

30. April 2020

Agrar-Trends Monats-Update April 2020: Trend zu mehr Regionalität ist große Chance für Landwirtschaft

Dirk Gieschen, Agrarexperte und Initiator der Website agrar-trends.de zieht im Interview eine Bilanz der Entwicklungen in der deutschen Landwirtschaft im April 2020. Sein Fazit für den Monat: Trotz Corona, Düngeverordnung und Trockenheit – das Leben in der Agrarwelt geht weiter. Die Herausforderungen sind für viele Landwirte ebenso wie für ihre Lieferanten aus dem Agrarhandel und der Landtechnikbranche sowie für die Abnehmer ihrer Produkte im April deutlich angewachsen. Aber die Corona-Auflagen verstärken den Trend des Verbraucherwunsches in Richtung „mehr Regionalität“ – eine große Chance für die deutsche Landwirtschaft. Die Video-Version des ersten Agrar-Trends Monats-Update finden Sie hier:

<https://www.youtube.com/watch?v=bfGrAPI54hE>

Sie stellen heute erstmals das Agrar-Trends Monats-Update vor. Wie sieht das Fazit Ihrer Redaktion für April 2020 aus?

Dirk Gieschen: Im Unterschied zu vielen anderen Wirtschaftszweigen gilt in der Landwirtschaft: Trotz Corona, Düngeverordnung und Trockenheit – das Leben in der Agrarwelt geht weiter. Allerdings sind die Herausforderungen für viele Landwirte ebenso wie für ihre Lieferanten aus dem Agrarhandel und der Landtechnikbranche sowie für die Abnehmer ihrer Produkte im April deutlich angewachsen.

Im Moment steht die Corona-Krise im Zentrum der allgemeinen Berichterstattung. Was bedeutet das für die Diskussionen zwischen der Landwirtschaft und ihren Kritikern?

Dirk Gieschen: Die verstummt Diskussionen beginnen wieder. Kaum werden die Corona-Beschränkungen wieder etwas gelockert, wird auch die Standard-Kritik an der Landwirtschaft wieder lauter. Während bei einigen Organisationen jetzt durchaus Verständnis für die schwierige Situation vieler landwirtschaftlicher Betriebe entsteht, lassen andere NGOs dabei wieder jegliches Feingefühl für die aktuelle Situation vermissen.

Wie entwickelt sich die allgemeine Stimmung unter den Landwirten?

Dirk Gieschen: Das Mitte April vorgestellte vierteljährliche Konjunkturbarometer des Deutschen Bauernverbandes, das auf Befragungen im März beruht, zeigt gegenüber Dezember zwar eine leichte Verbesserung der Stimmung – ob dieses Ergebnis bei Befragungen jetzt Ende April genauso zu verzeichnen gewesen wäre, ist fraglich. Die Stimmung ist in diesen Tagen wieder gedrückter und das hat klare Gründe: Die Angst vor dem dritten Trockenjahr in Folge ist sprunghaft gewachsen. Doch vielleicht bringt der Regen zum Monatswechsel schon die nötige Entspannung, das wäre wichtig.

Die dunklen Wolken am Himmel der Agrarmärkte sind dagegen deutlich zu erkennen. Im Einzelhandel ist die Nachfrage nach Lebensmitteln drastisch gestiegen, doch Großverbraucher wie Gastronomie und Kantinen sind nationale wie international hingegen ausgefallen. Schon wächst die Angst, dass manche Einkäufer im Lebensmittel Einzelhandel dies als Chance zum Drücken der Preise nutzen könnten. Dann droht ein Preisverfall, insbesondere bei Milch und Fleisch.

In vielen Branchen werden aktuell neue Vertriebswege erschlossen, um Chancen zu nutzen und Umsatzausfälle zu kompensieren. Gilt das auch für die Landwirtschaft?

Dirk Gieschen: Ja, beispielsweise hat der Trend zur Regionalität, also der Wunsch nach einer heimischen Lebensmittelversorgung aus dem Inland oder gar aus der Region, durch die Corona-Krise einen starken Schub bekommen. Die Verbraucher wollen in der Region einkaufen und Geschäfte vor Ort unterstützen, das gilt auch für Hofläden.

Dieser Trend zur Regionalität ist die Chance für Landwirte, die bereits einen Hofladen oder andere Formen der Direktvermarktung betreiben oder mit dem Einstieg in diesen Betriebszweig liebäugeln. Jetzt ist der passende Moment dafür.

Haben Sie spezielle Tipps für die Direktvermarkter und Hofladenbesitzer?

Dirk Gieschen: Ja, vor allem einen Tipp für das Marketing und die Außendarstellung: Wenn Sie einsteigen, dann bitte professionell. Angehende Direktvermarkter sollten keine Schmutzel-Kartoffelkiste mit einem selbst gemalten Schild vor den Hof stellen. Nehmen Sie sich einen schicken Marktstand oder einen schönen Hofladen als Beispiel, dazu gehören auch attraktive Plakate, Schilder und Werbung.

Der Zeitpunkt für das Geschäft ab Hof ist gut – das sollten auch die Partner der Landwirte bis hin zur Hausbank so sehen und die Landwirte bei ihren Aktivitäten unterstützen. Das nutzt nicht nur dem jeweiligen Landwirt. Im Gegenteil: Die Direktvermarktung hilft auch der Branche insgesamt. Jeder gut besuchte Hofladen ist aktive Öffentlichkeitsarbeit – und die braucht die Branche jetzt mehr denn je.

Die Agrar-Trends-Redaktion gibt mit dem Monats-Update einen Überblick über die Themen, die die Agrarbranche aktuell bewegen. Die Mission: „Nicht die kleinen täglichen politischen Hahnenkämpfe sind das Thema des Monats-Updates, sondern die grundsätzlichen Trends – und die Themen, die zu einem Trend werden könnten.“

Weitere aktuelle Texte zur Trends in der Landwirtschaft unter <https://agrar-trends.de/news>