

**Ausführungen von Dr. Peter Hofmann
anlässlich der Hauptversammlung
der KWS SAAT SE & Co. KGaA am 6. Dezember 2022**



Liebe Aktionäre, meine sehr geehrten Damen und Herren,

"Weizen so teuer wie nie: Wie der Ukraine-Krieg Hungersnöte verschärft"

"Hitzewelle und Dürre: Glühende Temperaturen in Südamerika"

"Monsterinflation frisst Hilfen aus EU-Agrarhaushalt für Landwirte auf"

Diese Schlagzeilen lassen erahnen:

Hinter uns liegt ein für die Landwirtschaft und weit darüber hinaus herausforderndes Geschäftsjahr, das durch Wetterextreme, beschränkte Ressourcen, den russischen Angriff auf die Ukraine und eine steigende Inflation geprägt war.

Das KWS Geschäft erwies sich dennoch als äußerst standfest, sodass ich Ihnen heute erneut sehr gute Ergebnisse vermelden kann. Nachdem wir die Verantwortlichkeiten im Vorstand zum Jahresbeginn neu sortiert haben, bin ich seitdem neben dem Segment Zuckerrübe und dem Bereich Marketing & Communications auch für die Segmente Gemüse und Getreide verantwortlich.

Mit dem **Segment Getreide** möchte ich in meinen heutigen Ausführungen beginnen:

Die Agrarmärkte waren im Berichtsjahr 2021/2022 von teils deutlichen Preisanstiegen geprägt; hauptsächlich bedingt durch drohende Lieferausfälle und Marktverschiebungen infolge des russischen Angriffs auf die Ukraine. Wie Sie vielleicht wissen, sind beide Länder wichtigen Akteure im Agrarsektor und gelten als „europäische Kornkammer“. Der Preis für Weizen lag im Mai dieses Jahres zeitweise bei 450 €/t – ein historischer Höchstwert.

Landwirte konnten infolgedessen von hohen Abnahmepreisen profitieren, was zu Flächenausweitungen führte.

Auf Basis dieses Marktumfeldes sowie unseres innovativen Sorten-Portfolios steigerten wir den Umsatz im Segment Getreide um 13 % auf 216 Mio. €. Das EBIT legte mit 39 % deutlich zu, auf fast 30 Mio. €.

Während der Verkauf bei Gerste leicht rückläufig war, wuchs der Absatz von Saatgut für Roggen und Weizen einstellig.

Ganz maßgeblich zum gutem Segmentergebnis beigetragen hat jedoch der Raps mit einem Umsatzplus von 42 %. Raps bildet inzwischen ein echtes Standbein im Segment Getreide und entwickelt sich insbesondere in den Kernmärkten Frankreich und Deutschland sehr erfreulich. Dies ist auf Zuwächse in der Anbaufläche, aber auch auf unsere sehr gute Sortenleistung zurückzuführen, die wir in Zukunft weiter stärken werden. Der Umsatz mit Sorghum in Brasilien zeigte sich ebenfalls positiv. Sorghum bildet, unter anderem vor dem Hintergrund klimatischer Veränderungen, eine interessante Alternative zu herkömmlichen Kulturarten wie Mais oder Soja.

Lassen Sie uns als nächstes einen Blick in unsere jüngste **Business Unit** werfen: **Gemüse**.

Ich wurde in den vergangenen Monaten hin und wieder gefragt, ob wir unseren Einstieg in das Geschäft für Gemüsesaatgut angesichts der Ergebnisse aus den letzten beiden Jahren in Frage stellen. Ich kann Ihnen versichern – das tun wir keinesfalls! Das möchte ich gern erläutern:

Mit Tomate, Gurke, Paprika, Melone und Wassermelone haben wir fünf Kernkulturarten definiert, in die wir investieren. Um das Marktpotenzial von etwa 2,5 Mrd. € allein für diese 5 Kulturarten zu heben, setzen wir in erster Linie auf organisches Wachstum.

Mit dem Aufbau von Züchtungsstationen in Mexiko, Brasilien, Italien, Spanien und der Türkei sowie dem Ausbau der Labor- und Produktionskapazitäten in den Niederlanden sind wir im Berichtsjahr wichtige Schritte gegangen. Die Investitionen stiegen von 1,3 auf 9 Mio. € entsprechend stark an. Inzwischen laufen 18 Züchtungsprogramme. Und erste Sortenkandidaten für Melone und Wassermelone werden bereits im Geschäftsjahr 2022/2023 erwartet.

Ergänzt wird unsere Strategie durch den Verkauf lizenzierter Sorten und durch gezielte Akquisitionen. Hier konnte KWS vor drei Jahren das niederländische Unternehmen Pop Vriend übernehmen. Pop Vriend ergänzt unser Portfolio als Marktführer im Spinatsaatgut ideal und verfügt über ausgezeichnete Forschungs- und Entwicklungsressourcen.

Wenn Sie einen Blick auf unsere Zahlen in der Business Unit Gemüse werfen, weisen wir bei einem Umsatz von 54 Mio. € einen Verlust von fast 20 Mio. € aus.

Dieser ergibt sich aus drei Bausteinen: (1) Jährliche Abschreibungen in Höhe von zuletzt 20 Mio. € auf den Kaufpreis von Pop Vriend, (2) dem gezielten Aufbau der Züchtung in den beschriebenen Kernkulturarten und (3) dem operativen Geschäft, größtenteils von Pop Vriend. Dort erzielten wir im vergangenen Geschäftsjahr ein EBIT von 12 Mio. € bei einem Umsatz von 53 Mio. €. Unsere Umsatzrendite liegt daher bereinigt bei über 20 %.

Meine Damen und Herren, wir haben also kein strukturelles Problem im neuen Geschäftsfeld Gemüse, die Profitabilität ohne Sondereffekte entspricht voll unseren Erwartungen – und ich hoffe auch Ihren.

Nicht erwartungsgemäß hat sich unser Umsatz entwickelt, zuletzt ein Rückgang von 58 auf 54 Mio. €. Dies hat zwei Gründe: ein Drittel des Umsatzes von Pop Vriend erfolgt in den USA im Segment Babyleaf – also jungem Spinat für die Verwendung in Salaten. Dieser Markt für Außer-Haus-Konsum ist in den letzten Jahren pandemiebedingt deutlich zurückgegangen. Zudem haben unsere Sorten momentan eine unzureichende Resistenz gegenüber der Pilz-

krankheit „Falscher Mehltau“, welche im wichtigen Ökosegment aufgrund des Verzichts auf chemische Lösungen besondere Bedeutung hat. An neuen, verbesserten Sorten wird derzeit intensiv gearbeitet, ein ständiges Rennen um die Zeit.

Zuletzt komme ich auf das **Segment Zuckerrübe** zu sprechen. Ich freue mich, erneut über ein sehr gutes Ergebnis zu berichten. Doch zunächst zu den Rahmenbedingungen: Ein Nachfrageüberhang, unter anderem bedingt durch unterdurchschnittliche Zuckerrohrernten in Brasilien, sowie das hohe Preisniveau für Agrarprodukte beeinflussten das Zuckerrübengeschäft positiv. Nach einem mehrjährigen Rückgang der Anbaufläche blieb diese im Berichtsjahr stabil.

Ziel in einem Nischensegment wie dem der Zuckerrübe ist es, kontinuierlich Marktanteile hinzuzugewinnen. Das ist uns mit einem Zuwachs von rund 3 % auf insgesamt 67 % erneut gelungen. Der Umsatz stieg um 12 % auf 588 Mio. €. Das EBIT erhöhte sich auf 195 Mio. €, negativer Währungseffekte und witterungsbedingt erhöhter Kosten in der Saatgutvermehrung zum Trotz. Somit bleibt auch die Profitabilität in diesem Segment mit einer EBIT-Marge über 30 % äußerst attraktiv.

Getragen wird das Wachstum dabei vornehmlich durch zwei unserer Innovationsprodukte: CONVISO® SMART hat nun im fünften Jahr einen Umsatz von 117 Mio. € erzielt.

Und unsere Sorten mit verbesserter Cercospora-Toleranz, vermarktet unter dem Namen CR+, erreichten bereits im zweiten Jahr einen Umsatz von 78 Mio. €. In Kürze werden wir Sorten auf den Markt bringen, die beide Eigenschaften vereinen, da in vielen Regionen das Unkrautmanagement *und* der gleichzeitige Befallsdruck durch Cercospora eine große Herausforderung darstellt.

Diese Beispiele veranschaulichen, wie wir mit weitsichtigen Innovationen Landwirten dabei helfen, sichere Erträge einzufahren, Inputs zu reduzieren und somit erfolgreich zu wirtschaften.

Eben diese Innovationskraft wird auch in Zukunft entscheidend sein, um Landwirten kulturartenübergreifende Lösungen für bekannte und neue Probleme zu liefern. Ein weiterer entscheidender Erfolgsfaktor ist die Vielseitigkeit unserer Portfolios. Exemplarisch hierfür steht das Portfolio im Segment Getreide, in dem wir neben klassischen Kulturarten wie Weizen, Roggen, Gerste und Raps über aussichtsreiche Züchtungsprogramme für Hafer, Erbse, Zwischenfrüchte und Öko-Saatgut verfügen. So stellen wir unser Business nicht nur auf mehrere Standbeine und erschließen neue Wachstumsmärkte, sondern bieten zunehmend benötigte Optionen für einen diversifizierten, resilienten Ackerbau. Komplettiert wird dies durch digitale Angebote, die unsere Produkte, unser Knowhow und Umweltfaktoren miteinander verknüpfen und Landwirten daraus wertvolle Informationen für ein verbessertes Anbaumanagement liefern.

Meine Damen und Herren, ich fasse zum Ende die wichtigsten Ergebnisse zusammen:

- Das Segment Getreide profitiert von guten Absatzbedingungen mit hohen Abnahmepreisen und steigert allen voran das EBIT.
- Im Gemüse läuft der Ausbau der Geschäftsaktivitäten nach Plan. Der Umsatz bleibt aufgrund eines angespannten Marktumfeldes etwas hinter den Erwartungen zurück.
- Die Erfolgsgeschichte in der Zuckerrübe setzt sich mit deutlichen Zuwächsen in Umsatz und EBIT fort.

Damit schließe ich meine Ausführungen und bedanke mich bei allen Mitarbeitern, die zu diesem guten Ergebnis beigetragen haben.

Es gilt das gesprochene Wort

06.12.2022

Peter Hofmann