie der Landwirtschaftsverlag sind wir Insider, Impulsgeber und Umsetzer in unserer Heimatbranche, der Agrar- und Ernährungsindustrie. Wir freuen uns auf kommende gemeinsame Herausforderungen und gratulieren herzlich zum Jubiläum.

Regenscheit: Verlässliche Ankerpunkte sind in Zukunft sicher von entscheidender Bedeutung. Hier wächst der Stellenwert von Qualitätsjournalismus, da er aus der Flut von Informationen die relevanten filtert und uns Lesern in adäquater Form darstellt.

Wer sich detailliert und aus unterschiedlichen Perspektiven über ein Thema informieren will, für den sind Internet und Soziale Netzwerke in den unterschiedlichen Facetten die Methode der Wahl.

Vor allem Social-Media-Gruppen bieten hier verlässliche Orientierungsmöglichkeiten. Insbesondere in eher beruflich orientierten Communities ist die Glaubwürdigkeit von Empfehlungen sehr hoch.

Alles in allem wird es auch in Zukunft auf die richtige Mischung ankommen.

Das sehen wir in der Tat ähnlich.

Regenscheit: Ja, der Landwirtschaftsverlag sollte sich künftig noch mehr mit der Gesamtheit der Kommunikation auseinandersetzen. Das umfasst schon jetzt mehr als die Zeitschriften und erschöpft sich auch längst nicht in der dazugehörigen Website. In Zukunft gehören gute Seminare genauso dazu wie geeignete Feldtage, gedruckte und digitale Sonderprodukte, E-Learnings und vieles mehr.

Wir ziehen den Kreis da im Grunde sogar noch etwas weiter. Auch digitale Produkte, die den Betriebsleitern die Arbeit wesentlich erleichtern, sind in unserem Fokus.

Denn in das klassische Agrarbüro zieht die digitale Welt unaufhaltsam ein. Was einmal der Aktenordner war, ist schon heute oftmals ein richtiggehendes Informationssystem. Die Anzahl und Qualität der verfügbaren und verwertbaren Informationen nimmt rasant zu, Unternehmensentscheidungen werden damit immer fundierter, und die Ansprüche an die Lieferanten der Informationen steigen enorm.

Das ist für einen Fachverlag wie uns durchaus eine Herausforderung, aber da sehen wir uns mit unseren kompetenten und motivierten Mitarbeitern auf einem vielversprechenden Weg.

Vielen Dank für das Gespräch.

*Das Interview führte Hermann Bimberg,
Geschäftsführer des Landwirtschaftsverlags*

EINEN SCHRITT VORAUSS MIT NACHHALTIGER LANDWIRTSCHAFT



- Wegweisende Ideen, Technologien und Schulungen
- Kulturlösungen zu Pflanzenschutz, Saatgut und Services
- Über 150 Jahre Bayer Forschungserfahrung

www.forwardfarming.com

Bayer ▶▶ ForwardFarming

INTERVIEW

MEHR MENSCHEN, MEHR NAHRUNGSMITTEL, MEHR ERTRAG

Wie Bayer die Zukunft des Ackerbaus sieht und wie das Unternehmen den Kontakt zu Bürgern und Verbrauchern verbessern will, erläutert Dr. Helmut Schramm im top agrar-Gespräch.

Die Kritik am chemischen Pflanzenschutz und insbesondere an der Unbedenklichkeit der Wirkstoffe wächst. Macht die Arbeit noch Spaß?

Schramm: Es macht sie zumindest nicht leichter. Wir sind aber überzeugt von dem, was wir tun. Wir leisten unseren Beitrag für die Versorgung der Welt mit gesundheitlich unbedenklichen und qualitativ hochwertigen Nahrungsmitteln. Deutschland stellt gegenwärtig nur etwas mehr als 1 % der Weltbevölkerung, Tendenz fallend. Trotzdem importieren wir netto mehr Agrargüter, als wir exportieren. Umgerechnet auf die Fläche sind das etwa 6 Mio. ha. Das heißt, wir leben auf Kosten anderer. Wenn wir uns in Zukunft noch stärker beschränken, zum Beispiel mehr extensivieren, wird das Defizit noch steigen. Wenn wir das nicht wollen, brauchen wir eine moderne, nachhaltige Landwirtschaft.

Sind die Deutschen ängstlicher als andere Nationen?

Schramm: Ja. Man spricht im angelsächsischen Raum nicht umsonst von der „German Angst“. Bei uns ist die Flasche fast immer halb leer, in vielen anderen Regionen ist sie dagegen mindestens halb voll.

Ist die Skepsis im Agrarbereich größer als im Pharmabereich?

Schramm: Das sehe ich so. Wenn es um die eigene Gesundheit geht, haben die Patienten einen anderen Blick für innovative Medikamente. So werden im Pharmabe-

reich neue Medikamente akzeptiert, selbst wenn diese mithilfe der Gentechnik hergestellt werden. Im Agrarbereich fehlt in vielen Fällen die Akzeptanz von modernen Produktionsmethoden, zumindest in Deutschland und weiten Teilen Europas.

Warum ist das so?

Schramm: Das ist ein vielschichtiges Problem. Zwei Effekte sind meines Erachtens sehr wichtig: Erstens haben wir es in Deutschland mit einigen Gruppierungen zu tun, die ganz bewusst mit plakativen Schwarz-Weiß-Bildern eine Stimmung erzeugen, die sich gegen die moderne Landwirtschaft richtet. Das bleibt haften und führt dazu, dass Verbraucher neue Technologien, wie beispielsweise Smartphones, akzeptieren, nicht aber moderne Anbau- und Produktionsverfahren in der Landwirtschaft. Zweitens haben wir es in den vergangenen Jahrzehnten versäumt, Verbraucher bei der Entwicklung der Landwirtschaft und auch bei unserer Arbeit mitzunehmen. Das hat zu einer Entfremdung geführt, die wir schleunigst ändern müssen.

NABU und BUND haben in der Öffentlichkeit eine hohe Glaubwürdigkeit. Kommen Sie dagegen an?

Schramm: Viele Nichtregierungsorganisationen (NGO) leisten eine sehr gute Arbeit. Sie sind daran interessiert, die Probleme gemeinsam mit den Unternehmen und gesellschaftlichen Organisationen zu lösen. ►



“*Die Erträge
müssen um
60% steigen!*”

Dr. Helmut Schramm ist seit Juli 2011 Geschäftsführer der Bayer CropScience Deutschland GmbH. Der promovierte Agrarwissenschaftler arbeitet seit 1988 für Bayer und ist seit 2013 auch Präsident des Industrieverbands Agrar (IVA). Der IVA vertritt die Interessen der agrarchemischen Unternehmen in Deutschland und hat 50 Mitglieder. Daneben ist er seit 2014 Aufsichtsratsvorsitzender des Forums Moderne Landwirtschaft.

Mit diesen arbeiten wir gerne und erfolgreich zusammen. Es gibt auf der anderen Seite aber auch NGOs, die ein anderes Modell verfolgen: Sie setzen im Wesentlichen auf das Geschäft mit der Angst und Verunsicherung, sprechen der Industrie jegliches Verantwortungsbewusstsein ab und unterstellen gerade den größeren Unternehmen ausschließlich Profitgier. Mit denen können wir nicht konstruktiv zusammenarbeiten, weil diese kein Interesse an der konstruktiven Lösung von Problemen haben.

Sind Landwirte für die Kommunikation mit den Bürgern und Verbrauchern nicht besser geeignet, weil sie näher dran sind?

Schramm: Landwirte müssen auch ihren Part leisten. Aber ich nehme uns ausdrücklich nicht aus der Verantwortung. Bayer hat sich im Pharma- und Agrarbereich eine hohe Glaubwürdigkeit erarbeitet. Die müssen wir in die Waagschale werfen.

Wie gut ist die Unterstützung seitens des Berufsstandes?

Schramm: Die ist sehr gut. Natürlich kann man immer noch mehr tun.

Und vonseiten der Politik?

Schramm: Da gibt es zwei Wahrnehmungen: Im bilateralen Gespräch bekommen wir viel Unterstützung und Zuspruch. Bleibt am Standort und geht euren Weg weiter, heißt es. In der öffentlichen Diskussion wird dann allerdings mancher Politiker zurückhaltender mit dem Zuspruch.

Gilt das für alle Parteien?

Schramm: Wir sprechen mit allen Parteien. Dabei bekommen wir von der FDP, die sehr wissenschaftsba-

siert denkt und handelt, immer sehr viel Unterstützung. Das gilt zum Teil auch für die Union. Danach wird die Luft schon dünner. Dennoch müssen wir auch mit der SPD und den Grünen im Gespräch bleiben.

Die Weltbevölkerung steigt, der Konsum tierischer Lebensmittel wächst, der Klimawandel macht die Landwirtschaft in einigen Regionen sehr schwierig und die Flächen sind schon heute knapp. Wie stark müssen die Erträge steigen?

Schramm: Laut Welternährungsorganisation FAO bis 2050 um mindestens 60 %. Dann müssen wir etwa 3 Mrd. Menschen mehr ernähren als heute.

Ist das machbar?

Schramm: Das ist ambitioniert, aber nicht utopisch. Nehmen Sie den Weizen. Dort ist ertragsmäßig in den vergangenen Jahren wenig passiert, auch weil es so schwierig war, mit klassischen Züchtungsmethoden große Schritte zu machen. Der nächste logische Innovationsschritt ist der Hybridweizen. Wir wollen in sechs bis sieben Jahren entsprechende Sorten einführen.

Was ist für Sie ein nachhaltiger Anbau?

Schramm: Nachhaltig ist für mich, wenn ich als Landwirt eine Fläche dreißig, vierzig Jahre bearbeitet und diese anschließend in einem mindestens so guten, vielleicht sogar besseren Zustand an die nächste Generation übergebe.

Wo liegen die größten Potenziale – in der Züchtung oder im Pflanzenschutz?

Schramm: In beiden Bereichen. Es kommt auf die intelligente Verknüpfung an. Wir brauchen neue Sorten und neue chemische und biologische Wirkstoffe. Die Digitalisierung wird uns weitere Potenziale eröffnen.

Welche?

Schramm: Wir können in Zukunft viel mehr Informationen verarbeiten, vernetzen und daraus Daten generieren, die uns helfen werden, den Pflanzenschutz weiter zu optimieren. Wann ist der richtige Zeitpunkt der Behandlung? Welche Dosierung wähle ich? Entscheidend wird sein, wie gut es gelingt, die Informationen miteinander zu verknüpfen.

Was versprechen Sie sich davon? Mehr Umsatz?

Schramm: Es geht nicht um mehr Pflanzenschutzmittel, sondern um einen sichereren, noch gezielteren und umweltfreundlicheren Einsatz.

Und wer bezahlt dafür? Bayer oder der Landwirt?

Schramm: Das ist völlig offen. Es sind unterschiedliche

Modelle denkbar: Die Kosten für digitale Lösungen können im Pflanzenschutzmittel selbst oder im Service eingepreist werden oder sie werden den Landwirten direkt in Rechnung gestellt.

Vielleicht bekommen wir Bezahlmodelle, die sich weniger am Input und mehr am Output orientieren? Dann zählt nicht mehr, wie viel Dünger und Pflanzenschutz aufgewendet wird, sondern was an Ertrag herauskommt. Wenn die Digitalisierung dazu beiträgt, die Erträge zu steigern und die Kosten zu senken, wäre es fair, wenn sich Landwirte, Handel und Industrie den Nutzen teilen. Aber das entscheidet der Markt.

Wird die Digitalisierung auf ähnliche Akzeptanzhürden stoßen wie der chemische Pflanzenschutz selber?

Schramm: Der Verbraucher dürfte damit kaum Probleme haben, da die Digitalisierung viele neue Möglichkeiten bietet. Für den Landwirt ist wichtig, dass er bei der Digitalisierung die Wahlfreiheit behält und seine Daten mit den verschiedenen Anbietern nutzen kann. Es geht also um Transparenz, Datenschutz und Datensicherheit.

Mehr Transparenz gäbe es, wenn die Unternehmen konzernübergreifende Lösungen erarbeiten würden.

Schramm: Das stimmt.

Ist die Industrie schon auf diesem Weg?

Schramm: Da haben wir noch eine ziemliche Lernkurve vor uns. Im Moment arbeitet noch jedes Haus für sich. Das ist auch richtig, um die Prozesse zu verstehen und zu klären, wohin man will. Wenn es danach um digitale Konzepte und Geschäftsmodelle geht, werden wir darüber sprechen müssen, wie wir diese gemeinsam weiterentwickeln können.

Investieren Sie in die Digitalisierung genauso viel Geld wie in die Wirkstoffforschung?

Schramm: Nein, bei Weitem nicht. Aber Bayer will im Zeitraum von 2015 bis 2020 mindestens 200 Mio. Euro in die digitale Landwirtschaft investieren. Derzeit testen und verkaufen wir in zehn Ländern Digital-Farming-Produkte. Ziel ist es, ein führendes digitales System zur Unterstützung des Pflanzenschutzes aufzubauen.

Neonikotinoide wurden bei wichtigen Kulturen verboten, Glyphosat hat nur eine befristete Verlängerung bekommen. Auf welcher Basis sind diese Entscheidungen gefallen?

Schramm: Jedenfalls nicht auf wissenschaftlicher Basis. Bei Glyphosat haben die vier in Deutschland an der ►

Wir gratulieren zum 70. Geburtstag und freuen uns auf weitere spannende Berichte über Landtechnik von Morgen.

ZA-TS – der vollautomatische ISOBUS-Wiegestreuer

bis 30 km/h | bis 50 ha/h | bis 54 Meter | bis 4.200 Liter | 200 Hz Wiegetechnik



Argus Twin: Noch mehr Präzision und Komfort!

Radarsensoren überwachen permanent beide Streufächer – automatische Optimierung der Querverteilung über das elektrische Einleitsystem.

NEU: Dynamic Spread – richtungsweisend!

Dynamische Anpassung von Streubreite und Ausbringmenge an die Flächenstruktur mit bis zu 128 Teilbreiten.

Zulassung beteiligten Behörden, das Bundesamt für Risikobewertung (BfR), das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), das Julius Kühn-Institut (JKI) und auch das Umweltbundesamt (UBA) dem Wirkstoff die Zulassungsfähigkeit zugesprochen. Und dennoch hat sich die SPD über diese Entscheidung hinweggesetzt, sodass sich Deutschland in Brüssel nur enthalten hat. Das ist klar politisch motiviert.

Was hat das Verbot der Neonikotinoide gebracht?

Schramm: Jeder hat verloren: Die Landwirte dürfen ihr Saatgut nicht mehr beizen und fangen jetzt an, ihren Raps im Herbst mit dann nur sehr begrenzt wirksamen Pyrethroiden in Form der Flächenspritzung zu behandeln. Die Umwelt verliert, weil jetzt Millionen Hektar Raps im Herbst mit Pyrethroiden behandelt werden (Anm. d. Red.: Mehrfachbehandlungen), was auf fast nacktem Boden gar keinen Sinn macht.

Und für die Imker hat es auch nichts gebracht, weil ihre Bienenvölker immer noch durch die Varroa-Milbe und von ihnen übertragene Viren massiv gefährdet sind.

Wie reagiert die Politik auf die Fakten?

Schramm: Bislang gibt es noch keine Bewegung.

Hinzu kommt, dass im nächsten Jahr die Bundestagswahl stattfinden wird. Aber wir bleiben dran.

Wer unterstützt Sie dabei, die Imker?

Schramm: Der Imkerverband bisher nicht, vereinzelt Imker an der Basis dagegen schon. Darauf müssen wir aufbauen. Für mich ist es kein Wunder, dass der Rapsanbau rückläufig ist und die Erträge in Relation zu anderen Kulturen überproportional sinken. In diesem Jahr hatten wir Einbrüche von 25 bis 30 %. Dazu hat auch eine fehlende insektizide Beizung beigetragen.

Seit 2009 gelten ein neues EU-Pflanzenschutzmittelrecht. Wurde die angestrebte Harmonisierung bei der Zulassung von Pflanzenschutzmitteln erreicht?

Schramm: Nein, davon sind wir weit entfernt, insbesondere in der mittleren Zone, zu der Deutschland gehört. Es fehlt die gegenseitige Akzeptanz bei der Bewertung von Pflanzenschutzmitteln.

Wie reagiert die EU-Kommission darauf?

Schramm: Das deutsche Zulassungsverfahren wurde von Brüssel überprüft. Die Ergebnisse dieses Audits werden bald auf dem Tisch liegen. Wir hören, dass sie für Deutschland eher schlecht ausfallen werden.

IHR PLUS AN NÄHE.

Wir beraten Sie persönlich und kompetent in allen Versicherungsfragen rund um Ihre Tierhaltung.

Landwirt Hermann Holtkamp
im Gespräch mit R+V-Fachberater Peter Hecker

Die R+V-Ertragsschadenversicherung bietet Ihnen finanziellen Schutz bei Tierseuchen und übertragbaren Tierkrankheiten.

www.agrarkompetenzzentrum.ruv.de

Arbeiten denn wenigstens die deutschen Zulassungsbehörden vertrauensvoll zusammen?

Schramm: Nein, das Verfahren ist sehr kompliziert. Die beteiligten zwei Ministerien (Anm. d. Red.: Umwelt und Landwirtschaft) und vier Behörden neutralisieren sich gegenseitig. Momentan blockiert das Umweltbundesamt (UBA) viele Entscheidungen.

Was werfen Sie dem UBA vor?

Schramm: Das Amt arbeitet vielfach politisch und nicht primär wissenschaftlich. Nehmen Sie das Beispiel Glyphosat im Urin. Das ist nicht der Kompetenzbereich des UBA, sondern des BfR.

Wie muss ein zukunftsfähiges Zulassungsverfahren aussehen?

Schramm: In vielen Ländern, in denen es gut läuft, liegt das Zulassungsverfahren in der Hand einer Behörde, bei der die Kompetenzen klar geregelt sind. Die Entscheidungen können streng sein, aber sie müssen nach wissenschaftlichen Kriterien erfolgen. Maßgabe für die Zulassung sollte nicht die theoretische Gefahr sein, die von einem Wirkstoff bzw. Produkt ausgeht, sondern das realistische Risiko unter Praxisbedingungen.

Welche Länder haben strenge und zugleich vorbildliche Verfahren?

Schramm: Die Österreicher machen das pragmatisch. Das haben wir bei Wirren um den insektiziden Wirkstoff Thiacloprid gesehen, als Brüssel die Grenzwerte im Honig erst abgesenkt und dann wieder angehoben hat, weil angeblich keine Daten verfügbar waren, was gar nicht stimmte.

Da haben die Österreicher von vorneherein gesagt: Das machen wir nicht mit – und damit recht behalten. Andere EU-Länder gehen auch großzügiger mit Ausnahmegenehmigungen um als Deutschland. Außerhalb der EU sind die USA vorbildlich – sehr strenge Zulassungsbedingungen, aber nach klaren wissenschaftlichen Kriterien. Hart, aber fair.

Die Zulassungsbehörden beklagen, dass nicht immer vollständige Unterlagen eingereicht werden, die den Zulassungsprozess verlangsamen. Stimmt das?

Schramm: Ja. Ich habe die Zulassungsbehörden als IVA-Präsident gebeten, Anträge, die nicht vollständig sind, zurückzuweisen, auch wenn es die von Bayer sind. Wer seine Hausaufgaben nicht macht, soll das System nicht blockieren. ►

**„UNSERE MASCHINEN ENTSTEHEN
DURCH IHRE ANFORDERUNGEN
UND MIT MEINEM HERZBLUT.“**



PHILIPP HORSCH
Geschäftsführer und
Entwicklungsleiter



Landwirtschaftsverlag

70 Jahre Landwirtschaftsverlag,
wir gratulieren von Herzen!

www.horsch.com

Was uns antreibt, ist nicht nur die Freude an technologischer Innovation, sondern vor allem Landwirtschaft aus Leidenschaft.

Diesen Anspruch finden Sie in jedem unserer Produkte wieder, denn er begleitet uns auf dem gesamten Weg von der Entwicklung bis zur Montage. Wenn wir Maschinen bauen, stehen Ihre individuellen Anforderungen im Ackerbau im Zentrum unseres Denkens und Handelns. HORSCH Produkte bringen Sie in Ihrer täglichen Arbeit ein großes Stück weiter und tragen zur Zukunft eines modernen Ackerbaus bei. Weil wir selbst auch Landwirte sind, wissen wir, wovon wir reden. Fragen Sie uns und unsere exklusiven Vertriebspartner, wir sind für Sie da.

HORSCH
Landwirtschaft aus Leidenschaft

Um die noch ausstehende Bewertung der hormonellen Wirkung von Pflanzenschutzmitteln ist es ruhig geworden. Wie weit ist die Kommission?

Schramm: Ende 2013 sollte die Regelung eigentlich stehen. Immerhin liegt seit dem Sommer ein Vorschlag auf dem Tisch. Wenn dieser so umgesetzt würde, gingen wichtige Wirkstoffe bei den Getreide- und Kartoffelfungiziden, aber auch bei den Insektiziden verloren.

Ist die Kommission zu Kompromissen bereit?

Schramm: Das müssen wir abwarten, aber die Gespräche sind sehr schwierig.

Wann ist mit einer Entscheidung zu rechnen?

Schramm: Bis Ende des Jahres will die Kommission entscheiden. Ich glaube, es wird länger dauern. Das gefällt uns nicht. Wir wollen schnell Klarheit, weil uns der momentane Übergangstatus auch nicht hilft.

Ist dann der Standort Deutschland für Sie noch attraktiv, wenn es bei der kritischen Grundeinstellung der Gesellschaft und der schwierigen Zulassungspraxis bleibt?

Schramm: Deutschland und Europa sind für uns weiterhin sehr wichtige Märkte. Aber wenn wir eine Situation bekommen, dass hier immer weniger Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden dürfen, kann es diesem Bereich genauso ergehen wie der grünen Gentechnik. An dieser Zukunftstechnologie wird inzwischen an Standorten geforscht, die bessere Bedingungen bieten.

Mit der Übernahme von Monsanto bieten sich Ihnen für die Gentechnikforschung ganz neue Optionen?

Schramm: Beide Unternehmen verfügen unabhängig davon über attraktive Angebote und sind sehr innovativ. Die Kunden werden davon sowohl beim Saatgut als auch bei Pflanzenschutzprodukten profitieren.

Dow Chemical und DuPont, Chem China und Syngenta, Bayer und Monsanto. Die Konzerne werden immer größer. Können Sie verstehen, dass diese Mega-Konzerne von Teilen der Politik, Verbrauchern und Bauern skeptisch gesehen werden?

Schramm: Das verstehe ich. Aber die Sorge vor Abhängigkeiten ist unbegründet. Mit Bayer, BASF und Syngenta haben wir in Deutschland schon heute eine Situation, wie wir sie künftig weltweit vorfinden könnten. Und trotzdem haben wir in Deutschland einen sehr harten Wettbewerb.

Wird die Abhängigkeit der Landwirte von einem Systemanbieter, der das Saatgut und die dazu

passenden Pflanzenschutzmittel aus einer Hand liefert, nicht immer größer, wenn es immer weniger Alternativen gibt?

Schramm: Derjenige, der das beste Paket anbietet, gewinnt den Wettbewerb. Kein Landwirt wird Mogelpakete kaufen. So einfach ist das.

Wird es den Namen Monsanto nach dem Zusammenschluss noch geben?

Schramm: Bayer hat in der ganzen Welt ein exzellentes Image, verbunden mit einer hervorragenden Reputation. Wir erwarten den Abschluss der Übernahme bis Ende 2017. Bis dahin werden Bayer und Monsanto weiter als zwei unabhängige Unternehmen operieren.

Wie sieht der Landwirt der Zukunft für Bayer aus?

Schramm: Er wird noch stärker als heute Unternehmer sein. Die steigenden Anforderungen an die Produktionstechnik, die Einhaltung der Auflagen, der technische Fortschritt fordern immer mehr Know-how. Der Kapitaleinsatz steigt. Das alles wird nicht ohne Folgen für den Strukturwandel bleiben, der sich wahrscheinlich weiter beschleunigen wird.

Neue Züchtungsmethoden wie CRISPR/Cas9 sind marktreif. Was heißt das für die Pflanzenzüchtung?

Schramm: Die neuen Züchtungstechnologien haben enorme Potenziale. Bei CRISPR/Cas9 bleiben sie im Genom, bringen aber bestimmte Gensequenzen an Stellen, wo deren Eigenschaften stärker ausgeprägt werden. Das kann beispielsweise die Trockenheits- und Schaderregerresistenz verbessern, aber auch Protein- und Ölsäuremuster optimieren.

Lässt sich diese Technologie den Verbrauchern besser vermitteln als die bisherige Gentechnik?

Schramm: Ich hoffe es. Wir müssen die Verbraucher von Anfang an mitnehmen und ihnen den Nutzen vermitteln. Hinzu kommt: Die Produkte unterscheiden sich nicht von klassisch gezüchteten. Wir machen das, was auch in der Natur passiert – nur viel schneller und zielgerichteter.

In den vergangenen Jahren hat es wenig neue Wirkstoffe gegeben. Wie viel technischer Fortschritt ist beim chemischen Pflanzenschutz noch möglich?

Schramm: Wir brauchen neue Wirkstoffe. Das ist keine Frage. Wir haben Lücken und zunehmende Resistenzen.

Wie konkret sind die Perspektiven?

Schramm: Es gibt schon gute Kandidaten. Ob sie zugelassen und marktreif werden, sehen wir dann.

**Welche Potenziale bieten biologische Lösungen?
Können diese chemische Pflanzenschutzmittel
ersetzen?**

Schramm: Das ist ein anspruchsvolles Geschäft, weil wir mit lebendem Material, Mikroorganismen, zum Beispiel Pilzsporen oder Bakterien, arbeiten. Biologische Wirkstoffe müssen in erster Linie gegenüber Krankheitserregern und Schadinsekten wirksam, standardmäßig produzierbar sein und benötigen ggf. auch noch eine besondere Logistik, v. a. dann, wenn die Mittel gekühlt werden müssen. Deshalb wachsen die Bäume in diesem Bereich nicht in den Himmel.

Wie sieht der Ackerbau in zwanzig Jahren aus?

Schramm: Wenn die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen passen, werden wir dann einen hocheffizienten Ackerbau haben, bei dem wir mit zielgerichtetem Dünger und Pflanzenschutz dank der digitalen Landwirtschaft quantitativ und qualitativ mehr ernten werden.

**Verändert sich auch das Verhältnis von Industrie
und Landwirt?**

Schramm: Nein. Das Dreieck von Industrie, Handel und Landwirten wird es auch in Zukunft geben.

Mit oder ohne neutrale Medienpartner?

Schramm: Mit. Die Fachmedien sind auch in Zukunft unverzichtbar. Die Landwirte werden sich weiterhin eine zweite, unabhängige Meinung einholen und der Industrie nicht blind vertrauen.

Aus meiner Sicht ist das auch ein gesundes Verhältnis, denn es zwingt uns dazu, besser zu werden, um weiterhin im Wettbewerb bestehen zu können.

**Welche Perspektiven hat für Sie der Agrarstandort
Deutschland?**

Schramm: Wir haben beste Voraussetzungen, gute Böden, ein mildes Klima, Zugang zu Betriebsmitteln, bestens ausgebildete, unternehmerisch denkende Landwirte und einen staatlichen Rahmen, der ein hohes Maß an Rechtssicherheit bietet. Wenn wir es schaffen, dass die Verbraucher wieder hinter einer modernen, nachhaltigen Landwirtschaft stehen, hat der Standort Deutschland eine gute Zukunft.

Vielen Dank für das Gespräch.

*Das Interview führte top agrar-Chefredakteur
Dr. Ludger Schulze Pals*



Gratulation!

Wir gratulieren dem Landwirtschaftsverlag Münster
zum 70-jährigen Jubiläum.

ZAHLEN & FAKTEN

DER LANDWIRTSCHAFTS- VERLAG HEUTE

1946 – vor 70 Jahren – wurde die Landwirtschaftsverlag GmbH gegründet.

Wie das Verlagsunternehmen am Standort Münster-Hiltrup aus kleinen Anfängen bis heute zu einem Marktführer mit internationalen Aktivitäten gewachsen ist, belegen nachfolgend aktuelle Kerndaten:

10

„LV-Seminare“ jährlich veranstalten die Redaktionen der Zeitschriften, dabei setzen sie auf topaktuelle Themen, renommierte Referenten und ein intensives Networking.

30

Fach- und Publikumszeitschriften werden verlegt.



1.800.000

Exemplare beträgt die Auflage aller Zeitschriften des Landwirtschaftsverlags (IVW-geprüft).



44

Jahre sind vergangen, seit 1972 das Magazin „top agrar“ zum ersten Mal erschienen ist. Das Kernverbreitungsgebiet erstreckt sich über 3 Länder.

110.000.000

Euro Umsatz erzielte der Landwirtschaftsverlag im Jahre 2015.

750

Mitarbeiter im In- und Ausland sind im Landwirtschaftsverlag beschäftigt.



6.500.000

Leser erreichen die vom Landwirtschaftsverlag herausgegebenen Fach- und Publikumszeitschriften.



60.000

Abonnenten zählt das „Wochenblatt für Landwirtschaft & Landleben“.



132

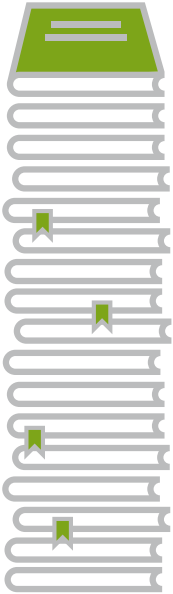
Hektar beträgt die durchschnittliche landwirtschaftliche Anbaufläche der „profi“-Abonnenten.



STIFTUNG
LV Münster

2013

war das Gründungsjahr der Stiftung LV Münster, die sich der Förderung des ländlichen Raumes verpflichtet und 2016 den Deutschen Landbaukultur-Preis ausgeschrieben hat.



Sprachen umfasst die Internet-Plattform „traktorpool“ des Landwirtschaftsverlags, die weltweit abgerufen wird. Auch die Internet-Angebote von „rimondo.com“ und „landreise.de“ werden stark nachgefragt.



+49/02501/801-3000

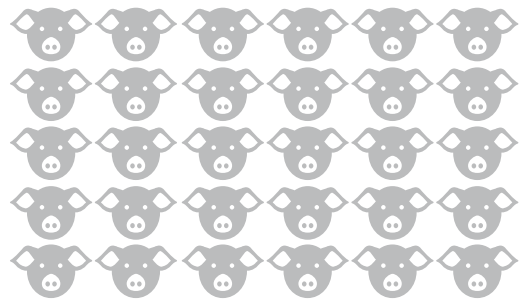
ist die Telefon-Kontaktnummer für den Leserservice des Landwirtschaftsverlags.



der landwirtschaftlichen Betriebe ab 100 Hektar LF erreicht „top agrar“.

50

Neuerscheinungen hatte der LV-Buchverlag 2015 im Programm, besonders konzentriert auf Themen rund um das Landleben.



x10

Mastschweine durchschnittlich halten 71 % der Betriebe unter den „Wochenblatt“-Beziehern.

124.299

Exemplare hat die verkaufte Auflage der Food-Zeitschrift „Einfach Hausgemacht“ im 1. Quartal 2016 (IVW) erreicht, die von der Verlagsgruppe Deutsche Medien-Manufaktur (DMM) – dem Gemeinschaftsunternehmen der Landwirtschaftsverlag GmbH und Gruner & Jahr GmbH & Co. KG – herausgegeben wird.

3 Gesellschafter sind am Landwirtschaftsverlag beteiligt:

Stiftung Westfälische Landschaft, Westfälisch-Lippischer Landwirtschaftsverband e.V. und Raiffeisenverband Westfalen-Lippe e.V.

STIFTUNG
WESTFÄLISCHE
LANDSCHAFT



Raiffeisenverband
Westfalen-Lippe e.V.

Die
FÜNFT-

reichweitenstärkste Kaufzeitung in Deutschland ist das Magazin „Landlust“ mit 4,8 Millionen Lesern pro Ausgabe (Allensbacher Werbeträger-Analyse, AWA).



„*Familienbetriebe
behalten ihre
starke Stellung!*“



Foto: Maren Leichhauer

INTERVIEW

ERFOLG ZEIGT SICH AUCH LANGFRISTIG

Der scheidende Agravis-Vorstandsvorsitzende Dr. Clemens Große Frie im Interview zum schwierigen Geschäftsjahr 2016, zum Verhältnis der Genossenschaften untereinander und zu den Bauern sowie zur Zukunft der Landwirtschaft in einer immer kritischer gestimmten Gesellschaft.

Bauern hatten in diesem Jahr wenig zu lachen. Läuft Agravis auch schon komplett im Krisenmodus?

Große Frie: Nein, Gott sei Dank nicht. Natürlich haben wir ein anstrengendes Jahr, wir leiden sozusagen mit den Landwirten. Es wäre schon seltsam, wenn beispielsweise die Krise der Milchviehalter uns nicht auch irgendwie einholen würde. Aber als kritisch kann ich unsere Lage nicht bezeichnen.

Wie sieht es momentan konkret aus? Kein Geschäft mehr bei Kraftfutter und Landmaschinen, Umsatz- und Ergebnisschwund?

Große Frie: Unsere Umsätze gehen leicht zurück im Vergleich zum Vorjahr. Der Futtermittelbereich läuft ganz gut, wenn auch mit gewissen Rückgängen. Auch das Landtechnikgeschäft ist passabel. Bei den Neumaschinen spüren wir die Zurückhaltung der Landwirte. Aber gebrauchte Maschinen verkaufen wir nach wie vor ordentlich, und auch der Bereich Ersatzteile und Dienstleistungen ist ein wichtiges Standbein. Das läuft.

Das heißt: Alles halb so schlimm?

Große Frie: Sorge bereitet mir in erster Linie das Rohstoffgeschäft, also der Bereich, in dem insbesondere Getreide gehandelt wird. Die Preise sind gesunken und das schlägt auf die Umsätze durch. Alles in allem erwarten wir einen Umsatzrückgang um vielleicht 10 %, das heißt einen Konzernumsatz im Bereich von 6 bis 6,5 Mrd. €. Und einen Gewinn vor Steuern von 46 Mio. € zu erreichen, so wie wir es auf der Hauptversammlung angekündigt haben, wird eher schwer.

Die Umsatzrendite liegt also wieder deutlich unter 1 %...

Große Frie: Unsere Rendite ist immerhin stabil. Richtig zufrieden wäre ich mit 1 bis 1,5 %. ►

Clemens Große Frie (Jahrgang 1952) stammt aus dem Kreis Warendorf und hat in Bonn Landwirtschaft studiert. Nach der Promotion zum Dr. agr. im Jahr 1981 war er zunächst Geschäftsführer des VDL-Bundesverbandes (Berufsverband Agrar, Ernährung, Umwelt). Von 1985 bis 2003 war Große Frie für BASF tätig, zuletzt in Südafrika. Danach wechselte er als Vorstandsvorsitzender zur Raiffeisen-Hauptgenossenschaft Hannover (RHG), die 2004 mit der RCG in Münster zur Agravis Raiffeisen AG verschmolz. Ende 2016 geht Große Frie in den Ruhestand; sein Nachfolger wird Andreas Rickmers (52), der seit September dieses Jahres Agravis-Vorstandsmitglied ist und zuvor für das Unternehmen Cargill dessen europäisches Agrargeschäft leitete.

Es hilft aber nicht, immer wieder von dieser Zielmarke zu reden, wenn man sie nicht erreicht!

Große Frie: Vor ein paar Jahren lagen wir noch viel niedriger als heute, das dürfen wir nicht vergessen. Und wir arbeiten dran. Unser Strategieprogramm, das wir mit großem Nachdruck verfolgen, ist für 1 % Umsatzrendite „gut“. Und das kriegen wir. Dass wir gut aufgestellt sind, sehen auch andere Leute so. Das lässt sich belegen.

Belegen womit?

Große Frie: Zum Beispiel damit, dass unsere neuesten Tranchen von Genussscheinen – da ging es immerhin um 30 Mio. € – in nur wenigen Tagen und bereits deutlich vor Ende der offiziellen Zeichnungsfrist ausverkauft waren. Das spricht doch für sich, bei Zinssätzen von 2,2 bzw. 3,2 %.

Das ist ein ordentlicher Schub fürs Eigenkapital...

Große Frie: Genau. Ende des Jahres werden wir bei rund 30 % der Bilanzsumme liegen, das ist zufriedenstellend. Im ersten Agravis-Jahr, also direkt nach der Fusion von RCG (Münster) und RHG (Hannover), hatten wir nur rund 19 % Eigenkapital. Was die Relativzahl nicht verrät: In absoluten Zahlen hat sich unser

Eigenkapital sogar verdreifacht! Wachstum kostet Geld, auch deshalb ist eine ordentliche Finanzausstattung wichtig. Denken Sie nur mal an ein neu eingegliedertes Unternehmen wie Ceravis. Eine solche Übernahme macht man nicht nebenbei. Wir haben hier gemeinsam mit unseren dänischen Freunden eine gute Basis gefunden. Oder das internationale Geschäft: Das ist wichtig für die Ertragslage. Rund 17 Mio. € von unserem Jahresergebnis stammen aus dem Auslandsgeschäft. Da haben wir im Ausland Partner, mit denen wir in Gemeinschaftsunternehmen sehr erfolgreich zusammenarbeiten.

Im Ausland klappt es also, aber mit dem direkten Nachbarn, mit der RWZ in Köln, kommen Sie nicht ins Geschäft ...

Große Frie: Ach ja, das ist eine lange Geschichte. Tatsache ist, dass wir uns gern mit der RWZ zusammengetan hätten. Unternehmensberater haben uns bestätigt, dass eine Verschmelzung etliche Millionen gebracht hätte. Aber wir müssen natürlich respektieren, dass der RWZ-Aufsichtsrat beschlossen hat, selbstständig weiterarbeiten zu wollen. Das ist dann so.

Aber Ihren Vorstandskollegen Kempkes haben Sie leichten Herzens nach Köln wechseln lassen?

Große Frie: Christoph Kempkes ist zur RWZ Rhein-Main gegangen, das stimmt. Dahinter steht aber keine bestimmte Absicht oder gar ein Hintergedanke unsererseits. Bisher war es auch schon so, dass wir in bestimmten Geschäftsfeldern gemeinsam mit der RWZ aktiv waren.

Das wird sich hoffentlich nicht ändern. Solche Allianzen sind unumgänglich, übrigens nicht nur mit der RWZ, sondern auch mit anderen Zentralen. Die großen Warenzentralen haben sämtlich eine Größe erreicht, die gegenseitiges „Fressen“, also eine vollständige Übernahme ganz unmöglich macht. Deshalb ist es klüger, zusammenzuarbeiten. Dazu sind wir bereit. Am liebsten auf Augenhöhe und zu gleichen Teilen; notfalls aber auch mit Minderheitsbeteiligungen.

Zum Ende des Jahres geben Sie selbst den Staffelfstab des Vorstandschefs weiter an Andreas Rickmers. Wie entwickelt sich das Unternehmen weiter? Sind deutliche Kurswechsel zu erwarten?

Große Frie: Das Wichtigste für jeden Vorstandschef ist, die Performance zu halten, auszubauen und Augenmaß zu bewahren. Das spricht erst einmal dagegen, dass 180-Grad-Wendungen sinnvoll wären. Andererseits ist Stillstand immer Rückschritt. Bereitschaft zur Veränderung ist immer gefragt, überall. Das betrifft Vorstände genau wie alle Beschäftigten.

Rückblickend auf 13 Jahre persönlicher Agravis-Erfahrung: Was war der größte Erfolg Ihrer Amtszeit, was die schlimmste Niederlage?

Große Frie: Erfolg zeigt sich eher langfristig. Ich bin ein wenig stolz darauf, das Unternehmen stets auf Wachstums- und Veränderungskurs gehalten zu haben, gemeinsam mit dem Aufsichtsrat, dem Management-Team und den Mitarbeitern.

Wir haben die Holding-Strukturen extrem ausgebaut, heute gehören zu Agravis 229 Tochter- und Beteiligungsunternehmen. Für alle gelten gewisse, identische Grundregeln, aber die Gesellschaften und ihre Führungskräfte handeln eigenverantwortlich. Sie können frei entscheiden, was für ihr Unternehmen gut ist oder nicht. Das motiviert und führt – über großen Einsatz – zu guten Ergebnissen, auch für den Konzern.

Misserfolge gab es gar nicht?

Große Frie: Nun, man redet halt nicht so gern darüber. Die eine oder andere Firmenübernahme hat sich auch anders entwickelt als gewünscht. Glücklicherweise nicht die „dicksten Dinger“. Aber so etwas kommt eben vor. Und wenn man Besuch vom Kartellamt bekommt, flankiert von einem starken Polizeiaufgebot, ist das nur begrenzt lustig. Darauf hätte ich gut verzichten können.

Was ist denn bei den Verfahren herausgekommen? Einmal ging es um Pflanzenschutzmittel, einmal um Landtechnik. Haben Sie einen Bußgeldbescheid bekommen?

Große Frie: Bislang ist gar nichts geschehen. Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass wir uns Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht haben zuschulden kommen lassen, die eine Strafe rechtfertigen würden. Bedenken müssen wir aber auch, dass heute manches anders gesehen wird im Umgang mit solchen Themen als vor zehn Jahren. Die Maßstäbe sind strenger geworden.

Wettbewerb ist ein gutes Stichwort. Mit den Primär-genossenschaften sind Sie auch nicht immer auf einer Linie. Sie machen denen Konkurrenz.

Große Frie: Im Agravis-Land gibt es noch gute 100 Primär-genossenschaften, und zu diesen haben wir ganz überwiegend ein gutes Verhältnis. Die Spannungen waren früher ausgeprägter. Heute ist der Wettbewerb innerhalb der Primärstufe viel bedeutender. Wenn Sie sich umschauen, finden Sie zum Beispiel Themen wieder wie Kraftfutterwerke, die überdimensioniert sind. Da machen sich Nachbarn gegenseitig Kunden streitig und das Geschäft kaputt. Wir als Agravis machen etwa ein Viertel des Umsatzes mit Genossenschaften. ►



MIT DER NR. 1 AUF NUMMER SICHER GEHEN

**Wir bedanken uns für die
erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeit!**

VEREINIGTE HAGEL • Ein Unternehmen in der *AGRO*RISK Gruppe
Vereinigte Hagelversicherung VVaG • Wilhelmstraße 25 • 35392 Gießen
Telefon 0641 7968-0 • Telefax 0641 7968-222 • www.vereinigte-hagel.de



**VEREINIGTE
HAGEL**

Und im Primärgeschäft verhalten wir uns wie Genossenschaften. Dazu gehört übrigens auch ein Stück Solidarität. Wir haben in unserem Kundenkreis beispielsweise Milchviehhalter, denen es schwerfällt, die Rechnungen für das Milchleistungsfutter pünktlich zu bezahlen. Verschenken können wir auch nichts. Aber in solchen Fällen verlängern wir ohne großes Theater die Zahlungsziele – und liefern weiter. Das ist anderswo nicht selbstverständlich!

Das wollen wir auch nicht vergessen: Unsere Aktionäre profitieren von unserer Dividende. Immerhin halten unsere Partner von der Raiffeisen-Fraktion ja 60 % unseres Kapitals und bekamen in diesem Jahr für 2015 eine Ausschüttung im Gesamtumfang von gut 10 Mio. €. Ich finde, das ist nicht zu verachten.

Wenn Sie schon das Thema Solidarität ansprechen: Pfleghcher Umgang der Zentralgenossenschaften, auch wenn sie jetzt Aktiengesellschaften sind, ist nicht mehr alltäglich, oder? Jedenfalls ist das früher hochgehaltene Regionalprinzip längst durchbrochen.
Große Frie: Das Regionalprinzip ist inzwischen ein Wort aus der genossenschaftlichen Mottenkiste. Jedenfalls gibt es viele, die nicht mehr daran glauben.

Sie haben gerade ein Mineralfutterwerk an der Donau gebaut. Das liegt mitten im BayWa-Land!
Große Frie: Ja, aber das stört die BayWa doch nicht. Die hat sich ohnehin aus diesem Geschäft längst zurückgezogen.

Die DoFu Donaufutter GmbH hätten wir sowieso gegründet. Und Konkurrenz aus München spüren wir ja nicht in erster Linie dort, sondern in ganz anderen Gebieten Deutschlands.

Viele Landwirte treibt etwas ganz anderes um. Sie haben Angst um die Zukunft ihrer Höfe. Gerade in Nordwestdeutschland bläst den Bauern der Wind ins Gesicht. Wie beurteilen Sie die Lage?

Große Frie: Hier im Nordwesten sind wir mit der Veredlung zum Teil an der Grenze dessen angelangt, was möglich ist. Die Intensität ist zum Teil einfach nicht mehr ausbaufähig. Auch bei den Leistungen sind wir am Limit.

Echte Produktivitätsfortschritte halte ich im Ackerbau für wahrscheinlicher als in der Tierhaltung. Dafür brauchen wir nicht einmal die Gentechnik. Die klassische Pflanzenzüchtung bietet teilweise sogar mehr.

Bedeutet das also, dass der Strukturwandel in der Tierhaltung zum Stehen kommt?

Große Frie: Nein, das habe ich nicht gesagt und auch nicht gemeint. Der Strukturwandel geht weiter, so wie

sich auch der Schweinezyklus immer wieder seit Generationen wiederholt.

Hierzulande wird extrem professionell Landwirtschaft betrieben, mit einer hervorragenden Infrastruktur. Für mehr als 95 % der Betriebe gilt, dass sie nachhaltig und umweltbewusst wirtschaften. Die Qualität der Agrarprodukte ist hervorragend. Vieles geht ja gerade deswegen in den Export. Beste Empfehlungen! Aber leider müssen wir immer wieder auch feststellen, dass es viele Menschen gibt, die diese Form der Landwirtschaft nicht verstehen und nicht gutheißen. Manche Trends sind einfach falsch, auch wenn ihnen viele hinterherlaufen.

Was kann man tun, um gegenzusteuern? Zum großen Teil geht es ja eher um Ideologie statt um Fakten.

Große Frie: Zuallererst: nicht aufgeben. Wir brauchen „Geduld und Spucke“, um die Botschaft unserer Branche an den Mann und an die Frau zu bringen. Zuhören, aufklären, weitermachen!

Eins müssen wir dabei im Hinterkopf behalten: Zurück in die vermeintliche Agrarromantik der 1950er Jahre können wir nicht. Der Marktdruck ist auch international so groß, dass nur eine sehr leistungsfähige Landwirtschaft – ich meine die ganze Branche – überleben kann. Die Verbraucher müssen das verstehen, wie auch die Landwirte die Wünsche der Verbraucher verstehen müssen.

Ich bin überzeugt davon, dass wir einen gesellschaftlichen Konsens finden müssen und werden, und wir werden qualitativ weiter zulegen, beispielsweise mit Blick auf Export oder Wohlbefinden bei Tieren. Das bedeutet aber auch: Die Gesellschaft muss eine moderne, sichere und die Umwelt respektierende Landwirtschaft respektieren.

In Ostdeutschland haben Sie ganz andere Kunden: LPG-Nachfolger, zum großen Teil schon in der zweiten Generation und meist sehr große Betriebe. Läuft da alles besser?

Große Frie: Nicht alles, aber manches. Indirekt gibt es dieselben Probleme wie hier: Neue Ställe werden nicht mehr genehmigt oder sind zumindest unerwünscht. Dafür sind die Höfe in der Regel größer: zwischen 300 und 3000 ha Fläche gehören meist dazu, die meisten haben mehr als 500 ha. Wenn man diese Größe erreicht hat, ist es nicht sooo schwer, im Ackerbau ein ordentliches Einkommen zu erzielen.

Für uns als Handelsunternehmen ist der Nordosten der Republik übrigens die Wettbewerbsregion schlechthin. Da werden die interessanten Kunden von allen Seiten umworben, um die Preise wird hart gerungen. Das macht nicht immer Spaß...

Wie groß ist denn der Anteil der Familienbetriebe bei Ihren Kunden in den neuen Bundesländern? Bestimmen nicht Kapitalgesellschaften und branchenfremde Investoren das Geschehen?

Große Frie: Landwirtschaft ist Wirtschaft, und wenn der Markt interessant ist, dann gibt es auch ursprünglich branchenfremde Investoren. Landwirtschaft ist aber immer traditionell geblieben. Die Familienbetriebe werden eine starke und dominante Stellung behalten.

Wer bestimmt denn, wie es in der Landwirtschaft weitergeht? Die Politik, Kapitalgeber, Zulieferer, der Lebensmittelhandel, Natur- und Tierschützer, die Handelspartner oder Landtechnik-Datensammler?

Große Frie: Zunächst einmal ist klar: Auch in der Landwirtschaft wird alles digitalisiert, was geht. Düngung, Pflanzenschutz, Bodenqualität usw. Daten werden en masse anfallen. Aber Eigentümer der Daten sind ja immer noch die Bauern, wenn es zum Beispiel um Informationen geht, die mit Maschinen auf dem eigenen Acker gewonnen wurden. Der Bauer muss entscheiden können, wem er diese Daten zur Verfügung stellt – etwa einem Berater, dem Technikhersteller oder uns als Handelspartner und Betriebsmittellieferanten. Ein gutes Verhältnis zu den Kunden ist ganz wichtig.

Verändert das auch die Handelsstrukturen?

Große Frie: Mancherorts wird befürchtet, dass wir einen großen Versandhändler als Megakonkurrenten bekommen, sozusagen ein Amazon für die Landwirtschaft. Das glaube ich nicht, denn wir können das Geschäft besser. Es ist doch ein Unterschied, ob ich nur ein 1 kg Pflanzenschutzmittel als Paket verschicken oder in ganz kurzer Zeit 1000 t Weizen annehmen, reinigen, trocknen und einlagern muss.

An Einigkeit fehlt es ja der Europäischen Union in vielen Fragen. Wäre das Leben leichter, wenn die Agrarpolitik renationalisiert würde?

Große Frie: Das wäre eine Katastrophe! Wer meint, Deutschland würde dann eine Insel der Glückseligkeit, der hat keine Vorstellung davon, welche dramatischen Konsequenzen der Rückzug auf die jeweils eigenen Märkte haben würde. Die ganze Branche ist internationalisiert: Düngemittel, Saatgut, Chemie, Futtermittel und die Märkte für Agrarprodukte. Diese Verflechtungen lassen sich nicht „mal eben“ wieder lösen.

Das Interview führte Wochenblatt-Chefredakteur Anselm Richard

Auch in Zukunft: beste Qualität!

Westfleisch gratuliert zu 70 Jahren
landwirtschaftlicher Berichterstattung
auf höchstem Niveau
und freut sich auf die weitere
Zusammenarbeit!

Wir gratulieren!



WEST FLEISCH
DIREKT VON BAUERN.



INTERVIEW

VOM LANZ BULLDOG ZUR SCHWARM-INTELLIGENZ?

In den vergangenen 70 Jahren hat sich in der Landtechnik viel getan – allein ein Blick auf die Traktoren von 1946 und 2016 zeigt das überdeutlich.

Wie wird sich Landtechnik in Zukunft weiterentwickeln? Darüber sprach profi-Chefredakteur Manfred Neunaber mit den Herren Krone und Dr. Josef Horstmann, Entwicklungsleiter bei Krone.

„*Die Schnellen
fressen die
Langsamen...*“



Foto: Heinrich Wingels

2016 kommen (wieder mal) autonom fahrende Traktoren in die Öffentlichkeit, die ohne Fahrer auf dem Feld unterwegs sind.

Können Sie sich in Zukunft Schlepper und selbst-fahrende Landmaschinen ohne Fahrer vorstellen?

Wird der Traktorfahrer aussterben?

Dr. Bernard Krone: Der Traum vom autonomen Schlepper ist ja so alt wie die landtechnische Mechanisierung selbst. Bereits in den siebziger und achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts haben Firmen wie z. B. Mercedes oder John Deere an Konzepten autonomer Mobilität geforscht.

Und auch der Bauer, dessen Pferd vor der Industrialisierung den Weg vom Acker nach Hause alleine fand, kannte schon die Vorzüge der autonomen Bewegung.

Die Revolution für diese Technologie ist aber erst durch den Einsatz ultraschneller Rechner und digitaler Signale aus dem All und von entsprechenden Sende- und Empfangseinheiten auf der Erde vollzogen. Für uns alle ist das satellitengestützte Navigationssystem im Auto eine Selbstverständlichkeit geworden, und auch in der Landwirtschaft ermöglichen eben diese Signale autonome Bewegung. Dass wir dabei durch den Einsatz von RTK-Stationen nicht nur auf einige Meter, sondern auf wenige Zentimeter präzise agieren können, ist schon ein unglaublicher Fortschritt.

Diese Technik in Verbindung mit immer präziseren Kamera- und Sensorsystemen wird nicht nur in der Landwirtschaft, sondern in allen Bereichen mobilen Lebens Einzug halten. ►

Ich glaube allerdings nicht daran, dass in absehbarer Zeit diese Systeme die Fahrer überflüssig machen. Sondern eher, dass sie der Entlastung dienen, und zwar aus zwei Gründen: Zum einen ist ein Acker nun mal keine Autobahn, sondern Bodenbeschaffenheit, Nässe und Nährstoffgehalt ändern sich oft von Meter zu Meter. Darum ist ein permanentes Anpassen der Bearbeitungsmodi notwendig. Da sehe ich die menschliche Wahrnehmung noch nicht so schnell zuverlässig abgelöst. Zum anderen gehört schon sehr viel Technikvertrauen dazu, tonnenschwere und bärenstarke Einheiten ohne menschliche Kontrolle sich selbst zu überlassen – und das vielleicht auf Feld und Straße. Ergo – der Fahrer wird zum Überwacher auf dem Steuerstand einer rollenden Einheit, aber nicht überflüssig.

Bisher treibt der Traktor das Gerät. Seit einigen Jahren gibt es aber auch Entwicklungen, bei denen zum Beispiel die Ballenpresse den Traktor steuert und je nach Bedarf die Fahrgeschwindigkeit, die Zapfwelldrehzahl und die Leistungsanforderungen verändert. Ist das die Zukunft?

Dr. Josef Horstmann: Moderne Landwirtschaft wird mehr und mehr auf definierte Standards von Erntegütern setzen. Das erfordert definierte Standards in der

Produktion – und das wiederum definierte und wiederholbare Arbeitsprozesse. Genau an der Stelle setzt die TIM-Technologie ein. TIM steht für Tractor Implement Management. Was das bedeutet, lassen Sie mich an einem Beispiel erläutern: Wenn ein Landwirt z. B. möchte, dass seine Rundballen alle mit genau der gleichen Pressdichte gemacht werden, so obliegt es heute dem Fahrer, wie er Vorfahrtgeschwindigkeit und Pressdichte aufeinander abstimmt, um einen kontinuierlichen Prozess darzustellen. Dass dies nur, der menschlichen Biologie geschuldet, beschränkt darstellbar ist, weiß jeder Praktiker. TIM hingegen definiert die gewünschte Pressdichte der Ballen und stimmt automatisiert die Fahrgeschwindigkeit des Schleppers und die Pressdichte der Presse so aufeinander ab, dass ein optimales und gleichbleibendes Ergebnis produziert wird. Ich bin ziemlich fest davon überzeugt, dass diese Technologie, vor dem Hintergrund steigender Qualitätsansprüche seitens der Landwirte, in vielen Bereichen Einzug halten wird.

Krone hat in den vergangenen Jahren erfolgreich mit dem BiG M und BiG X neue Selbstfahrer in den Markt gebracht. Wird sich dieser Trend verstärken? Werden wir eines Tages auch selbstfahrende Pressen und gar Heugeräte als Selbstfahrer erleben?

Wir gratulieren zu 70 Jahren Landwirtschaftsverlag!

Mohn Media

Seit 1986 vertraut der Landwirtschaftsverlag auf die Qualität, Leistungsbereitschaft und Liefertreue von Europas führendem Druckdienstleister.



Dr. Josef Horstmann (lächelt): All diese Maschinen, wie selbstfahrende Pressen und selbstfahrende Schwader, können Sie sich bei Krone im Entwicklungsfundus anschauen. Das haben wir alles schon in den neunziger Jahren gebaut und ausprobiert, und es hat sogar funktioniert. Aber Spaß beiseite: Ob Maschinen als gezogene oder als selbstfahrende Einheiten im Einsatz sind, ist in erster Linie eine Frage der Wirtschaftlichkeit. Unsere Versuche und Berechnungen zu eben diesem Punkt zeigen bislang, dass sich Selbstfahrer mit dem damit verbundenen Investment wirtschaftlich für nur wenige Prozesse eignen. Dies gilt insbesondere auch deshalb, weil uns heute Traktoren zur Verfügung stehen, die die Ansprüche der angebauten oder gehängten Maschinen viel besser erfüllen können als vor zwanzig Jahren.

Größer und teurer – für kleinere bzw. „normal große“ landwirtschaftliche Betriebe wird die Investition in moderne Landtechnik schwieriger.

Müssen sie fürchten, eines Tages von der landtechnischen Entwicklung ausgeschlossen zu werden?

Wird es dann „nur noch“ Lohnunternehmen und Maschinenringe in Deutschland, Österreich und der Schweiz geben, die sich mit überbetrieblichem Einsatz Neumaschinen noch leisten können?

Bernard Krone: Von meiner Seite ein ganz klares Nein – und lassen Sie mich kurz erläutern, warum ich so antworte: In Deutschland werden nach einer Untersuchung der DLG etwa 60 % der landwirtschaftlichen Betriebe in einer gemischten Einkommenssituation bewirtschaftet. Das heißt in vielen Fällen, dass der Landwirt nur beschränkte Zeit hat, sich um die Feldarbeiten auf seinem Betrieb zu kümmern. Dennoch will er ohne Fremdarbeitskräfte wirtschaften sowie durch optimalen Zeitpunkt und Qualität der Flächenbearbeitung das beste Ergebnis für seinen Betrieb erreichen. Das geht nur mit entsprechender, leistungsfähiger und für den Betrieb geeigneter Technik.

Wir haben z. B. aktuell 49 verschiedene Mähwerke in unserem Produktportfolio. Da sind wir echte Full-Liner im Gegensatz zu vielen selbst ernannten.

Das heißt aber auch, dass wir uns nicht auf die Großbetriebe konzentrieren können und wollen, sondern auch in der Zukunft auf ein breites Kundenspektrum setzen. Darüber hinaus werden sich gerade kleine Betriebe mit technologischen Innovationen auseinandersetzen, um Arbeitskräfte einzusparen.

Nicht umsonst ist der Melkroboter zuerst bei bäuerlichen Betrieben eingesetzt worden. Für uns ist es absolut sicher, dass Landwirtschaft auch zukünftig in ►

Kompetenz vom Saatgut bis zur Ernte.

Wir gratulieren dem Landwirtschaftsverlag zum 70-jährigen Jubiläum.



syngenta®

allen Größen stattfinden wird, aber nicht als wirtschaftliche Monokulturen, sondern differenziert, auf mehreren Beinen stehend – übrigens ein Prinzip, nach dem die Krone-Gruppe auch sehr erfolgreich wirtschaftet.

In den vergangenen zehn Jahren hat die Landtechnik sich mit Abgasvorschriften beschäftigt. Daneben hat sich aber bei der Elektronik am meisten entwickelt: Sensorik, automatische Steuerungen von Funktionen bis hin zur vollautomatischen Gerätesteuerung sind heute in vielen Maschinen zu finden. Wie wird sich diese Ausstattung weiterentwickeln? Wird die Bedienung und Steuerung einfacher, wird sie komplexer?

Dr. Josef Horstmann: Wie bereits am Beispiel TIM beschrieben, wird sich neben den immer strenger werdenden Abgasvorschriften das Thema Elektronik weiterhin rasant entwickeln. Bei allen Landtechnikherstellern, egal ob groß oder klein, wachsen die Stäbe der Elektronikingenieure, und fast monatlich liest man von Innovationen auf diesem Sektor. Deshalb sind wir davon überzeugt, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird.

Allerdings gibt es zwei Phänomene, die wir Hersteller nicht außer Acht lassen sollten. Da ist zum einen das

Thema Zuverlässigkeit: Nach meiner Einschätzung dürfen wir uns nicht von dem Gedanken treiben lassen, dass wir immer die Ersten und Schnellsten bei elektronischen Neuheiten sein müssen, denn das führt leider zu oft zu Lösungen, die zwar „unter Laborbedingungen“ funktionieren, aber im harten Praxiseinsatz versagen. Das bringt nur Frust für die Kunden und schmälert das Vertrauen in Technologien, die ohnehin erst noch gelernt werden müssen. Zum anderen dürfen wir den Menschen auf der Maschine nicht vergessen. Es ist absolut nicht leistbar, sich für einige Tage im Jahr in die höchst komplexe Elektronik einer speziellen Maschine so hineinzudenken, dass sie optimal arbeiten kann, um dann einige Wochen später die nächste Elektronik des nächsten Herstellers zu beherrschen. Hier gilt es z. B. Oberflächen zu definieren, die wie bei Apple und Co. mit einem iPad intuitiv bedienbar sind. Denn eines steht auch fest: Qualifizierte Fahrer und Bediener für Landtechnik zu finden, wird in den kommenden Jahren eine der größten Herausforderungen unserer Branche.

Über ein aktuelles Schlagwort – die Sammlung und Auswertung von Daten unter dem Namen „Big Data“ – wird derzeit viel diskutiert, und es steht vor den Türen der Entwicklungsabteilungen.



**Herzlichen Glückwunsch
zum 70. Jubiläum
und weiterhin
„Gutes Wachstum“**

J•E•H

Tele-Kommunikation & Marketing

68161 Mannheim, P6, 16-19

Telefon 0621/166 69-0 Telefax 0621/ 166 69-20

e-mail: info@jeh.de

www.jeh-verlage.de

Welche Chancen und welche Risiken stecken in dieser Entwicklung?

Bernard Krone: Bei dem Thema Big Data haben wir als Landmaschinenhersteller zunächst einmal eine mittelbare Aufgabenstellung. Wir sind gefordert, sinnvolle Daten, die unsere Maschinen produzieren, mittels der geeigneten Sensorik zu erfassen und mittels definierter Schnittstellen zu liefern. Das ist jedoch der unspektakuläre Teil dieses Themas. Spannend wird es bei der Frage, wem diese Daten gehören, wer sie verwaltet, und wer Zugriff darauf bekommt. Da kommen wir in einen extrem sensiblen Bereich, dessen Ausgang für uns noch nicht absehbar ist.

Meine persönliche Meinung zu diesem Thema ist, dass hier das Eigentümerprinzip gelten muss. Was das bedeutet, können Sie ganz schnell am Beispiel Geld erklären: Wir alle bewahren unser Geld nicht mehr zu Hause in einem Schuhkarton auf und bringen offene Rechnungsbeträge in Bargeld zu unseren Lieferanten und Dienstleistern, sondern wir benutzen ein Konto bei der Bank. Dabei bleibt das Geld unser Eigentum und wir vertrauen es unserer Sparkasse an, für uns die notwendigen Transaktionen zu vollziehen. An dieser Stelle sind wir es alle gewohnt, unsere sensibelsten Daten in die Hände anderer zu geben, und dafür bezahlen

wir auch etwas. Ich würde mich freuen, wenn sich zum Thema Big Data ebenfalls interessensfreie „Datensparkassen“ bilden würden, die nach dem gleichen Prinzip agieren. Denn alle Daten im heimischen „Schuhkarton“ aufzubewahren, halte ich für nicht realistisch.

Wie geht Krone als mittelständischer Hersteller mit den Herausforderungen von Big Data um? Muss man sich den „Großen“ anschließen? Sind Insellösungen möglich?

Dr. Bernard Krone: Wie mein Sohn schon erklärt hat, sind herstellernunabhängige Datenverwalter unabdingbar. Wir sind uns sehr wohl bewusst, dass die großen Hersteller dieser Welt bestrebt sind, eigene Datenplattformen zu schaffen und ihre Kunden somit unwiderruflich zu binden. Wir nennen dieses Prinzip „Digital Customer Ownership“. Der Kunde begibt sich mit seinem ganzen Betrieb also auf die Insel eines Herstellers. Aber wie wir schon bei Robinson Crusoe gelernt haben, Inselleben macht sehr einsam und verhindert neue Kontakte und Chancen. Aus genau diesem Grunde sind wir Mitgründer der DKE Data, einer „Datensparkasse“, die von vielen bunt gemixten Landmaschinenherstellern geschaffen wurde, um eine interessenunabhängige Datenplattform zu schaffen. ►

ZUKUNFT BRAUCHT INNOVATION



**Dow AgroSciences
gratuliert zum Jubiläum!
70 Jahre
Landwirtschaftsverlag.**



Dow AgroSciences, die Agrar-Tochter von The Dow Chemical Company, nimmt weltweit eine Spitzenposition im Bereich Pflanzenschutz und Saatgut ein.

Mit dem Firmenslogan „Solutions for the Growing World“ stellen wir uns den Anforderungen der Welt von morgen. Dow AgroSciences ist überzeugt von der Leistungsfähigkeit der Landwirtschaft in Zusammenarbeit mit der Wissenschaft, nachhaltige Lösungen für den Fortschritt der Menschen zu liefern und den Bedürfnissen der wachsenden Weltbevölkerung gerecht zu werden.

Mit einem Umsatz von mehr als 7 Mrd. US\$ und ca. 7.500 Mitarbeitern weltweit entwickeln wir ständig neue und innovative Produkte.

www.dowagro.de



Foto: Heinrich Wingels

Dr. Josef Horstmann, Dr. Bernard Krone und Bernard Krone (von links)

Umsetzen wird dieses Projekt die Firma SAP, die es wie kein zweites Softwarehaus in der Welt verstanden hat, weltweit übergreifende Informationssysteme zu schaffen. Sie werden auf der Agritechnica 2017 die ersten Ergebnisse der DKE-/SAP-Arbeit sehen können – und glauben Sie mir, der Blick wird sich lohnen.

Größer können die Maschinen nicht mehr werden, weil die Gewichte und Abmessungen im Straßenverkehr an ihre Grenzen stoßen. Hat die Entwicklung von Schwärmen – also viele kleine Unkrautvernichter und Heumaschinen als kleine Roboter im Dutzend statt einer großen Maschine – in der Zukunft Chancen?

Dr. Josef Horstmann: Das ist in der Tat eine interessante Fragestellung. Wir kennen ja die Ansätze, die Fendt mit seinem „Slave System“ bereits auf einer Agritechnica vorgestellt hat. Schaut man sich die traditionellen Märkte Europas an, sind wir heute mit ausgeklügelten Klappsyste-men in der Lage, Arbeitsbreiten von fast zwanzig Metern z. B. bei unserem Sechskreiselschwader „Swadro 2000“ darzustellen. Ich denke, dass solche Arbeitsbreiten völlig ausreichend sind, um mit einem System eine enorme Schlagkraft darzustellen. Aber wir dürfen einen neuen Faktor nicht vergessen, der sich auch auf die Größe von Maschinen auswirken dürfte, nämlich die Zeit. Wenn das autonome Arbeiten von Maschinen in der Zukunft praxistauglich Realität werden sollte, stehen uns unbegrenzte Zeitfenster zur Verfügung, in denen auf dem Feld gearbeitet werden kann, weil der Faktor menschliche Arbeitszeit nicht mehr der begrenzende Faktor sein wird. Das wiederum bedeutet, dass auch kleinere, kostengünstigere Einheiten stärker in den Einsatz kommen dürften, die theoretisch bis zu 24 Stunden pro Tag arbeiten können.

Unbestreitbar haben die Großunternehmen in der Landtechnik angesichts der technischen Herausforderungen in Forschung und Entwicklung gute Chancen in der Zukunft, sie haben aber auch besondere Risiken.

Oft genug kamen wirkliche landtechnische Innovationen in den vergangenen 70 Jahren von den mittelständischen Unternehmen. Bleibt das auch in Zukunft so?

Bernard Krone: „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen.“ Dieser Spruch hat bis heute seine Gültigkeit behalten und ist für uns mittelständische Hersteller ein überlebenswichtiger Grundsatz. Der Mittelstand war und ist Technologietreiber für neue Entwicklungen.

Die wichtigste Voraussetzung dafür sind aber nicht Heere von Ingenieuren, sondern unkomplizierte unternehmerische Entscheidungsprozesse, kurze Kommunikationswege und hohe Eigenverantwortung der Konstrukteure.

Nehmen Sie als Beispiel unsere jüngste Entwicklung des Pelletvollernters Premos. Nachdem uns die Idee präsentiert wurde, dauerte die Entscheidung, diese Technologie zu entwickeln, nur wenige Tage.

Der Grund dafür: Als Unternehmerfamilie können wir schnell und unabhängig solche Projekte initiieren, ohne auf „Shareholder Interests“ spielen zu müssen – ein Phänomen, das bei der Entscheidungsfindung in Großkonzernen einen wesentlichen Teil einnimmt und unglaublich viel Zeit verschlingt.

Nicht umsonst hat Krone auf der Agritechnica mit einer Unterbrechung im Jahr 2013 viermal hintereinander die Goldmedaille der DLG gewonnen. Das zeigt doch mehr als deutlich, dass der Mittelstand der Entwicklungstreiber Nummer eins in der Landtechnik ist.



sparkasse-mslo.de



Erfolg ist einfach.

Wenn man seit 70 Jahren in der Region zuhause ist. Wir gratulieren dem Landwirtschaftsverlag Münster ganz herzlich zum Verlagsjubiläum.



Sparkasse Münsterland Ost



Wirtschaftsprüfer · Steuerberater · Rechtsanwälte

Wir gratulieren herzlich zum 70. ...



... und danken für mehr als 6 Jahrzehnte bester Zusammenarbeit

DR. VON DER HARDT & PARTNER MB&B
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Steuerberatungsgesellschaft
Nevinghoff 30 · 48147 Münster
www.vonderhardt.com

ALLES GUTE ZUM 70-JÄHRIGEN!



Wir als Werbemittelagentur sind stolz darauf, den Landwirtschaftsverlag seit vielen Jahren bei seiner **Erfolgsgeschichte** begleiten zu dürfen und freuen uns auf eine sicher **spannende Zukunft**.

mOLL-GRUPPE.COM

Zum Jubiläum

ALLES GUTE

wünscht eure Mailingfabrik



BRIEFODRUCK®


www.briefodruck.de

INTERVIEW

ERFOLGSMODELL RENTENBANK

Die Aufgaben wandeln sich, die Bedeutung bleibt.

Seit fast 70 Jahren ist die Landwirtschaftliche Rentenbank
ein Partner der Bauern.

A close-up photograph of a person's hand, wearing a dark suit jacket and a gold ring on the ring finger, gesturing with fingers spread. The background is a blurred office interior with windows.

„*Wir stehen
an der Seite
der Bauern!*“

In den kommenden Jahren werden die Anforderungen der Landwirte an die Finanzierung ihrer Betriebe weiter steigen. Darauf ist die Landwirtschaftliche Rentenbank vorbereitet, versichert Dr. Horst Reinhardt.

In Deutschland muss niemand mehr hungern und die Landwirte sind inzwischen gern gesehene Kreditnehmer. Wesentliche Gründungsziele der Landwirtschaftlichen Rentenbank sind also erreicht. Was sind die Herausforderungen der kommenden Jahre?

Reinhardt: Auch in Zukunft müssen die Landwirte ihre Produktion weiter optimieren und die Kosten im „Griff“ haben. Ebenso werden die Anforderungen im Bereich Umwelt- und Ressourcenschutz sowie rund um die Tierhaltung in den nächsten Jahren nicht geringer. Mit unseren Förderprogrammen begleiten wir die Agrarwirtschaft bei der Bewältigung dieser Herausforderungen. Dabei setzen wir nicht erst bei der Refinanzierung von Investitionen auf den Höfen an, sondern schon früher, indem wir Forschungsvorhaben fördern und bei der Entwicklung von Innovationen helfen. ►

Dr. Horst Reinhardt ist seit 2013 Sprecher des Vorstands der Landwirtschaftlichen Rentenbank in Frankfurt.

Der Volkswirt kam 1996 von der Commerzbank zur Rentenbank und gehört dem Vorstand seit 2007 an.

Gibt es in anderen Staaten ähnlich strukturierte landwirtschaftliche Förderbanken?

Reinhardt: Das deutsche Förderbanken-Modell, bei dem das Kreditgeschäft im Wesentlichen über die Hausbanken abgewickelt wird, macht in Europa Schule. Allerdings gibt es in Europa keine Förderbank, die wie wir ausschließlich auf die Förderung der Agrarwirtschaft ausgerichtet ist. Unsere Ausrichtung ist aber auch für Länder außerhalb Europas interessant. Erst kürzlich besuchte uns der Chairman der Agricultural Development Bank of China (ADBC) mit einer Delegation. Die ADBC verfolgt eine ähnliche strategische Ausrichtung wie wir und ist daher sehr an unserem „Geschäftsmodell“ interessiert.

Die Rentenbank wird von den großen Ratingagenturen immer wieder mit dem Triple-A bewertet, der Bestnote. Damit sind Sie ein Leuchtturm in der Bankenwelt. Was ist Ihr Geheimnis?

Reinhardt: Grundlage unseres guten Ratings ist die in Form von Anstaltslast und Refinanzierungsgarantie bestehende Haftungszusage des Bundes. Das verschafft uns Vorteile bei der Refinanzierung, die wir über unsere Förderprogramme an die Agrarwirtschaft weitergeben. Aus eigenen Erträgen legen wir dann noch eine „Schippe“ drauf.



Die Agrarmärkte sind inzwischen weitgehend liberalisiert und globalisiert. Das hat die Märkte volatil gemacht. Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf das Investitionsverhalten der Landwirte?

Reinhardt: Die Landwirte haben die Chancen erkannt, die sich für sie aus der Liberalisierung und Globalisierung der Agrarmärkte ergeben. Sie haben investiert und ihre Betriebe modernisiert.

Die Kehrseite der Medaille sind allerdings die hohen Preisschwankungen auf den Agrarmärkten. Viele Landwirte zögern aktuell größere Investitionsvorhaben hinaus, sichern zunächst ihre Liquidität und verbessern die Produktion. Trotzdem gibt es Landwirte, die auch jetzt in neue Ställe investieren!

Volatile Märkte führen zu stärker schwankenden Gewinnen bei den landwirtschaftlichen Betrieben. Die Liquiditätssicherung wird damit zu einem wichtigeren Thema für die Betriebsleiter. Verändert das die Geschäftsbeziehung zwischen Bank und Landwirt?

Reinhardt: In vielen Banken finden die Landwirte inzwischen adäquate Ansprechpartner mit landwirtschaftlichem Sachverstand, die ihnen hilfreich zur Seite stehen.

Schwankende Erzeugerpreise werden inzwischen stärker in den Finanzplänen berücksichtigt. Hier gilt es, mit Preisszenarien mögliche Auswirkungen und Risiken auf den Betrieb abzuschätzen. Das werden die Banken verstärkt fordern.

Landwirte galten immer als verlässliche Kreditnehmer mit sehr guten Sicherheiten. Ist das auch heute noch so?

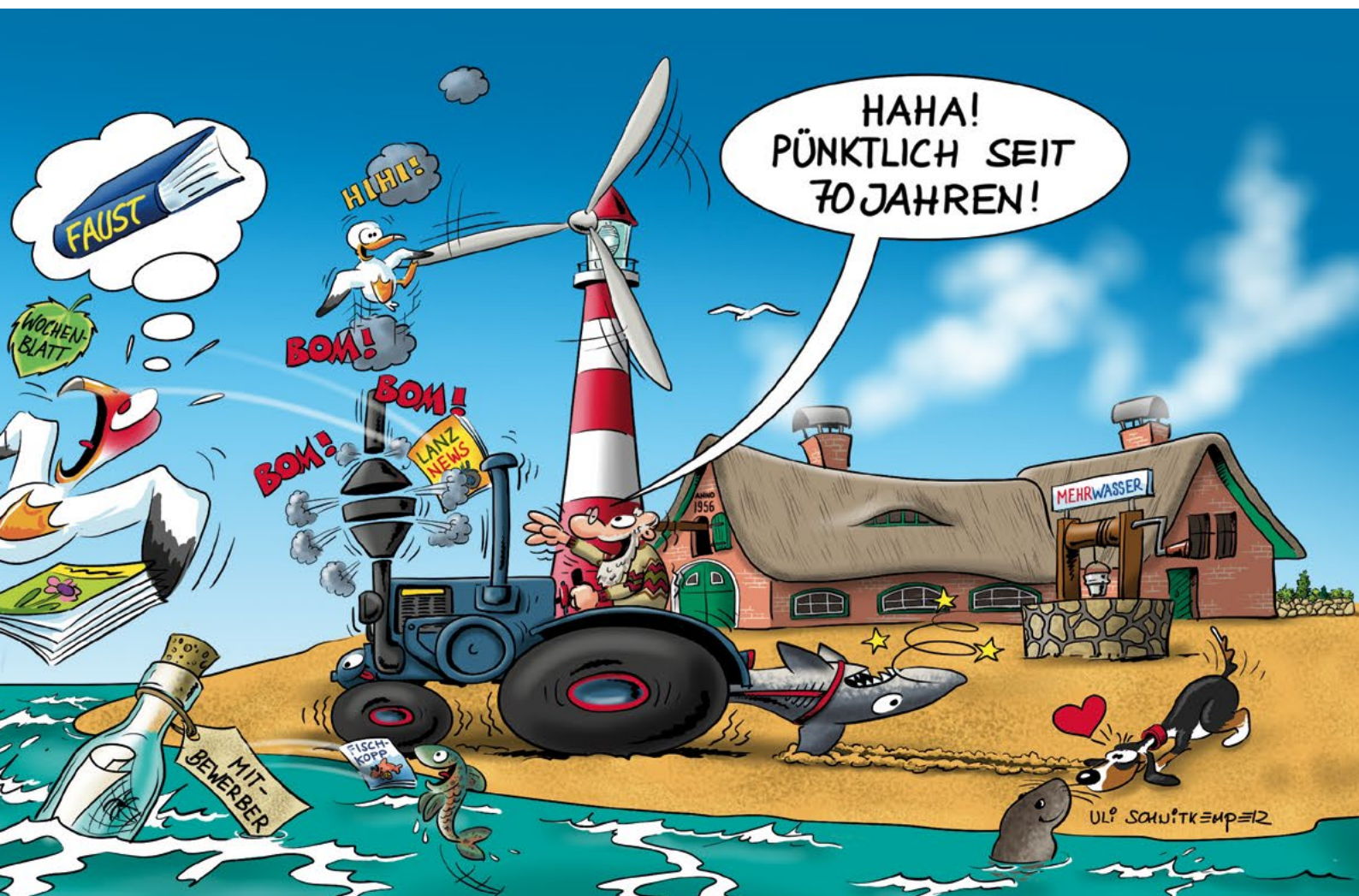
Reinhardt: Natürlich ist das noch so! Durch ihr bodenständiges Geschäftsmodell sind die Landwirte nach wie vor sehr geschätzte Kunden der Banken, auch in schwierigeren Zeiten.

Es ist kein Geheimnis, dass die guten Kreditsicherheiten und die gestiegenen Flächenpreise hier durchaus entspannend wirken.

Wie können die Banken die Landwirte insbesondere in Krisenzeiten unterstützen? Und welche Rolle kommt in diesem Zusammenhang der Politik zu?

Reinhardt: Den Banken ist vor allem langfristige Verlässlichkeit und Planbarkeit wichtig.

Den Glauben daran gerade bei volatilen Märkten nicht zu verlieren, ist für den Bankberater schon schwierig genug. ►



Immer da, immer nah.

PROVINZIAL
Die Versicherung der Sparkassen

70 Jahre Landwirtschaftsverlag –
Ihr Partner rund um das Thema
Versicherungen gratuliert zum
Jubiläum



Mark
Lütke Schürmann



Jürgen Klümper

Ihre Provinzial Geschäftsstelle

Lütke Schürmann & Klümper OHG

Marktallee 82, 48165 Münster-Hiltrup

Tel. 02501/9656-0

Davertstraße 41, 48163 Münster-Amelsbüren

Tel. 02501/9656-19

luetke-schuermann-kluemper@provinzial.de

www.provinzial-online.de/luetke-schuermann-kluemper

Als langjähriger Partner
im Telefonmarketing
gratulieren wir zu



70 Jahre
Landwirtschaftsverlag



www.clientel.at

Von daher ist es gerade jetzt wichtig, dass die Politik den Landwirten verlässliche ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen bietet.

Wie wichtig sind neutrale Medienpartner wie der Landwirtschaftsverlag für die Arbeit der Rentenbank?

Reinhardt: Die Zeitschriften des Landwirtschaftsverlags sind für die Landwirtschaft wichtige Informations- und Weiterbildungsmedien. Zum einen tragen sie wesentlich zur Verbreitung von Innovationen in der Agrarwirtschaft bei. Zum anderen unterstützen sie die Landwirtschaft bei der ständigen Verbesserung der Produktion, der Vermarktung und der Optimierung der Kostenseite. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg der Landwirte. Genau das wollen wir auch. Entsprechend attraktiv ist der Landwirtschaftsverlag für uns als Medienpartner.

Welche Perspektiven hat der Agrarstandort Deutschland in Zukunft?

Reinhardt: Die Aussichten für die Agrarwirtschaft sind weiterhin sehr gut: Deutschland verfügt über fruchtbare Böden, ein günstiges Klima, eine gute Infrastruktur und motivierte, gut ausgebildete Landwirte. Lebensmittel „Made in Germany“, ob konventionell oder ökologisch erzeugt, sind hochwertige Produkte. Entsprechend stark werden sie von den vergleichsweise kaufkräftigen Konsumenten nachgefragt.

Das Beispiel „Regionale Produkte“ zeigt, dass die Landwirte auch neue Märkte entdecken und besetzen können. Durch die weltweit wachsende Nachfrage nach hochwertigen Lebensmitteln ergeben sich weitere Chancen für den Agrarstandort Deutschland.

Vielen Dank für das Gespräch.

*Das Interview führte top agrar-Chefredakteur
Dr. Ludger Schulze Pals*



Wir gratulieren zu 70 Jahren
Landwirtschaftsverlag

Gute Rezepte für nachhaltigen Erfolg sind zeitlos.

Seit 1949, und damit fast genauso lange wie der Landwirtschaftsverlag, ist die Rentenbank im Dienste der deutschen Agrarwirtschaft aktiv. Als Förderbank sorgen wir für eine stabile Kreditversorgung in dieser zukunftsträchtigen Branche. Die Mittel für unsere Förderprogramme nehmen wir an den internationalen Finanzmärkten auf – mit anhaltendem Erfolg. Deshalb können wir sagen: Der Bulle steht uns näher als der Bär.

INTERVIEW

JETZT INVESTIERT, WER IN DER MILCH BLEIBEN WILL

In der Melktechnik-Industrie herrscht zwar Flaute, aber keine Langeweile, versichert Ulrich Rassenhövel von GEA. Die Herausforderungen lauten: Landwirtschaft 4.0, Händlernetz und Nachwuchsarbeit.

Vor dem Auslaufen der Milchquotenregelung in 2015 hatten wir einen kräftigen Investitionsboom in der Milchviehhaltung. Aber davor und danach leider auch zwei drastische Preisabstürze. Wie reagiert die Industrie? Wie gehen Sie mit den Rückschlägen um?

Rassenhövel: Von einem Boom in 2013/14 möchte ich nicht reden. Wir hatten eher seit der Verkündung des Quotenausstiegs in 2009/10 einen kontinuierlichen Anstieg der Investitionen. Jetzt investieren Kunden, die langfristig in der Milchproduktion bleiben wollen.

Die Melktechnik-Industrie verzeichnete zuletzt Umsatzrückgänge von 20 bis 30 % pro Jahr. Wie überbrücken Sie solche Täler?

Rassenhövel: Wir sind nicht untätig (lacht). Wir nutzen diese Zeit für den Ausbau unserer Service- und Händler-Organisation. Ein Stück weit trägt uns die laufende Automatisierung. Schulung und Service werden bei zunehmend hochtechnologischen Anlagen immer wichtiger. Wir investieren verstärkt in die Nachwuchsarbeit: Anwerbung, Ausbildung und Motivation von guten Leuten. In der allgemein guten Wirtschaftslage ist es

sehr schwierig, fähige Leute zu bekommen und zu halten. Denn der technische Anspruch an die Mitarbeiter wächst gewaltig. Früher reichte noch der normale Landmaschinenmechaniker. Heute sollte es ein technisch versierter IT-Experte sein, mit guten Menschenkenntnissen und Verkaufstalent.

Kurz: Wir arbeiten an der Professionalisierung der Händler. Der Strukturwandel bei den Kunden hat erheblichen Einfluss auf unsere Händlerstruktur. Wir haben keine Phase der Langeweile.

Mutige Betriebe investieren auch in der Krise. Wo wird gegenwärtig investiert? Wie stark verändert die Milchpreiskrise das Investitionsverhalten der Bauern?

Rassenhövel: Es wird vorwiegend in langfristige Projekte investiert. Die Planungen laufen oft über mehrere Jahre. Sie sind von langer Hand geplant und werden auch bei Preiskrisen durchgezogen.

Daneben laufen die Ersatzinvestitionen natürlich immer. Eine Rückkehr zu einer einfachen, billigeren Technik sehen wir nicht. Alle rechnen damit, dass es wieder aufwärtsgehen wird. ►



Foto: Werkfoto

” *Unsere
Chance liegt
in der Kette!*

GEA

*Ulrich Rassenhövel (47 Jahre)
leitet bei GEA als Vice President
den Bereich Equipment Sales
und ist verantwortlich für den
deutschen Markt.*

Beobachten Sie eine Verschiebung der Milchproduktion in Europa? Wo entwickelt sich die Milchproduktion weiter? Wo stagniert sie? Und wo geht die Milchproduktion erkennbar zurück?

Rassenhövel: Jedes der Nachbarländer hat seine eigene Geschichte und seine politische Motivation, wie z. B. Holland und Irland. Investiert wird besonders bei hohen Lohnkosten, auch der Arbeitskräftemangel auf den Höfen spielt eine Rolle.

Die Landtechnik-Industrie setzt traditionell stark auf die Internationalisierung. Wie wirkt sich das in der Melktechnik-Branche aus? Und speziell in Ihrem Unternehmen?

Rassenhövel: Natürlich hat auch uns die Internationalisierung in den letzten Jahren stark beschäftigt. Die alte Westfalia-Melktechnik aus Oelde wäre heute im internationalen Geschäft nur noch begrenzt wettbewerbsfähig. Durch mehrere strategische Akquisitionen mit dem Fokus Innenwirtschaft haben wir uns vom Melktechnik- zum Komplettanbieter entwickelt. Von der Melktechnik über Fütterung und Milchkühlung, Tier- und Stalltechnik, Service & Hygiene bis hin zur Molke- und Lebensmitteltechnologie.

Ein weiterer Effekt: Durch die Akquisitionen erhielten wir verstärkt Zugang zu internationalen Märkten, weil die neuen Partnerunternehmen dort wesentlich stärker vernetzt sind. So z. B. Surge (Melktechnik) in den USA, Royal De Boer (Stalleinrichtungen) in Holland, Mullerup (Futtermanagement) in Dänemark oder Houle (Gülle-technik) in Kanada.

Die Nachfrage nach Lebensmitteln steigt global. Entwickeln sich weltweit auch neue Märkte für die Melktechnik-Industrie und die Stalltechnik? Welche Länder werden für Sie interessanter? Welche Rolle spielen China, Russland, Indien und Südamerika?

Rassenhövel: In allen vier Märkten sind wir aktiv, in Russland und Indien bereits sehr lange. Brasilien ist durch politische Impulse aktuell sehr interessant.

Sie exportieren auch Know-how in diese Länder (Forschungs- und Entwicklungszentren, Schulungen). Was versprechen Sie sich davon?

Rassenhövel: Der zunehmende Technisierungsgrad ist sehr schulungs- und wartungsintensiv. Deshalb können wir in den Exportländern nicht nur stumpf Produkte verkaufen, sondern wir müssen auch Strukturen aufbauen für den Service und die Wartung. Die Nachfrage von professionellen Milchviehhaltern erfolgt in schnellen Schritten. Ebenso bei der Molkereitechnologie und der Lebensmittelverarbeitung. Hier profitieren wir natürlich von der starken Vernetzung im GEA-Konzern. Wir schulen den Handel und die Multiplikatoren.

Bei der Melktechnik konkurrieren drei leistungsfähige Techniken miteinander: Melkstand, Karussell und Melkroboter. Welche Melkstände und Karussells werden aktuell am stärksten nachgefragt?

Wohin geht der Trend?

Rassenhövel: Es geht vorrangig um die technologische Vernetzung und die Automatisierung. Es wird noch zu viel unterschieden zwischen traditioneller Melktechnik und Automatisierung. Beide Themen verwachsen zunehmend miteinander. Nehmen wir als Beispiel die Entwicklung beim automatischen Melken: Begonnen haben wir bekanntlich mit den Mehrboxen-Anlagen. Dann folgte das automatische Karussell für die Großbetriebe. Und jetzt bieten wir diese Technologie auch als Einzelbox für kleinere Betriebe an. Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie der technische Fortschritt zunächst für Großbetriebe entwickelt wird und wie anschließend auch kleinere Betriebe davon profitieren können.

Wie stark wächst der Marktanteil der Melkroboter in Europa? Welche Bedeutung hat das automatische Melken in Übersee?

Rassenhövel: In Deutschland liegt der Anteil der Melkroboter bei Neuanlagen gegenwärtig bei etwa 50 %, Tendenz leicht steigend. In Skandinavien ist zuletzt nicht mehr sehr viel investiert worden, aus wirtschaftlichen Gründen. In den USA setzen viele Großbetriebe auf das Karussell. Aber in Kanada, mit seiner Familienbetriebsstruktur, gibt es einen starken Trend zur Automatisierung.

Die Elektronik bzw. Automatisierung wird die Milchproduktion weiter verändern. Dazu nur einige Stichworte: Herdenmanagement, Prozesssteuerung und -überwachung, Dokumentation (Milchleistung, Fruchtbarkeit, Gesundheit etc.). Woran arbeitet die Industrie? Und wo erwarten Sie die nächsten Impulse bzw. Entwicklungsschritte?

Rassenhövel: Ein einfaches Stichwort: Landwirtschaft 4.0, das heißt Vernetzung der Technologien.

Wir sind aktiver Partner in dem Projekt 365FarmNet. Die Betriebe benötigen ein simples System zur Erfassung und Beurteilung aller Daten, das alle komplexen Fragen überschaubar verarbeitet und so bedienerfreundlich ist wie ein Smartphone. Automatisch melken können wir alle, jetzt geht es um die Feinsensorik. Ein Beispiel: Wir bringen den neuen CMIQ Sensor zur Überwachung der Eutergesundheit auf den Markt, der die Zellzahlklassen pro Euterviertel erkennt. Damit können wir dem Kunden eine intensivere und höhere Datenqualität zur Verfügung stellen.

Bei den Fütterungsrobotern gibt es inzwischen mehr Anbieter als bei der Melktechnik. Wie schätzen Sie die Marktchancen dieser Technologie ein? Geht der Trend zu stationären Anlagen oder eher zum selbstfahrenden Fütterungsroboter?

Rassenhövel: Aufgrund der wirtschaftlichen Lage ist die Nachfrage nach Fütterungsrobotern eher verhalten. Wenn Melktechnik, Herdenmanagement und Prozesssteuerung abgeschlossen sind, wird die Automatisierung der Fütterung der nächste Schritt sein. Wir haben den Fuß in der Tür.

Deutschland ist der größte Milchproduzent in Europa. Wir haben ideale Produktionsbedingungen und hoch motivierte Milcherzeuger. Doch wir haben auch starke Veränderungen in der Gesellschaft, bei den Verbrauchern und bei der Politik, die viele Bauern belasten und verunsichern. Wie sehen Sie die Zukunft des Milchstandortes Deutschland? Wo liegen die Herausforderungen für die Milcherzeuger, die Molkereien – und die Industrie?

Rassenhövel: Natürlich sehen wir unseren Heimatmarkt positiv. Trotz Strukturwandel und der heftigen Preisausschläge. Wir erwarten einen zunehmenden Trend zu höherwertigen Lebensmitteln. Und wir sehen bei den Verbrauchern eine zunehmende Sensibilisierung für die Themen Tierwohl, Tierschutz und Umweltschutz. Auf diese Anforderungen reagieren viele Betriebe mit einer zunehmenden Professionalisierung, deshalb ist mir um den Milchstandort Deutschland nicht bange. Dies sollte möglichst gemeinsam in der gesamten Produktionskette laufen, von den Erzeugern über die Molkereien bis zur Lebensmittelindustrie. Daran arbeiten wir.

Das Interview führte top agrar-Chefredakteur Berthold Achler



Simply. Grow. Together.

Adama gratuliert zu 70 Jahren Landwirtschaftsverlag Münster!

ADAMA

INTERVIEW

DER KRISENFESTE PARTNER

Verbindlich, verlässlich und direkt von Bauern. Das ist der Markenkern von Westfleisch.

Herr Steinhoff, Sie sind erst drei Monate im Amt. Welche Akzente wollen Sie setzen?

Steinhoff: Wir müssen in Zukunft noch geschlossener „an einem Strang“ ziehen. Ziel ist es, noch mehr Wertschöpfung aus der Verarbeitung und Veredelung zu generieren.

Der Wettbewerb am Fleischmarkt ist scharf. Wie gut ist Westfleisch dafür gerüstet?

Schruck: Wir haben leistungsfähige Standorte und die richtigen Mitarbeiter. Hinzu kommt eine westfälisch stabile Eigenkapitalausstattung. Und drittens – ganz wichtig – haben wir als Genossenschaft verlässliche Vertragspartner und Mitglieder, die uns mit erstklassigen Rohstoffen versorgen.

Bei einer Genossenschaft müssen die Mitglieder die Unternehmensentscheidungen mittragen.

Wie stellen Sie das sicher?

Steinhoff: Wir stehen im Tagesgeschäft im direkten Dialog mit den Landwirten, mit den verbundenen Genossenschaften und mit unseren Vermarktungspartnern. Hinzu kommen im Frühjahr unsere traditionellen Info-Tage und im Juni die Generalversammlung. Außerdem stimmen wir alle relevanten Themen mit unseren landwirtschaftlich geprägten Gremien ab. So entsteht eine Kultur des Vertrauens.

Welche Rolle spielt für Sie die unabhängige Fachpresse?

Schruck: Sie ist unerlässlich, um die Landwirtschaft und ihre Themen ins richtige Licht zu rücken, vor allem



Foto: Westfleisch

Carsten Schruck (links) und Johannes Steinhoff verantworten seit 2011 bzw. seit 2016 im Vorstand bei Westfleisch gemeinsam das operative Geschäft.

wenn Emotionen und gefühlte Wahrheiten mehr zählen als Fakten. Aber nicht nur die Fachpresse, wir alle müssen professionelle Kommunikation als festen Bestandteil unserer Arbeit begreifen.

Die moderne Nutztierhaltung steht in der Kritik. Welche Auswirkungen hat diese Debatte auf den Veredelungsstandort Deutschland?

Steinhoff: Das ist eine große Herausforderung. Der von Bürgern und Verbrauchern formulierte gesellschaftliche Anspruch und das von vielen praktizierte Einkaufsverhalten passen nicht zusammen. Exportbarrieren und ein rückläufiger Inlandskonsum kommen erschwerend hinzu. Deswegen müssen alle in der Produktions- und Wertschöpfungskette vom Landwirt bis zum Lebensmitteleinzelhandel eine klare Position für die moderne Nutztierhaltung und Fleischproduktion beziehen. Die muss sich nicht verstecken. Aber wir sollten auch genau zuhören. Es gibt nichts, was man in Zukunft nicht noch besser machen kann.

Wie soll sich Westfleisch weiterentwickeln?

Schruck: Wir bleiben unabhängig, krisenfest und handlungsfähig. Wir wollen organisch wachsen. Erweiterungen müssen einen wirtschaftlichen Nutzen haben und zu unseren Strukturen passen. Wenn sich Chancen bieten, werden wir diese nutzen. Dabei bleiben wir unserem Markenkern treu: verbindlich, verlässlich und „direkt von Bauern“.

Das Interview führte top agrar-Chefredakteur Dr. Ludger Schulze Pals

INTERVIEW

PRINT BLEIBT WICHTIG

Print- und Digitalmedien geschickt verbinden – das ist die Herausforderung.

„Form follows function“ heißt: Die Menschen beziehen ihre Infos über die für sie nützlichsten Kanäle. Welche Rolle spielen die gedruckten Zeitschriften?

Dirk Alten: Seit der Markteinführung des ersten iPad wird Print in Frage gestellt. Ich sehe das ganz und gar nicht so. Wir verfolgen nicht nur das Printgeschäft, sondern investieren auch in digitale Entwicklungen wie z. B. Apps. Sehen wir uns doch mal den Printmarkt an: Noch nie gab es so viele Zeitschriften wie momentan. Auflagen und Umfänge sind geschrumpft, aber die Vielfältigkeit ist gestiegen.

„Content first“ heisst das Schlagwort. Nehmen wir z. B. Ihr Produkt „top agrar“: Die Qualität des Inhaltes gepaart mit hochwertigen Fotos und einer „Storyline“ sind entscheidend. Es ist richtig, dass sich auch alles digital darstellen lässt, doch zurzeit bleibt Papier das „Leitmedium“. Die digitale Welt darf man dabei aber nicht vergessen. Nur ein nach Lesern orientierter Mix aus Print und Digital ist die richtige Vorgehensweise.

Der Landwirtschaftsverlag Münster hat hier eine gute Strategie entwickelt und umgesetzt. Wir freuen uns sehr, dass wir Sie hier begleiten und unterstützen dürfen.

Unsere Leser sind beste Qualität gewohnt. Worauf dürfen sich die Leser in den kommenden Jahren bei der Zeitschrift zusätzlich freuen?

Dirk Alten: Die Zukunft gehört den personalisierten Zeitschriften. Die Umsetzung im Workflow beansprucht Zeit und hohe Investitionen. Das geht nur „step by step“. Eine gute Druckqualität kann ich mit ruhigem Gewissen bestätigen. Hier wird es auch künftig unsere große Aufgabe bleiben, den geforderten Standard einzuhalten. Im Bereich Individualisierung haben wir gemeinsam mit dem LV die Entwicklung der selektiven Beilagen vorangetrieben. Bei dieser Verarbeitung geht es um die automatisierte Zuführung von Beilagen auf Basis des Adressbestandes. Damit wird der Streuverlust der



Foto: schaffrath medien

Dirk Alten (Foto) leitet das Unternehmen schaffrath medien gemeinsam mit seinem Kollegen Dirk Devers im 8. Jahr. Dort wird top agrar gedruckt.

Werbepartner des LV signifikant verringert, da der Leser zielgerichteter angesprochen werden kann.

Die nächste Ausbaustufe ist, individualisierte Beilagen in das passende, adressierte Produkt zu steuern. Immer unter dem Aspekt von Zeit und Kosten. Auch das können wir heute schon gemeinsam mit dem Verlag anbieten.

Und dann gibt es noch die „Königsklasse“ im Hinblick auf Workflow und Technik: Das selektive Binden eines Produktes. Soll heißen, ein Heft individuell für den Leser mit unterschiedlichen Inhalten zu bestücken. Das ist die Zukunft und ich bin sicher, die wird nicht lange auf sich warten lassen.

Welchen Stellenwert nehmen bei Ihnen im Haus die elektronischen Medien heute schon ein? Welche Perspektive räumen Sie ihnen ein?

Dirk Alten: Es gibt Produkte am Markt, die müssen nicht mehr gedruckt werden. Es gibt aber auch Produkte, die benötigen keine digitalen Zusatzprodukte. Die Mehrzahl der Zeitschriften allerdings benötigen einen gesunden Mix aus beiden Welten, und den erarbeiten wir mit unseren Kunden. Aber solange der eine oder andere noch seine Mails ausdruckt, solange haben gedruckte Produkte ihre Wertigkeit.

Bei schaffrath medien investieren wir sehr stark in den digitalen Bereich. Wir sind uns sicher, dass das die Zukunft ist. Aber bei uns geht es nicht darum, das Druckprodukt „eins zu eins“ digital abzubilden. Es geht um Schnittstellen, Usability, Aktualität, Datenhandling, Automatisierungen und vieles mehr. Wir stellen uns diesen Herausforderungen, denn wir sind von der Zukunft überzeugt und möchten, dass unsere Kunden mit diesem Mix Erfolg haben.

Das Interview führte Dr. Peter Wiggers, Bereichsleiter Fachmedien Landwirtschaftsverlag

BEITRAG

DER ABSCHIED VOM VOLL- SORTIMENT

Die Digitalisierung wird den Lebensmittelhandel verändern. Das betrifft nicht nur den Weg zum Kunden, sondern schneidet auch tief ins Sortiment.

„*Wer kauft,
will Spaß
haben!*“

Die Verbraucher ändern ihre Einkaufsgewohnheiten gerade radikal. Für den Lebensmittelhandel wird das einschneidende Veränderungen bringen. Darin liegt auch eine Chance.

Wir können heute alles bestellen: Bücher, Schuhe, komplette Outfits, natürlich Elektro, Computer, Fernsehen. Aber zunehmend auch Wein, Wacholderschnaps und Walnüsse. Aber: Keine Warengruppe hat es geschafft, so wenig in den virtuellen Einkaufskorb gelegt zu werden wie Lebensmittel – nur: Es wird nicht so bleiben. Die Art und Weise, wie sich die Menschen künftig ihre Mittel zum Leben beschaffen, wird sich ändern. Bloß wie?

Dabei hat es schon begonnen: Im Grunde will der deutsche Konsument immer günstig einkaufen, aber doch bitte mit Auswahl. Im Discountladen sieht man das am ehesten: Frisches Obst und Gemüse in großer Auswahl, Markenartikel in enormer Breite, Tiefkühlprodukte – ja sogar das Ambiente wird schicker. Man stelle sich vor: Aldi plant sogar Kundentoiletten! Da fehlen dann nur noch die Bedienungstheken und ein Unterschied zum Vollsortimenter ist nicht mehr auszumachen. ►

*Reiner Mihr hat Oecotrophologie studiert,
kam über Tageszeitung und andere
Fachzeitschriften zur LPV-Gruppe und ist
dort seit dem Jahr 2000 Chefredakteur
der LEBENSMITTEL PRAXIS.*

Ohnehin haben die diskontierenden Verkaufssysteme – sprich Aldi, Lidl, Penny, Netto und Norma – die Bundesrepublik mit einem derart dichten Netz überzogen, dass sie mit Fug und Recht als Nahversorger durchgehen und den Kunden kurze Anfahrtswege bescheren und auch noch übersichtliches, schnelles und günstiges Einkaufen ermöglichen.

Das ist es übrigens, was Online-Händlern das Leben schwer macht. Warum soll der Kunde stundenlang auf seine frischen Pilze, sein Brot, sein Bier warten, wenn er im Laden um die Ecke in ein paar Minuten damit durch ist? Somit schützen die Discounter irgendwie auch die Vollsortimenter, denn wer seine Lebensmittel frisch und günstig um die Ecke kaufen kann, hat wenig Anreiz, online zu ordern.

Aber auch im Lebensmittelhandel lässt sich die Digitalisierung nicht aufhalten. Kommen wird sie. Und die klassischen Handelsunternehmen mischen ja mit. Die Läden in unterschiedlicher Größe mit komplettem Sortiment geraten unter Druck.

Die Fans des Online-Handels prognostizieren einen Online-Umsatz von bis zu 8 Mrd. Euro mit Lebens-

Hahn im Medienkorb

Herzlichen Glückwunsch zum 70-jährigen Jubiläum des Landwirtschaftsverlags.





mitteln pro Jahr – angesichts von rund 190 Mrd. Euro Gesamtumsatz mit Lebensmitteln ist das noch überschaubar. Aber ein Unternehmen wie Amazon hat eben Zeit. Viel Zeit. Und muss nicht sofort Geld verdienen.

Auch deshalb investieren Rewe, Kaufland, Lidl und Co. ins Online-Geschäft. Den Königsweg hat noch keiner. Klar aber ist: Die Art und Weise, wie Lebensmittel gekauft werden, wird sich weiter verändern.

Und die Prognose ist nicht allzu gewagt: Warum sollen Kunden für Produkte, die immer wieder gekauft werden (Milch, Butter), die umständlich zu tragen sind (Getränke, Tierfutter) oder eher ungern gekauft werden (vielleicht Putzmittel oder Toilettenpapier) – kurzum, alles was im Alltag gebraucht und standardisiert werden kann – , noch in den Laden gehen?

Das kann man sich doch schicken lassen! Automatisiert und immer dann, wenn der Vorrat zur Neige geht! Hier kommen Versender zum Zug, die Ware liefern, wenn sie gebraucht wird.

Für den Hersteller oder Lieferanten kommt es hier nur noch darauf an, auf der Dispoliste der Versender ganz oben zu stehen.

Und was bleibt den Vollsortimentern von Edeka, Rewe, Tegut, Hit, Globus und anderen? Der Abschied vom Vollsortiment vermutlich.

Denn die Konsumenten, vor allem die jungen, ändern gerade ihr Konsumverhalten ziemlich radikal. Und was die wollen, muss Spaß machen.

Da geht's dann nicht mehr ums Einkaufen, sondern ums Shoppen. Der Einzelhandel wird Teil der Freizeitindustrie.

Da liegt natürlich auch eine Chance: Gerade weil in Zukunft die digitale Automatisierung derart massiv in alle Alltagsbereiche eingreift, werden reale Bedürfnisse wichtiger. Das spiegelt sich auch in nahezu allen Trends wider, die derzeit rund um Lebensmittel gehandelt werden.

Nehmen Sie nur zaghafte Pflänzchen des Selbermachens: Wer seine Wurst wieder selber macht oder sein Weißkraut mit Salz und Gärung zu Sauerkraut werden lässt, wer lieber mit Urgetreide wie Hemmer, Dinkel, Buchweizen, Amarant oder Quinoa backt oder Gurken wieder selber einlegt, zeigt ein tiefes Misstrauen gegen Fertigessen und die möglicherweise enthaltenen Farb- und Aromazusätze oder gar Geschmacksverstärker. ►

„Erfolg braucht Ausdauer!“

Wir gratulieren dem Landwirtschaftsverlag herzlich zum Jubiläum und wünschen der Geschäftsleitung und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch weiterhin viel Erfolg!

70 Jahre
erfolgreiche
Partnerschaft

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Das führt auch dazu, dass Menschen, die weder mit Allergien geschlagen sind noch von der Religion zum Konsum verpflichtet werden, gluten- oder lactosefreie Produkte und andere koschere und Halal-Erzeugnisse essen. Realer geht's dann kaum noch – für den Supermarkt auf den ersten Blick eher von Nachteil, aber auch das könnte er nutzen: Schulungen anbieten, Rezepte und entsprechende Zutaten bereithalten, Veranstaltungen planen.

Dazu gehört auch die einzelhandelsnahe Gastronomie. Heute wird kaum noch ein Lebensmittelgeschäft neu gebaut ohne ansprechendes Gastronomie-Konzept. Und die Konzepte neueren Typs sind meilenweit von den Abfütterungs-Stationen der Vergangenheit entfernt und müssen ordentlichen Gaststätten in nichts nachstehen. Man sieht: Freizeitgestaltung und im besten Fall Erlebnis. Das Ganze hat dazu noch mindestens zwei Effekte: Der Kunde bleibt länger im Laden und er kann Produkte, die es im Laden gibt, vorher probieren. Dann kauft er eventuell auch mehr. Einziges Problem hier: Der Einzelhändler schafft es nur eingeschränkt, die Gastronomiefläche während der gesamten Öffnungszeiten des Ladens gewinnbringend zu bespielen.

Ganz real ist die Lust am Regionalen. Um die heimische Landwirtschaft und heimische Erzeuger zu unterstüt-

zen, greifen manche Verbraucher sogar schon mal tiefer in die Tasche. Darauf setzt natürlich der vollsortierte Handel und stellt regionale Produkte in den Mittelpunkt. Wenn Handelsunternehmen klar definieren, welcher Radius um den Laden herum als „regional“ gilt, zeigt das, wohin die Reise hier geht. Aber zu diesem Trend passt natürlich genauso die Renaissance der Wochenmärkte und Markthallen, die Nachfrage nach Obst- und Gemüseboxen im Abo, das Vermieten landwirtschaftlicher Flächen an Verbraucher, die dort selber anbauen oder das sogenannte „urban gardening“, wo Städter die eigenen Tomaten und Gurken auf dem Hochhaus-Flachdach züchten. Auch hier ist das „Erlebnis“ mindestens genauso wichtig wie die reine Versorgung.

Letztlich schwebt über allen Ernährungstrends – auch bei „Superfoods“ wie Acai und Chia oder der neuen Lust am Gemüse – auch ein Misstrauen der Verbraucher gegen industriell hergestellte Nahrungsmittel. Möglichst authentisch soll es halt sein – nah dran am Erzeuger und Verarbeiter –, ein völlig anderes Erlebnis als lila Kühe und sinnentleerte Pulversuppen.

Dies wird die Zukunft der Lebensmittelproduktion und der -versorgung bestimmen. Wie die Mittel zum Leben zum Verbraucher kommen, unterliegt dem klassischen Spruch: Handel ist Wandel.

Die LEBENSMITTEL PRAXIS ist das moderne Fachmedium für Handelsunternehmer. Ihre Kernzielgruppe sind unternehmerisch handelnde Selbstständige, Markt-Manager, Filialeiter, Substitute und Abteilungsleiter im Lebensmittelhandel. Das handelsbezogene Fachinformationsangebot der LP reicht von praxisbezogenen, service-orientierten und marktnahen Informationen sowie mehrwertorientierten Inhalten mit direkter Nutzbarkeit für die Kernzielgruppe über strategische und hintergrundrelevante Themen bis hin zu basisnahen, verkaufs- und sortimentsorientierten Inhalten mit konkreten Handlungsempfehlungen.

Die LP bietet als „Kommunikationsdienstleister“ aber mehr als nur das Magazin: Digitale Angebote, Events und Branchenveranstaltungen sowie Handels- und Verbraucherbefragungen runden das Spektrum ab.

Sonderedition zum 70. Geburtstag der Landwirtschaftsverlag GmbH

Herausgeber: Landwirtschaftsverlag GmbH, Hülsebrockstraße 2–8, 48165 Münster

Gesamtherstellung: Objektleitung Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben, Wolfgang Gamigliano (verantw.)

Anzeigenmarketing: Jochen Klosa | **Konzeptionelle und redaktionelle Mitarbeit:** Berthold Achler, Dr. Dieter Barth, Hermann Bimberg, Reiner Mihr, Manfred Neuaber, Anselm Richard, Dr. Ludger Schulze Pals, Dr. Peter Wiggers

Gestaltung: KreaTec – Grafik, Konzeption und Datenmanagement im Landwirtschaftsverlag

Geschäftsführung: Hermann Bimberg (Sprecher), Werner Gehring | Münster 2016



Herzlichen Glückwunsch

Aus besonderem Anlass gratuliert
die Unternehmensgruppe Aschendorff
mit dem Aschendorff Druckzentrum
dem Landwirtschaftsverlag
zum 70-jährigen Jubiläum!



 **Aschendorff**
Druckzentrum

**Landwirt,
der wichtigste
Beruf auf
der Erde.**



**Herzlichen Glückwunsch zu sieben
Jahrzehnten erfolgreicher Medienarbeit!**

Wir freuen uns auf weitere spannende Jahre in der
Landwirtschaft. Leidenschaft, die verbindet.

 **BASF**
We create chemistry