

RASANTES WACHSTUM



Die **Digitalisierung** sorgt für eine Revolution auf dem Acker. Wie sich der

Wandel auf die **Medienwahrnehmung** der klassischen **Agrarkonzerne** in **Deutschland** und den **USA** niederschlägt, hat pressrelations für das prmagazin untersucht. Eingesetzt wurden die neue Research-Methode „FirstSignals“ zur Themenfrüherkennung und eine branchenspezifische Inhaltsanalyse.

Die Ergebnisse zeigen vor allem eins: In der Agrarbranche findet in diesen Tagen eine Markt- und Tech-Revolution statt. Aus der Landwirtschaft wird ein milliardenschwerer Hochtechnologie- und KI-Markt mit vollkommen neuen Produktionsmethoden. Agrar-Business-Giganten wie DowDupont und Bayer konkurrieren miteinander sowie mit zahlreichen Tech-Start-ups. Sie alle wollen neue Teilmärkte besetzen, darunter Animal Health Digitalization, Farm Connecting Services, Farm Data Analytics und Roboter-Bienen.

An den zugehörigen Begriffen, die erst seit Kurzem verstärkt auch in den Medien auftauchen, lässt sich ablesen, wie aus schwachen Signalen ein neuer Boom zu werden scheint. Begriffe wie AgTech, Landwirtschaft 4.0, Precision Farming, Smart Farming und Digital Farming tauchen immer häufiger auf. Sie illustrieren, wie Künstliche Intelligenz, Robotik, autonome Drohnen sowie satelliten- und KI-gesteuerte Felderbewirtschaftung mit Feldrobotern oder Agbots ins Agrar-Business integriert werden.

KI und Robotik haben sich seit Anfang 2018 zu den Megathemen der Berichterstattung entwickelt. Buzzwords wie AgTech und Smart Farming stehen im Fokus und lenken die Aufmerksamkeit auf die Digitalisierung der Landwirtschaft insgesamt.

Interessant: Die in Deutschland gebräuchlichen Begriffe wie Smart oder Digital Farming werden praktisch im Alleingang von den Konzernen BASF und Bayer/Monsanto besetzt. Smart Farming wird im ersten Halbjahr 2018 allein in 800 Artikeln thematisiert, davon in 503 Beiträgen in Verbindung mit Bayer/Monsanto sowie in 440 Artikeln mit BASF. Alle anderen Top-Unternehmen fallen bei diesem Thema in der medialen Sichtbarkeit weit dahinter zurück. Syngenta bringt es auf 69 Artikel, DowDupont auf 65 Beiträge.

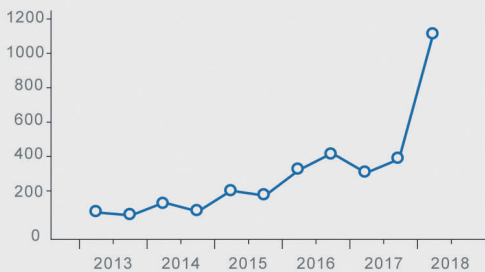
Auch Themen wie Agbots, landwirtschaftliche Drohnen und Feldroboter rangieren in der Bericht- >

Die echten Zukunftsthemen im Agrar-Business zeichnen sich möglicherweise im unteren Bereich der Themenmatrix ab. Die Stichwörter lauten: Farm Analytics, Farm Networks, Predictive Analysis und Blockchain.

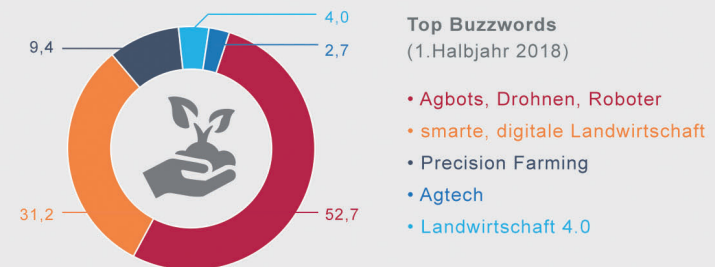
LANDWIRTSCHAFT 4.0

Die digitale Transformation einer traditionellen Branche nimmt Fahrt auf

AGTECH-THEMEN BOOMEN IN DEN MEDIEN



BUZZWORDS, DIE DEN DIGITALEN WANDEL DER BRANCHE IN DEN MEDIEN PRÄGEN

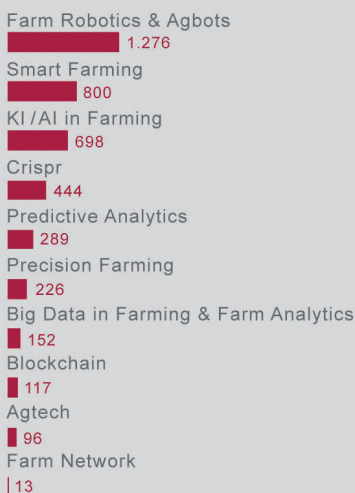


THEMENPOSITIONIERUNG WICHTIGER BRANCHENUNTERNEHMEN

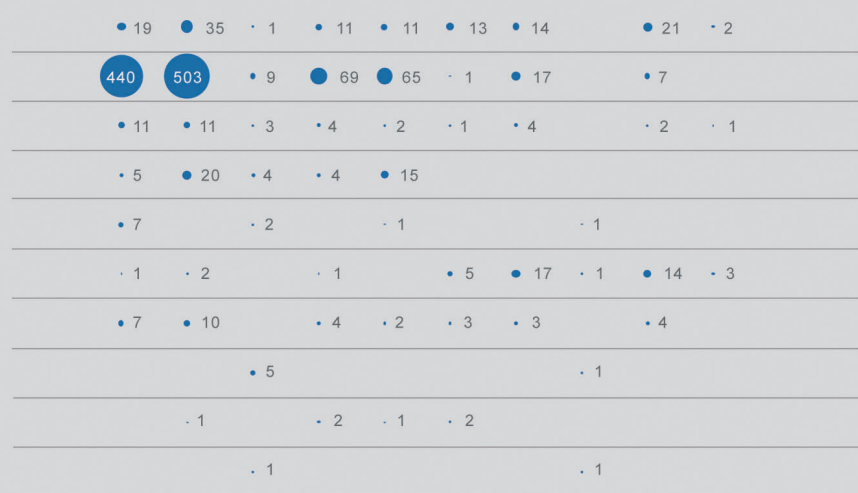
Unternehmenspräsenz (gesamt)



Themenpräsenz (gesamt)



Themenmatrix (Mehrfachnennungen möglich)



ANALYSEZEITRAUM 01.01. – 30.06.2018

Medienpanel: Fokussiertes Leitmedienpanel in Deutschland (u.a. FAZ und Süddeutsche Zeitung) und USA (u.a. New York Times und Washington Post)

Erarbeitet und zur Verfügung gestellt von:

pressrelations

erstattung weit vorn. Sie erzeugen mit 1.276 Artikeln eine enorme mediale Resonanz. Bemerkenswert ist, dass diese Themen und Begriffe beinahe nie in Verbindung mit den Namen von klassischen Landmaschinenherstellern auftauchen.

Genauso überraschend, wenngleich nicht ganz so stark ausgeprägt, ist dieser Effekt beim Thema Precision Farming – ebenfalls ein klassisches Feld der Maschinenbauer. Verpassen Konzerne wie Agco, Claas, John Deere und CNH gerade ihre eigene Zukunft?

Erstaunlich ist zudem, wie wenig sich das Hype-Thema der vergangenen Monate – die als „neue Gentechnik“ bekannt gewordene Crispr-Methode – in Medienartikeln über die Saatgutriesen BASF, Bayer, Syngenta und DowDupont, aber auch über den Lebensmittelriesen Nestlé niederschlägt. Crispr erzeugt gerade einmal 20 Artikel über Bayer und 15 Beiträge zu DowDupont.

Die echten Zukunftsthemen im Agrar-Business deuten sich möglicherweise derzeit im unteren Bereich der Themenmatrix an. Begriffe wie Farm Analytics, Farm Networks, Predictive Ana-

aus diesem Hightech- oder Start-up-Bereich ab, zeigt sich: Selbst die drei wichtigsten Unternehmen – Farmers Edge, Apeel Sciences und Plenty – haben nicht mal in den USA Resonanz hervorgerufen. Sie tauchen im ersten Halbjahr 2018 lediglich in 120 Artikeln auf.

In den deutschen Medien gab es sogar nur sieben Artikel über die Top-Ten-Start-ups der Branche. Diese reinen Tech-Unternehmen, ausgestattet mit vielen Millionen Investorenkapital und mit dem Fokus auf Farming-Technologien, stehen wahrscheinlich gerade erst ganz am Anfang ihrer medialen Karriere.

Bei dem Begriff AgTech und seinen Synonymen verlief die Entwicklung ähnlich. Die Zahl der Artikel stieg von 2013 bis Ende 2017 lang-

sam, aber stetig, ab dem ersten Halbjahr 2018 dann sprunghaft an.

Im Januar 2018 verwendeten die Medien die entsprechenden Begriffe in nur 75 Artikeln, im Juni dann bereits in 1.180 Artikeln.

Es setzen sich auch länderspezifische Oberbegriffe durch. In den USA ist AgTech gebräuchlich, deutsche Medien bevorzugen mit weitem Abstand die Begriffe Smart Farming und Digital Farming. Der Begriff AgTech taucht in Deutschland im ersten Halbjahr in 96 Artikeln auf, Smart Farming oder Digital Farming dagegen in 765 Artikeln. Der Begriff Precision Farming ist mit 227 Artikeln ebenfalls vergleichsweise stark präsent. Der an die hierzulande gebräuchliche Bezeichnung Industrie 4.0 angelehnte Begriff Landwirtschaft 4.0 findet sich in 65 Artikeln.

Der Begriff AgTech taucht in Deutschland im ersten Halbjahr in 96 Artikeln auf, Smart Farming oder Digital Farming dagegen in 765 Artikeln. Der Begriff Precision Farming ist mit 227 Artikeln ebenfalls vergleichsweise stark präsent. Der an die hierzulande gebräuchliche Bezeichnung Industrie 4.0 angelehnte Begriff Landwirtschaft 4.0 findet sich in 65 Artikeln.

In den USA wiederum wird Agbots als Buzzword für autonome Drohnen sowie Landmaschinen und Feldroboter benutzt. Zumindest der Begriff Feldroboter ist auch in Deutschland im Kommen. Er erreicht eine Resonanz von 34 Artikeln. Noch Potenzial haben dagegen Begriffe wie Farm Data Analytics und Farm Networks. In der Agrar-Start-up-Szene in den USA zirkulieren diese Begriffe bereits rege, in Deutschland schlagen sie sich nur in zwei Artikeln nieder. Es bleibt also spannend beim Rennen um die Besetzung der digitalisierten Agrarmärkte und -technologien, die sich in der medialen Verwendung von Themen und Begriffen spiegelt. ◀



Begriffe wie Smart oder Digital Farming werden im Alleingang von BASF und Bayer/Monsanto besetzt.

lysis oder Blockchain – letzterer vor allem in Verbindung mit dem Begriff Food Safety – rufen kaum Medienresonanz hervor, wenn sie gemeinsam mit den Namen der großen Player aus dem Agrarbereich abgefragt werden. Für sich allein genommen erzielen sie jedoch teils ordentliche mediale Sichtbarkeit.

Ein Indikator für die Relevanz des gerade erst an Fahrt aufnehmenden Themas Agtech ist die Medienpräsenz neuer Hightech-Unternehmen in diesem Bereich, die das Research-Institut CB Insights als kommende Player in den USA identifizierte. Fragt man die Namen der AgTech-Unternehmen