

STANDPUNKT

Heute an morgen denken

Die Corona-Pandemie hat in der Landwirtschaft und in den deutschen Fleischwerken tiefe Spuren hinterlassen. Nichts ist mehr wie vorher, die Märkte haben sich gewandelt. Die Restriktionen für die Gastronomie haben besonders den Rindfleischmarkt getroffen, Burger-Ketten stellten ihre Produktion ein, Preise für Edelerartikel wie Steaks fielen um 30 Prozent. Landwirte bekamen für ihre Rinder Tiefstpreise. Etwas besser sieht es auf dem Schweinemarkt aus, auch wenn die Preisexplosion wie zum Ende 2019 nicht gehalten werden konnte. Aber: China kauft wieder, und das entspannt den heimischen Erzeugermarkt, wenngleich die Billigexporte aus den USA das Preisniveau in Asien insgesamt niedriger halten.

Wir bekommen einen Vorgeschmack auf die Zeit nach dem China-Boom. Unser Interviewpartner Gé Backus fordert die Landwirte auf, die Chance

jetzt zu nutzen und rechtzeitig integrierte Lieferketten aufzubauen. Der erwartete Rückgang des Verzehrs und der Erzeugung erfordert zur Stabilität der Preise und des Einkommens

strukturierte Lieferketten von Nutztierhaltung und Fleischwirtschaft.

Wir müssen aber auch einen Blick auf die Schlachtbetriebe selbst werfen. Mit skandalisierender und Panik verbreitender Berichterstattung haben die Medien die Politik aufgeschreckt. Die Reaktionen und Beschlüsse sind drastischer, als sich die Lage tatsächlich darstellt. So waren außer am Standort Bad Bramstedt in allen anderen deutschen Vion-Betrieben die Corona-Tests negativ. Damit bestätigt sich, dass die seit Anfang März bei Vion geltenden umfassenden Schutzmaßnahmen zur Verhinderung von Infektionsketten durch das Covid-19-Virus am Arbeitsplatz erfolgreich umgesetzt worden sind.

Corona und die Folgen werden uns noch lange beschäftigen. Es ist deshalb angebracht, heute an morgen zu denken. Nutzen wir die Zeit, um uns auf die neuen Herausforderungen vorzubereiten.

Bleiben Sie gesund.



Dr. Heinz Schweer
Direktor Landwirtschaft (Deutschland)

Foto: Shutterstock



SB-Fleisch erlebte in Corona-Zeiten einen Boom, während hochwertige Steaktartikel keinen Markt hatten.

STABIL IN CORONA-ZEITEN

MARKTLAGE. Die Corona-Krise hat alle Unternehmen der Fleischbranche und die mit ihr verbundene Landwirtschaft vor neue Herausforderungen gestellt. Das Virus hat gezeigt, wie volatil die Märkte sind und wie sich Warenströme verschieben.

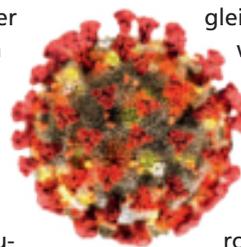
Drei Monate – von März bis Mai – hat die Pandemie in Europa das öffentliche Leben und die Wirtschaft nahezu lahmgelegt. Der globale Warenverkehr der vergangenen Jahre kam praktisch zum Erliegen. Besonders davon betroffen war auch der europäische Fleischmarkt, der in den letzten Jahren durch die großen Anforderungen besonders aus Asien und speziell aus China stabile Erträge erwirtschaften konnte. Durch den Ausbruch und die schnelle Verbreitung des Virus Covid-19 in China und den verhängten Shutdown in einer der größten Volkswirtschaften der Welt kam der Export von Fleischartikeln

völlig zum Stillstand. Grenzschließungen ließen keinen Warenverkehr mehr zu, bereits auf die Reise geschickte Fleischcontainer wurden in den Häfen in China über Wochen nicht entladen.

Vion agierte zusammen mit seinen Partnern in Landwirtschaft und Handel von Beginn an umsichtig und vorausschauend. Mit dem Wegfall der Exportmärkte konzentrierte Vion sich als systemrelevantes Unternehmen auf die Versorgung der Heimatmärkte und konnte sich stabil halten. Doch ohne Export nach

China und durch den Ausfall der Gastronomie in Europa waren die Märkte für Schweinefleisch und Rindfleisch gleichermaßen betroffen, was sich in drastisch sinkenden Preisen widerspiegelte. Mit der langsamen Öffnung der Märkte in Asien und dem anlaufenden Gastronomie-Geschäft kommt allmählich wieder Bewegung in den Markt. Branchenexperten rechnen allerdings damit, dass es noch bis weit ins nächste Jahr dauern wird, bis das Niveau von vor der Krise erreicht wird.

(Wie die Vion Units Beef, Pork, Retail und Food Service in der Krise bestehen, lesen Sie auf den Seiten 4–7).



INTERVIEW S. 2 + 3

Wie Landwirtschaftsexperte Gé Backus die Zukunft der Nutztierhaltung sieht

LAND + LEUTE S. 8

Klaus Erber blickt auf seine erfolgreiche Zeit in Waldkraiburg zurück





Fotos: BildimKasten

„RECHNET EUCH NICHT REICH“

ZUKUNFT NACH CORONA. Mit **Gé Backus** einen Termin zu vereinbaren, ist in diesen Zeiten leichter als ohne Corona-bedingte Reisebeschränkungen. Der international gefragte Agrarberater für zukunftssichere Tierhaltung sitzt wie so viele andere zu Hause hinter seinem Laptop. ProAgrar erreicht den 63-jährigen Ökonomen per Videokonferenz in Udem in der holländischen Provinz Noordbrabant. Nach 30 Jahren Lehrtätigkeit an der Universität Wageningen führt der landwirtschaftliche Experte seit 2012 das Beratungsunternehmen connecting agri & food. Im vergangenen Jahr wurde Gé Backus von der Initiative Tierwohl (ITW) für sein Konzept „Kluger Stall“ mit dem Innovationspreis Tierwohl ausgezeichnet. Backus sieht in der Corona-Krise die Chance, Strukturen in der Nutztierhaltung und Fleischproduktion schneller so zu gestalten, dass sie zukunftsfähig sind.



Herr Backus, Corona belastet Bauern und Fleischbetriebe gleichermaßen. Bietet die Corona-Krise auch Chancen, mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken?

Die aktuellen Herausforderungen durch die Pandemie beschleunigen einen Veränderungsprozess, den die Branche langsam eingeleitet hat, der aber dringend notwendig ist. Nutztierhaltung und Fleischproduktion werden in Zukunft sehr stark von strukturierten und integrierten Lieferketten geprägt sein. Wer sich diesem Produktionsprozess verschließt, hat

keine Perspektive. Jetzt ist die Zeit, mehr Stabilität in eine kontrollierte Produktion zu bringen.

Integrierte – andere sagen geschlossene – Lieferketten bewirken über einen längeren Zeitraum feste Preise. Ist das nicht verwegen, ein solches Konzept gerade jetzt in der Zeit von guten Erzeugerpreisen zu promoten?

Ich warne die Bauern davor, sich reich zu rechnen. Ja, wir haben jetzt im April wegen der massiven Probleme in China mit der Afrikanischen Schweinepest und durch Corona gute Preise am Markt für Schweinefleisch, aber sie werden fallen. Gerade jetzt sollten wir über stabile Preise in der Erzeugung nachdenken. Diese Möglichkeit, das Einkommen über

einen längeren Zeitraum auf einem sicheren Niveau zu halten, bietet eben das System von geschlossenen Lieferketten.

Werden die Erzeuger diesem Weg folgen und umsteuern, wo sie sich gerade an ein gutes Preisniveau am Markt gewöhnt haben?

Corona hat schon gezeigt, wie stabil die hohen Preise sind. Nämlich gar nicht. Trotz des Pandemie-Ausbruchs in China gibt es zwar noch gute Preise für Schweinefleisch. Aber der Ab-

sturz bei Rind und die Unterschiede zwischen Rinder- und Schweinehaltung sind ja gravierend. Die extrem gefallen Milchpreise ziehen den Rindfleischmarkt mit runter. Das gewohnte Luxusprodukt Rindersteak gibt es nicht mehr. Stellt sich die Frage: Lohnt sich Bullenmast überhaupt noch? Hinzu kommt der zusammengebrochene Kälbermarkt. Die Tiere können sie nicht einfach stehen lassen, dann werden die rosa.

Was tun?

Es wird nicht ohne Reduktion gehen. Wir sind in den Niederlanden mitten in der Diskussion, Tierbestände herauszukaufen. Neben dem finanziellen Anreiz aus Den Haag in Höhe von 180 Millionen Euro für die Niederlande wird die nationale Regierung diese Stilllegungsprämien noch einmal erhöhen. Holland gibt noch 270 Millionen Euro dazu, so wird der Schweinebestand um mehr als 10 Prozent reduziert. Aber das ist längst noch nicht alles. Neben der Regulierung auf dem Fleischmarkt müssen wir auch die Emissionen runterfahren.

Sehen Sie das nicht zu stark durch Ihre niederländische Brille?

Sie haben recht, wir haben in den Niederlanden ein großes Stickstoffthema, besonders in der Nachbarschaft unserer 163 Naturschutzgebiete. Aber mit dem

Ziel, unsere Naturlandschaften zu verbessern, und mit unserer Landschaftspflege helfen wir auch den Landwirten beim Ausstieg, die den Preiswettbewerb nicht mehr gewinnen können. Wenn die USA und China auf den Weltmarkt zurückkehren, werden wir in Mitteleuropa in ein tiefes Preistal rutschen. Da kann ich jedem Bauern nur empfehlen, genau zu kalkulieren, ob er sich seine Nutztierhaltung nicht rauskaufen lassen will – mit 7.800 bis 9.100 Euro pro Kuh, 1.000 bis 1.300 Euro pro Sau und 260 bis 330 Euro pro Mastschweinplatz. Dafür stehen in den Niederlanden bis 2030 2 Milliarden Euro bereit.

Wäre das denn auch ein Modell für Deutschland? Was halten Sie vom Borchert-Plan?

Die Niederlande sind nicht allein zu betrachten, sie sind in der Schweinehaltung eine Einheit mit Nordwestdeutschland. Keiner in Europa kann sich noch den Luxus leisten, allein zu marschieren. Wichtig ist das gemeinsame Ziel, die höheren Standards für die Nutztierhaltung zu realisieren. Das sieht auch der Borchert-Plan vor. Entscheidend dabei sei, dass die Honorierung für höhere Standards tatsächlich bei den Landwirten ankommt.

Sie wollen aber doch nicht sagen, dass die Bauern ihre Zukunft mit nationalen und europäischen Förderpöpfen verknüpfen sollen?

Nein, auf keinen Fall. Aber die Bauern müssen sich einen Plan machen, einen 10-Jahres-Plan. Sind sie heute nicht zufrieden mit ihrem Betrieb und dem Ergebnis, brauchen sie eine neue Strategie. Die Zukunft

kann da nur in Lieferketten liegen. Und zwar müssen sie jetzt umsteuern. Corona beschleunigt alles noch viel mehr. Ich habe so viele Betriebe gesehen, die zu spät reagiert haben.

Sind Lieferketten ein Modell für alle Nutztierhalter?

Ich denke, dass der Betrieb schon eine gewisse Größe haben muss, um das Einkommen zu sichern. Für kleine Einheiten sehe ich keine Zukunft. Der Fleischmarkt geht zurück, die europäische Selbstversorgung wird sinken, wir brauchen weniger Tiere im Stall und am Haken. Viele Unternehmen werden aufhören. Aber es gibt immer eine Perspektive für den einzelnen Schweinehalter mit guten Ergebnissen.

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



RINDERMARKT. Die Schließung von Gaststätten und Hotelbetrieben gleich zu Beginn der Corona-Krise war für den Rindfleischmarkt ein gravierender Einschnitt. Die Nachfrage nach Edelteilen, besonders dem von Restaurants bevorzugten Färsenfleisch, brach komplett ein. Landwirte erzielten für ihre Färsen nur noch Preise auf dem Niveau von Kühen. Nun besteht die Hoffnung, dass sich mit Wiedereröffnung der Gastronomie auch der Rindfleischmarkt langsam erholt.

Foto: Vion



Foto: Marthi Beutel

Bernd Stange, COO Beef Vion

EIN KLEIN WENIG OPTIMISMUS

Zu Beginn der Corona-Pandemie stieg wegen der Hamsterkäufe anfangs sogar unser Inlandsabsatz“, sagt Bernd Stange, COO der Unit Beef, „um sich dann auf ein Normalmaß einzupendeln und im Verlauf der Krise dann massiv einzubrechen.“

Parallel sei das Exportgeschäft an den lukrativen Märkten in Südeuropa und in Asien komplett weggebrochen.

Stange: „Nun zieht die Fleischnachfrage aus dem Ausland langsam wieder an. Und auch die Pattie-Produktion für die Burger-Restaurants ist wieder gestartet, wenn auch noch nicht auf dem Niveau von vor der Krise. Das wird auch noch dauern, bis wir wieder auf Normalmaß zurück sind.“

Die Schließung der Burger-Restaurants war in den Monaten März, April und Mai für den Kuhfleischabsatz ein gravierender Einschnitt. 25 Prozent der Vorderviertel von deutschen Schlachtkühen werden zu Hackfleisch-Patties für Burger-Restaurants verarbeitet. Auf

den Heimatmärkten stand während des Shutdowns die Nachfrage nach preiswerten Artikeln wie Hackfleisch und Gulasch im Vordergrund.

„Nun zieht die Fleischnachfrage aus dem Ausland langsam wieder an.“

Hinzu kam, dass in einzelnen Bereichen des Lebensmitteleinzelhandels über Ostern Steak-Aktionen mit süd-amerikanischer Ware liefen. „Das war eine Aktion, die uns als systemrelevantes Fleischunternehmen, das sich in der Krise auf die Versorgung des Heimatmarktes konzentriert, nicht gerade unterstützte“, kommentiert Stange. Vion wie auch andere heimische Fleischunternehmen „erhoffen sich vom deutschen Lebensmitteleinzelhandel auch in Zukunft, dass verstärkt Artikel aus heimischer Produktion vertrieben werden. Das wäre in dieser schwierigen Zeit solidarisch.“

In den Krisen-Monaten musste der wichtige Export von Kuhfleisch nach Spanien und Frankreich auf ein Minimum runtergefahren werden.

„Franzosen und Spanier haben mit ähnlichen Folgen der Corona-Pandemie zu kämpfen wie wir in Deutschland. Die Ausgangssperre in diesen Ländern bot den Restaurants nicht einmal die Möglichkeit, über Take-away ein wenig Geschäft zu machen“, blickt Stange über die Grenzen zu den europäischen Nachbarn. Nicht besser als bei den Kühen steht es um den Export von Jungbullenfleisch. Hier leiden Italien und Griechenland, die bedeutendsten Importeure, ebenfalls unter den Corona-Schutzmaßnahmen.

khs

REDUZIERTE NACHFRAGE

SCHWEINEFLEISCH. Die gesamte Situation am Schlachtschweine- markt ist gekennzeichnet durch die reduzierte Nachfrage in Europa und einen starken Preisdruck in Asien, vor allem China. Die Markt- entwicklung bis zum Jahresende hängt entscheidend davon ab, ob und in welchem Umfang die nationalen und internationalen Märkte geöffnet werden und geöffnet bleiben. Das größte Absatz- problem liegt im Export, der in den letzten Monaten vor der Corona-Krise Motor für den deutlichen Preisauftrieb war.

Der Absatz nach China war im ersten Quartal vollständig ein- gebrochen, Schiffe wurden nicht entladen und die Logistik stand still. Dennoch erscheint ein wenig Licht am Ende des Tunnels. Mit dem Rückgang der Corona-Infektionen in China be- ginnt der Absatz wieder anzulaufen. Die angefragten Mengen entwickeln sich in Richtung des Vorjahres. Aller- dings ist das Preisniveau deutlich gefal- len, getrieben durch die Angebote aus den USA und Brasilien, deren Einkaufs- preise mit 0,75 Euro/kg Schlacht- gewicht bzw. 0,64 Euro/kg Lebendge- wicht weit unter den europäischen Einkaufspreisen liegen.

China ist und bleibt ein wichtiger Ab- satzmarkt, auch wenn durch den inter- nationalen Wettbewerb die Rahmen- bedingungen nicht mehr so gut sind wie 2019. John de Jonge, COO der Unit Pork, sagt: „Wir gehen davon aus, dass der China-Boom in drei Jahren gelau-

„Der Importbedarf in China bleibt in den nächsten Jahren noch sehr groß.“

fen ist. Der Preisboom des Jahres 2019 ist jetzt schon vorbei. Der Schweinebe- stand in China wächst wieder, aber der Importbedarf bleibt in den nächsten Jahren noch sehr groß.“

Auch Südkorea bestellt wieder. John de Jonge: „Wir sind mit unseren Kunden im Austausch.“ Sein Blick auf die europäischen Märkte ist gespalten: „Die Situa- tion in Italien ist gekennzeich- net durch den Preisverfall beim

Schinken. Die Produktion war lange stillgelegt. Nun werden die Betriebe, die produzieren können, mit Angebo- ten überschüttet.“ In ganz Europa ist der Markt geprägt von einem starken Preisverfall der Teilstücke! Verarbei- tungsbetriebe im In- und Ausland war- ten regelrecht auf den kleinsten Preis. „Der Absatz von Schweinehälften nach Süditalien von unseren bayerischen Be- trieben ist reduziert und unterliegt starken Schwankungen in der Bestell- menge“, so John de Jonge.

Die Heimatmärkte sind sehr volatil. Die Corona-Krise bewirkt, dass Vion sich auf die Heimatmärkte in Deutschland und den Niederlanden fokussiert. „Wir

tragen Verantwortung für die Versor- gung der Menschen mit Lebensmit- teln“, sagt de Jonge. Zu Beginn der Krise – Mitte März – hat der deutsche Lebensmitteleinzelhandel im großen Stil Schweinefleisch für seine Frisch- fleischtheken geordert. Die Verbrau- cher kauften mehr Ware für den Haus- verzehr. Kurzbratartikel wurden nachgefragt, die anderen Teile des Schweins mussten teilweise neue Wege in der Vermarktung finden.

khs

Foto: Tim Wegner



John de Jonge, COO Pork Vion



Foto: Vion

FOOD SERVICE. Durch die Corona-Pandemie ist der Markt für Food Service in allen europäischen Ländern um etwa 75 Prozent eingebrochen. Ganz so hart hat es Vion mit den Produktionseinheiten Salomon FoodWorld in Großostheim (Bayern) und FVZ Convenience in Holzwickede (NRW) nicht getroffen. Dennoch verursachten die behördlich angeordneten Schließungen von Restaurants einen gewaltigen Umsatzeinbruch.

Foto: Vion



Foto: Tim Wegner

Bernd Stark, COO Food Service Vion

HANDEL UND GASTRO ZIEHEN MIT

COO Bernd Stark blickt aber optimistisch nach vorn: „Wir haben die Zeit genutzt, Initiative ergriffen, uns Ziele gesetzt und die Stimmung wieder ins Positive gedreht.“ Es sei dabei ganz wichtig, in der Krise weiter mit den Marken sichtbar zu sein und möglichst den Marktanteil noch auszubauen. „Wir haben schon immer den direkten Draht zu unseren Kunden in der Gastronomie gepflegt. Jetzt wollen wir unseren Partnern helfen, aus der augenblicklich sehr schwierigen Lage herauszukommen“, sagt Stark. Vion Food Service habe in der Branche eine Zukunftsinitiative angestoßen. Das Schöne dabei sei: „Handel und Gastronomie ziehen mit“, freut sich der langjährige Food Service Chef. Es gehe dabei um Sonderkonditionen und Konzepte, wie Take-Away-Lösungen und Wertschöpfung mit High End Convenience. „Ins Netz haben wir Vorschläge, Ideen und Produkte unter www.zukunftgastro.com gestellt.“

Bei der Zukunftsinitiative habe Vions Sparte Food Service als Marktführer

Verantwortung für die gesamte Branche übernommen und ein sehr positives Feedback erhalten. „Wir waren einer der Ersten, die direkt mit dem Markt im Netz kommuniziert haben“, blickt Stark auf die Monate April und Mai zurück. Da zahlte es sich aus, dass man seit Langem mit den Partnern in Handel und Gastronomie proaktiv zu-

sammenarbeite. Die Marke blieb sichtbar, der Marktanteil sollte am besten noch erhöht werden.

Dennoch seien alle in der Branche überrascht gewesen, mit welcher Schnelligkeit das Geschäft zum Erliegen gekommen ist. Stark: „Wir sind aber bei Vion Food Service nicht in Schockstarre verfallen. Wir haben uns gefragt: Was sind die Themen, die wir aufgreifen müssen?“ Es galt wie in al-

len anderen Branchen auch, schnell auf die Krise zu reagieren, auch um die Verunsicherung bei den Mitarbeitern zu bekämpfen. Das gelang, weil es im Unternehmen immer eine positive Grundstimmung gab.

Auch die Lagerhaltung musste neu organisiert werden, denn mit dem Aus-

„Meine Prognose ist, dass wir bis Dezember bei etwa 70 Prozent des Vorjahresumsatzes liegen.“

fall der geschlossenen Burger-Restaurants stapelten sich die Fleisch-Patties. Probleme, die man bei Vion Food Service, einem der größten Pattie-Produzenten in Europa, bisher nicht kannte. „Nun spüren wir, dass es wieder losgeht“, sagt Stark. „Aber es wird dauern, bis wir die alten Umsätze wieder erreichen. Meine Prognose ist, dass wir bis Dezember bei etwa 70 Prozent des Vorjahresumsatzes liegen.“

khs

RIESENJOB GEMACHT

RETAIL. Erst vor einem Jahr hat Vion die Business Unit Retail gegründet und das Geschäft mit dem Lebensmitteleinzelhandel in einer Einheit gebündelt. Wie richtig es war, das Team um COO Philippe Thomas und Convenience-Geschäftsführer Johannes Kölker operativ auszugliedern, zeigte sich in der Corona-Krise. „Wir waren sofort da, als der Einzelhandel in den Hamsterwochen mehr Ware brauchte“, sagt Kölker.

Noch bevor Johannes Kölker die zurückliegenden Wochen während der Pandemie von der Geschäftsseite her bewertet, ist es ihm ein Bedürfnis, den Mitarbeitern von Vion Convenience in Großostheim zu danken. „Alle haben einen Riesenjob gemacht“, lobt er die eigenen Kräfte und die Mitarbeiter der externen Dienstleister.

COO Philippe Thomas blickt auf die Zahlen und sieht, dass das Wachstum in den vergangenen Wochen offenbar keine kurzfristige Erscheinung während des Shutdowns war. Die veränderten Konsumgewohnheiten der Menschen mit einer neuen Konzentration auf den eigenen Herd haben auch das Geschäft mit dem Lebensmitteleinzelhandel mas-

siv verändert. „Wir wurden quasi über Nacht in den Hamsterkaufwochen im März und April von unseren Handelskunden mit extremen Bestellmengen überrannt“, sagt Thomas.

„Die Fleischregale mussten gefüllt bleiben, um in der Bevölkerung keine Verunsicherung aufkommen zu lassen.“ Da hat Vion als systemrelevantes Unternehmen den Regierungsauftrag zur Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln voll erfüllt. „Und das – aufgrund des Abstandsgebots und aller anderen zusätzlichen Auflagen – unter extrem erschwerten Bedingungen in der Produktion“, ergänzt Kölker. Aber er will sich nicht beklagen. „Unser Absatz liegt auch jetzt, nachdem die Gastronomie wieder geöffnet hat, noch deutlich über dem Vorjahr“, sagt Kölker. Es sieht so aus, als bliebe ein Großteil dieses Volumens auch.

Der Lebensmitteleinzelhandel hat das dazugewonnen, was die Gastronomie wegen der Beschränkun-

gen verloren hat. Allerdings ist die Ware anders sortiert. Anstatt hochwertiger Steaks und Edelteile wie für Restaurants werden im Lebensmitteleinzelhandel und im Discount vor allem Schnellbratartikel als SB-Ware verkauft.

Kölker blickt auf die aktuellen GfK-Zahlen: „Mit einem Plus von über 30 Prozent ist SB-Rindfleisch der absolute Renner, aber auch Schweinefleisch wächst mit knapp 20 Prozent sehr erfreulich. Den Vogel abgeschossen hat aber eindeutig Bio-Fleisch! So hat sich der Absatz von SB-Bio-Rotfleisch in den Wochen des Shutdowns um gut 60 Prozent gesteigert.“

„Corona hat die Konsumgewohnheiten deutlich verändert.“

Und wie geht es weiter? COO Philippe Thomas hat einen Trend zum „Handmade“ ausgemacht. Die Lust am eigenen Kochen und in dieser Jahreszeit am Grillen wird auch von Vion mit neuen Produkten gefördert. „Wir bieten zum Beispiel ein neues Grillsortiment, bestehend aus je drei Steak-Cuts vom Rind und vom Schwein an. Dazu gibt es eine Gewürzmischung, die man je nach Geschmack mit Bier, Rotwein oder sogar Buttermilch frei nach dem Motto „Deine Marinade, dein Style“ anrühren kann. Der Fantasie sind somit beim Marinieren keine Grenzen gesetzt, um den Grillsteaks eine individuelle Note zu geben.“

Foto: Mathis Beutel



Philippe Thomas, COO Retail Vion



Foto: shutterstock



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

KLAUS ERBER VERABSCHIEDET SICH IN WALDKRAIBURG

Vor 33 Jahren hätte sich **Klaus Erber** (Foto) diese Erfolgsgeschichte kaum vorstellen können. Damals wechselte der gelernte Metzgermeister in das Projektteam des von Südfleisch neu gegründeten Schlachthofs Waldkraiburg. Seit 13 Jahren gehört der Standort in Oberbayern zu Vion. Er entwickelte sich „von kleinen Anfängen zum größten und modernsten Rinderschlachthof in Europa“, staunt der 62-Jährige.

Erbers Karriere verlief parallel: Schlachthaltenmeister, Versandleiter, Betriebsleiter und seit 2008



Foto: Tim Wegner

Geschäftsführer. Mit viel Geschick koordinierte er den 2018 abgeschlossenen Umbau bei laufender Produktion. Die Kapazität wurde von 2.500 auf 5.000 Rinder in der Woche verdoppelt. 48.000 Tonnen Rindfleisch zerlegt man hier mittlerweile im Jahr.

Der Vater von zwei Kindern und Großvater von drei Enkeln ist ein bodenständiger Mensch, der sich am liebsten inmitten von Landwirten, Kollegen oder Kunden bewegt. Selbst in schwierigen Situationen verliert er nie den kühlen Kopf. Das hat ihm auch in der Corona-Pandemie geholfen. „Qualität, Sorgfalt, Disziplin“ sind ihm wichtig. Jetzt motivierte er sein Team, die Desinfektionsmaßnahmen hochzuschrauben und die Arbeitsbereiche Schlachtung, Zerlegung und Büro konsequent voneinander zu trennen.

Ende Juni wird der echte Bayer in den Ruhestand wechseln. Worauf ist er besonders stolz? „Dass wir seit vielen Jahren die Ochsen für das Münchner Oktoberfest liefern.“

ZOR



Foto: Vion

In den Produktionsbetrieben von Vion wurden von Beginn an die Abstandsregeln eingehalten, wo das nicht möglich war, wurden Trennscheiben eingebaut.

5-PUNKTE-PLAN

FLEISCHPRODUKTION. Die Corona-Krise hat auch die Fleischwirtschaft vor große Herausforderungen gestellt. Neben einigen anderen Unternehmen war auch Vion in Deutschland an einem Standort – in Bad Bramstedt – von erhöhten Infektionszahlen betroffen. Alle anderen der von den Behörden getesteten Betriebe mit mehreren Tausend Beschäftigten in Niedersachsen, NRW und Bayern waren bis auf Einzelfälle Covid-19-frei.

Vion hatte bereits zu Beginn der Pandemie Anfang März in seinen Betrieben umfassende Schutzmaßnahmen zur Verhinderung von Infektionsketten durch das Corona-Virus am Arbeitsplatz eingeführt und umgesetzt. Neben den in einem Lebensmittelbetrieb ohnehin geltenden Hygieneanforderungen wie persönliche Schutzkleidung und Handhygiene wurden auch spezifische Schutzmaßnahmen wie Abstandsregelungen und der Einsatz von Abtrennungen sowie weitere organisatorische Maßnahmen getroffen. Die Arbeitsplätze in der Produktion wurden so verändert, dass ein Mindestabstand von 1,5 Metern eingehalten wird. Sofern bei einzelnen Positionen das nicht möglich ist, werden Abtrennungen wie Streifenvorhänge eingesetzt oder das Tragen einer Mund-Nasen-Bedeckung ist verpflichtend. Vion orientiert sich bei diesen Maßnahmen an den Empfehlungen des Robert-Koch-Instituts und des SARS-CoV-2 Arbeitsschutzstandards

des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie deren Konkretisierung durch die Berufsgenossenschaft BGN.

Außerdem unterstützt Vion einen 5-Punkte-Plan des Verbands der Fleischwirtschaft (VDF), den dieser der Bundesregierung vorgelegt hat. Danach soll die Beschäftigung von Werkvertragsarbeitnehmern bundeseinheitlich und branchenunabhängig geregelt werden. Nach dem Vorschlag des VDF soll die Neuregelung verbindlich auf Basis der seit 2014 geltenden Selbstverpflichtungen der Fleischwirtschaft geschaffen werden. Vion setzt für die Beschäftigung mit Werkverträgen diese Regelung, die Wohn- und Sozialstandards absichert, an allen deutschen Standorten um. Der VDF hat der Bundesregierung vorgeschlagen, diese zielgerichteten Maßnahmen bundesweit einheitlich vorzuschreiben und nicht gesetzliche Vorgaben vorzusehen, die Unternehmen treffen, bei denen es keine Defizite gibt.

IMPRESSUM

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

Redaktion
Karl-Heinz Steinkühler

Produktion
BEST CONTENT communications

Druck und Vertrieb
Druckstudio GmbH

Auflage 33.100
Redaktionsschluss 5. Juni 2020

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