



pro agro
Verband zur Förderung des
ländlichen Raumes in der Region
Brandenburg-Berlin e.V.

Gartenstraße 1-3
14621 Schönwalde-Glien
Telefon: 033230 – 20 77 0
Fax: 033230 – 20 77 69
E-Mail: kontakt@proagro.de
Internet: www.proagro.de

Presseinformation

- 3.586 Zeichen ohne Überschrift und Nachtrag

25. Juli 2022

pro agro-Branchenbarometer: Druck auf Ernährungswirtschaft nimmt durch Ukraine-Krise sprunghaft zu

Geschäftsführer:
Kai Rückewold

Schönwalde-Glien – Wie wirkt sich die Ukraine-Krise auf die regionale Ernährungswirtschaft aus? Gibt es eindeutige Trends bei Kosten und Umsätzen? Diese Fragen interessierten den Verband zur Förderung des ländlichen Raumes in der Region Brandenburg-Berlin e.V., pro agro. Nach der Vorstellung des jährlichen Branchenbarometers im ersten Quartal mit dem Ergebnis positiver Prognosen nach Corona, zeigen die Ergebnisse der Trendumfrage zur Jahresmitte 2022 deutliche Schwierigkeiten für die Unternehmen auf. Beurteilten noch zur Jahreswende knapp 40 Prozent der teilnehmenden Betriebe das Geschäftsjahr im Vergleich zu 2021 als besser, so geben aktuell 69 Prozent eine Verschlechterung der Geschäftsaussichten für 2022 an.

Pressekontakt:

Kai Rückewold
Telefon: 03 32 30 – 20 77 21
mobil: 0174 17 12 780
presse@proagro.de

„Es wird aktuell viel gesprochen und geschrieben über Lebensmittel: Hohe Verbraucherpreise, Versorgungslücken bei einigen Produkten, Probleme bei Rohstoffen zur Verarbeitung – wir wollten es von unseren Mitgliedern und weiteren Unternehmen aus der Region genauer wissen“, sagt Kai Rückewold, Geschäftsführer des Agrarmarketingverbandes pro agro zur Motivation die Trendumfrage vor Beginn der Sommerferien zu starten.

Nicht verwunderlich klagen die Unternehmen im Ergebnis über die steigende Belastung durch steigende Energie- und Transportkosten (91%) und Probleme bei Beschaffung und Lieferkettenzuverlässigkeit (69%). Fatalerweise geht das bei 57 Prozent der Befragten mit sinkenden Erlösen und einer schlechteren Ertragslage einher. „Kosten hoch und Umsätze runter, das ist als wirtschaftliche Zukunftsaussicht ein Dilemma. Die höheren Preise im Handel kommen bei vielen lebensmittelverarbeitenden Unternehmen nicht in ausreichendem Maß an“, interpretiert der Geschäftsführer des Verbandes die Daten. Kritisch wird von den Unternehmerinnen und Unternehmern gesehen, dass Konsumenten in der Krise zum kostengünstigeren Produkt greifen werden (81%) und Politik das Thema regionale, resiliente Versorgung zunehmend aus den Augen verliert (54%). Über 30 Prozent befürchten gar, dass die finanziellen Förderungen für die regionale Ernährungswirtschaft schlechter werden.

Gibt es Lösungsansätze und Ideen mit der Krise umzugehen?

In der Krise steigt die Bereitschaft zur Zusammenarbeit? Stimmt diese These? Als hilfreich zur Abfederung der Auswirkungen der Krise sehen die Unternehmen zu allererst „Einkaufsgemeinschaften für Energie“ (47%), direkt gefolgt von „Vermarktungsgemeinschaften“ (44%). In den Feldern Logistik/Transport (28%) und Zusammenarbeit bei Personalressourcen (14%) werden die geringsten Lösungsansätze gesehen.

„Es liegt nah, dass bei schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die erzielten Preise steigen sollten“, weist Kimberley Biele, Leiterin der Befragung bei pro agro, auf einen anderen Lösungsansatz hin. Die Befragung zeigt ein heterogenes Bild dazu: 49 Prozent der Unternehmen können die Produktpreise gegenüber dem Handel anheben, der anderen Hälfte (51%) gelingt das nicht. Große Unsicherheit besteht daher auch bei der Frage, ob die steigenden Kosten zukünftig an Kunden weitergegeben werden können. 55 Prozent der Befragten glauben dies nicht oder haben schlichtweg keine Idee, ob es funktionieren kann.

Hintergrundinfo zum pro agro Branchenbarometer:

Rund 650 Unternehmen wurden seit 2021 erstmalig für die Online-Befragung angeschrieben. An der aktuellen Trendumfrage zur Jahresmitte 2022 haben sich 107 Unternehmen beteiligt. 70 Prozent der Umfrageergebnisse kommen direkt von pro agro-Mitgliedern. Das Branchenbarometer hat keinen Anspruch auf wissenschaftliche Repräsentativität.

Der **Agrarmarketing-Verband pro agro e.V.** engagiert sich seit 30 Jahren für die Vernetzung und Vermarktung von Brandenburger Produkten und Dienstleistungen aus den Bereichen Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie Land- und Naturtourismus. Ein Team von aktuell 14 Mitarbeitern betreut zudem eine Vielzahl von Zukunftsprojekten zur Stärkung der Branche und des ländlichen Raums in Brandenburg/Berlin.