

ProAgrar

AUSGABE 46 | DEZEMBER 2019

STANDPUNKT

Versprechen einlösen!

Das ist eine politische Ansage! 10.000 Bäuerinnen und Bauern reisten mit 8.600 Traktoren aus ganz Deutschland an, um am Brandenburger Tor in Berlin deutlich zu machen, dass es so nicht weitergeht. Es war ein Hilferuf vor den Türen der Regierenden, wie ihn die Republik nie zuvor erlebt hat. Der Frust sitzt tief und hat viele Quellen: verschärfte Umweltschutzaufgaben, Tierwohlbestimmungen, Handelsabkommen. Vor allem ist diese Form des Protests ein verzweifelter Ruf nach mehr Aufmerksamkeit und Wertschätzung.

Die Bewegung „Land schafft Verbindung“ fordert zu Recht mehr Mitsprache bei den Neuregelungen zum Umwelt- und Tierschutz. Wir kennen die Probleme der Bauern in der Nutztierhaltung aus eigener Anschauung. So werden die bisher zugelassenen Alternativen zur betäubungslosen Ferkelkastration viele Schweinehalter zur Betriebsaufgabe zwingen bzw. ihre Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zu den Ferkelexportländern Niederlande und Dänemark massiv verschlechtern. Das

staatliche Tiererschutzlabel hat so hohe Einstiegschürden, dass die gesamte Wertschöpfungskette vom LEH bis zur Landwirtschaft nicht teilnehmen wird. Demgegenüber

wurde die breit aufgestellte Initiative Tierwohl (ITW), an der sich 5.000 Landwirte beteiligen, von Frau Klöckner in die staatlichen Tierwohlkonzepte nicht eingebaut. Was für ein Affront gegen die gesamte Branche!

Nun dürfen wir gespannt sein, wie die Ministerin das auf der Berliner Kundgebung gegebene Versprechen einlösen will, die Bäuerinnen und Bauern mehr in ihre Entscheidungsfindung einzubinden. Zweifel sind angebracht, ob das nicht nur eine Schaufensterrede war und die Vorschläge der Praktiker zur Verbesserung des Tierschutzes tatsächlich die bisherige Schreibtischpolitik des Ministeriums ablösen können. Die Bauern wollen Änderungen, weil sie jeden Tag mit Kritik konfrontiert werden. Sie brauchen gesellschaftliche Anerkennung für ihr tägliches Tun. Land schafft Verbindung!



Foto: Olivier Krato

Dr. Heinz Schwerer

Direktor Landwirtschaft (Deutschland)

Am Wochenende kümmert sich Bernd Wirtz um seine Limousin-Rinder in Mecklenburg-Vorpommern (Foto). Doch in seinem echten Arbeitsleben ist der 61-jährige Fleischmanager bei Vion in Buchloe und seit fast 40 Jahren als Exportexperte auf den Weltmärkten unterwegs. Grund genug für die deutsche Lebensmittelindustrie, ihn jetzt zum Sprecher der GEFA, der deutschen Gesellschaft für Exportservice Food und Agrarprodukte, zu wählen. Nicht das einzige Ehrenamt von Wirtz, seit einigen Jahren ist er zudem Beiratsvorsitzender von German Meat. (siehe Porträt Seite 6 + 7)

Foto: Tim Wegner



GANZE KETTEN BAUEN

STRATEGIE. Vions CEO Ronald Lotgerink ist auf dem Weg, mit der Landwirtschaft neue Konzepte für die Fleischvermarktung zu entwickeln. „Wir brauchen eine enge Kettenproduktion, in der wir regional zusammen mit dem Handel auf die gesellschaftlichen Herausforderungen reagieren und produzieren.“

Lotgerink strebt an, ein aktuelles Modell aus den Niederlanden in Deutschland umzusetzen, das Vion gemeinsam mit dem größten holländischen Lebensmittelhändler Albert Heijn gestartet hat. 130 Landwirte produzieren Schweinefleisch nicht nur nach besonderen Tierschutzkriterien, sondern sie müssen ihre Tiere klimaschonend aufziehen und Vorgaben bei der Futterzusammenstellung beachten. „Ich möchte dieses Projekt auch in Deutschland umsetzen und mit Landwirten und

zunächst nur in einer LEH-Region mit einem Handelspartner testen. „Wir müssen uns von der Mengenproduktion verabschieden, wir müssen werthaltige Produkte anbieten“, sagt Lotgerink.

Die Zeit sei gerade gut, um neue Konzepte einzuführen und vorzubereiten, um nach Ende des Chinas booms für den europä-



Entwickelt Konzepte für die Zeit nach dem China-boom: Vions CEO Ronald Lotgerink.

schen Markt gerüstet zu sein, wirbt Lotgerink bei den Bauern und beim Handel um Weitsicht. In zehn Jahren – so seine Prognose – werden wir 20 Prozent weniger Tiere verarbeiten, der Fleischkonsum gehe

zeitgleich allerdings um 30 Prozent zurück. (siehe Interview Seite 2 + 3)

khs



MARKT S. 4

Warum Willi Habres Rindfleisch unbedingt in Asien verkaufen will



MARKT S. 5

Wie Dr. Stephan Kruse die Preisentwicklung beim Schweinefleisch einschätzt

„HOLLAND IST DER PROBEGARTEN FÜR DEUTSCHLAND“

STRATEGIEWECHSEL. Zwei Handys ruhen auf der Ladestation, ein aufgeklapptes Laptop zur Linken liefert Infos und Daten, frontal liegt ein leicht erhöhtes iPad, von dem aus die mit einem Digitalstift notierten Gesprächsnotizen direkt ins System einspeist werden. **Ronald Lotgerink**, CEO von Vion, ist ein großer Fan von digitaler Kommunikation. Dennoch pflegt er das direkte Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Ab dem frühen Morgen empfängt der Konzernchef Kunden und Mitarbeiter an seinem ovalen Holztisch. Bisweilen braucht er gegen Mittag eine Verschnaufpause, bevor es bis in den Abend hinein so weitergeht. Der Mann ist getaktet im Eineinhalb-Stunden-Rhythmus. Schließlich beschäftigt ihn von morgens bis abends der Strategiewechsel in seinem Unternehmen. Und dabei muss er ganz viele Menschen mitnehmen.

Ronald Lotgerink, was beschäftigt Sie gerade, wenn Sie an der Zukunftsstrategie von Vion arbeiten?

LOTGERINK: Dass wir nicht mehr viel Zeit haben, um umzusteuern.

Was meinen Sie genau?

LOTGERINK: Die Preise, die wir zurzeit auf dem niederländischen und deutschen Schweinemarkt durch das rasante Exportgeschäft mit China erzielen, überdecken die Notwendigkeit, sich fit zu machen für die Zeit danach. Wenn alles normal läuft, ist der Chinaboom in drei Jahren vorbei. Wenn aber die Afrikanische Schweinepest den Sprung über die Grenze nach Deutschland oder Holland schafft, ist der Markt schon viel früher platt. Wir müssen mit der Landwirtschaft und dem Handel neue Konzepte entwickeln und engere Ketten aufbauen.



Fotos: Daniel Hübner

Wie wollen Sie die Bauern überzeugen, da mitzumachen?

LOTGERINK: Wenn die Geschäfte gut laufen, ist es nicht leicht, was anderes zu machen. Aber es ist die Zeit, in der man an neuen Ideen und Zukunftsprogrammen arbeiten kann, weil die Erträge stimmen. Wir müssen Stufe für Stufe enge Ketten bauen für veränderte Produkte. Wir brauchen andere Rassen, mehr Nachhaltigkeit, andere Fütterung, andere Gene.

Sie wollen andere Rassen. Warum und welche?

LOTGERINK: Meine Prognose ist, dass die Verbraucher in West- und Nordeuropa 2030 nahezu 30 Prozent weniger Fleisch konsumieren. Wir brauchen also nicht mehr die Menge wie bisher, wir brauchen Qualität. Und dafür ist es wichtig, schon heute kleine positive Ketten aufzubauen, in denen wir genau die Fleishteile bekommen, die gewünscht werden. Mit dem Robusto-

Programm gelingt uns das seit zwei Jahren beispielhaft gut. Die Landwirte haben mit Vion für Robusto langfristige Lieferverträge abgeschlossen, wir bekommen genau diese besonderen Qualitäten für Schinken und Bäuche, die wir für unsere Kunden brauchen. Solche Ergebnisse bekommt man durch Haltung und Fütterung und auch mit der immer gleichen Herkunft der Tiere.

Heißt das, man kann schon in der Mast besondere Ansprüche des Verbrauchers berücksichtigen und auch umsetzen?

LOTGERINK: Ja, das kann man. Wir in Holland sind der Probegarten für solche Konzepte, die wir anschließend in dieser Qualität gern in Deutschland und in ganz Nordeuropa umsetzen möchten. Zusammen mit der Supermarktkette Albert Heijn und 130 Landwirten haben wir eine kleine Kette gebildet, die neben Tierschutz auch den Klimaaspekt in der Fleischproduktion berücksichtigt. Das weisen wir auf den Verpackungen in der Fleischtheke aus. Der Verbraucher muss dafür natürlich mehr bezahlen – er möchte ja diese Ware haben, die in der Entstehung mehr kostet. Ich möchte diese Qualitätsketten mit unseren Kunden auf der Erzeuger- und Vermarktungsseite etablieren; das ist die Zukunft mit höherem Ertrag bei weniger Volumen. Was wir in Holland machen, in unserem kleinen Land mit 17 Millionen Einwohnern, möchte ich jetzt gern als Vion auch in Deutschland mit einem Handelspartner zunächst regional ausprobieren. Ich bin überzeugt, dass wir sehr schnell Landwirte gewinnen, die in einem solchen Programm dabei sind, weil es zukunftsorientiert den Heimatmarkt bedient.

Sie richten Ihren Fokus aber nicht nur auf die anspruchsvollen Heimatmärkte; der Export wird doch weiterhin eine bedeutende Rolle spielen!

LOTGERINK: Die Heimatmärkte verlangen von uns eine Spezialisierung, wir müssen bessere Produkte anbieten. Insgesamt wird es eine Segmentierung des Marktes geben. Unser Ziel lautet, dass schon in der Kettenproduktion differenziert werden kann, welche

Märkte bedient werden. In Asien und Afrika ist der Proteinbedarf auch in den nächsten Jahren sehr hoch, dort wird eher noch mehr Fleisch verlangt. Die Märkte werden wir in der globalen Vermarktung auch weiterhin beliefern.

Proteine lassen sich auf pflanzlicher Basis herstellen. Fürchten Sie als Vion den aktuellen Trend hin zu fleischlosem Ersatz?

LOTGERINK: Nein, überhaupt nicht. Es handelt sich dabei zwar um einen Nischenmarkt, aber die Nische ist so interessant, dass wir da mitmachen. Wir bauen gerade unseren ehemaligen modernen Rinderbetrieb in Leeuwarden zu einer Produktionsstätte für fleischlose Meatprodukte um. Im nächsten halben Jahr starten wir dort unsere Produktion von veganen Schnitzeln, Burgern, Hackfleisch, Würstchen und unpanierten faserigen Geflügel filets. Und wir legen großen Wert auf Geschmack und Saftigkeit der Produkte, um die Nähe zu realem Fleisch zu haben. Übrigens sind diese Produkte nicht nur für unsere westeuropäischen Heimatmärkte interessant, wir haben den Export nach Amerika oder Asien im Blick. Aktuell haben wir schon vor Aufnahme der Produktion Anfragen aus China.

Woraus bestehen denn Ihre fleischlosen Burger und Schnitzel, woher bekommen Sie die Rohstoffe?

LOTGERINK: Unser Ziel ist, wie im Fleischbereich eine enge regionale Kettenproduktion mit Landwirten aufzubauen. Die pflanzlichen Rohstoffe – Bohnen, Erbsen oder Kar-

toffeln – wollen wir vor Ort einkaufen. Das ist auch möglich. Die Bauern, die aufgrund der Veränderungen aus der Nutztierhaltung aussteigen, können doch unsere Partner bleiben und in Zukunft die Rohstoffe anbauen, die wir für unsere pflanzlichen Produkte brauchen. So wie wir uns weiterentwickeln und den Anforderungen des Marktes folgen, kann das auch die Landwirtschaft. Ich bin dafür, dass wir in Zukunft Partner bleiben.

Das Gespräch führten Dr. Heinz Schweer und Karl-Heinz Steinkühler

„Ich möchte diese Qualitätsketten mit unseren Kunden auf der Erzeuger- und Vermarktungsseite etablieren.“





Foto: Tim Wegner

ASIEN IM BLICK

RINDFLEISCH. Dass in diesem Jahr weniger Mercedes, BMW und Audi verkauft wurden, spürt auch ein Fleischnunternehmen wie Vion. In Zeiten, in denen die Wertschöpfung bei der Vermarktung des gesamten Tieres eine große Rolle spielt, hinterlässt das Minus aus den Häute-Verkäufen deutliche Spuren im Ertrag aus dem Rindfleischgeschäft. Weniger Autos, weniger Ledersitze, weniger Rinderhäute. So einfach geht die Gleichung.

Der Preisverfall um rund 27 Cent bei Jungbullen und 17 Cent bei Kühen für die Landwirte pro Kilo Schlachtgewicht hat mit der schwachen Nachfrage der Lederindustrie zu tun, aber auch mit der inländischen Nachfrage der Verbraucher an der Fleischtheke. Steaks und Bratenartikel sind nicht mehr so begehrt, die Einbrüche kann selbst der große Gewinner Hackfleisch nicht ganz ausgleichen. Dass sich hochpreisige Artikel derzeit schwieriger vermarkten lassen, hat möglicherweise mit der Kon-

junkturkrise zu tun. So sind Artikel aus dem von Vion exklusiv produzierten Tierschutzlabel im Rindfleischbereich vom Handel bisher nicht gelistet worden. Die Preisaufschläge für die tierschonende Haltung sind beim Verbraucher offenbar nicht durchzusetzen.

Auch der Exportmarkt sortiert sich neu. Regionalprogramme für Rindfleisch, mit denen der Marktführer Vion vor einigen Jahren neue Käuferschichten generierte, haben nun auch im Ausland Nach-

ahmer gefunden. Traditionsmärkte für bayerisches Rindfleisch wie Frankreich und Italien produzieren nun selbst regional. Hinzu kommt die Brexit-Problematik. Den Ausstieg ihres wichtigen Marktes England vor Augen, haben die Iren in diesem Jahr viel mehr Rinder geschlachtet, als der europäische Markt aufnehmen konnte. Die Iren exportierten vor allem nach Skandinavien und nach Deutschland mit der Folge eines zusätzlichen Preisverfalls bei Rindfleisch.

Die deutschen Rindfleischproduzenten brauchen neue Exportmärkte. Doch das ist nicht so leicht, es fehlen Zugänge zu den attraktiven Märkten in Asien, besonders in China, Japan und Korea. Das sind die Märkte, auf denen die Schweinefleischfraktion zurzeit gutes Geld verdient. Die Aussichten sind aber nicht schlecht, dass es bald für Rindfleischunternehmen die fehlenden Veterinärabkommen gibt. Vion und die Berliner Politik führen jedenfalls engagiert Verhandlungen.

Neben den notwendigen Erträgen aus dem Export wird sich der Rindfleischmarkt im Inland und in der EU vor allem mit geschlossenen Lieferketten vom Landwirt über das Fleischnunternehmen bis zum Kunden stabilisieren können. Dass diese Programme erfolgreich laufen, hat Vion mit seinen Simmentalern gezeigt. So sieht der Blick auf 2020 nicht ganz so skeptisch aus, zumindest wird sich der Rindfleischmarkt auf dem Niveau von 2019 stabilisieren können. Dennoch ist klar, dass die Preisspanne vom Landwirt bis zum Verbraucher größer werden muss.

*Willi Habres,
Director Sales & Trade Marketing
Vion Business Unit Beef
(Foto unten)*



Foto: Andreas Emmert



Foto: Oliver Krato

CHINA MACHT DIE PREISE

SCHWEINEFLEISCH. Prognosen sind immer schwierig. Vor zwölf Monaten stagnierte der Schweinefleischpreis auf niedrigem Niveau. Dann trieb der extrem nachfragende Exportmarkt in China die Preise im Frühjahr immer weiter nach oben. Die 2-Euro-Marke ist erreicht. Wie wird 2020? Es sieht so aus, als habe China durch die grassierende Afrikanische Schweinepest in den nächsten drei Jahren noch großen Bedarf an weltweiten Schweinefleischimporten.

Die große Nachfrage aus Fernost trifft einen der größten Erzeugermärkte in Europa in einer Situation, in der deutsche Bauern ihre Ställe leer stehen lassen oder wegen ungeklärter Fragen wie Kastration oder Kastenstandhaltung ganz aus der Schweinemast ausgestiegen sind. Das Angebot wird kleiner. Die Fleischunternehmen registrierten zuletzt im Sommer pro Woche zwischen 850.000 und 900.000 Schlachtungen.

Die von China getriebenen hohen Einkaufspreise hinterlassen ihre Wirkung,

besonders die deutschen Fleischwarenhersteller ächzen unter den hohen Preisen. Der private Verbrauch von Schweinefleisch im Inland sinkt, auch in den europäischen Nachbarländern geht die Nachfrage zurück. Das derzeitige Preisniveau lässt sich nur schwer am Markt umsetzen, Fleischverarbeiter und Handel agieren vorsichtig. Zudem belasten Währungseinflüsse das Exportgeschäft.

Für Vion sind die deutschen und europäischen Partner allerdings genauso wichtig wie der chinesische Markt. Daher weicht Vion nicht vom Weg einer langfristigen Strategie mit einem optimalen Produkt-Markt-Mix ab. Dazu zählt unbedingt der Aufbau von ausgewogenen Lieferketten wie z. B. Good Farming Balance.

Dennoch bestimmt der Export nach China wohl noch die Preisgestaltung im nächsten Jahr. Die ASP im bevölkerungsreichsten Land der Erde hat weit mehr als ein Drittel der Schweineerzeugung vernichtet. Mit dem Großeinkauf von Schweinefleisch durch Peking ordnen sich auch die weltweiten Warenströme neu. Dabei hat Deutschland die Kapazitäts-

grenze für die Belieferung Chinas erreicht – mehr geht nicht. Die gesamte Logistik (Gefrierhauskapazitäten, Containerverfügbarkeit) ist ausgeschöpft. Weitere Nachfragen aus China können einfach nicht mehr bedient werden.

Zusätzlich sucht China dringend nach alternativen Proteinquellen als Ersatz für Schweinefleisch. Eine Alternative scheint schon gefunden zu sein: Seit Mitte November darf amerikanisches Geflügel ohne Beschränkungen in China eingeführt werden.

*Dr. Stephan Kruse,
Vion Konzeptmanager Landwirtschaft
(Foto unten)*



Foto: Daniel Hübner

WASSERBÜFFEL AUS MECK-POM



RINDERZUCHT.

Bevor überhaupt ein Wort über die Vielfältigkeit in der Rinderzucht von **Bernd Wirtz** verloren wird, schauen wir in seinen Hofladen. Eigentlich ist es eine Metzgerei,

in der alles, was hier verkauft wird, von seinem Betrieb stammt. Und das kann nur Fleisch sein. Zwei Tage im Monat, jeden zweiten Samstag, öffnet der Fleischmanager und Nebenerwerbslandwirt zusammen mit seiner Familie den kleinen Verkaufsraum – die Menschen stehen oft Schlange bis auf die Straße. Was es hier Besonderes gibt? Wasserbüffel zum Beispiel, als Frischfleisch oder als Salami (Foto). Wasserbüffel aus Mecklenburg-Vorpommern, geht das denn überhaupt? Sind die nicht in Indien zu Hause? Ja, das geht, und wie!



Dahinten in der Ferne am Seeufer, da sind die feuchten Wiesen: Bernd Wirtz zeigt, wo seine schwarzen Wasserbüffel auf den nassen Weiden grasen.



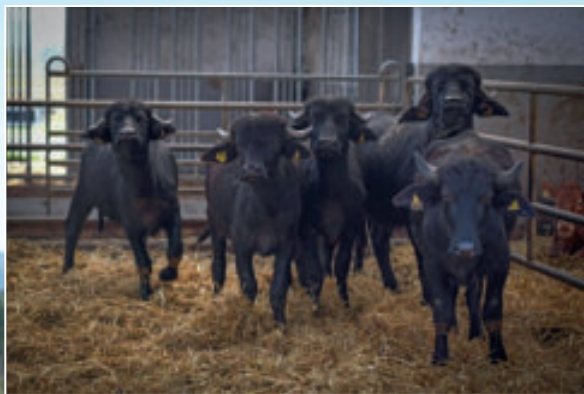
Weit gereist und weltgewandt: Wenn er im offenen Stall über dem Gatter lehnt und seinen Limousins beim Fressen zuschaut, kann Bernd Wirtz wunderbar entspannen.

Eigentlich bin ich Vieh- und Fleischhandelskaufmann“, sagt der Mann mit Wurzeln im saarländischen Neunkirchen, einer Wohnung im bayerischen Buchloe und eben diesem Hof im Berliner Naherholungsgebiet rund um den Tollensesee. Lange hat er besonders in Mecklenburg-Vorpommern nach einem geeigneten landwirtschaftlichen Betrieb gesucht, ehe er im Jahr 2010 die völlig marode und verfallene Rinderaufzuchtanlage Zippelow entdeckte und sich entschied, hier festzumachen. Dass es eine mutige, wirtschaftlich unüberlegte Entscheidung gewesen sein könnte, diesen Eindruck vermittelt Bernd Wirtz beim Abschreiten seiner Stallungen und Weiden nicht. Was man verstehen kann, er ist ja auch vom Fach.

1982 heuerte der junge Wirtz als Jahrgangsbester der Bundesfachschule für Vieh und Fleisch bei Moksel in Buchloe an. Das

war schon damals einer der ganz Großen im deutschen Fleischbusiness. Wirtz war sprachgewandt, als Saarländer sprach er fließend Französisch, Englisch natürlich auch. Bis heute sind Russisch und Italienisch dazugekommen. Damals wie heute ist seine Vielsprachigkeit eine Basis fürs Geschäft. Moksel investierte schon damals in den Export und Bernd Wirtz bereiste für das Allgäuer Unternehmen die Welt und natürlich den Osten. Die Außenbüros in Bulgarien, in Rumänien, im ehemaligen Jugoslawien und in Polen hat er mitgegründet.

„Ich bin ein Naturliebhaber und habe mich hier in die Region verliebt“, erklärt der 61-Jährige seinen Umzug in den hohen Norden. Die Hafenstadt Wismar an der Ostseeküste findet er einfach großartig. „Ich mag diese Backsteinbauten“, sagt er. Um seinen Traum Wirklichkeit werden zu lassen, musste er lange suchen. Mut gehörte wohl dazu, auf diesem Stückchen Erde mit den runtergekommenen Betriebsgebäuden in die Landwirtschaft zu starten. Nahezu zehn Jahre später stehen in den modernisierten, offenen Ställen und auf den Weiden draußen Limousin-Kühe und ihre



Fotos: Tim Wegner

Nachzucht, Färsen, Jungbullen für die Mast, Deckbullen, die Wasserbüffel und Uckermärker, eine landestypische Rasse, die aus der Kreuzung von französischen Charolais und bayerischem Fleckvieh hervorgegangen ist. Manchmal kommen auch noch andere Rinderrassen hinzu, Bernd Wirtz kauft, was ihm gefällt. „Ich bin eben Viehhändler“.

Er ist mehr als das. Man kann auch sagen, Wirtz ist die personifizierte Symbiose aus grüner und roter Seite. Aus Landwirtschaft und Fleischwirtschaft. Denn neben der Bewirtschaftung seines Rinderhofs hat er noch einen Hauptjob. Er ist Fleischmanager bei Vion in Buchloe und dort als Geschäftsführer der CEMO für die weltweite Vermarktung von Nebenprodukten zuständig. Das sind Blättermägen, Pansen, Penis, Leber oder Nieren, also all das, was in Deutschland nicht in die Metzgertheke kommt, aber in Afrika oder Asien als Delikatesse gilt. Wirtz ist der Mann, der bei Vion mit seinem Business die Wertschöpfung in der Vermarktung eines Rindes auf 98 Prozent hebt.

Aber wie geht das, wie kann man diese beiden anspruchsvollen Jobs miteinander

vereinen? Da ist zunächst einmal Ehefrau Martina, eine gebürtige Oberbayerin aus Wolfratshausen. Man mag es kaum glauben, auch sie ist in Meck-Pom heimisch geworden und betreut das Büro und eine kleine Pferdezucht. Derzeit sind zwei Angestellte auf dem Hof, wenn bei Bernd Wirtz montagmorgens um 2.15 Uhr der Wecker klingelt. Dann geht es mit Bahn und Flugzeug nach Buchloe, wo er um 10 Uhr am Schreibtisch sitzt. Richtig Landwirt ist er erst am Wochenende.

Wenn das nur alles wäre. Dann kommen noch die Ehrenämter hinzu und die da-



Ein bisschen Spaß muss sein: Für unseren Fotografen knatterte Wirtz' Mitarbeiter mit einem himmelblauen Original-Trabbi durch den Rinderstall.

mit verbundenen Reisen nach Asien, in den Nahen Osten oder nach Afrika. Als Beiratsvorsitzender von German Meat, die im Ausland für gutes deutsches Fleisch wirbt, ist er ohnehin schon viel unterwegs. Bei Reisen der Landwirtschaftsministerin nach China ist Wirtz stets mit an Bord. Als Sprecher der GEFA, die für deutsche Lebensmittel – also auch Süßwaren oder Milch – weltweit die Vermarktung vorantreibt, hat er einen weiteren Verbandsjob übernommen. „Die Politik braucht die Wirtschaft und die Wirtschaft braucht die Politik“, sagt Wirtz. „Wir brauchen Marktzugänge und so etwas funktioniert nur im gemeinsamen Handeln.“

Thema Nummer 1 ist dabei zurzeit, den Markt in China und in ganz Asien für deutsches Rindfleisch zu öffnen. Der Lebensstandard in China sei höher geworden, „die Menschen haben mehr Geld zur Verfügung, sie können sich teurere Produkte leisten“, so Wirtz. Aber Deutschland kann noch nicht liefern, anders als Australier, Argentinier und Brasilianer. „Daran arbeiten wir sehr intensiv zusammen mit dem Landwirtschaftsministerium in Berlin“, berichtet Wirtz. Und natürlich werden gerade auch Verhandlungen mit den Wachstumsmärkten Japan, Südkorea und Vietnam geführt.

Bleibt letztlich noch die Frage zu klären, wie indische Wasserbüffel nach Mecklenburg-Vorpommern kommen? Der gelernte Viehhändler Bernd Wirtz hat eben für alles eine Lösung: Zu seinem Betrieb gehören auch 40 Hektar Weideland, die er vom Naturschutzbund NABU gepachtet hat. Sie sind so nass, dass er dort weder Grasschnitt betreiben noch seine Li-

mousin draufschicken kann. Aber die Wasserbüffel fühlen sich in der Nähe eines Seeufers richtig wohl. Ihr Revier. Und sie liefern dazu noch wunderbares Fleisch. Kenner Wirtz schwärmt: „Das Fleisch vom Wasserbüffel hat so einen Hauch von Wild, das ist wie die Kirschnote bei einem guten Rotwein.“

Karl-Heinz Steinkühler



Ihr Ansprechpartner bei Vion:
Dr. Heinz Schweer
 Direktor Landwirtschaft
 Vion Deutschland



Schreiben Sie uns!
proagrardigital@vionfood.com

Oder rufen Sie uns an
 04192 503-313

ProAgrar
DIGITAL



LAND + LEUTE

ALTENBURG WILL MIT RINDERN WACHSEN

Vion baut seinen **Standort Altenburg** (Foto) in Thüringen zu einem reinen, modernen Rinderschlachtbetrieb um. Altenburg war einer der letzten größeren Mischbetriebe, die Schweineschlachtung läuft zum 31. März 2020 aus.



Foto: Oliver Krato

Bernd Stange (Foto unten), COO Beef, sagt: „Unsere Marktanalysen haben ergeben, dass die hohe Rinderdichte in Ostdeutschland für Altenburg große Chancen bietet. Altenburg füllt in Zukunft eine Produktionslücke in Mecklenburg-Vorpommern gibt es dort keinen weiteren größeren Rinderschlachtbetrieb. Dagegen ist die Schweineproduktion in den vergangenen Jahren im Einzugsgebiet von Altenburg stetig zurückgegangen.“



Foto: Vion

„Wir haben in dem engen Markt für Schweinefleisch keine Zukunft mehr gesehen“, sagt COO Pork **John de Jonge**.

Vions Berechnungen zeigen dagegen, dass mit der Spezialisierung auf Rindfleisch Altenburg wachsen kann. „Damit besteht für den Standort Altenburg als einzigen Rinderschlachtbetrieb in der Region ein großes Potenzial, diese Tiere zu erfassen und zu schlachten“, so Standortleiter **Volker Schoechert**.



Foto: Daniel Hübner

Highlight in der Meat Hall auf der Anuga: der Reifeschrank für Rind- und Schweinefleisch auf dem Stand von Vion

ROBUSTO EROBERT MÄRKTE

ANUGA. Fettabdeckung, Gewicht, das intramuskuläre Fett und die Form zeichnen einen Schinken aus, den Vion vor zwei Jahren für den italienischen Markt auf der Welternährungsmesse Anuga in Köln präsentierte. Und der Schinken hat einen Namen: Robusto! Ein Name, der in diesem Jahr weitere Märkte eroberte.

Längst hat sich der Robusto im anderen südeuropäischen Schinkenland Spanien einen Markt gemacht. Denn was die Italiener gern hauchdünn geschnitten servieren, können die Iberer genauso lecker zubereiten. Mit der Linie Robusto hat Vion den Geschmack der Feinschmecker Südeuropas bei luftgetrockneten Schinken getroffen. Aber das ist längst nicht alles: Die für die Robusto-Linie ausgewählten Schweine haben ja nicht nur besondere Schinken zu liefern, sondern auch andere Teilstücke heben sich durch die besondere Fettabdeckung von gängigen Schweinefleischprodukten ab.

Neuester Markt ist Südkorea. Sjoerd van Leeuwen, Verkaufsdirektor Schweinefleisch bei Vion, bringt nun die Bäuche von Robus-

to-Schweinen nach Asien: „In Südkorea besteht eine Nachfrage nach Bäuchen in Premium-Qualität, die wir aus dem Robusto-Programm liefern können. Damit heben wir uns mit einem Premium-Produkt von dem bisherigen Angebot der Wettbewerber ab“, sagt er.



Das Robusto-Programm wurde bisher ausschließlich bei Vion in Boxel (Niederlande) gefahren. Aufgrund der großen internationalen Nachfrage produziert seit diesem Herbst auch Emstek (Niedersachsen) Robusto-Schinken. Beide Standorte haben langfristige Lieferverträge mit deutschen und niederländischen Landwirten abgeschlossen, die ihre Schweine extra für dieses Programm aufziehen.

Das Robusto-Programm wurde bisher ausschließlich bei Vion in Boxel (Niederlande) gefahren. Aufgrund der großen internationalen Nachfrage produziert seit diesem Herbst auch Emstek (Niedersachsen) Robusto-Schinken. Beide Standorte haben langfristige Lieferverträge mit deutschen und niederländischen Landwirten abgeschlossen, die ihre Schweine extra für dieses Programm aufziehen.

khs

IMPRESSUM

Gesamtverantwortung
 Dr. Heinz Schweer (V.i.S.d.P.)

Redaktion
 Karl-Heinz Steinkühler

Produktion
 BEST CONTENT communications

Druck und Vertrieb
 Druckstudio GmbH

Auflage 32.900
Redaktionsschluss 2. Dezember 2019

Vion GmbH, www.vionfoodgroup.com
 Rudolf-Diesel-Straße 10, 86807 Buchloe