

Vermarktung braucht Strategie

Nach dem unerwarteten und explosionsartigen Preisanstieg für Getreide im vorigen Jahr ist die Marktsituation zur Ernte 2008 von einigen Unsicherheiten geprägt. Prognostiziert sind weltweit große Weizenernten. Jetzt ist Fingerspitzengefühl für die Vermarktung gefragt. Mechthilde Becker-Weigel vom wirtschaftsdienst agrar sprach mit dem Makler Thomas Quinders über Vermarktungsstrategien beim Getreide.

Innovation: Die Preisdiskussion ist bis kurz vor der Weizenernte noch nicht richtig in Gang gekommen. Was werden die Haupteinflussfaktoren für die Preisbildung (beim Futter- und Brotgetreide) sein?

Quinders: Es ist nicht so, dass bisher noch keine Preisdiskussionen stattgefunden haben. Es scheint nur so, dass die Meinungen über die zukünftige Preisentwicklung zum Teil sehr weit auseinander liegen. Durch die Preisrally im Vorjahr sind Preiserwartungen geweckt worden, die sich derzeit nur schwerlich erfüllen lassen. Nach einigen Jahren, in denen an den globalen Weizenmärkten das Angebot ständig die große Nachfrage nicht bedienen konnte und damit die Endbestände auf Rekordtiefstände gefallen sind, erwarten wir dieses Jahr eine Rekordernnte, die weitaus größer ausfallen dürfte als die Nachfrage. Insbesondere in der EU und in der Schwarzmeerregion werden hohe Überschüsse produziert, die am Weltmarkt platziert werden müssen. Bei der derzeitigen Preiskonstellation ist EU-Getreide allerdings nicht exportfähig, so dass wir zunächst einmal auf unseren Überschüssen sitzen bleiben mit der Konsequenz, dass die Preise mittelfristig unter Druck geraten dürften.

Als Haupteinflussfaktor sehe ich momentan die Entwicklung der globalen Maispreise. Die Weltmaisbilanz bleibt ein weiteres Jahr sehr eng. Die Überschwemmungen im Mittleren Westen der USA haben uns gezeigt, wie anfällig die Märkte auf negative Meldungen reagieren. Durch die Wirkungskette – hohe Rohölpreise – hohe Ethanolpreise – große Nachfrage nach

Mais insbesondere in den USA – Substitution des Mais durch Weizen im Futtertrog – sind die gesamten Agrarmärkte weltweit in dieser Entwicklung gefangen. Der Maispreis übernimmt damit in der EU gewissermaßen die Funktion des Interventionspreises nur mit dem Unterschied, dass er keine feste Größe darstellt, sondern sich ständig ändert.

Innovation: Worauf sollten Landwirte bei der Getreidevermarktung im weiteren Saisonverlauf achten?

Quinders: Grundsätzlich sollte die Landwirtschaft bei ihrer Vermarktung nicht alles auf eine Karte setzen. Es gibt eine Vielzahl an Einflussfaktoren auf die Preise, die sich nur schwerlich vorherbestimmen lassen. Die Märkte werden nicht mehr nur durch fundamentale Vorgaben beeinflusst, sondern mittlerweile auch durch Charttechnik, politische Rahmenbedingungen, psychologische Faktoren etc. Die Gefahr, dass eine Preisentwicklung grundsätzlich falsch beurteilt wird, nimmt trotz der heutigen Transparenz der Märkte zu. Durch eine Vermarktung zu unterschiedlichen Zeitpunkten kann man zumindest die Gefahr mindern, dass die gesamte zu vermarktende Menge zu einem ungünstigen Zeitpunkt gebunden wird.

Wer auf steigende Preise spekuliert, sollte zumindest zunächst den Teil seiner Ernte frühzeitig binden, mit dem er einen Großteil seiner Produktionskosten decken kann.

Innovation: Wie ändert sich das Einkaufsverhalten der Verarbeiter und von Handel?



Thomas Quinders ist Geschäftsführer der Bernd Quinders Getreide und Futtermittelagentur GmbH. Das Unternehmen mit Sitz im rheinischen Neuss wurde 1985 von Bernd Quinders gegründet und ist eine international ausgerichtete, anerkannte Makleragentur für Getreide, Ölsaaten, Ölschrote und Mühlennachprodukte. Die Kunden profitieren von den langjährigen Erfahrungen und umfangreichen Kontakten auf allen Stufen der Wertschöpfungskette im Agrarsektor. Neben dem physischen Getreidegeschäft ist die Bernd Quinders GmbH seit Juni als neuer Börsenteilnehmer an der RMX Hannover zugelassen und bietet ihren Kunden auch die Beratung und Abwicklung von Börsengeschäften als Absicherungsinstrument von Preisrisiken direkt an den Handelsplätzen Euronext Liffe (Matif) und RMX Hannover an.

Kontakt: Bernd Quinders GmbH
Wallrafstr. 6 • 41464 Neuss
Tel. 02131-9844-0 • www.quinders-agrar.de

Quinders: Viele Verarbeiter haben ihr Einkaufsverhalten bereits grundsätzlich umgestellt. Die steigende Volatilität der Märkte birgt Preisrisiken, die ohne Absicherung keine vernünftige Kalkulation mehr zulassen. Die Verarbeiter sind nun dazu übergegangen, ihren Rohstoffbedarf unmittelbar bei Vermarktung ihrer Verarbeitungsprodukte einzudecken. Bei größerem Bedarf kann das dazu führen, dass der Verarbeiter an mehreren Märkten gleichzeitig aktiv werden muss. Schließt eine Mühle beispielsweise einen größeren Mehkontrakt ab, kann es sein, dass sich keine ausreichende Menge Weizen auf die Mühlenparität erstellen lässt. Sie muss also entweder weitere Positionen an anderen Paritäten im Kassamarkt oder eine entsprechende Position an der Warenterminbörse aufbauen, um sich gegen mögliche, zukünftige Preissteigerungen abzusichern. Verarbeiter versuchen auch, über sogenannte EFP-Kontrakte (Exchange For Physicals) ihren Rohstoffbedarf bei ihren Lieferanten zu sichern, ohne sich direkt preislich binden zu müssen. Diese Kombination aus physischer Lieferung und Börsengeschäft erlaubt es beiden Seiten, flexibel auf Marktentwicklung zu reagieren und den Warenfluss zu verstetigen.

Innovation: Welche Preissicherungsstrategien empfehlen Sie für die Landwirtschaft bei der Weizenvermarktung?

Quinders: Eine wesentliche Preissicherungsstrategie besteht zunächst einmal darin, dass die Landwirtschaft die Produkte produziert, die der Markt auch benötigt und das nahegelegene Vermarktungsmöglichkeiten bestehen und nicht ein Großteil des Ertrags durch hohe Transportkosten wieder abgegeben werden muss. Wichtig ist, dass die Handelspartner jederzeit in der Lage sind, wettbewerbsfähige Preise zu bieten.

Eine weitere Möglichkeit, sich flexibel an den Märkten zu bewegen, ist die Vermarktung des Weizens über sogenannte Prämienkontrakte. Der Landwirt einigt sich mit seinem Handelspartner über Qualität, Menge und Liefertermin. Der Preis wird offen gelassen. An dessen Stelle vereinbart man eine Prämie/Abschlag auf den Terminkurs eines Warenterminkontraktes, zu dem die Ware schließlich geliefert werden soll. Bei der Weizenvermarktung bietet sich eine Bindung an den Weizenkontrakt der RMX in Hannover oder der Matif an. Der Landwirt kann nun bis zur endgültigen Lieferung seinen Verkaufspreis in Anlehnung an die Kurse der Warenterminbörse selbst bestimmen und muss nicht ständig in Verkaufsverhandlungen mit seinem Handelspartner stehen.

Ein Schritt weiter ist die direkte Absicherung der eigenen Ernte über die RMX oder Matif. Beim Handel an der Börse wird allerdings je nach Preisentwicklung Liquidität gebunden und es besteht das sogenannte Basisrisiko. Die Kurse an der Warenterminbörse entwickeln sich nicht immer völlig parallel zum regionalen Weizenmarkt. Eine Veränderung der kalkulierten Basis kann damit die gesamte Kalkulation der Preisabsicherung beeinflussen.

Innovation: Wie könnte eine optimale Vermarktungsstrategie für Getreideanbauer aussehen?

Quinders: Die allgemeingültige Vermarktungsstrategie gibt es nicht. Der Landwirt kennt im Vorfeld der Ernte weder seine Erträge noch die Qualitäten. Dennoch kann es durchaus sinnvoll sein, im Vorfeld der Ernte einen Teil vertraglich zu binden. Am besten das Getreide, bei dem das Qualitätsrisiko am geringsten ist. Deuten sich bei der Ernte flächendeckend Qualitätsprobleme an, sollte zunächst das qualitativ höherwertige Getreide vermarktet werden. Die letzten Problemjahre haben gezeigt, dass die Prämien für Qualitätsgetreide zu Beginn der Saison am höchsten waren und im Laufe der Zeit sich nicht halten konnten. Grund hierfür ist, dass anfangs eine genaue Einschätzung der Probleme schwierig ist und diese meistens auch übertrieben dargestellt werden.

Für die Ernte 2008 im Speziellen gilt, dass die fundamentalen Daten eher für nachgebende Preise sprechen. In den Sommermonaten könnten sich aufgrund der Abgabeverweigerung der Landwirtschaft die Preise stabil präsentieren. Doch spätestens im Herbst müsste europäisches Getreide im Export konkurrenzfähig sein und auch tatsächlich in größerem Umfang Exporte getätigt werden, damit sich die Preise halten können.

Mechthilde Becker-Weigel

Fon 02 21/3 79 69 60

becker-weigel@wdagrar.de

BESSER ERNTEN



**Bühne frei für
Höchstleistungen**

HIGHLIGHT mz
GMV r

Eine Klasse für sich

Gersten-Newcomer 2008

► Bringt als Mehrzeilige überragende Korn-
erträge mit der Qualität einer Zweizeiligen

www.saustarke-gerste.de

Hotline 0 89/53 29 50-10
www.ig-pflanzenzucht.de



PFLANZENZUCHT
BESSER ERNTEN