

17. Oktober 2018

Entwicklung der Landhändler und Genossenschaften

Anfang der 90er Jahre lag der Umsatz durch Agrar-Exporte noch bei unter 20 Milliarden Euro. Parallel zu den stark wachsenden Agrar-Importen und -Exporten hat sich im deutschen Agrarhandel in den vergangenen zehn Jahren ein Strukturwandel vollzogen: Die Zahl der privaten Agrarhändler ist um knapp 50 Prozent auf gut 600 Händler gesunken. Zeitgleich stieg die Größe der einzelnen Unternehmen. Die Zusammenarbeit mit anderen Agrarhandelsbetrieben ist üblich geworden, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Denn die Wahl der Kunden für einen Handelspartner wird mittlerweile fast ausschließlich über den Preis getroffen. Online-Versandhändler sind zu Konkurrenten geworden, sodass Preistransparenz heute ein entscheidender Erfolgsfaktor ist.

→ 600 private Agrarhändler

→ 2.100 Genossenschaften

Engagierte Genossenschaften

Die ländlichen Genossenschaften decken die gesamte Palette der ländlichen Erzeugung ab – von Zuchtvieh und Milchverarbeitung über Obst und Gemüse bis hin zu Brennereierzeugnissen und Wein. Mit einem Plus von drei Milliarden Euro setzten die bundesweit 2.100 Genossenschaften im vergangenen Jahr 63 Milliarden Euro um. Das Umsatzplus entstand in erster Linie durch höhere Milchpreise. Auch die Genossenschaften erleben einen Strukturwandel. Im Jahr 2012 wurden noch ungefähr 350 Genossenschaften mehr gemeldet.

Digitalisierung hat längst Einzug gehalten

Die Branche steht aktuell vor weiteren Herausforderungen: Die Bedeutung der Digitalisierung im Agrarhandel wächst rasant. Laut Bilanzbericht 2017 des Deutschen Raiffeisenverbandes werden mittlerweile nicht mehr nur die Maschinen auf den landwirtschaftlichen Betrieben miteinander vernetzt. Im Agrarhandel 4.0 wird die Digitalisierung und Vernetzung kompletter Prozessketten – von der Bestellung über die Logistik bis zur Rechnungsbegleichung – zum Standard. Diese Entwicklung ist für die Branche alternativlos. Die Digitalisierung bietet die Chance, Effizienzsteigerungen zu erzielen und Kosten zu optimieren, um im Wettbewerb mit Online-Händlern sowie auf den internationalen Märkten wettbewerbsfähig zu bleiben.