

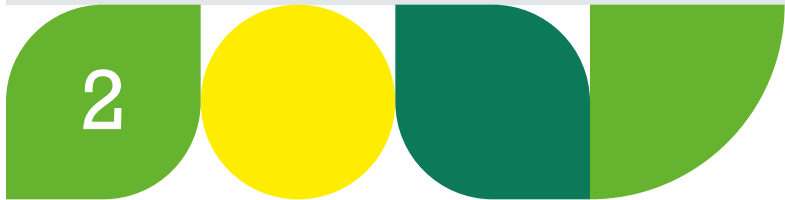
AGRAVIS

Info

Die Aktionärsinformation der AGRAVIS Raiffeisen AG . Ausgabe Juli 2026



Von derart gekennzeichneten Worten oder Passagen im Text gelangen Sie auf Internetseiten, um weitere Informationen zu erhalten.



Inhalt	
AGRAVIS ist weiter wirtschaftlich solide unterwegs	
Die Entwicklung der Sparten im ersten Halbjahr	
„Gemeinsam stark ist für mich Leitmotiv“	
Großes Dankeschön an Franz-Josef Holzenkamp	
Neuer Konsortialkredit sichert Finanzierung	
Ende des Jahres neue Genussscheine	
Auch in den kommenden Jahren hohe Investitionen	
Regenerative Energie bei AGRAVIS	
Wachstum gestalten: AGRAVIS in Süddeutschland	
„Genossenschaften sind uns wohlgesonnen“	
Die gemeinsame Systemwelt wächst immer weiter	
Immer mehr Nutzer auf akoro.de	
AGRAVIS-Bereich Märkte richtet sich neu aus	
Mit Social Media auf dem Weg zum eigenen Publisher	
Authentisch, vielfältig und erfolgreich	
Werkstatt-Azubi nimmt 30.000 Follower mit	
agravis.de – ein Quantensprung in der Digitalpräsenz	
Wintergerste überzeugt, Weizen trotz der Hitzewelle	
Neuer Webshop für Raiffeisen Bio-Brennstoffe gestartet	
Praktische Lösungen für mehr Ressourceneffizienz	
Qualifizierter Nachwuchs	
Terminübersicht	
Impressum	

Seite

3
4
7
8
9
11
13
14
14
15
16
17
20
21
22
23
25
26

6



9



12



18



24



AGRAVIS ist weiter wirtschaftlich solide unterwegs

Sehr geehrte Damen und Herren, das erste Halbjahr 2026 hat einmal mehr gezeigt, in welchem herausfordernden Spannungsfeld wir uns bewegen: volatile Märkte, geopolitische Unsicherheiten und sich stetig wandelnde Rahmenbedingungen prägen weiterhin unser Geschäft. Und dennoch gilt genauso klar: AGRAVIS ist stabil aufgestellt und wirtschaftlich solide unterwegs – das haben wir in den ersten sechs Monaten des Jahres deutlich unterstrichen.

Wir bewegen uns zur Jahresmitte sicher im Rahmen unserer Planung. Der Umsatz liegt preisbedingt leicht über Plan, das Ergebnis vor Steuern bewegt sich auf Kurs. Konkret haben wir im ersten Halbjahr 2026 einen Umsatz von rund 4,3 Mrd. Euro erwirtschaftet (Ende Juni 2025: 4,2 Mrd. Euro). Als Ergebnis vor Steuern können wir nach sechs Monaten 29,8 Mio. Euro festhalten (Vorjahreszeitraum: 29,0 Mio. Euro). Das ist in diesem Umfeld keine Selbstverständlichkeit, sondern Ausdruck einer funktionierenden Struktur und einer konsequenten Steuerung unseres Geschäfts.

Gerade in volatilen Zeiten zeigt sich die Stärke unseres unternehmerischen Handelns: Unser klarer Fokus auf das Kerngeschäft, unsere Nähe zur Landwirtschaft und unsere Veranke-

rung im genossenschaftlichen Verbund tragen. Wir arbeiten wirtschaftlich, aber nicht beliebig. Wir wollen Profitabilität, aber nicht um jeden Preis. Dieser Anspruch prägt unser Geschäftsmodell – und er macht uns verlässlich, auch in anspruchsvollen Marktphasen. Gleichzeitig bleiben wir konsequent in der Umsetzung unserer operativen Maßnahmen:

- Wir steuern unsere Bestände und das Working Capital eng.
- Wir sichern unsere Lieferketten.
- Wir arbeiten kontinuierlich an Effizienz und unserer Kostenstruktur.

Damit schaffen wir die Voraussetzungen für eine nachhaltige Ertragskraft unserer gemeinsamen AGRAVIS.

Wir gehen davon aus, dass das Marktumfeld auch im weiteren Jahresverlauf herausfordernd bleibt. Die Kombination aus geopolitischen Risiken, volatilen Rohstoffmärkten und strukturellem Wandel in der Landwirtschaft wird uns weiter begleiten. Der Blick auf die bevorstehenden Erntewochen stimmt uns gleichwohl optimistisch. Die Wetterbedingungen während der Vegetationsperiode lassen trotz der teils sehr hohen Temperaturen in den zurückliegenden Wochen immer noch ordentliche Ergebnisse mit stabilen Erfassungsmengen erwarten.

Unsere strategische Ausrichtung bleibt klar und unverändert:

- Wir stärken konsequent unser Kerngeschäft.

- Wir investieren gezielt in Infrastruktur, Logistik und Digitalisierung.
- Wir entwickeln unsere Systeme und Plattformen weiter als Rückgrat für Effizienz und Wachstum. Um Prozesse effizienter zu gestalten, werden wir weiter auch die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz nutzen. Die KI kann Routinen übernehmen und setzt Ressourcen für einen erfolgreichen Vertrieb und die strategische Weiterentwicklung frei.

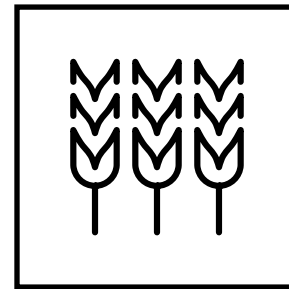
Dabei gilt für uns: Stabilität bedeutet nicht Stillstand, sondern verantwortungsvolles Wachstum. Unsere Planung für das Gesamtjahr unterstreicht diesen Anspruch. Wir erwarten auch 2026 einen Umsatz von über 8 Mrd. Euro sowie ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von rund 70 Mio. Euro.

Mit unseren Ausführungen in dieser digitalen „AGRAVIS Info“ wollen wir Ihnen deutlich machen: AGRAVIS ist resilient, wirtschaftlich solide und strategisch klar ausgerichtet. Wir werden diesen Weg konsequent weitergehen – mit Augenmaß, mit Verantwortung und mit einem klaren Ziel: Wir wollen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg im Sinne unserer Eigentümer und unserer Kunden. Oder anders gesagt: Unser Glas ist – trotz aller Herausforderungen – weiterhin halbvoll. *– ho/rog –*



Der Vorstand der AGRAVIS Raiffeisen AG (v. li.): Jörg Sudhoff, Dr. Dirk Köckler (Vorsitzender), Jan Heinecke und Hermann Hessler.

Die Entwicklung der Sparten im ersten Halbjahr



Agrar Großhandel

Der Bereich Pflanzen entwickelte sich im bisherigen Jahresverlauf insgesamt stabil. Nach einem starken Saisonstart im März wurde das Geschäft im April witterungsbedingt gebremst, ehe die Niederschläge im Mai wieder eine Belebung auslösten. Im Pflanzenschutz gab es einen soliden Mengenabsatz über die meisten Kulturen.

Das Düngemittelgeschäft war bis in den April hinein ein zentraler Treiber im ersten Halbjahr. Der Irankrieg und seine Folgen führten zu deutlich gestiegenen Preisen bei guten Absatzmengen, sodass der Umsatz über Vorjahr und Plan lag.

Das Düngemittelgeschäft war bis in den April hinein ein zentraler Treiber im ersten Halbjahr. Der Irankrieg und seine Folgen führten zu deutlich gestiegenen Preisen bei guten Absatzmengen, sodass der Umsatz über Vorjahr und Plan lag.



Ab Mai ging die Nachfrage deutlich zurück. Die Bereitschaft zu Einlagerungskäufen war beeinträchtigt durch eine zunehmende Unsicherheit aus der Kombination von niedrigen Getreidepreisen und hohen Düngerpreisen.



Das Saatgutgeschäft entwickelte sich solide. Getragen wurde das zufriedenstellende Gesamtbild durch Marktanteilsgewinne und eine starke Nachfrage bei Feldsaaten.

Im Bereich Tiere erreichte der Vertrieb von Mischfutter nicht ganz das angestrebte Niveau. Die Absatzmengen bei Rind und Geflügel lagen nur leicht unter Plan, während der Absatz von Schweinefutter in einem sehr umkämpften Markt klar darunter blieb. Durch das umfangreiche Seuchengeschehen stiegen die Vertriebsmengen bei den Hygieneprodukten.

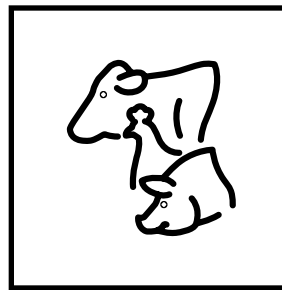
Der Produktbereich Horse & Hobby blieb unter dem Strich hinter den Erwartungen zurück. Zudem dämpfte die angespannte gesamtwirtschaftliche Lage die Nachfrage im Reitsportsegment.

Mit Produkten für die Tiergesundheit wurden externe Umsätze deutlich oberhalb des Vorjahres erreicht. Das Ergebnis stellt sich nach sechs Monaten über dem Vorjahresniveau ein.

Der Mengenabsatz bei Ölfrüchten, Getreide und Futterrohstoffen im Bereich Agrarerzeugnisse blieb im ersten Halbjahr hinter der Planung zurück. Ursächlich waren unter anderem erhebliche logistische Einschränkungen bei allen Agrarerzeugnissen.



Die geringeren Umsätze und Absatzmengen wurden jedoch ergebnisseitig ausgeglichen, sodass das Ergebnis nach sechs Monaten auf Plan liegt. Während die Preise für Getreide und Futterrohstoffe zum Teil deutlich unter dem Vorjahreswert blieben, erholten sich die Rapspreise im Sog des Rohölmarktes. Die Sojabohnenkurse an der CBoT stiegen im Verlauf des ersten Halbjahres insgesamt an.



Agrar Landwirtschaft

In der Sparte Agrar Landwirtschaft lagen die Umsätze zu Ende Juni unter dem Vorjahr, was vor allem auf das niedrigere Preisniveau bei Agrarrohstoffen zurückzuführen ist. Bei der AGRAVIS Ost lagen die Erlöse aus dem Handel mit Getreide und Ölfrüchten auf einem zufriedenstellenden Niveau. Der Bereich Futtermittel erwirtschaftete gute Erträge.

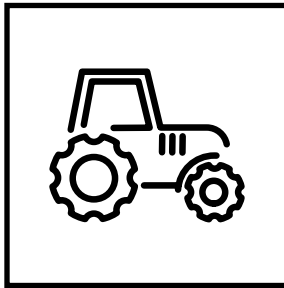
Bei den Agrarzentren in der Region Mitte-West konnten die guten Absatzmengen bei Getreide und Ölsaaten die rückläufigen Margen nur bedingt kompensieren. Das Düngemittelgeschäft profitierte von einem soliden Niveau an Vorverkäufen aus dem Vorjahr.



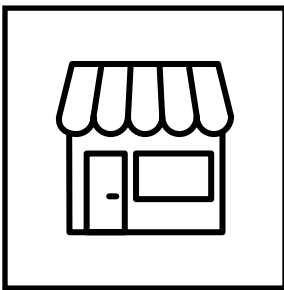
Technik

Die Sparte Technik weist im ersten Halbjahr ein Umsatzniveau aus, das sowohl über dem Vorjahr als auch leicht über dem Plan liegt. Der Auftragsbestand bewegt sich weiterhin auf einem soliden Niveau und unterstreicht die grundsätzlich vorhandene Investitionsbereitschaft der landwirtschaftlichen Betriebe. Gleichzeitig setzt sich die positive Entwicklung bei der Werkstattauslastung aus dem Vorjahr fort.

Ergebnisseitig bleibt die Sparte Technik jedoch hinter dem Vorjahr sowie den Erwartungen zurück. Wesentlicher Grund hierfür ist das weiterhin erhöhte Bestandsniveau, insbesondere bei Gebrauchtmaschinen, das sich branchenweit zeigt. Vor diesem Hintergrund bleiben ein konsequentes Bestandsmanagement



sowie eine stringente Kostensteuerung weiterhin zentrale Handlungsfelder.



Märkte

Der Umsatz in der Sparte Märkte bewegte sich nahezu auf Höhe des Vorjahres, aber unterhalb der Planung.

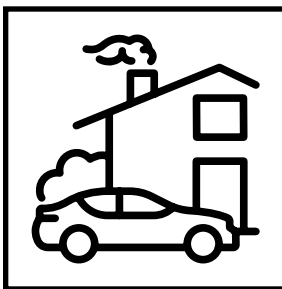
Der Großhandel profitierte vom Winterwetter zu Jahresbeginn, wohingegen die Frühjahrsaison verspätet startete. Fehlende Umsätze wurden hier durch das starke Tiersortiment in Teilen kompensiert. Der Einzelhandel verzeichnete insgesamt zufriedenstellende Umsätze. Das Frühjahrsgeschäft entsprach jedoch nicht den Erwartungen.

Der Baustoffhandel schloss das erste Halbjahr unter Vorjahr und Plan ab. Ein erhöhter Wettbewerbsdruck sowie massive Preissteigerungen seitens der Lieferanten drückten auf das Ergebnis, das zur Jahresmitte unter Plan und Vorjahr blieb.

Energie

Die Sparte Energie erzielte beim Umsatz und Ergebnis Werte, die sowohl über dem Vorjahresniveau als auch über den Planansätzen lagen. Wesentliche Umsatzimpulse kamen aus dem Handel mit Brenn- und Kraftstoffen, der von hohen Absatzmengen und einem erhöhten Preisniveau beeinflusst war. Die Nachfrage nach Heizöl entwickelte sich hingegen rückläufig. Im Schmierstoffhandel führten geopolitisch bedingte Bevorratungseffekte zu einem Absatz über den Erwartungen.

Die Biomethanerzeugung am Standort Dorsten wurde weiter gesteigert. Die Anlage lief mit hoher Auslastung und profitierte von steigenden Biomethanpreisen. Auch die TerraVis GmbH entwickelte sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen für Biogasanlagenbetreiber erfreulich.



– rog –



„Gemeinsam stark ist für mich Leitmotiv“

Seit der Hauptversammlung im Mai in Oldenburg steht Philipp Schulze Esking an der Spitze des AGRAVIS-Aufsichtsrates. Wir haben mit ihm gesprochen.

Herr Schulze Esking, wie waren die ersten Wochen in Ihrer neuen Aufgabe?

Philipp Schulze Esking: Es waren wie erwartet sehr intensive Wochen. Es gab eine Vielzahl von Gesprächen und Abstimmungsrunden. Der Agrarhandel insgesamt ist in Bewegung, und diese Dynamik spüren wir natürlich auch bei der AGRAVIS. Deshalb kommt es gerade in diesen Zeiten darauf an, Themen mit der notwendigen Sachlichkeit zu betrachten, Entscheidungen sorgfältig vorzubereiten und hier eine gemeinsame Linie zwischen Vorstand und Aufsichtsrat zu verfolgen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir auch bei künftigen Herausforderungen ähnlich strukturiert und sachorientiert vorgehen, um die Weichen für unsere AGRAVIS so zu stellen, dass wir für die Zukunft gut aufgestellt bleiben.

Welche Linie verfolgen Sie als Aufsichtsratsvorsitzender der AGRAVIS?

Schulze Esking: Ich gehe diese Aufgabe mit großem Elan, aber auch mit Demut an. Ich stehe einem Gremium vor, das mit tollen Persönlichkeiten besetzt ist, die ihre unterschied-

lichen Kompetenzen und Erfahrungshorizonte in unsere Arbeit einbringen. Natürlich bin ich als Vorsitzender sozusagen der direkte Brückenkopf zum Vorstand, aber in so einem großen, komplexen Konzern Aufsicht zu führen und mit Rat zur Seite zu stehen, das können wir nur als Team schaffen.

Wie haben Sie sich vorbereitet?

Schulze Esking: Ich bin ja nicht als völliger Neuling in diese Funktion gewählt worden. Ich bringe Erfahrung aus dem Aufsichtsrat der damaligen Raiffeisen Steverland eG mit. Den Fusionsprozess zur Railand Raiffeisen AG habe ich bis zum Ende im Jahr 2024 im Aufsichtsrat mitbegleitet. Und seit vier Jahren gehöre ich dem Aufsichtsrat der AGRAVIS an. Insbesondere das zurückliegende Jahr war sehr hilfreich für mich, weil ich Franz-Josef Holzenkamp bei fast allen Terminen begleitet habe und in allen Ausschüssen als Gast teilnehmen durfte. Aber wie heißt es so schön: Man wächst mit seinen Aufgaben, daher wird meine Lernkurve auch in der nächsten Zeit noch weiter steigen.

Können Sie Ihre genossenschaftliche DNA noch ein bisschen näher beschreiben?

Schulze Esking: Das Motto „Gemeinsam stark“ ist für mich auch Leitmotiv im eigenen Betrieb. So habe ich direkt nach Ende meines Studiums vor 20 Jahren unseren Ackerbau mit



Philipp Schulze Esking

anderen Landwirten aus unserer Nachbarschaft zusammengelegt. Auch im Bereich der Windenergie arbeiten wir als Gruppe unterschiedlichster Personen zusammen. Ich bin überzeugt davon und kann das auch aus eigener Erfahrung bestätigen, dass – wenn Menschen mit unterschiedlichen Kompetenzen und Perspektiven zusammenarbeiten – man immer erfolgreicher ist als als Einzelkämpfer. In die Genossenschaftswelt aktiv eingetaucht bin ich dann 2021. Als Aufsichtsratsvorsitzender der AGRAVIS will ich meinen Beitrag dazu leisten, dass wir mit unserer klaren genossenschaftlichen Handschrift unsere starke Position im Wettbewerb in den nächsten Jahren weiter festigen können.

Franz-Josef Holzenkamp stand 14 Jahre dem Aufsichtsrat vor. Inwieweit ist Kontinuität auf dieser Position wichtig?

Schulze Esking: Ich denke schon, dass es für die strategische Ausrichtung eines Unternehmens sehr wichtig ist, wenn herausgehobene Positionen über einen längeren Zeitraum mit den gleichen handelnden Personen

besetzt sind. Das gilt für Vorstand und Aufsichtsrat gleichermaßen. Dr. Köckler spricht in diesem Zusammenhang gern von einem „eingeschwungenen Zustand“. Ich finde, das beschreibt es ganz gut. Personelle Kontinuität stärkt auch das Vertrauen in die Verlässlichkeit von Unternehmensentscheidungen. Und dennoch gilt es natürlich zugleich darauf zu achten, dass keine verkrusteten Strukturen entstehen. Ich bin mir sicher, dass wir das bei der AGRAVIS gut lösen werden.

Zur Person:

Philipp Schulze Esking (47) ist Landwirt und in Billerbeck/Münsterland zu Hause. Dort führt er den Familienbetrieb mit den Schwerpunkten Schweinemast und Ackerbau. Daneben projiziert und betreibt Philipp Schulze Esking auch Windräder. Über viele Jahre engagierte er sich berufsständisch in der Interessengemeinschaft der Schweinehalter (ISN), außerdem ist er Vizepräsident der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG). Philipp Schulze Esking ist verheiratet und Vater von vier Kindern.

Großes Dankeschön an Franz-Josef Holzenkamp



Mit einem Empfang für rund 150 geladene Gäste hat sich die AGRAVIS nochmals gebührend bei ihrem langjährigen Aufsichtsratsvorsitzenden Franz-Josef Holzenkamp bedankt. Holzenkamp war auf der Hauptversammlung im Mai nach 14 Jahren im Amt nicht erneut angetreten.

„Franz-Josef Holzenkamp hat im besten professionellen Sinne ein sehr kollegiales Verhältnis im Aufsichtsrat und zum Vorstand geprägt. Er hat dabei Wert gelegt auf einen offenen, transparenten und vertrauensvollen Austausch auf Augenhöhe“, sagte der neue Aufsichtsratsvorsitzende Philipp Schulze Easing bei der Verabschiedungsveranstaltung in Emstek über seinen Vorgänger. Er wolle an diese vertrauens-

volle Zusammenarbeit anknüpfen. Denn Vertrauen und Zuversicht seien die Grundlage für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der AGRAVIS, so der Landwirt aus Billerbeck.

Mit dem Ausscheiden von Franz-

Josef Holzenkamp ende ein Abschnitt in der Geschichte der AGRAVIS, der von Verantwortung, Weitsicht und einem tiefen Verständnis für Unternehmertum und die Belange des ländlichen Raums geprägt war, hob der Vorstandsvorsitzende Dr. Dirk Köckler hervor. Unter Holzenkamps Aufsicht habe sich die AGRAVIS zu einem modernen, leistungsstarken Agrarhandelskonzern entwickelt, der dabei die genossenschaftlichen Wurzeln weiter gefestigt hat. Er habe das AGRAVIS-Leitbild „Gemeinsam stark. Für Land und Leben.“ mit voller Überzeugung verkörpert.



Eine langjährige Wegbegleiterin: Staatssekretärin Silvia Breher mit Wiltrud und Franz-Josef Holzenkamp.

Auf Ihren politischen Lebensweg, der eng mit dem Wirken, der Anerkennung und Unterstützung von Franz-Josef Holzenkamp verbunden ist, ging Silvia Breher, Staatssekretärin im Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, ein. Sie beschrieb humorvoll gemeinsame Stationen und Staffelstab-Übergaben.

Breher und zahlreiche weitere Wegbegleitende von Franz-Josef Holzenkamp aus 14 Jahren Aufsichtsratsvorsitz bei der AGRAVIS haben ihre Wertschätzung für den 66-Jährigen in schriftlichen Beiträgen zum Ausdruck gebracht. Die AGRAVIS hat daraus ein Buch angefertigt, das das Wirken von Franz-Josef Holzenkamp in vielen Facetten beschreibt.

– rog –



Würdigten die Verdienste Franz-Josef Holzenkamps: Dr. Dirk Köckler und Philipp Schulze Easing.



Zwei ehemalige Aufsichtsratsvorsitzende der AGRAVIS: Franz-Josef Möllers und Franz-Josef Holzenkamp mit ihren Frauen Huberta und Wiltrud.

Vereinbarung mit insgesamt 18 beteiligten Banken frühzeitig abgeschlossen

Neuer Konsortialkredit sichert Finanzierung

Die Finanzierung der AGRAVIS-Gruppe steht weiterhin auf einem stabilen Fundament. Ein neuer Konsortialkreditvertrag löst den bisherigen Vertrag aus dem Jahr 2019 ab. Das neue Volumen liegt bei 750 Mio. Euro.

„Das zeigt das große Vertrauen der Banken in die Leistungsstärke und das Geschäftsmodell der AGRAVIS“, unterstrich Finanzvorstand Hermann Hesseler bei der aktuellen Vertragsunterzeichnung.

Der neue Konsortialkredit ist der zentrale Baustein der AGRAVIS-Finanzierung. Er sichert die Liquidität für die kommenden Jahre und schafft Raum für weiteres Wachstum. Damit gewinnt AGRAVIS zusätzlichen Handlungsspielraum.

Die Laufzeit beträgt fünf Jahre und kann um bis zu zwei Jahre verlängert werden. „Eine solche Laufzeit ist für uns als Handelsunternehmen ein starkes Signal der finanzierenden Partner. Volumen und Laufzeit stärken unsere Planungssicherheit deutlich“, so Bereichsleiter Finanzen Stefan Adam.

Das Projekt startete im November 2025 und wurde in mehrere Phasen gegliedert – beginnend mit der Sondierung des Marktes.

Den Abschluss bildete das aktuelle Closing. Federführend begleitet wurde die Transaktion von der DZ BANK und der Deutschen Bank sowie weiteren renommierten Banken. Insgesamt sind 18 Banken beteiligt. Die breite Beteiligung unterstreiche die verlässliche und langjährige Zusammenarbeit, so AGRAVIS-Finanzvorstand Hesseler abschließend.

– rog –



Finanzvorstand Hermann Hesseler, Vorstandschef Dr. Dirk Köckler und Stefan Adam, Bereichsleiter Finanzen (v. li.), bewerten den Abschluss des neuen Konsortialkredits als Vertrauensbeweis der Banken in das Geschäftsmodell der AGRAVIS.

Details der Ausgabe werden aktuell vorbereitet

Ende des Jahres neue Genussscheine

Die AGRAVIS will Ende des Jahres neue Genussscheine platzieren. Damit sollen bis zu 40 Mio. Euro bei potenziellen Anlegerinnen und Anlegern eingeworben werden. Es handelt sich um eine Ersatzfinanzierung für Genussrechte, die die AGRAVIS planmäßig im Dezember 2026 an bisherige Investoren zurückzahlt.

„Wir möchten mit der Neuausgabe unsere Eigenkapitalausstattung auf hohem Niveau stabilisieren“, erklärt Finanzvorstand Hermann Hesseler. Das gezeichnete Genussrechtskapital will die AGRAVIS wie bisher zur allgemeinen Unternehmensfinanzierung verwenden.

Mit diesem Finanzierungsinstrument hat die AGRAVIS in der Vergangenheit schon wiederholt gute Erfahrung gemacht. Das Investoreninteresse war stets sehr groß. Zuletzt war dies im Herbst 2025 der Fall, als das Zeichnungsvolumen von 60 Mio. Euro sehr schnell erreicht wurde. „Wir werten diese wiederholt starke Nachfrage als großen Vertrauensbeweis in die Solidität der Muttergesellschaft und des gesamten Konzerns“, so Hesseler weiter.

Das genaue Timing, die Aufteilung der Tranchen, die Verzinsung sowie die Laufzeit und die weitere Ausgestaltung der Genussscheine werden in den nächsten Wochen im



Detail ausgearbeitet. All diese Informationen fließen in einen umfangreichen Wertpapierprospekt ein. Er wird der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zur

Genehmigung vorgelegt und rechtzeitig vor Zeichnungsbeginn auf der Konzernwebsite unter agravis.de/genussscheine veröffentlicht.

Die AGRAVIS-Hauptversammlung hatte im Mai 2025 den Weg für die Ausgabe neuer Genussscheine freigemacht. Der Vorstand wurde ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates in den kommenden fünf Jahren Genussrechte in einem Gesamtvolumen von bis zu 150 Mio. Euro auszugeben.

Rückfragen an den AGRAVIS-Bereich **Recht/Aktionäre**, Telefon **0251 . 682-19300**,
genussschein@agravis.de

Kerngeschäft wird weiter gestärkt

AGRAVIS hält an hoher Investitionstätigkeit fest



Mit gezielten Investitionen in Digitalisierung und Infrastruktur wird der AGRAVIS-Konzern auch in den kommenden Jahren sein Kerngeschäft stärken. Das Investitionsniveau bewegt sich dabei weiter oberhalb der Abschreibungen.

„Wir wollen den Kundennutzen weiter steigern, die Schlagkraft erhöhen und Prozesse optimieren“, unterstreicht Vorstandschef Dr. Dirk Köckler die Investitionsstrategie. Einige

Investitionsvorhaben laufen aktuell oder sind projektiert.

Bei der **AGRAVIS Technik Sachsen-Anhalt/Brandenburg GmbH** wird derzeit am Standort Rackith eine neue Werkstatt gebaut. Die neue Halle mit 910 Quadratmetern Fläche bietet künftig Platz für bis zu 40 Mitarbeitende. Die Fertigstellung ist für Herbst 2026 geplant. „Der Neubau ist dringend erforder-

lich. Torhöhen und Deckenmaße erlauben es künftig, alle Reparaturen dort uneingeschränkt durchzuführen“, erklärt Geschäftsführer Holger Beuster. Die neue Anlage wird mit einem Acht-Tonnen-Deckenkran, einem überbreiten Bremsenprüfstand und einem DEKRA-Prüfbereich ausgestattet – ein Alleinstellungsmerkmal in der Region. Rackith ist zentraler Standort für die Aufbereitung von JCB-Maschinen sowie den Umbau von Forsttechnik. Außerdem wird die Fahrzeugflotte der AGRAVIS Ost betreut, die auf dem Gelände ein Lohnunternehmen mit umfassendem Dienstleistungsangebot betreibt.



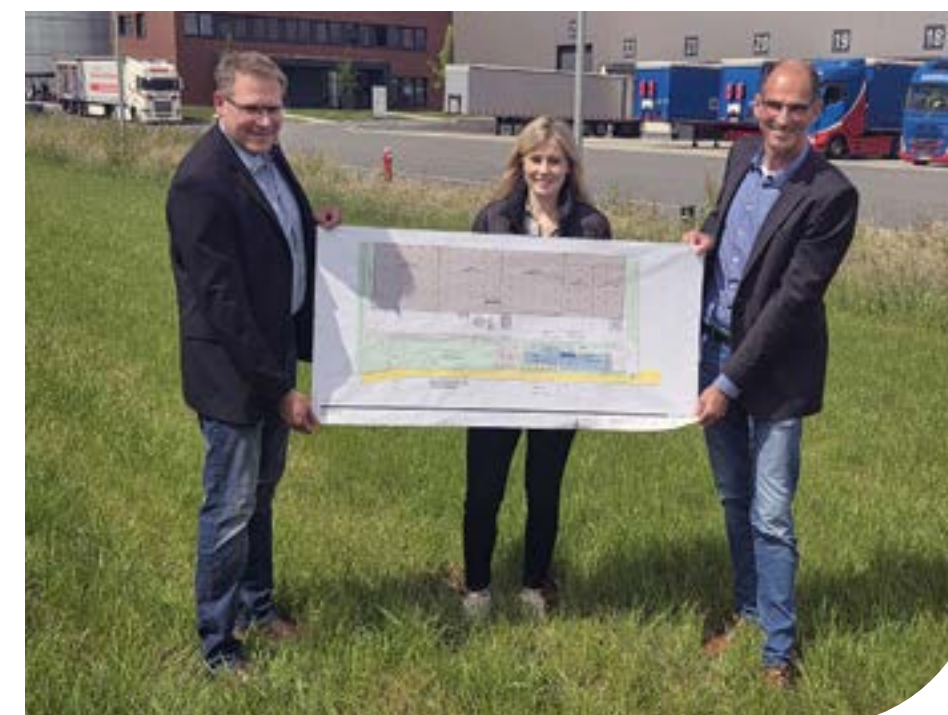
AGRAVIS-CEO Dr. Dirk Köckler besuchte im Frühsommer die Baustelle in Rackith.

In Kyritz bei der **AGRAVIS Ost GmbH & Co. KG** laufen aktuell die abschließenden Arbeiten zur Erweiterung der Bahnverladung (inkl. Fördertechnik und Automation). Dadurch können am Standort 400 Tonnen Getreide und Ölsaaten pro Stunde umgeschlagen werden. Die Siloanlage war bereits im Jahr 2025

auf 135.000 Tonnen erweitert worden. Für die neue Bahnverladung ist der technische Teil fertig. Die ersten Getreideverladungen sind nach Freigabe der Bahnstrecke im Juli wieder angefahren. Neben den Gleisbauarbeiten für die Gleiserweiterung steht noch die Einhausung des Verladeterminals an – mit diesen Arbeiten soll zeitnah begonnen werden.

Um Geschwindigkeit und Effizienz weiter zu erhöhen, investiert die AGRAVIS Ost auch an anderen Standorten in die Lagerkapazitäten. So entstehen am Hafen Schwedt aktuell vier neue Silos mit einem Fassungsvermögen von zusammen 44.000 Tonnen sowie eine zusätzliche Annahme mit 300 Tonnen pro Stunde. Zusätzlich werden ab Herbst drei Verlade-silos mit je 1.200 Tonnen als Grundlage für die neue Schiffsverladung mit neuer Verlade-waage (Leistungserhöhung auf 400 Tonnen pro Stunde) in 2027 errichtet. „Als trimodaler Standort ist der Hafen Schwedt für uns von großer Bedeutung. Dort schlagen wir Getreide und Ölsaaten, Dünger und Futtermittel um“, sagt Geschäftsführer Georg Mixtacki.

Im münsterländischen Nottuln – direkt neben dem **AGRAVIS-Distributionszentrum** – soll eine leistungsfähige Aufbereitungsanlage für Saatgetreide entstehen. Geplant ist eine Produktionskapazität von ca. 25.000 Tonnen Wintergetreide im Jahr. Auf diese Weise will die AGRAVIS die stabile Nachfrage nach zertifiziertem Saatgut aus eigener Produktion bedienen und gleichzeitig externe Abhängigkeiten und Unsicherheiten deutlich reduzieren.



Blicken optimistisch auf die geplante Saatgutproduktion in Nottuln: Jens Petermann (Bereichsleiter Pflanzen), Projektkoordinatorin Katharina Nienhoff und Markus Menne (Bereichsleiter Logistik).

Ziel ist eine Verbundlösung mit den umliegenden Genossenschaften. Diese organisieren sowohl die Produktion bei den landwirtschaftlichen Saatgutvermehrern als auch den Verkauf und den Transport des zertifizierten Saatgetreides zu den Landwirten. Aktuell sieht der grobe Zeitplan vor, im Frühjahr 2027 mit dem Bau zu beginnen. Ein Produktionsstart wäre dann im Frühsommer 2028 möglich. Das Projekt steht noch unter dem Vorbehalt der finalen Beschlussfassung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der behördlichen Genehmigungen.

Mit einer modernen, leistungsfähigen Saatgutaufbereitung unterstreicht AGRAVIS den eigenen Anspruch, als verlässlicher Partner in der Landwirtschaft zu wachsen und Innovation aktiv zu gestalten.

Ebenfalls in Westfalen, am Stadthafen in Hamm, soll möglichst zeitnah mit dem Bau einer modernen Umschlags- und Lagerhalle für Mineraldünger begonnen werden. Damit will AGRAVIS die eigene Schlagkraft für die Ackerbaubetriebe in Nordrhein-Westfalen und Hessen deutlich erhöhen und den wachsenden Anforderungen an Logistik und Versorgungssicherheit gerecht werden. Auf einer Fläche von rund 7.000 Quadratmetern ist ein leistungsfähiger Standort mit 12.000 Tonnen Lagerkapazität für Feststoffdünger geplant.

Die Lagerung erfolgt in separaten Lagerhallen, ergänzt durch eine leistungsstarke Düngermischanlage sowie eine Big-Bag-Abfüllung. Die Baugenehmigung der Stadt Hamm wird in Kürze erwartet. Bauzeit: zirka acht Monate. Für AGRAVIS ist das Projekt ein wichtiger Baustein der strategischen Weiterentwicklung. „Eine leistungsfähige Düngemittellogistik ist ein zentraler Erfolgsfaktor für eine zukunftsfähige Landwirtschaft“, unterstreicht Dr. Dirk Köckler. „Mit dem Neubau in Hamm setzen wir ein klares Zeichen für unsere Kundennähe und unsere Verantwortung für die Versorgung der landwirtschaftlichen Betriebe.“

Regenerative Energie bei AGRAVIS

Der AGRAVIS-Konzern hat einen großen strategischen Energieumbau eingeleitet – und sich dafür ambitionierte Ziele gesteckt. Bis zu 80 Prozent des benötigten Stroms sollen selbst produziert werden. Und zwar dort, wo die Möglichkeiten das hergeben mit den Bausteinen PV, Wind, Speicher, intelligente Steuerung und Power to heat.

An mehreren großen AGRAVIS-Standorten vor allem im Osten Deutschlands wurden hierfür schon erhebliche Maßnahmen umgesetzt. Parallel wird die Biogaserzeugung über die TerraSol GmbH in Dorsten und die Bioenergie Velen (zusammen bis zu 200 GWh pro Jahr) ausgebaut. Zudem stellt der Ausbau der E-Mobilität im Segment Pkw bei vorhandenem Eigenstrom, technischer Reife der Fahrzeuge und steuerlicher Vorteile für die Mitarbeitenden einen praxisreifen Beitrag zur Energiewende dar.

– rog –



Biogas

Die Biogasanlagen in Dorsten und Velen haben 2025 fast 250.000 Tonnen Gülle und Mist verarbeitet. Stündlich wurden rund **2.150 Nm³** Biomethan eingespeist. Insgesamt sind rund **145 Mio. kWh** Biomethan sowie **8 Mio. kWh** Strom entstanden.*



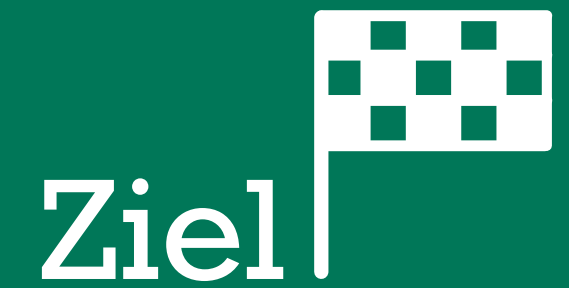
Photovoltaik

Die installierte Photovoltaikleistung entwickelte sich in den vergangenen Jahren deutlich: Sie stieg von rund **7 MWp** im Jahr 2023 auf **35 MWp** im Jahr 2024 und erreichte 2025 rund **43 MWp**.**



Windkraft

Als Nächstes werden an zwei Konzernstandorten Windkraftanlagen gebaut.



Ziel

**Bis zu 80 Prozent
des Energiebedarfs
soll künftig selbst
erzeugt und genutzt
werden.**

* Die Biogasanlage in Velen ist im Mai 2025 in Betrieb gegangen, daher bildet 2025 noch kein volles Produktionsjahr ab.

** Die PV Angaben umfassen in allen Jahren die Gesellschaften Veravis Energy PV1 GmbH & Co. KG, Veravis Energy PV2 GmbH & Co. KG sowie Veravis Energy PV3 GmbH & Co. KG. Ab 2024 werden die Daten auf den gesamten vollkonsolidierten Kreis der AGRAVIS Raiffeisen AG ausgeweitet.

Wachstum gestalten: AGRAVIS in Süddeutschland

Süddeutschland rückt stärker in den Fokus der AGRAVIS. Dahinter steckt eine klare strategische Ausrichtung, die gemeinsam mit den regionalen Genossenschaften vor Ort umgesetzt werden soll. Sie bleiben das Gesicht zu den Landwirtinnen und Landwirten und machen wie bisher das Geschäft mit den süddeutschen Betrieben.

Die AGRAVIS bietet sich als Großhandelspartner an, um Mengen zu bündeln, die Logistik zu sichern und Beratungsdienstleistungen zu übernehmen. Innerhalb dieses bewährten zweistufigen Vertriebsmodells fokussiert sich die AGRAVIS auf drei Handlungsfelder: in den Bereichen Pflanzen, Tiere und Märkte. „Diese Arbeitsteilung lebt vom maximalen Kunden-

nutzen“, unterstreicht AGRAVIS-Chef Dr. Dirk Köckler. „Das heißt auch, dass wir ausdrücklich nicht in der Ernteerfassung antreten, denn wir machen kein Direktgeschäft mit landwirtschaftlichen Betrieben. Die Aktivitäten im Süden erfolgen unter der Maßgabe, dass die Hausaufgaben in punkto Tagesgeschäft, Organisation und Investitionen in unserer Kernregion sicher erledigt werden.“

Der Süden Deutschlands steht für eine hohe landwirtschaftliche Leistungsdichte, insbesondere in der Tierhaltung. Mehr als die Hälfte der Milchviehbetriebe und ein großer Anteil der Rindermisch- und Mineralfuttermittelverbräuche liegen in Bayern und Baden-Württemberg. Gleichzeitig fehlt AGRAVIS hier bislang ein flächendeckender, natürlicher Marktzugang für



Über das eigene Werk in Straubing agiert die AGRAVIS schon heute erfolgreich mit ihrem Markenportfolio im Segment der Spezialfuttermittel.

Mischfutter. Genau diese Kombination macht den Süden zu einem strategischen Wachstumsfeld: Ziel ist es, die hohe fachliche Kompetenz von AGRAVIS in der Tierernährung noch stärker in den Markt zu bringen und auch mit Mischfutter nah an den Betrieben präsent zu sein.

Im Bereich Pflanzen arbeitet die AGRAVIS daran, eine stabile Basis für verlässliche Lieferfähigkeit, wettbewerbsfähige Strukturen und eine klare Marktbearbeitung zu schaffen. Mit

der Einstellung von Jürgen Funk, einem versierten Betriebsmittelfachmann und Kenner der Region, ist ein wichtiger Schritt getan. Eine Schlüsselrolle in der weiteren Umsetzung spielt der gezielte Aufbau einer stabilen Lagerinfrastruktur für Dünger, Saatgut und Pflanzenschutz. Aktuell laufen hierzu Gespräche mit potenziellen Partnern. Eng damit verbunden ist der weitere Ausbau von Vertrieb und Services.



Jürgen Funk

Jürgen Funk im Interview

„Genossenschaften sind uns wohlgesonnen“

Seit April 2026 ist Jürgen Funk für die AGRAVIS in Süddeutschland unterwegs, um das Großhandelsgeschäft der AGRAVIS mit Betriebsmitteln zu forcieren. Der 59-Jährige bringt dafür ein hohes Maß an Erfahrung und Expertise mit. Vor seinem Einstieg bei AGRAVIS hatte Funk über viele Jahre das Agrarbetriebsmittelgeschäft bei der Baywa geleitet.

**Herr Funk, Sie sind seit 1. April die „Speer-
spitze“ der AGRAVIS in Süddeutschland.
Wie sind Ihre Eindrücke nach den ersten
gut 100 Tagen?**

Jürgen Funk: Die AGRAVIS ist im Süden ja schon seit einigen Jahren als leistungsfähiger Handelspartner bekannt, etwa im Futtermittel- oder Raiffeisen-Markt-Segment. Neu ist jetzt die strategische Ausrichtung nach Süddeutschland im Bereich Pflanzenbau mit dem Vertrieb von Dünger, Pflanzenschutzmitteln, Saatgut und Agrarkunststoffen. Es wird ein hartes Stück Arbeit, damit auch im Süden gute Marktanteile zu erreichen. Wir überzeugen durch unsere klare genossenschaftliche Strategie, ein tolles Produktportfolio und eine leistungsfähige Infrastruktur. Die Genossenschaften stehen uns offen und wohlgesonnen gegenüber.

Was genau ist Ihre Aufgabe?

Funk: Wir werden uns als leistungsstarker Großhandelspartner mit Produkten für den Pflanzenbau präsentieren und so die Kunden überzeugen. Außerdem gilt es, unser genossenschaftliches Netzwerk im Süden auszubauen und zu stärken. Ich agiere also auch als Bindeglied zu lokalen Genossenschaften, um den genossenschaftlichen Verbund in Süddeutschland zu stärken.

Welche Rückmeldungen bekommen Sie im Markt auf die Großhandelsaktivitäten im Süden und wie sehen die nächsten Schritte aus?

Funk: Die häufigste Frage ist: Wie nachhaltig ist der Marktauftritt der AGRAVIS? Hierauf hat Dr. Köckler bereits eine eindeutige Antwort gegeben: „Wir kommen, um zu bleiben.“ Sehr geschätzt wird von den Genossenschaften unser klares Bekenntnis zum Großhandels-geschäft. Somit entsteht kein Wettbewerb beim Endverbraucher bzw. zum Landwirt. Oberste Priorität hat nun der Aufbau eines starken, kompetenten Vertriebsteams und einer leistungsfähigen Infrastruktur mit Lager und Logistik. Unser Produktportfolio passt. Wenn die Kunden uns ihr Vertrauen schenken und zusätzlich das breite Dienstleistungsan-

gebot der AGRAVIS annehmen wie digitale Bestellungen oder die Pflanzenbauberatung, dann ist der erste Schritt getan. Anschließend gilt es, die Zusammenarbeit weiter auszubauen.

– rog –

Die gemeinsame Systemwelt wächst immer weiter

Das Programm DOCK nimmt weiter Fahrt auf und prägt die Entwicklung der AGRAVIS maßgeblich. Ziel ist eine leistungsfähige digitale Infrastruktur mit klaren, einheitlichen Prozessen. Grundlage dafür ist eine moderne Warenwirtschaft auf SAP S/4-Hana Basis. Sie schafft Transparenz, vereinfacht Abläufe und stärkt die Effizienz im gesamten Konzern.

Jüngster Meilenstein ist die erfolgreiche SAP-Einführung im Raiffeisen-Markt Ebstorf am 1. Juni. Weitere Standorte der AGRAVIS Raiffeisen-Markt GmbH folgen in diesem Jahr. Im Mittelpunkt stehen des Weiteren die Unterneh-



mensbereiche, die mit dem Warenwirtschaftssystem IRIS arbeiten. Hier bringt DOCK die nächsten Veränderungen. Damit gewinnt das Programm weiter an Breite und Bedeutung.

Der Blick zurück zeigt die Dynamik des Programms. Zunächst wurde die gesamte Landtechnik umgestellt. Diese Projekte sind abgeschlossen. Seit Juni 2025 arbeitet die AGRAVIS

Technikgruppe vollständig mit der neuen Systemwelt. Mehr als 2.500 Mitarbeitende an über 100 Standorten nutzen seitdem gemeinsame Prozesse und Daten. Das bisherige System Ramos wurde vollständig abgelöst. Die Erfahrungen aus dieser Phase sind wertvoll für die nächsten Schritte.

DOCK schafft in der AGRAVIS ein neues Fundament für das tägliche Geschäft, ermöglicht mehr Transparenz und eine moderne, vernetzte Arbeitsweise, die Software und Zusammenarbeit verbindet. Prozesse werden klarer und besser abgestimmt. Daten stehen schneller und genauer zur Verfügung. Entscheidun-

gen lassen sich fundierter treffen. Gleichzeitig wächst die Zusammenarbeit über Bereiche hinweg. Alle arbeiten in einer gemeinsamen Systemwelt.

Die neue Lösung ist komplexer als frühere Systeme, erhöht aber auch die Durchlässigkeit. Sie verlangt Offenheit und Lernbereitschaft. Viele Mitarbeitende leisten hier einen wichtigen Beitrag. Sie bringen sich ein, testen Abläufe und entwickeln Prozesse weiter. Das zeigt den gelebten Anspruch des AGRAVIS-Claims „Gemeinsam stark“.

– klö –



Migration von myfarmvis.com verläuft reibungslos

Immer mehr Nutzer auf akoro.de

Die Migration der Raiffeisen-Genossenschaften vom Landwirte-Portal myfarmvis.com auf die gemeinsame genossenschaftliche Plattform akoro.de schreitet planmäßig voran.

„Im Frühjahr haben wir die ersten drei Genossenschaften erfolgreich migriert“, sagt Dr. Torsten Feldbrügge, Bereichsleiter Digitalisierung bei der AGRAVIS. Nach den Genos-

schaften Raiffeisenagrar eG, Heidesand eG und Hohe Mark-Hamaland eG folgte im Frühsommer die Raiffeisen Ems-Vechte und in diesen Wochen die Raiffeisen Niedersachsen Mitte eG. Parallel beginnen die Vorbereitungen, um in den nächsten Monaten auch die AGRAVIS-Gesellschaften – die Techniken, die Agrarzentren einschließlich der Raiffeisen Enovia und die Nutztier GmbH – auf das Portal akoro zu überführen. Der Aufwand, alle Nut-

zer von A nach B zu übertragen, ist enorm. Insgesamt sind rund 17.500 Kundenbeziehungen betroffen.

Die Raiffeisen-Networld GmbH als Betreiber von akoro hatte zu Jahresbeginn weitere Funktionalitäten ergänzt, sodass die bisherigen myfarmvis-Nutzer auf ihrem neuen digitalen Marktplatz das gleiche Angebot vorfinden wie bisher. Der weitere Zeitplan sieht vor,



myfarmvis.com bis Frühjahr 2027 abzuschalten, um fortan nur noch ein gemeinsames Landwirtschaftsportal im Raiffeisen-Verbund zu betreiben – getragen von mehr als 40 regionalen Genossenschaften.

– rog –



AGRAVIS-Bereich Märkte richtet sich neu aus



Mit dem Projekt Terres 2.0 richtet sich der AGRAVIS-Bereich Märkte neu aus. Ein Grund sind veränderte Erwartungen der Raiffeisen-Märkte und der Kundschaft.

Mit dem Projekt Terres 2.0 stellt sich AGRAVIS-Bereich Märkte neu auf. Ziel ist es, Abläufe zu vereinfachen, Zuständigkeiten zu klären und weiteres Wachstum zu sichern. „Die ersten Schritte sind gemacht. Nun geht es darum, die neue Struktur in den Alltag zu überführen“, erläutert Bereichsleiter Tobias Lewe.

Erwartungen im Handel und der Raiffeisen-Märkte in der Kooperationsgemeinschaft mit der Terres Marketing + Consulting GmbH. Im Mittelpunkt steht stärker als bisher der Blick auf die Verbraucherinnen und Verbraucher. Ihre Bedürfnisse geben die Richtung vor.

Ein Kern der neuen Struktur ist die Systemzentrale der Terres Marketing + Consulting GmbH. Dort bündelt die AGRAVIS Waren- und Konzeptkompetenz im Sinne von „One Face to the Customer“. Das ermöglicht bessere Entscheidungen auf Basis von Daten. Gleichzeitig gibt es für die Kooperationspartner eine zentrale Ansprechperson – das spart Zeit und

Seit Juni arbeitet der Bereich Märkte in der neuen Struktur. „Der Start ist dabei kein Abschluss, sondern der Beginn der Umsetzung“, erläutert der stellvertretende Bereichsleiter Hendrik Martschinke. Mitarbeitende und Partner wurden früh eingebunden, etwa in Workshops und Gesprächen.

Die Veränderung ist auch Resultat veränderter

schaftt Klarheit. Neu aufgestellt wurde auch der Außendienst. Bislang getrennte Außendienststrukturen werden zu einem gemeinsamen Key-Account-Management gebündelt. Dieser Schritt schafft Übersicht und stärkt die Beratung. Im Innendienst bündelt ein neues Serviceteam alle Anliegen. Das erhöht die Geschwindigkeit und verbessert die Zusammenarbeit.

Auch das Marketing wird neu aufgestellt. Es richtet sich mehr an den Ergebnissen der Raiffeisen-Märkte aus und setzt stärker auf messbare Wirkung. Erfolgreiche Maßnahmen werden gezielt ausgebaut.

Im Jahr 2026 steht vor allem die Umsetzung im Mittelpunkt. Viele Mitarbeitende übernehmen neue Aufgaben. Entsprechend wichtig sind Schulung und Begleitung. Ab 2027 sollen die Vorteile dann deutlich spürbar sein. Ziel ist ein System, das nah an der Kundschaft arbeitet. Damit schafft AGRAVIS die Grundlage für stabile Märkte und nachhaltiges Wachstum – gemeinsam mit den genossenschaftlichen Partnern.

– klö –

Mit Social Media auf dem Weg zum eigenen Publisher

Social Media hat sich bei der AGRAVIS in den vergangenen Jahren schrittweise verändert. Was einst ein ergänzender Kanal war, ist heute ein zentraler Bestandteil der crossmedialen Kommunikation. Social Media beeinflusst maßgeblich, wie der Konzern wahrgenommen wird – intern wie extern. Die Beiträge auf den Plattformen zahlen ein auf Image, Reputation, Information und auch den Vertriebserfolg.



Treiben das Projekt Social Media vonseiten der Konzernkommunikation voran (v. li.):

Clara Rickert, Timon Busch, Lara Wissing (Projektleitung) und Theresa Sundermann.

Ein Blick auf die aktuelle Nutzung zeigt die große Vielfalt von Social Media: Kolleginnen und Kollegen in AGRAVIS-Gesellschaften und Bereichen betreuen mehr als 100 Kanäle auf unterschiedlichen Plattformen. Dieses Engagement zeigt das große Fachwissen, die Nähe zum Markt und viel Eigeninitiative. Gleichzeitig sind Unterschiede sichtbar. Um Bildsprache, Tonalität, Formate und Informationsdichte noch stärker in eine einheitliche „Handschrift“ zu bekommen, wurde das konzernweite Social-Media-Projekt initiiert.

Das Ziel ist klar: Die bestehende Vielfalt soll bleiben, wird allerdings in einen gemeinsamen Rahmen überführt. Das schafft Orientierung, sichert Qualität, stärkt die Wiedererkennung und bündelt den konzernweiten Auftritt. So lassen sich alle Kräfte besser nutzen und Inhalte erreichen ihre volle Wirkung – nach innen wie nach außen.

Die Leitidee dahinter ist einfach: AGRAVIS will mehr und mehr zum eigenen Publisher werden und sich unabhängiger machen von anderen Medien. Das bedeutet, Kommunikation wird aktiv gestaltet, AGRAVIS setzt die Themen selbst. Eigene Geschichten stehen im Mittelpunkt. Es geht nicht allein darum, Inhalte nur zu teilen, sondern sie einzuordnen und verständlich zu machen. Eine klare Hal-

tung und eine einheitliche, erkennbare AGRAVIS-Tonalität sind dabei entscheidend.

Wichtiger Baustein des Projekts ist der Perspektivwechsel. Inhalte entstehen nicht mehr zuerst für einzelne Kommunikationskanäle. Stattdessen stehen Themen und Geschichten am Anfang aller Überlegungen. Aus einem Thema entstehen dann die verschiedenen Formate, die der jeweiligen Zielgruppe und Plattform angepasst werden.

Für den Workflow über standardisierte Prozesse schafft das Social-Media-Projekt aktuell die Voraussetzungen.

Social Media lebt von Menschen und von echten Stimmen. Deshalb wird zeitgleich das Corporate-Influencer-Programm weiter ausgebaut. Es bezieht sich momentan auf LinkedIn. Mitarbeitende teilen hier als „Leuchttürme“ ihr Wissen und ihre Sicht auf Themen. Das wirkt glaubwürdig und schafft Nähe.

– lw/klö –

Authentisch, vielfältig und erfolgreich

Die Social-Media-Kanäle der AGRAVIS entwickeln sich weiterhin positiv und zeigen einmal mehr, wie vielfältig und wirkungsvoll moderner Content sein kann. Die Mischung aus Information, Persönlichkeit und Unterhaltung sorgt kanalübergreifend für Reichweite.

Besonders aufmerksamkeitsstark war der Instagram-Post zum Weltfrauentag: Der Einblick in den Arbeitsalltag von sechs Kolleginnen erreichte über 40.000 Aufrufe und unterstreicht die Bedeutung authentischer Geschichten aus dem Unternehmen. Auch auf Facebook stieß der Auftritt von CEO Dr. Dirk Köckler im Podcast „Steinbock spricht“ der Landwirtschaftlichen Rentenbank auf großes Interesse.

Unterhaltsame Formate kamen ebenfalls gut an: In zwei YouTube-Shorts nahmen unsere Auszubildenden den Büroalltag bei AGRAVIS humorvoll aufs Korn. Im Mittelpunkt stand eine typische Situation aus dem Arbeitsalltag, in der alle auf eine Kollegin warten, die kurz vor der Mittagspause noch schnell etwas erledigen möchte – eine Situation, die sicher viele kennen.

Auf LinkedIn überzeugten wirtschaftliche Themen: Neben dem Rückblick auf das starke Geschäftsjahr 2025 und dem Ausblick auf den Ausbau der Aktivitäten in Süddeutschland prägten insbesondere die Hauptversammlung und der Führungswechsel im AGRAVIS-Aufsichtsrat die Kommunikation.

– ts –



Der Rückblick auf das Geschäftsjahr 2025 und der Ausblick auf den Ausbau der Aktivitäten in Süddeutschland fanden bei LinkedIn mit knapp 300 Reaktionen großen Anklang.



LinkedIn



Das Top-Thema bei LinkedIn war natürlich die Hauptversammlung am 6. Mai. Besonders die positive Stimmung und der Ausblick nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr wurden von der Community gut aufgenommen.



Auf der Hauptversammlung stellte sich auch Philipp Schulze Esking als neuer Vorsitzender des AGRAVIS-Aufsichtsrates im Video gemeinsam mit CEO Dr. Dirk Köckler vor. Der Beitrag erzielte zahlreiche Reaktionen.



Zum Weltfrauentag gaben sechs Frauen einen authentischen Einblick in ihren Arbeitsalltag, der auf Instagram mehr als 40.000-mal angesehen wurde.



Instagram



Das Instagram-Reel zur Hauptversammlung 2026 fing die Stimmung vor Ort super ein und kam genauso gut bei der Community an. Es erhielt über 20.000 Aufrufe.



AGRAVIS-CEO Dr. Dirk Köckler war im Podcast „Steinbock spricht“ der Landwirtschaftlichen Rentenbank zu Gast. Diese Einblicke kamen auf Facebook besonders gut an.



Facebook



Auch bei Facebook begeisterten die Bilder von der Hauptversammlung. Das Stimmungsbild zu der Veranstaltung in Oldenburg kam gut an.



In einem YouTube-Short stellten Auszubildende den Büroalltag bei AGRAVIS auf humorvolle Weise dar. Im Fokus stand eine typische Wartesituation vor der Pause.



YouTube



Über 2.000-mal aufgerufen wurden die vier Tipps der Auszubildenden für die tägliche Arbeit im Büro.



Werkstatt-Azubi nimmt 30.000 Follower mit



Constantin Balzukat

Heute ist Constantin Balzukat im zweiten Ausbildungsjahr zum Land- und Baumaschinenmechatroniker bei der AGRAVIS Technik Lenne-Lippe in Beckum. Auf seinem eigenen Instagram-Kanal „Landwirtschaft4you“ folgen ihm inzwischen 30.000 Menschen.

Das Thema des 19-Jährigen: Landtechnik und alles, was damit zu tun hat. Die Videos sammeln regelmäßig mehr als 10.000 Likes ein, oft sind es über 20.000, eins kam auf mehr als 90.000 Likes. Wie kommt das? Worauf achtet der junge Mann? Und wie profitiert die AGRAVIS Technik Lenne-Lippe davon?

Sie haben früh mit Ihrem Kanal angefangen. Warum Landtechnik?

Constantin Balzukat: Das ging während der Coronazeit los. Mit 14 Jahren habe ich gemeinsam mit Freunden aus Langeweile Trecker geknipst und hochgeladen. Landwirtschaftliche Maschinen deswegen, weil wir alle davon begeistert waren. Als Kinder haben wir uns mit dem Trampeltrecker an den Straßenrand gestellt und nach Traktoren geschaut. Um Fotos zu schießen, sind wir aber mit dem Rad losgefahren. Nach vier Wochen hatten wir über 1.000 Follower, dann stieg die Zahl schnell an. Heute mache ich es alleine und habe 30.000 Follower.

Wie kommen Sie an die Themen?

Balzukat: Die Themen fallen mir im Alltag ein. Ich poste über Maschinen, Erlebnisse oder über spannende Veranstaltungen. Leute von der AGRAVIS oder Landwirtinnen und Landwirte geben mir Tipps für Themen und interessante Maschinen. Außerdem kommt einiges über Kooperationen. Dafür habe ich ein Kleingewerbe angemeldet.

Wie haben sich die Beiträge verändert?

Balzukat: Am Anfang war mir wichtig, Maschinen zu zeigen. Nach und nach haben sich immer mehr Menschen für mein Leben interessiert: wie ich aussehe, was ich mache.

Ich habe mich mehr geöffnet und festgestellt: Das kommt gut an, die Zahlen schießen immer weiter hoch. Mir ist wichtig, mich so zu zeigen, wie ich bin. Da kommen auch mal privatere Fragen. Eine war: „Bist Du Single?“

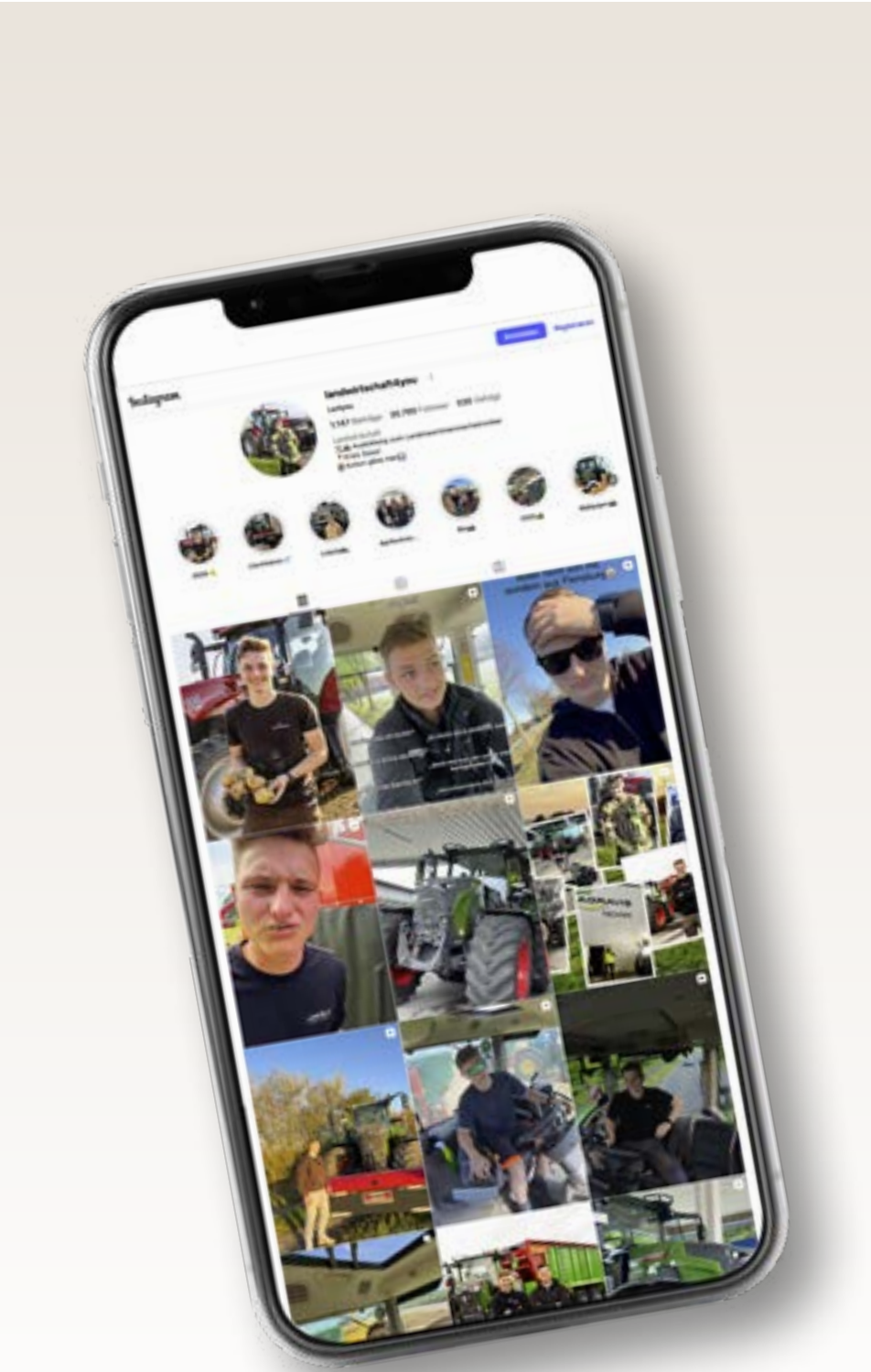
Mit der Verschiebung von „nur Maschinen“ auf mich als Hauptdarsteller spielt auch die AGRAVIS eine immer größere Rolle. Es kommen immer häufiger Fragen danach, an welchem Standort ich meine Ausbildung mache, ob man da ein Praktikum machen kann und was ich bei der AGRAVIS lerne.

Eine Gülle-Dusche ging 2024 viral. Mehr als 20 Millionen Menschen sahen auf den Kanälen Tiktok, Instagram und YouTube des Influencers Agrar-Nils, wie Constantin Balzukat von oben bis unten mit Gülle verschmutzt wurde. Allein auf YouTube waren es 200.000 Leute, die beiden Reels auf Instagram wurden von jeweils mehr als einer Million Menschen angeschaut.



Wie stark prägen Ihre Ausbildung bei der AGRAVIS und die entsprechenden Themen Ihre Arbeit heute?

Balzukat: Ich habe, seit ich bei der AGRAVIS bin, rund 5.000 Follower dazubekommen. Ich bin mir schon bewusst, dass das auch eine Verantwortung ist. Man macht sich dreimal Gedanken, was man sagt und macht und ob man es hochlädt. Man schaut genau hin: Ist da ein Kennzeichen zu sehen? Ist da ein Gesicht, das nicht gezeigt werden soll?



Sascha Mütterich hat letzstens ein Video für die Lenne-Lippe hochgeladen. Das Thema: Was mich am Job so begeistert. Ich nutze meine Reichweite gern, um für den handwerklichen Beruf, den ich lerne, zu werben. Und das klappt. Wir hatten hier einen Praktikanten, der durch meinen Kanal auf den Beruf und den Standort aufmerksam geworden ist. Da denke ich mir: Krass, du bewegst hier schon etwas.

Was waren Highlight-Videos?

Balzukat: Gut kommt immer an, wenn ich mich zeige, wie ich bin, und auch mal unterhaltsame Sachen mache. Auf der Messe agra Leipzig habe ich mich auf Packerwalzen gesetzt und im Kreis drehen lassen. Die Story hatte an die 23.000 Aufrufe. Auch Reels, in denen ich etwas zeige und erkläre, laufen gut.

Auf YouTube war ein Video von Agrar-Nils im Mai 2024 ein Highlight. Er hat mich auf einer Gülle-Zubringertour begleitet und leider gab's für mich eine Gülle-Dusche. Das Video haben rund 210.000 Leute aufgerufen.

Auf meinem Insta-Account ist das meistgeklickte Video mit rund neun Millionen Aufrufen das, wo ich mit einem Traktor unterwegs war und in der Innenstadt von Münster von der Polizei angehalten werde. Ich habe von einem Sponsor eine Kamera, die im Traktor installiert ist und alles mitfilmt. Es ist durch die Decke gegangen und ich habe viele

Likes und Kommentare bekommen. Aber ich musste mich auch rechtfertigen. Es kamen Kommentare wie: ‚Warum fährst du mit dem Traktor durch die Innenstadt und machst unsere Wege kaputt?‘ Das versuche ich freundlich und sachlich aufzugreifen, zum Beispiel, dass das Navi mich da leider hingeleitet hat.

So kann ich vielleicht auch Verständnis für die Arbeitsprozesse in der Landwirtschaft wecken, in diesem Fall, wenn die Maschinen aufs Feld oder in die Werkstatt müssen und im Straßenverkehr unterwegs sind.

– ix –



Hier geht's zum Video „Gülle-Dusche“ von Agrar-Nils mit Constantin als Hauptdarsteller und seinem eigenen Kanal:

YouTube



Instagram

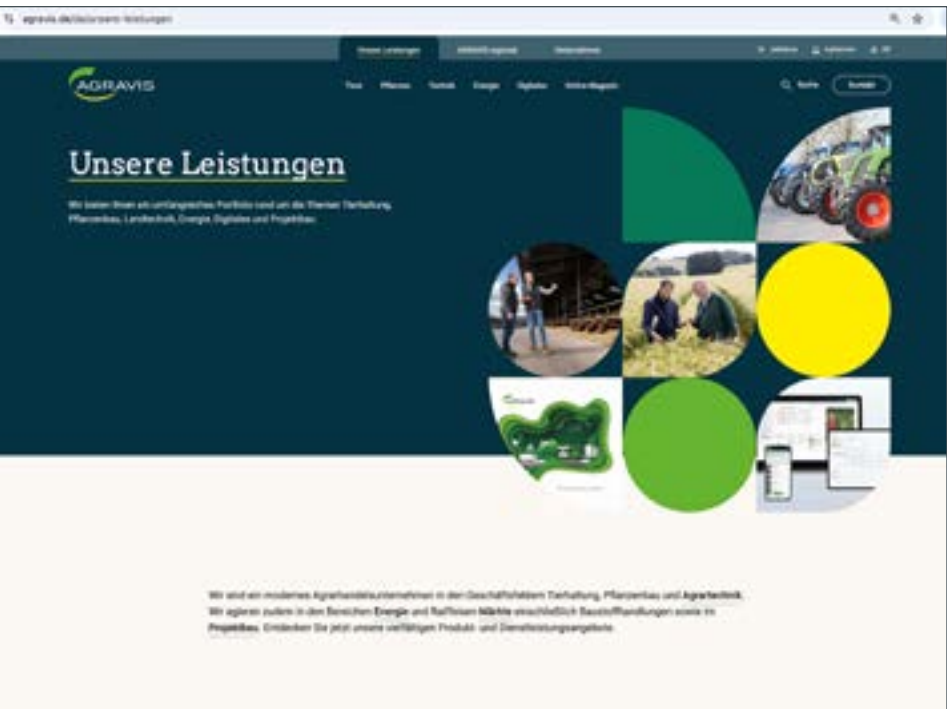


Landwirtschaft4you



agavis.de – ein Quantensprung in der Digitalpräsenz

Im Juni 2024 ging die neue Website der AGRAVIS www.agavis.de online. Sie war das Resultat einer intensiven, vorbildlichen Zusammenarbeit zwischen Konzernkommunikation, der IT, den Bereichen und Gesellschaften sowie externen Dienstleistern. In dem gemeinschaftlichen Projekt gab es einen deutlichen Change in der Zusammenarbeit. Das Ergebnis begeisterte Beteiligte sowie Besucherinnen und Besucher der Seite.



Zwei Jahre nach dem Relaunch zieht die Konzernkommunikation Bilanz. Als zuverlässige Messgrößen dienen zuvor definierte Erfolgs- und Steuerungskennzahlen, die sogenannten Key-Performance-Indicators (KPI). Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache: Die neue Website erreicht deutlich mehr Menschen, bietet hochwertigere Inhalte und sorgt für ein besseres Nutzungserlebnis.

Der Besucherstrom auf der Website nahm insgesamt sehr stark zu: Der Traffic wuchs um mehr als 90 Prozent. Besonders erfolgreich sind die regional verankerten Vertriebsseiten der AGRAVIS-Gesellschaften sowie die Jobbörse, die bei den Zugriffen mit durchschnittlich über 55.000 monatlich der Spitzenreiter im Ranking ist. Dies zeigt, dass die enge Verzahnung von zentralen und regionalen Inhalten sehr gut funktioniert. Auf den regionalen Seiten der Gesellschaften verweilen Interessierte länger und kommen häufiger zurück.

Auch die Qualität der Inhalte überzeugt mehr als vor dem Relaunch. Ein Besuch dauert im Schnitt mehr als drei Minuten. Das passt zum vorab definierten Ziel. Pro Besuch rufen die Nutzerinnen und Nutzer etwa acht Seiten auf, was die Planung weit übertrifft. Gleichzeitig sank die Absprungrate. Sie fiel von rund 25 Prozent auf gut 8 Prozent und hat sich um knapp 70 Prozent verbessert. Das ist vor allem auf die optimierten Inhalte und deren Aufbereitung zurückzuführen, die als relevant empfunden werden und Mehrwerte bieten. Dadurch verweilen die User länger. Positive Beispiele sind Fachbeiträge, News oder Veranstaltungen.

Es gibt weiteres Optimierungspotenzial auf der Konzernwebsite. So wird ein Fokus auf eine stärkere vertriebliche Unterstützung der Bereiche und Gesellschaften gelegt. Dies geschieht etwa durch neue Module, die konkrete „Call-to-action“, zum Beispiel Absprünge zu AGRAVIS-Webshops, enthalten. So sollen die Kundenbindung gestärkt und neue Kundenschaft generiert werden.

Bisher kommen rund 14 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer zurück. Diese Rate soll verdreifacht werden. Entsprechende Maßnahmen sind in Ausbaustufen geplant und werden Schritt für Schritt gemeinsam umgesetzt. Sie

Kurz erklärt

- **Traffic:** Bezeichnet den gesamten Besucherstrom auf einer Website oder digitalen Plattform – also wie viele Menschen diese nutzen und wie intensiv.
- **KPI (Key-Performance-Indicator/ Schlüsselkennzahl):** Eine zentrale Messgröße, mit der überprüft wird, ob ein Ziel erreicht wird.
- **Zugriffszahlen:** Zeigen, wie oft Inhalte abgerufen werden – zum Beispiel Seitenaufrufe, Downloads oder Klicks. Sie geben Auskunft über das Interesse an Themen.
- **Nutzererfahrung (User-Experience):** Beschreibt, wie angenehm, intuitiv und hilfreich die Nutzung einer Website oder Anwendung empfunden wird – von der Übersicht bis zur Ladezeit.

umfassen inhaltliche Optimierungen, die sich aus KPI-Analysen ergeben, sowie technische Erweiterungen, um die User zu konkreten Interaktionen zu bewegen. Das sind Downloads, Kontakt zu Ansprechpersonen oder ein Absprung zu Webshops. Die insgesamt sehr positive Dynamik wollen alle Beteiligten aus Konzernkommunikation, IT, Bereichen und Gesellschaften nun gern fortsetzen.

Internetpräsenz im Vergleich			
	2024	2026	Veränderung
Seitenaufrufe	184.295	351.130	↗
Sitzungsdauer	2:50 Minuten	3:03 Minuten	↗
Absprungrate	25,7 Prozent	8,1 Prozent	↘
Seitenaufrufe je Nutzer	2,98 Seiten	7,92 Seiten	↗



Wintergerste überzeugt, Weizen trotz der Hitzewelle

Mit dem Drusch der Wintergerste hat die Getreideernte 2026 in Deutschland begonnen. Bis weit in den Juni hinein profitierten die Winterkulturen von guten bis sehr guten Wachstumsbedingungen.

Überdurchschnittliche Niederschläge, insbesondere in der Mitte, im Westen und im Norden Deutschlands, sowie das Ausbleiben von Hitzestress schufen ideale Voraussetzungen für die Bestandsentwicklung. Entsprechend hoch waren die Ertragserwartungen.

Ende Juni wurde die Entwicklung jedoch durch eine außergewöhnlich starke Hitzewelle unterbrochen. Die Temperaturen erreichten in Deutschland über einen längeren Zeitraum Werte, wie sie seit Beginn der Wetteraufzeichnungen nicht beobachtet wurden. Damit fehlt ein direkter Vergleichsmaßstab, um mögliche Ertragseinbußen zuverlässig einschätzen zu können.

Für die Wintergerste scheint die Hitzewelle hingegen keine nennenswerten Schäden verursacht zu haben. Die Erträge bewegen sich nahezu flächendeckend über dem langjährigen Mittel. Die Erträge dürften rund fünf Prozent über dem Fünfjahresmittel liegen, sodass die Produktion voraussichtlich etwa 9,7



Mio. Tonnen erreichen wird und damit höher ausfällt als die Erzeugung im Vorjahr. Damit könnte am Ende sogar der zweithöchste Wintergerstenertrag seit 2015 in den Büchern stehen – lediglich im Vorjahr wurde ein noch höheres Ergebnis erzielt. Auch qualitativ kann die Wintergerste in diesem Jahr wieder überzeugen. Wie bereits 2025 liegen die durchschnittlichen Hektolitergewichte über den kritischen Vermarktungsgrenzen und eröffnen damit gute Absatzmöglichkeiten sowohl im Inland als auch auf den Exportmärkten.

Für die diesjährige Weizenproduktion wird vor allem aufgrund der ausgeweiteten Anbau-

fläche ebenfalls eine gute Ernte erwartet, die das Fünfjahresmittel übertreffen sollte. Allerdings sind die Auswirkungen der Hitzewelle, insbesondere auf den leichteren Standorten Ostdeutschlands, derzeit nur schwer zu quantifizieren. Dort sollen die Bestände deutliche Schäden erlitten haben, sodass das hohe Ertragspotenzial, das Mitte Juni noch auf vielen Flächen vorhanden war, nicht vollständig ausgeschöpft werden kann. Anders stellt sich die Situation auf den besseren Standorten dar. Dort scheint der Weizen die Hitzeperiode vergleichsweise gut überstanden zu haben. Die Bestände sind nicht in eine Notreife übergegangen, und die Kornfüllung war zum Zeit-

punkt der Hitzewelle noch nicht abgeschlossen. Die Niederschläge nach dem Ende der Hitzewelle Ende Juni dürften den Pflanzen daher zugutekommen.

Die sich anschließende trockene Wetterphase sollte zudem eine zügige Abreife ermöglichen. Trotz der extremen Temperaturen Ende Juni werden die diesjährigen Weizenenerträge derzeit auf durchschnittlich gut 7,5 Tonnen pro Hektar geschätzt und würden damit leicht über dem langjährigen Mittel liegen. Aufgrund der größeren Anbaufläche dürfte die Weizenproduktion – ohne Hartweizen – insgesamt zwischen 22,0 und 22,5 Mio. Tonnen erreichen, nachdem im Vorjahr 22,8 Mio. Tonnen geerntet wurden.

Mit einem solchen Ergebnis wäre die Versorgung des deutschen Binnenmarktes, wie bereits im Vorjahr, gesichert. Nicht alle Kulturen profitieren jedoch von der aktuellen Wetterentwicklung. Zunehmende Sorgen bereitet die trockene Witterung dem Mais. Ausreichende Niederschläge im Juli und August bleiben daher von entscheidender Bedeutung, um am Ende keine hohen Ertragsverluste bei dem Körnermais zu erzielen. Insgesamt deutet derzeit jedoch vieles auf eine gute Getreideernte 2026 in Deutschland hin.

– bc –

Neuer Webshop für Raiffeisen Bio-Brennstoffe gestartet

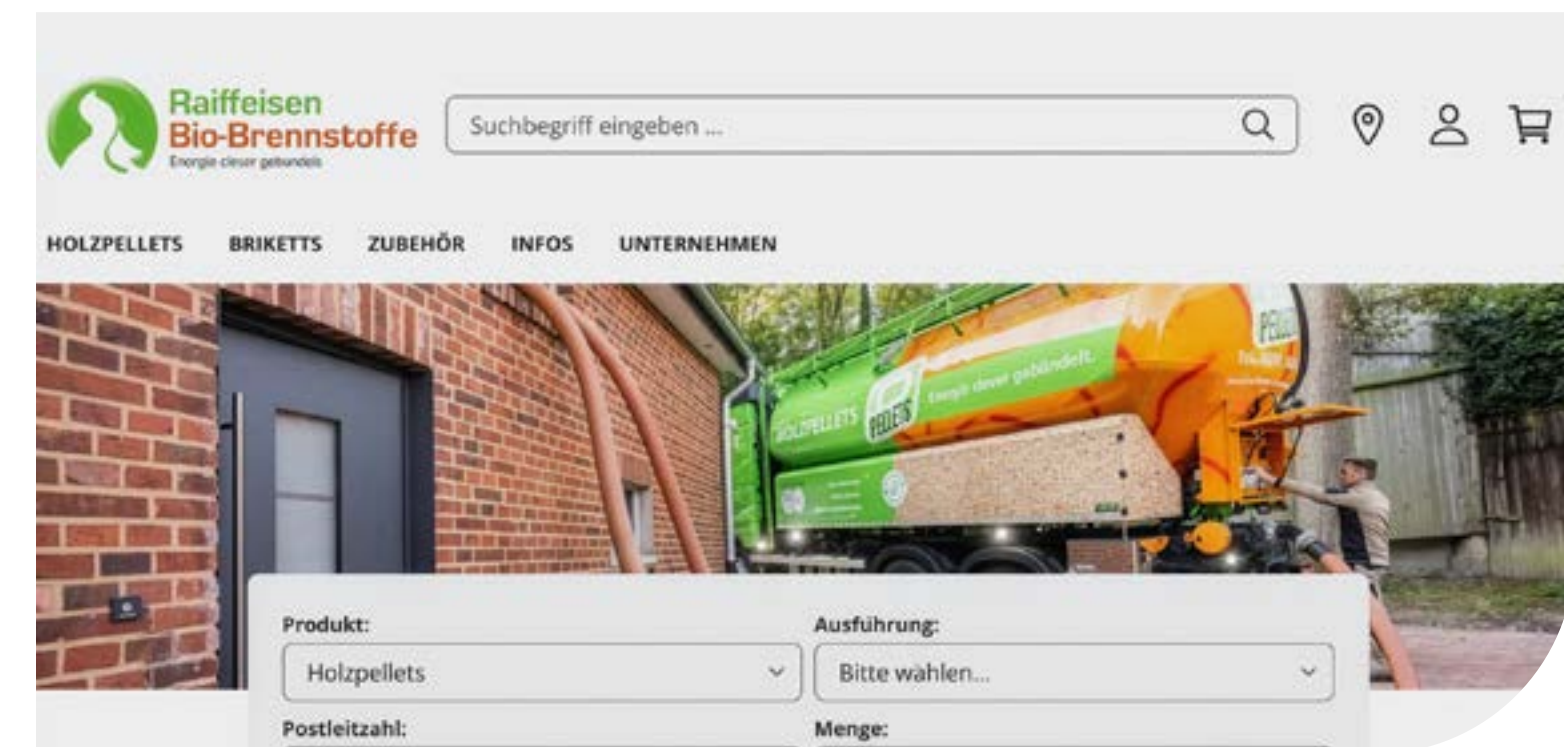
Mehr Nähe zu Kundinnen und Kunden, mehr digitale Schlagkraft und ein skalierbares Vertriebssystem: Mit dem Launch des neuen Webshops der  Raiffeisen Bio-Brennstoffe GmbH (RBB) ging ein bedeutendes Digitalprojekt innerhalb der AGRAVIS erfolgreich live: ein zukunftsfähiger, direkter Vertriebskanal für Bio-Brennstoffe – unabhängig, effizient und kundenzentriert.

Der neue Webshop ist ein strategischer Meilenstein für die RBB. Im Fokus steht vor allem der direkte Zugang zu Endkundinnen und -kunden. Bislang spielten Drittplattformen und Vergleichsportale eine große Rolle – mit dem neuen Shop stärkt die RBB gezielt ihre Unabhängigkeit.

„Wir wollten bewusst einen eigenen, leistungsfähigen Vertriebskanal aufbauen, um näher an unsere Kundinnen und Kunden zu rücken und unser Angebot selbst steuern zu können“, erklärt Benjamin Peters, Marketingleiter der Raiffeisen Bio-Brennstoffe GmbH. Gleichzeitig reagiert die RBB damit auf ein sich wandelndes Kundenverhalten: Kundinnen und Kunden werden digitaler, Informations- und Bestellprozesse sollen jederzeit online möglich sein. Neutrale Plattformen gewinnen zwar weiter an Bedeutung – umso wichtiger ist ein eigener, starker Auftritt.

Ein weiterer zentraler Vorteil: die deutlich verbesserte Marketing-Steuerbarkeit. Alle Maßnahmen sind messbar, Budgets lassen sich effizienter einsetzen und Kampagnen gezielt optimieren.

Eine besondere Herausforderung lag in den branchenspezifischen Anforderungen der RBB. Dazu zählen unter anderem regionale und stark volatile Preise, die korrekt dargestellt, gepflegt und verarbeitet werden müssen. Auch der Wunsch nach einem vollautomatischen Webshop mit hoher Integrations-tiefe stellte hohe technische Anforderungen. Bedeutet: Nach der Bestellung soll alles automatisch laufen und direkt mit den bestehenden Systemen verbunden sein. „Gerade diese



Komplexität hat das Projekt so spannend gemacht“, findet Marius Westers aus dem Bereich Digitalisierung der AGRAVIS. „Dass wir diese Anforderungen nun stabil und automatisiert abbilden können, ist ein großer Schritt für die RBB.“ Der Webshop ist somit vollständig an das ERP-System angebunden. Belege laufen automatisiert in IRIS und werden dort weiterverarbeitet. Kundinnen und Kunden können Bestellungen aufgeben, deren Status verfolgen und in einer Bestell- und Beleg-Historie frühere Vorgänge einsehen.

„Digitale Vertriebslösungen müssen nicht nur gut aussehen, sondern auch im Hintergrund reibungslos funktionieren“, so Westers. „Der neue Shop ist skalierbar aufgebaut und schafft die Grundlage für weiteres digitales Wachstum.“ Langfristig soll sich der Webshop als zentraler Vertriebskanal etablieren.

Ein wesentlicher Schlüssel zum Projekterfolg war die enge, bereichsübergreifende Zusammenarbeit aller Beteiligten. In wöchentlichen Projektmeetings wurden Fort-

schritte transparent gemacht, Abhängigkeiten abgestimmt und Herausforderungen frühzeitig adressiert. So arbeiteten das E-Commerce-Management aus dem Fachbereich Digitalisierung, die AGRAVIS B2C IT sowie die Raiffeisen Bio-Brennstoffe mit Benjamin Peters und das Team Onlinemarketing kontinuierlich zusammen.

„Die enge und strukturierte Zusammenarbeit aller Beteiligten war ein entscheidender Erfolgsfaktor. Von der Fachlichkeit bis zur IT haben alle an einem Strang gezogen“, betont Marius Westers. Mit dem erfolgreichen Go-live ist das Projekt damit nicht nur abgeschlossen – es bildet zugleich eine stabile Basis für die weitere digitale Entwicklung der RBB innerhalb der AGRAVIS.

– kil –

Praktische Lösungen für mehr Ressourceneffizienz

Nachhaltigkeit ist bei AGRAVIS fest im unternehmerischen Selbstverständnis verankert. Als genossenschaftlich geprägter Agrarhändler denkt AGRAVIS in Kreisläufen und Generationen. Ziel ist es, ökologische Verantwortung, wirtschaftliche Tragfähigkeit und soziale Stabilität miteinander zu verbinden und so die Zukunftsfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe langfristig zu sichern.

Konkret bedeutet das: AGRAVIS investiert in erneuerbare Energien und einen zunehmend grünen Energiemix, stärkt die Versorgungssicherheit und setzt bewusst auf eigene Energieerzeugung statt auf Zertifikate. Gleichzeitig arbeitet das Unternehmen an nachhaltigen Lieferketten, die steigende Anforderungen an Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Compliance erfüllen und dabei praktikabel bleiben. Nachhaltigkeit wird entlang der gesamten Wertschöpfungskette gedacht, immer in enger Zusammenarbeit mit Partnern und mit Blick auf die Realität in der Landwirtschaft.

Wie sich dieser Anspruch im Alltag konkret umsetzen lässt, zeigt ein aktuelles Praxisbeispiel: die Abdeckung von Silagen. Noch immer nutzen viele Betriebe alte Autoreifen zur Beschwerung der Silofolie – eine vermeintlich einfache Lösung, die jedoch Risiken

birgt: Unzureichender Luftabschluss, hygienische Probleme durch Schmutzwasser sowie potenzielle Fremdkörper in der Silage können Futterverluste und Qualitätseinbußen verursachen.

AGRAVIS setzt daher auf eine nachhaltigere Alternative: Abdeckmatten aus gebrauchten Förderbändern. Diese liegen vollflächig auf, sorgen für einen zuverlässigen Luftabschluss und schützen die Silage wirksam vor Feuchtigkeit, Luft und Verunreinigungen. Gleichzeitig sind sie robust, langlebig und deutlich einfacher im Handling als Reifen – ein Plus für Arbeitssicherheit und Effizienz im Betriebsalltag.

Besonders überzeugend ist der ganzheitliche Ansatz: Die Wiederverwendung der Förderbänder stärkt die Kreislaufwirtschaft. Die bessere Silagequalität fördert Tiergesundheit und Leistung. Bei der AGRAVIS Ost können darüber hinaus abgegebene Altreifen auf den Kauf der Silomatten angerechnet werden. Damit zeigen die Abdeckmatten exemplarisch, wie Nachhaltigkeit bei AGRAVIS konkret, praxisnah und mit messbarem Nutzen für Landwirtschaft und Umwelt umgesetzt wird.

Ebenso wichtig ist für AGRAVIS als Unternehmen der soziale Aspekt: Mitarbeitende tragen



den Wandel aktiv mit. AGRAVIS investiert daher gezielt in Qualifikation, Gesundheit und Chancengleichheit und schafft so die Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens.

Weitere Einblicke in Ziele, Maßnahmen und Fortschritte bietet der aktuelle Nachhaltigkeitsreport der AGRAVIS.

agrav.is/nachhaltigkeit

Qualifizierter Nachwuchs

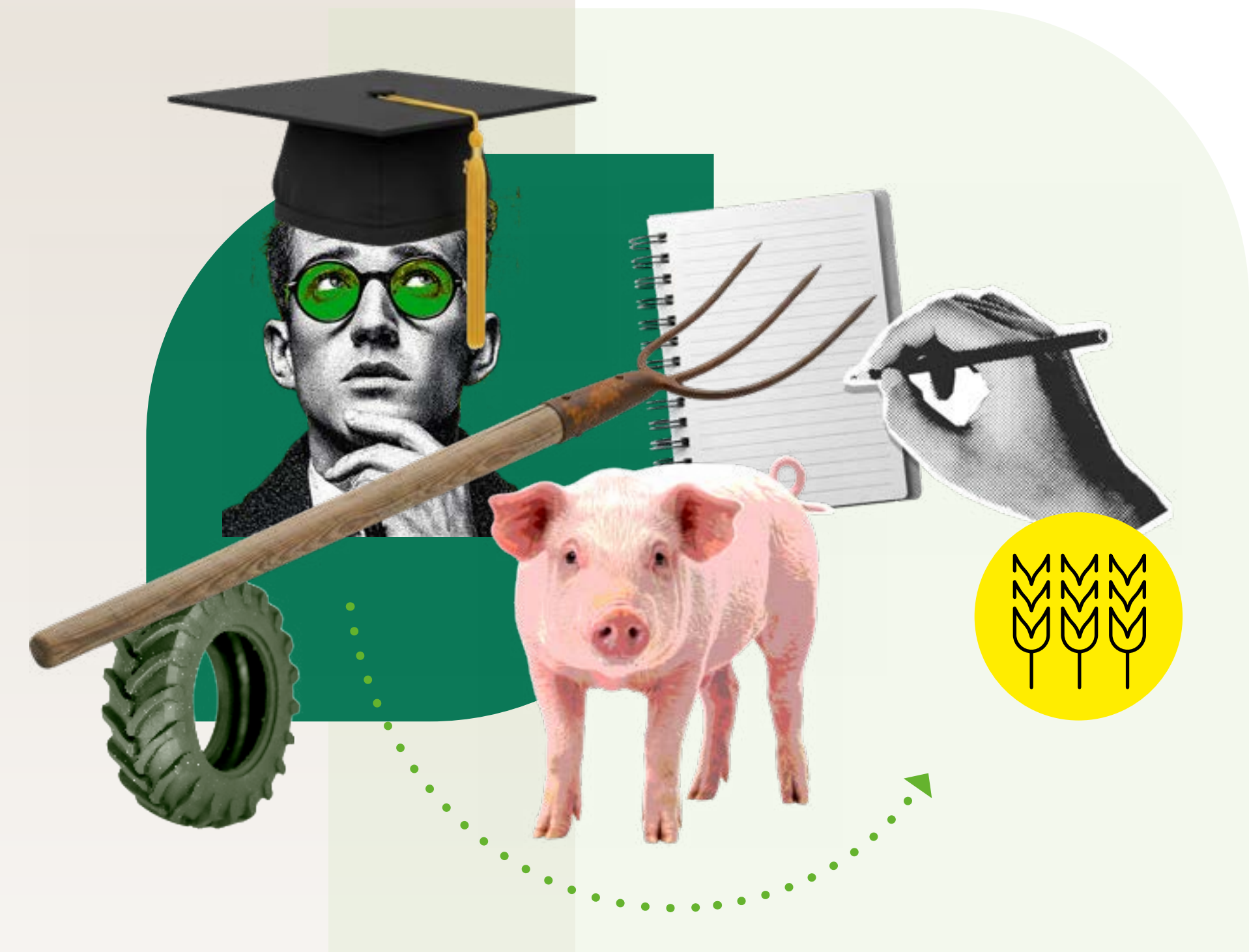
Die AGRAVIS arbeitet seit vielen Jahren eng mit Hochschulen zusammen, um qualifizierte Nachwuchskräfte frühzeitig zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden. Die Kooperationen stärken zugleich die Präsenz des Unternehmens in der akademischen Landschaft und ermöglichen einen direkten Zugang zu aktuellen Entwicklungen in der Agrarbranche.

Die Zusammenarbeit umfasst Universitäten sowie Fachhochschulen. Aktuelle Partner sind unter anderem die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Kiel, die Georg-August-Universität Göttingen sowie die Hochschule Osnabrück, mit der eine besonders enge und langjährige Kooperation besteht.

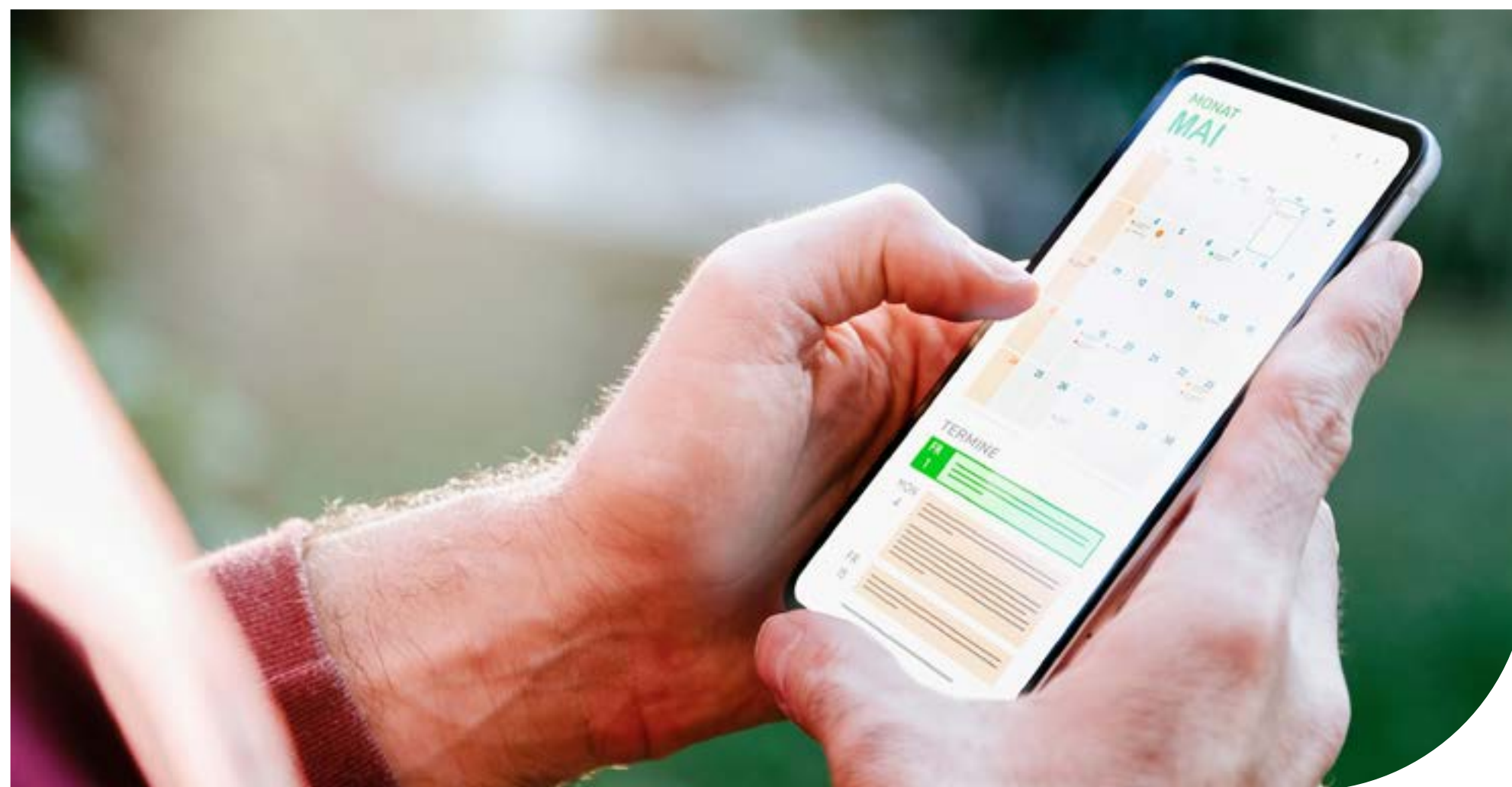
Die Partnerschaften sind praxisnah gestaltet. Formate wie Praktika, Abschlussarbeiten, Gastvorträge, Exkursionen und Messeauftritte bieten Studierenden früh Einblicke in die Arbeitswelt. Gleichzeitig bringt die AGRAVIS eigene Themen und Trends aktiv in die Hochschulen ein. So entsteht ein kontinuierlicher Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis.

Für die AGRAVIS sind Hochschulk Kooperationen ein wichtiger Baustein der Arbeitgeberpositionierung. Sie fördern nachhaltige Beziehungen und tragen dazu bei, Fachkräfte gezielt zu entwickeln. Dabei stehen zunehmend Kompetenzen, die klassische agrarwissenschaftliche Inhalte mit wirtschaftlichen und digitalen Fähigkeiten verbinden, im Mittelpunkt.

– klö –



Wichtige Termine im Überblick



Ehrenamtstag

am 28. Oktober in Oldenburg

Mit einer Einladung zum Ehrenamtstag sagt die AGRAVIS auch in diesem Jahr wieder ein herzliches Dankeschön für langjähriges Engagement in den Gremien regionaler Genossenschaften. Der Ehrenamtstag 2026 findet am Mittwoch, 28. Oktober, in Oldenburg statt. Ab 13.30 Uhr bietet die AGRAVIS für die Teilnehmenden zunächst eine Führung durch das genossenschaftliche Futtermittelwerk in Oldenburg an. Im weiteren Verlauf des Tages wechselt die Gruppe hinüber in die EWE-Arena, wo am Folgetag der AGRAVIS-Cup 2026 beginnt. Neben den AGRAVIS-Vorstandsmitgliedern wird erstmalig auch der

neue Aufsichtsratsvorsitzende Philipp Schulze Easking die Ehrenamtlichen begrüßen. Anmeldungen sind online unter [Ehrenamtstag 2026 – Event Portal](#) möglich. Für Rückfragen steht Vivien Lübke aus der Konzernkommunikation zur Verfügung, Telefon 0251 . 682-2702, vivien.luebke@agravis.de.

AGRAVIS-Cup in Oldenburg

ab 29. Oktober

Der AGRAVIS-Cup Oldenburg wird vom 29. Oktober bis 1. November in der EWE-Arena ausgetragen. Das Hallenreitturnier ist ein Event für die ganze Familie und eine Veranstaltung „aus der Region für die Region“. Der AGRAVIS-Cup verbindet die ländliche Reiterei, die in den Vereinen des Pferdesportverbandes Weser-Ems gelebt wird, mit dem Spitzensport. Die AGRAVIS und ihre genossenschaftlichen Partner werden das Turnier wieder für die direkte Begegnung mit Kunden und weiteren Stakeholdern nutzen. Einen Schwerpunkt bildet dabei der „Tag der Landwirtschaft“ am Samstag, 31. Oktober. Nach dem positiven Echo bei der Premiere im Vorjahr wird es am Freitag, 30. Oktober, auch wieder einen Netzwerkabend für die regionale Wirtschaft geben. Rückfragen an die Konzernkommunikation, Vivien Lübke. Alle Infos zum Turnier unter [agravis-cup-oldenburg.de](#)

Save the date: Hauptversammlung der AGRAVIS am 12. Mai 2027

Gern nennen wir Ihnen schon jetzt den Termin der ordentlichen Hauptversammlung der AGRAVIS Raiffeisen AG im kommenden Jahr. Sie findet am Mittwoch, 12. Mai 2027, in Magdeburg statt. Tagungsort wird die Hyparschale sein. Bewusst wurde für die Hauptversammlung eine Stadt mitten im Arbeitsgebiet der AGRAVIS Ost ausgewählt. An der weiteren Ausgestaltung des Tages wird aktuell gearbeitet. Nähere Informationen gehen Ihnen rechtzeitig zu.

Weitere Termine:

- **Ordermesse**
der Terres Marketing + Consulting GmbH,
23. und 24. September 2026 in Münster
- **AGRAVIS-Energieforum**
4. bis 5. November 2026 in Hövelhof
- **Eurotier und Energy decentral**
10. bis 13. November 2026 in Hannover

Gemeinsam stark. Für Land und Leben.



Impressum

Herausgeber

AGRAVIS Raiffeisen AG
48155 Münster . Industrieweg 110
 www.agravis.de

Verantwortlich

AGRAVIS Raiffeisen AG
Der Vorstand

Konzeption . Text

Bernd Homann, Roland Greife
bernd.homann@agravis.de
roland.greife@agravis.de

Gestaltung

AGRAVIS-Konzernkommunikation

Bildnachweis

S. 4 – 169073266 ©Pixelmixel;
518889304 ©alter_photo;
781440413 ©Samita;
S. 9 – 279986485 ©kiono;

S. 23 – 939142225 © Countrypixel;
S. 25 – 761602054 ©AlexPhotoStock
– stock.adobe.com
sonstige Fotos: AGRAVIS Raiffeisen AG