



## Hilfe beim Wachstum

*Wachsen und die Unterstützung hierfür sind die Kernthemen, die sich durch alle Geschäftsbereiche der AGRAVIS Raiffeisen AG ziehen. Dabei ist das traditionell in der Landwirtschaft verwurzelte Unternehmen heute auch ein breit aufgestellter Energieanbieter mit einem zukunftsfähigen Konzept.*

Hört man „AGRAVIS“ verbindet man damit zu aller erst Landwirtschaft. Und genau dort hat die AGRAVIS Raiffeisen AG auch ihre Wurzeln und ihre Kernkompetenz. Entstanden ist das Unternehmen 2004 durch den Zusammenschluss der Raiffeisen Hauptgenossenschaft Nord AG in Hannover und der Raiffeisen Central-Genossenschaft Nordwest eG. „Die Bündelung der Kräfte ist in der Raiffeisen-Welt nichts Neues“, betont der Bereichsleiter Energie, Thorsten Pogge. Schon die ab 1870 entstandenen regionalen Genossenschaften schlossen sich zusammen, um bessere Konditionen zu erreichen, ihre Infrastruktur zu optimieren und weil sie einfach für bestimmte Funktionen zu klein waren.

„Doch mit der Gründung der AGRAVIS Raiffeisen AG, haben wir einen neuen Weg beschritten“, erzählt Pogge. So ist keine neue Hauptgenossenschaft entstanden, sondern ein Unternehmen mit eigener Firmierung, eigener Kultur und dem eigenen Slogan: „Wir helfen wachsen“ – ohne aber genossenschaftliche Tradition und Werte über Bord zu werfen.

In den sechs Geschäftsbereichen Pflanzen, Tiere, Technik, Bauservice, Märkte und Energie erzielte die AG 2010 über 5,4 Milliarden

Euro Umsatz und ist damit in Norddeutschland ein echtes Schwergewicht. Mit rund 1,3 Milliarden hat der Energiebereich daran einen wichtigen Anteil. Wärme, Mobilität und Schmierstoffe gehören dazu und bilden in der Angebotsstruktur die Besonderheiten des ländlichen Marktumfeldes ab.

Dabei verfügt AGRAVIS über drei Vertriebswege: Als bedeutender Großhändler für die rund 160 oft als Aktionäre beteiligten Genossenschaften in Westfalen und Niedersachsen; in den Regionen, wo keine Genossenschaften sind über Partner und Beteiligungen und schließlich als Lieferant für weit

mehr als 140 mittelständische Brennstoff- und Mineralölhändler in Nord-, Ost- und Westdeutschland.

Außerdem betreibt AGRAVIS ein eigenes Endverbrauchergeschäft an drei Standorten - der Zentrale in Münster, in Emden sowie in Querfurt.

In Emden unterhält der Konzern direkt am Hafen ein eigenes Lager mit einem Fassungsvermögen von 7.000 Kubikmetern, das auch für den Import aus dem ARA-Raum genutzt wird. Im Übrigen erstreckt sich das Liefergebiet auf alle gängige Handelsplätze in Nord-, Ost- und Westdeutschland.

## Dauerhafte Partnerschaften

Als wichtiges Wachstumspotenzial sieht AGRAVIS den Ausbau von Kooperationen mit mittelständischen Brennstoff- und Mineralölhändlern. „Eine solche Partnerschaft beschränkt sich für uns nicht nur auf die reine Vorlieferantenfunktion“, betont Michael Rosehr, Marketingmanager im Energiebereich. „Immer stärker werden unsere Trainingsangebote genutzt, aber auch die Vertriebs- und Marketingmaßnahmen.“

„Wir sind generell an dauerhaften Geschäftsbeziehungen interessiert, in denen jeder das tut, was er am besten kann“, erläutert Thorsten Pogge das zweistufige Partnerschaftsmodell. „So bedeutet eine Beteiligung an einem mittelständischen Händler, dass wir dem Retailer unsere Möglichkeiten zur Verfügung stellen, Zukunftskonzepte entwickeln, die Lieferkonditionen und die Logistik dort optimieren, wo es sich anbietet. Der Händler bringt seine regionale Kompetenz ein. Denn keiner kennt sein Geschäft vor Ort so gut wie er.“

Das hat mehrere Vorteile: Die Beteiligung verbessert die wirtschaftliche Position des Partners und setzt ihn gleichzeitig in die



**Bereichsleiter Energie, Thorsten Pogge (re.) und Michael Rosehr, Marketingmanager im Energiebereich**

Fotos: AGRAVIS

Lage, trotz bilanzieller Eigenständigkeit und Verantwortung die Bündelungseffekte des AGRAVIS-Netzwerkes zu nutzen. Eine echte Win-Win-Situation im klassischen Handel wie beim Aufbau neuer Geschäftsbereiche. „Wir helfen dem Partner zu wachsen, unterstützen ihn vor Ort und bauen dabei selbst unsere Marktpräsenz aus. AGRAVIS steht dank der guten Liquidität für ein sicheres Geschäft“, so Pogge.

## Ländliches Umfeld und starke Kundenbindung

Je nach regionalen Möglichkeiten und der Ausgestaltung der Partnerschaft werden dabei unterschiedliche Bereiche angesprochen und es können verschiedene Synergien genutzt werden. So arbeitet beispielsweise der Schmierstoffbereich mit den AGRAVIS-Technik-Gesellschaften zusammen. Mit der in Kooperation mit der Münchner BayWa ins Leben gerufenen eigenen Schmierstoffmarke TECTROL hat man sich stark auf den Bedarf bei Landmaschinen spezialisiert, bedient aber auch Biogas-Anlagen und andere Gewerbekunden. Stark verbreitet im Markt ist dabei das TECTROL 2000+4 Multifunktionsöl. Damit kann bei landwirtschaftlichen Geräten ein breites Spektrum abgedeckt werden.

Auch im Tankstellenbereich ist AGRAVIS gut auf die ländliche Zielgruppe eingestellt. Neben dem

**Das Arbeitsgebiet von AGRAVIS umfasst Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg. Die Aktivitäten in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein werden immer stärker ausgebaut.**

Betrieb von 60 eigenen Tankstellen unter der Marke „Raiffeisen“ gehören dazu Bau, technischer Service und Betreuung von Tankstellen. Im Raiffeisen-Verbund werden insgesamt rund 300 Stationen als Großhändler beliefert.

Dabei betreibt AGRAVIS nicht nur Tankstellen mit Shop, Bistro und Nassgeschäft, sondern auch im Low-Cost-Segment reine Automaten-tankstellen. Das erlaubt in ländlichen Regionen noch Kraftstoffe anzubieten, wo dies mit einer kompletten Station wirtschaftlich nicht möglich wäre.

Im Heizölgeschäft verfolgt AGRAVIS eine Drei-Produkt-Strategie. Neben dem schwefelarmen Heizöl EcoClean wird zu über 50 Prozent additiviertes Super Heizöl verkauft. Ergänzt werden soll die Palette zunächst im Raum Münster durch Bioheizöl. Es dürfte indes noch ein weiter Weg sein, bis sich dieses Produkt im Markt etabliert hat. Pogge vergleicht die Situation mit den Anfängen des schwefelarmen Heizöls. „Aber wir brauchen dieses Produkt, um im Wärmemarkt etwas für den Klimaschutz zu tun, weniger Öl zu verbrauchen und um der Ölheizung eine weite-

re Zukunftsoption bei strengeren Umweltauflagen zu sichern“, ist er überzeugt.

Zur Kundenbindung gehören im Energiegeschäft das von immer mehr Kunden genutzte Wärme-konto sowie innovative Preismodelle für größere Abnehmer. Nicht zuletzt im Kohlegeschäft ergeben sich Synergien in der AGRAVIS-Struktur, denn hierbei werden vor allem die Raiffeisen-Märkte als Vertriebskanal genutzt.

## Neue Geschäftsfelder ernsthaft betreiben

Auch beim Aufbau neuer Geschäftsfelder steht AGRAVIS als stabiler Kooperationspartner zur Verfügung. Gerade hier ist Verlässlichkeit für Pogge oberstes Gebot. „Wir haben immer eine Verantwortung für über 100 Jahre Raiffeisen-Tradition. Was wir tun, muss auch funktionieren. Deshalb können wir neue Produkte nicht eben mal so nebenbei verkaufen. Will man etwas Neues aufbauen, muss man es richtig machen.“ Dazu gehört zuerst, Kompetenzen und Kräfte zu bündeln, um eine wirtschaftliche Größe zu erreichen.

So haben für das Pellets-geschäft vier Gesellschafter zusammen mit dem Energiebereich der AGRAVIS ein eigenes Unternehmen gegründet – die Raiffeisen Bio-Brennstoffe GmbH. Die Strategie hatte Erfolg: „Durch unsere explizite Ausrichtung sind wir in der Markt-

wahrnehmung deutlich besser geworden. Kaum wurde in der Presse von dem neuen Unternehmen berichtet, kamen erste Anrufe größerer Kunden, ob wir eine dauerhafte Belieferung absichern können.“

## Erdgas bekommt ein Gesicht

Die Erfahrungen werden nun auf das Gasgeschäft übertragen. AGRAVIS und 33 Genossenschaften gründeten dazu die Raiffeisen Energie GmbH & Co. KG. Zunächst wird Erdgas seit Ende März 2011 in Niedersachsen vertrieben. Dabei will man zwar günstiger anbieten als die regionalen Stadtwerke, doch nicht als „billiger Jakob“ auftreten. „Wir wollen den Markt nicht über das Internet gewinnen. Unsere eigentliche Stärke ist der direkte Vertrieb vor Ort“, sagt Pogge. „Dadurch“, beschreibt Rosehr das Konzept, „geben wir Erdgas ein Gesicht. Der Kunde hat einen Ansprechpartner, der ihn betreut und dem er vertraut.“

Auch Strom könnte bald das Portfolio an Energieprodukten ergänzen.

„Wir helfen wachsen.“ gilt als Leitspruch also ebenso für den Energiebereich, wie in der Landwirtschaft. Er beschreibt die Ausrichtung auf die Zukunft durch Produktentwicklung und den Ausbau der Kooperationen mit mittelständischen Brennstoff- und Mineralölhändlern. ■

# DALLAS

Die professionelle Branchenlösung für den Energiehandel!

Innovationspreis 2010:

Vielen Dank den Besuchern der expoPetroTans für Ihre Wahl.



Hagotech Software Entwicklungen GmbH  
Zeiloch 15, 76646 Bruchsal, Technologiedorf  
Tel. 07251 9641-0 Fax -29, www.dallas-software.de

Auszeichnung



expo  
**PetroTrans**

Innovationspreis 2010

Die Innovation der Firma

Hagotech Software Entwicklungen GmbH

wurde im Rahmen der  
expo PetroTrans 2010  
zur besten Neuheit gewählt.