

Ausführungen von Dr. Peter Hofmann anlässlich der Hauptversammlung der KWS SAAT SE am 17. Dezember 2015



Sehr geehrte Aktionäre, liebe Gäste und Freunde der KWS,

ich begrüße Sie ganz herzlich und freue mich, Ihnen aus meinem Ressort Marketing, Getreide und Zuckerrübe zu berichten.

Beginnen möchte ich mit dem Bereich Marketing. Ein wesentliches und auch sichtbares Ergebnis aus dem letzten Geschäftsjahr war die Neugestaltung des Corporate Designs, also unseres Markenauftritts nach außen. Manche von Ihnen haben das vielleicht am Geschäftsbericht wahrgenommen und wer genau hingeschaut hat, der hat auch die Veränderung am Logo gesehen. Am Standort wird das in den nächsten Wochen durch Veränderung an der Gebäudebeschriftung noch sichtbarer werden.

Wie alle großen Marken hat sich auch die KWS über die letzten Jahrzehnte weiterentwickelt. Auf den ersten Blick ist das kaum sichtbar, aber Sie sehen es hier im direkten Vergleich. Die Anpassungen, die wir vorgenommen haben, haben einerseits technische Gründe: Logos werden zunehmend von digitalen Medien wie Tablet-PCs und Smartphones genutzt und müssen deshalb auch bei kleiner Größe digital lesbar sein. Ein weiterer Grund ist der Zeitgeist. Eine Marke muss sich weiterentwickeln, um den aktuellen Zeitgeist zu treffen, sonst wird sie nicht mehr wahrgenommen. Oder aber der Markenauftritt passt nicht zu den Werten und verliert beim Kunden an Attraktivität. Schließlich wollen wir nach außen das verkörpern was wir sind.

Doch widmen wir uns nun dem Geschäft im abgelaufenen Geschäftsjahr. Meine beiden Geschäftsbereiche hätten sich nicht gegenläufiger entwickeln können. Die beiden Sorgenkinder waren Roggen und Kartoffeln, während sich Weizen, Gerste, Raps und vor allem Zuckerrübe sehr gut entwickelt haben.

Zunächst zum Segment Getreide. Dort waren im Wesentlichen zwei Effekte zu spüren. Sie erinnern sich vielleicht, dass wir im September letzten Jahres unsere Beteiligungsgesellschaft MOMONT in Frankreich ganz übernommen und so unseren Anteil von 49 auf 100 % erhöht haben. Das hat uns einen zusätzlichen Umsatz von ca. 6 Mio. € beschert. Die Übernahme hat jedoch das Ergebnis durch Sondereffekte und Abschreibungen um etwa 4 Mio. € belastet.

Das Segment Getreide hängt in hohem Maße vom Verlauf des Roggengeschäfts ab. Die allgemein schwierige Lage in der Landwirtschaft in Zeiten niedriger Konsumpreise führt bei unseren Kunden zu einem Einkommensdruck. Die momentan geringen Produktpreise für Roggen haben zu einer geringeren Anbaufläche und zu vermehrtem Nachbau geführt. Die Nachfrage nach Hybridroggensaatzgut ist deshalb zurückgegangen. Zudem kamen in Deutschland neue, leistungsfähige Wettbewerbsorten auf den Markt. Dies hat zwar dazu geführt, dass unsere starke Marktposition etwas abgeschwächt wurde, wir aber mit einem Marktanteil von 65 % immer noch deutlicher Marktführer sind. Der Rückgang im Roggengeschäft hat das Ergebnis im Geschäftsjahr 2014/2015 um weitere 4,5 Mio. € belastet.

Bei Weizen, Gerste und Raps haben wir dagegen mehr abgesetzt als geplant und konnten so einen Teil des Rückgangs auffangen. Insgesamt erzielte das Segment Getreide einen Umsatz von 113 Mio. € – ein Zuwachs von knapp 5 Mio. € – und ein Betriebsergebnis von 12 Mio. €.

Im laufenden Geschäftsjahr wird der Druck auf die Agrarpreise anhalten. Zudem hat der Roggen seine Vorzüglichkeit im vergangenen Jahr gegenüber anderen Getreidearten nicht gezeigt. Demzufolge erwarten wir bei zunehmendem

Wettbewerb einen weiteren Rückgang des Hybridroggenabsatzes und einen stärkeren Nachbau bei Weizen und Gerste. Durch den geplanten Ausbau unserer F&E- und Vertriebsaktivitäten ist deshalb, bei gleichbleibendem Umsatz, ein erneuter Ergebnisrückgang zu erwarten.

Die Kartoffel hat leider eine ähnliche Entwicklung genommen wie der Roggen. Die Konsumkartoffelpreise waren auf einem 40-Jahre-Tief und haben unseren Umsatz um 20 % auf 26 Mio. € reduziert. Dieser Umsatzrückgang sowie zusätzliche Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen in Höhe von ca. 4 Mio. € haben dazu geführt, dass wir das Ergebnis des Vorjahres kaum verbessern konnten und erneut einen deutlich negativen Ergebnisbeitrag geliefert haben.

Die Aussichten für das jetzige Geschäftsjahr sind etwas besser und wir versuchen über ein striktes Kostenmanagement gegenzusteuern. Dennoch wird die Kartoffel auch im laufenden Jahr noch einen negativen Einfluss auf unser Ergebnis haben.

Damit komme ich zur Zuckerrübe, die etwa 93 % zum Gesamtumsatz von 391 Mio. € im Segment beiträgt. Die Königin der Feldfrüchte hat im letzten Geschäftsjahr ihrem Namen alle Ehre gemacht und alle Rekorde in der Geschichte der KWS gebrochen. Im Vergleich zum letzten Jahr konnte der Umsatz um 14 % auf 365 Mio. € erhöht werden. Auch das Ergebnis legte um über 20 Mio. € zu. Dabei ist die Anbaufläche in 2015 bedingt durch die hohen Erträge des Jahres 2014 insbesondere in der EU um mehr als 10 % deutlich zurückgegangen. Wir hatten sehr gute Sortenleistungen, bei der Saatgutversorgung konnten wir aus dem Vollen schöpfen und so in fast allen Regionen punkten. Spitzenreiter waren Frankreich, Russland, die Türkei, Ostasien und zum wiederholten Mal Nordamerika. So konnten wir in vielen Ländern im Marktanteil zulegen und unsere Weltmarktführerschaft deutlich festigen – ein Zuwachs von 6 Prozentpunkten auf nunmehr 53 %. Negative Währungseinflüsse in Osteuropa standen dem positiven Dollarkurs gegenüber und führten in Summe zu einer positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung.

Auch währungsbereinigt erzielte das Gesamtsegment – also Zuckerrübe einschließlich Kartoffel – noch einen Umsatz von 384 Mio. € und ein Ergebnis von knapp 89 Mio. €.

Ich bin sehr stolz, was die Rübe in diesem Jahr erreicht hat. Dies war nur möglich durch den großartigen Einsatz aller Mitarbeiter.

Das jetzige Geschäftsjahr 2015/2016 ist gut angelaufen. Wir rechnen wieder mit leicht steigenden Anbauflächen in der EU und die ersten Bestellungen erfüllen die Erwartungen. Momentan planen wir für das Segment Zuckerrüben inklusive Kartoffeln einen leichten Umsatzanstieg und eine EBIT-Marge auf Vorjahresniveau.

Doch was kommt danach?

Wir können heute schon zwei Dinge absehen, die unser Geschäft wesentlich beeinflussen können: Das Ende der Zuckermarktordnung im September 2017 und die Einführung von CONVISO[®] SMART – der herbizidtoleranten Rübe – in Europa ab 2018.

Fast 50 Jahre Zuckermarktordnung haben uns vieles erleichtert: Stabilität, planbare Mengen und Preise. Der KWS Umsatz mit Zuckerrübe hat sich in dieser Zeit mehr als verzehnfacht und heute trägt die EU mit mehr als einem Drittel zum Umsatz des Segmentes bei. Aber die Zuckermarktordnung war auch ein Korsett für den Zuckerrübenanbau in Europa. Kein Wachstum, begrenzte Exporte und kaum freier Wettbewerb. Die KWS hat gezeigt, dass sie im System Zuckermarktordnung erfolgreich sein kann und ich bin zuversichtlich, dass uns das auch in der Nachhara der Zuckermarktordnung nach 2017 gelingen wird.

Was erwarten wir konkret?

- Keine Quoten mehr, aber trotzdem Anbauverträge zwischen Zuckerindustrie und Rübenanbauern.
- Auf lange Sicht eine Wanderung des Rübenanbaus hin zu den besseren Standorten in Zentraleuropa. Das reduziert zwar die Fläche, macht aber die Zuckerrübe wettbewerbsfähiger im Vergleich mit anderen Kulturarten.
- Eine Verdrängung von Rüben durch Isoglukose – dessen Quoten auch fallen werden – um bis zu 150.000 ha, vor allem in Süd- und Südosteuropa.
- Je nach Weltmarktpreis eine stärkere Schwankung des Anbaus in Europa.
- Also insgesamt mehr Wettbewerb um die Rübe.

KWS hat sich seit vielen Jahren zum Ziel gesetzt, die Wettbewerbskraft der Zuckerrübe zu verbessern. Standortangepasste, ertragreiche Sorten zu entwickeln ist ein wesentliches Ziel unserer Züchtung. Unser Blick richtet sich dabei sehr lange – 10 bis 20 Jahre – in die Zukunft. Dazu einige Beispiele: Vor einigen Wochen haben wir einen Vertrag geschlossen, der die Nachfolgegeneration von Roundup Ready® -Zuckerrüben in Nordamerika einläutet. In weniger als 10 Jahren werden Sorten auf den Markt kommen, die gegen 3 Herbizide tolerant sind. Das bietet dem Landwirt mehr Wahlfreiheit und minimiert das Risiko der Resistenzbildung von Unkräutern.

Auch in der Züchtung setzen wir frühzeitig auf Resistenzmanagement. Um die bei Zuckerrübe weltweit verbreitete Viruskrankheit Rizomania nachhaltig zu kontrollieren, hat KWS bereits vor Jahren Sorten mit unterschiedlichen Resistenzquellen kombiniert und leistet somit einen wesentlichen Beitrag, um einen Resistenzbruch zu vermeiden.

Ein weiteres Beispiel für Innovation und einen langen Planungshorizont bei KWS ist die Entwicklung eines Unkrautmanagementsystems in Zusammenarbeit mit der Firma Bayer, die vor 15 Jahren begann. Über klassische Züchtungsmethoden wurden Sorten entwickelt, die resistent gegen eine Herbizidgruppe mit hoher

Wirksamkeit sind. Diese Technologie, die unter dem Markennamen CONVISO SMART[®] vermarktet werden wird, ist deshalb vor allem für den Anbau in Europa von Bedeutung, wo gentechnisch erzeugte Eigenschaften keinen Markt haben. Im nächsten Jahr werden wir diese Sorten erstmals zur offiziellen Prüfung vorstellen und erwarten die Markteinführung ab 2018.

Ich werde Ihnen gerne im nächsten Jahr von den weiteren Fortschritten berichten und übergebe jetzt an Léon Broers. Vielen Dank.

Es gilt das gesprochene Wort

17.12.2015

Peter Hofmann