

EIN MAGAZIN VON VION FÜR DIE DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFT

ProAgrar

AUSGABE 55 | MÄRZ 2022



Foto: Oliver Krato

INTERVIEW

Dr. Hermann-Josef Baaken
Deutscher Verband
Tiernahrung e.V. Seite 2 - 3

REPORT

Vion Food Service Seite 4 - 5

PORTRAIT

**Bio Mastbetrieb von
Johan Walvoort** Seite 6 - 7

„Entwaldungsfrei“ wird Star

MULTITALENT SOJA. Dr. Hermann-Josef Baaken, Sprecher der Geschäftsführung des Deutschen Verbands Tiernahrung e.V., über die Versorgungssicherheit der Landwirte mit ‚umnutzungsfreier Soja‘, was GVO-freie Soja teurer macht und seine Zuversicht auf Gemeinsamkeiten in Europa.

Herr Dr. Baaken, woher kommt das als Rohstoff in der Tierfütterung für die hochwertige Lebensmittelproduktion von Fleisch unerlässliche Soja aktuell?

Zunächst mal ist die Sojapflanze mit ihren wertgebenden Eigenschaften ein Multi-Talent – ihr Öl, ihr eiweißtragendes Schrot und ihr bio-energetisches Potenzial. Aber ihr Anbau ist klimatisch bedingt auf wenige Weltregionen beschränkt. In 2020 wurden 5,6 Mio t in Sojaschrot-Äquivalenten importiert, das sind 3,9 Mio. t Sojabohnen, überwiegend aus den USA und 2,5 Mio. t Sojaschrot – in der Regel aus Südamerika.

Viele Landwirte sagen bereits: Ich möchte kein Soja verfüttern, für das andernorts auf der Welt Wälder gerodet, abgepackelt, vernichtet werden. Wie kann der DVT dazu beitragen, das abzusichern?

Die Futtermittelindustrie hat sich verpflichtet – übrigens schon seit 2008 – kein Soja mehr von entwaldeten Flächen aus dem Amazonas-Gebiet zu kaufen. 2015 haben wir dann die Prinzipien der Nachhaltigkeit als Leitlinien der Soja-Produktion definiert. Diese haben wir ab dem Jahr 2019 aktualisiert und den Gegebenheiten angepasst. Dazu zählt u.a. die Berücksichtigung von Landnutzungsänderungen, sodass entwaldungsfreies Soja auch bedeutet, dass keine Landnutzungsänderung für den Anbau erfolgte. Das ist sehr wichtig. Im Ergebnis kommt heute ca. 65 % des importierten Soja-Schrots aus entwaldungsfreien Regionen.

Frei von Landnutzungsänderung heißt für unsere Bauern, eine heimische Wiese in Ackerland umzubringen, um dort Soja anzubauen, ist nicht mehr möglich. Korrekt?

So ist es. Hier machen die Leitlinien für eine nachhaltige Sojaproduktion keinen Unterschied zwischen Regionen und Herkunftsländern. Wichtig ist dabei die Abgrenzung nach einem Stichjahr. Für Soja haben sich die beteiligten Akteure auf den 31.12.2020 als so genanntem Cut-off Date verständigt, seitdem keine Flächenumwandlung für den Anbau von Soja mehr stattgefunden haben darf. Ich halte dieses Datum und seine weltweite Anerkennung für vernünftig, denn Entwaldung soll kein Wettbewerbsthema werden. Mit der Vereinheitlichung der Zertifizierungssysteme an die Vorgaben der Leitlinien ist der Warenbezug für Futtermittelunternehmen und Landwirte einfacher, da der Landwirt seine Futtermittel-Einkaufsentscheidung an Qualität bemessen muss und nicht an ‚Eigenschaften‘ wie der Herkunft, die er gar nicht verantworten kann. Derzeit jedenfalls stehen für uns in Europa genügend Sojaschrot-Mengen, die entwaldungsfrei produziert worden sind, zur Verfügung. Würden wir das Cut-Off Date weiter zurückverlagern, könnten die verfügbaren Mengen geringer werden, und das wollen wir vermeiden.

Das heißt: Landwirte, die entsprechenden Anforderungen des LEH erfüllen wollen, können flächennutzungsfreie Soja bestellen. Sie müssten dies nur klar einfordern?

Korrekt, es geht nicht nur um entwaldungsfrei, sondern auch um nachhaltig. Dazu



Paul Daum (r), Leiter Strategie Einkauf Lebendvieh von Vion und DVT Geschäftsführer Dr. Hermann-Josef Baaken.

gehören auch die ökologischen und sozialen Aspekte beim Anbau von Soja, Stichwort Landarbeiter-Rechte, keine Kinderarbeit, Erosionsschutz, Pflanzen- und Gewässerschutz nach internationalen Standards.

Wird in Zukunft auf den Lieferscheinen zum Landwirt die flächenumwandlungsfreie Produktion deklariert sein? – Was ist ggf. noch in Sachen Rückverfolgbarkeit zu tun?

An der durchgängigen Rückverfolgbarkeit der gesamten Warenkette arbeiten wir noch. Das wird uns aber über die verfügbaren QM-Systeme recht bald gelingen. D.h., die Futtermittelhersteller werden klar ausweisen können, dass ihre Ware als nachhaltig zertifiziert ist. Als Europäische Futtermittelindustrie haben wir gemeinsam mit NGOs an Kriterien für die nachhaltige Soja-Produktion und die Rückverfolgbarkeit gearbeitet und dabei die besondere Herausforderung der Massenschüttgüter berücksichtigt. Jetzt müssen die Zertifizierungssysteme dahingehend angepasst werden. Am Ende wird es ca. 20 anerkannte Standards geben, anhand derer die Futtermittelproduzenten ihren Wareneinkauf über die Händler ausrichten und den Landwirten damit die Gewissheit geben, dass sie bekommen, was sie bestellt haben.

Standard“

Heißt das, wir können allen Kunden, die auf ihren Produkten den Hinweis auf entwaldungsfreie Soja geben wollen, sagen: „Es ist ausreichend da!“. Damit würde eine Produktionsrichtlinie gesetzt, die auch gesellschaftlich akzeptiert wäre und Rind- wie Schweinefleisch vom ‚Verdacht‘ befreien würde, dass mit ihrem Genuss die Zerstörung des Regenwalds einher geht. Andererseits würde das einen ‚Run‘ auf entwaldungsfreie Soja auslösen.

Ersteres ist richtig. Die Futtermittelindustrie produziert hierzulande jährlich etwa 24 Mio. t Mischfutter. Die entsprechenden Anforderungen des Kunden müssen an die Hersteller herangetragen werden. Wir bewegen uns in einer Welt, in der wir jeden Tag alles bekommen können. Gerade deshalb müssen wir uns auch die Zeit nehmen, zu hinterfragen, wo kommt was her, und wie wurde es produziert? – Und zwar jeder von uns, vom Spediteur über den Händler, den Hersteller, die Bauern, die Industrie und den Handel. Jeder steht in der Verantwortung, sich mit seinem Produkt auseinanderzusetzen. Zum Stichwort ‚Run‘ sage ich: Angebot und Nachfrage regeln das.

Der deutsche LEH erwartet aus Gebieten ohne Flächenumwandlung auch zunehmend GVO-freie Soja – wie es bei der

Donau-Soja beispielsweise zertifiziert ist. Wie kann die Futtermittelindustrie deutschen Landwirten helfen, dieser Forderung nachzukommen?

Das derzeitige Angebot deckt den aktuellen Bedarf in Deutschland. Wenn die Nachfrage steigt, wird mehr produziert werden. Aber solche Anpassungen – Stichwort ‚von der Saat zur Ernte‘ – erfolgen nicht über Nacht. Deshalb unterstreichen Ankündigungen des LEHs zur Umstellung ihres Produktportfolios die Bedeutsamkeit, sehr frühzeitig alle Beteiligten der Wertschöpfungskette einzubinden, um die Umsetzbarkeit sicherzustellen.

Derzeit liegt der GVO-freie Preis etwa 80 % höher als der Normalpreis. Bleiben Sie dabei: Mit ‚Mangelware‘ hat das nichts zu tun?

Eindeutig ja. Aber unter bestimmten Bedingungen: Zur Wahrheit gehört doch: Europa als Absatzmarkt für Soja ist weltweit eine Nische. Wenn wir in dieser Nische dann außer ‚entwaldungsfrei‘ auch noch ‚GVO-frei‘ bestellen, muss sich das irgendwo niederschlagen. Jede Produktdifferenzierung hat Effekte auf Preis plus Wertehaltigkeit. Da empfiehlt es sich, die Belieferung mit Spezifikationen rechtzeitig und langfristig vertraglich abzusichern.

Möglicherweise wird der Handel seine Prioritäten in Sachen GVO bzw. entwaldungsfrei anpassen – auch weil beim LEH-Kunden im Supermarkt das ‚Prädikat‘ entwaldungsfrei einen buchstäblich nachhaltigeren Eindruck hinterlassen mag als GVO-frei. Inwieweit müssen wir dann ‚entwaldungsfrei‘ etwa seitens QS zur Pflicht machen?

Ich gehe davon aus, ‚entwaldungsfrei‘ in Europa wird der Regelfall. Wenn uns das gelingt, hätten wir die entsprechende EU-Entwaldungsverordnung aus Brüssel überholt, bevor sie überhaupt verabschiedet wird. Lösungen müssen pragmatisch sein und nicht bürokratisch. In dem Moment, wo wir europaweit nicht mehr differenzieren (müssen) zwischen entwaldungsfrei oder nicht, würde das ganze Thema Rückverfolgbarkeit und all das, was logistisch, technisch, dokumentarisch dahintersteckt, obsolet.

„Ich gehe davon aus, ‚entwaldungsfrei‘ wird in Europa der Regelfall.“

Dr. Hermann-Josef Baaken, Sprecher der Geschäftsführung des Deutschen Verbands Tiernahrung e.V.

„Kulinarische Trends sind un



Simon Morris

VION FOOD SERVICE. Snacks, Wraps, Fingerfood und Co. – klingt irgendwie nach „weit entfernt“ von bäuerlicher Nutztierhaltung. Doch mit der Strategie der

Building Balanced Chains, nichts anderes als nachhaltigen geschlossenen Lieferketten, schafft die Vion Business Unit Food Service ein engmaschiges Netz wertschöpfender Verbindungen.

Mehrere Tausend Landwirte beliefern Vion in Deutschland Tag für Tag mit ihren Rindern und Schweinen. Der größte Absatzmarkt im Lebensmittelsektor ist dafür der LEH. Doch für die weltweite Vermarktung der Tiere sowie die Wertschöpfung der bäuerlichen Betriebe, aus denen sie stammen, ist noch ein weiteres Segment des Marktes nicht weniger wichtig, wenngleich – selbst vielen Landwirten – kaum bekannt: die Vertriebskanäle für Tiefkühl- und Convenience-Produkte.

Verantwortlich für dieses Geschäft, das Vion in seiner Business Unit Food Service bündelt, ist im Vion-Vorstand der Kanadier Simon Morris. Unter den Marken Salomon FoodWorld und FVZ Convenience beliefern Morris und sein Team zumeist über Großhandelspartner eine weit gefasste Kundenpalette – vom klassischen Restaurant über die Cafeteria und Werkskantinen bis zur Mensa von Universitäten und Schulen. Darüber hinaus gehen bedeutende Mengen der präparierten Speisen und Gerichte über klassische Direktvertriebler für Tiefkühlkost auch an private Haushalte.

Ein Beispiel dafür ist das Unternehmen Bofrost: Als so genannte „Ready-to-cook-Produkte“ sind sämtliche Artikel, mit denen



der Vion Food Service den Marktführer in Deutschland beliefert, tiefgekühlt, aber bereits vorgebacken, -gebraten oder -gegrillt sowie veredelt und portioniert. Und werden in den Küchen der Bofrost-Kunden zumeist nur noch einmal kurz erhitzt.

Doch wie sieht die Food Service-Produktion konkret aus? Welche Rolle spielt die Rohware, mit der die Landwirte Vion beliefern? Und woher weiß man eigentlich, worauf die Gäste so unterschiedlicher Lokale wie einer Schulkantine oder der klassischen deutschen Küche Appetit haben?

„Um das herauszufinden und der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sich die Vorlieben und Geschmäcker der Gäste naturgemäß immer auch wandeln, arbeiten wir sehr eng mit unseren Kunden zusammen“, erklärt Simon Morris. „Ganz konkret reden die Trend-Scouts unserer Vertriebsorganisation zu diesem Zweck praktisch jeden Tag mit den Köchen unserer Kunden, Küchen-Chefs von Restaurants, die deren Menues und Speisekarten zusammenstellen und wann immer es möglich ist, auch mit den Gästen am Tisch der Lokale.“

In Deutschland, der Schweiz und Österreich, aber auch in Holland, Frankreich, Italien, Portugal und Spanien übernehmen eigene Mitarbeiter von Simon Morris diese Aufgabe.

„In gewisser Weise sind kulinarische Trends somit unser Lebensmittel“, erklärt Simon Morris, und die eigenen „Spürnasen“ ständig auch in internationale Küchen stecken zu



können, ist für das Unternehmen essentiell. Denn nur so folgt der Vion Food Service einer Strategie des gesamten Konzerns: dem Aufbau geschlossener, nachhaltiger Lieferketten. „Jede dieser Ketten fängt bei uns mit dem Endverbraucher an“, erklärt der Manager. „Nur so erkennen wir die Bedarfe der Kunden, identifizieren was der Verbraucher am Markt nachfragt und können die richtigen Produkte liefern oder in manchen Fällen überhaupt erst einmal entwickeln. Insofern wollen wir neue Trends und Vorlieben stets möglichst zeitnah bei unseren eigenen Kreativen und deren Innovationsprozesse buchstäblich einspeisen.“

Damit, so Morris, steht der Vion Food Service „immer unter Zugzwang. Und das ist sehr gesund“. Zugzwang und gesund – wie passt das denn zusammen? „In der Kette versuchen wir, die Bedarfe von Markt und Kunden so eng wie möglich mit unseren Landwirten als Rohstofflieferanten zu verbinden“, erklärt er. „Und um eine gleichbleibend hohe Qualität und die nötige Verfügbarkeit des Rohstoffs Rind- und Schweinefleisch sicherzustellen, müssen wir die Kette vom Kunden über die Landwirte bis zum Tier immer ziehen, aber niemals schieben.“

Wie schnell sich dabei ändern kann, ob man die Kette weiter anziehen muss oder gegebenenfalls besser nachgeben, zeigt das Beispiel „Köttbullar“: Normalerweise werden die leckeren Fleischbällchen, bei denen Rinder- und Schweinehack u.a. mit Zwiebeln und Knoblauch, Paniermehl und Ei vermengt werden, heiss in den Restaurants von IKEA

nsere Lebensmittel“

Anfragen von Schul-Cateringunternehmen, großen Werkskantinen oder auch Partnern wie Transgourmet, dem größten Gastro-Full Service Provider Europas.

Über die Vielfalt dieser Absatzwege belieferte Vion's Food Service im vergangenen Jahr Kunden auf der ganzen Welt mit der unfassbaren Menge von 60.000 Tonnen vielfältigster Fertiggerichte und Speisen – von Klassikern wie Cordon Blue oder Frikadellen, Schweineschnitzel oder Rinderrouladen bis zu innovativen Burger-Kreationen, Finger Food, Snacks, Wraps und Co. Und so wie zwei von drei in Deutschland verkaufte Hamburger Patties heute vom Vion Food Service stammen, erreicht das Unternehmen mit beträchtlichen Teilen seines Produkt-Sortiments vielerorts Marktanteile von mehr als 60 Prozent.

Sind Sie auf den Geschmack gekommen, mehr über die Arbeit der VION Business Unit Food Service zu erfahren?

<https://www.vionfoodgroup.com/de/food-service>

serviert oder sind als gefrorene Bällchen im Food Shop jedes der schwedischen Möbelhäuser erhältlich. Doch mit den Corona-bedingten Lockdowns, die – allerdings von Land zu Land unterschiedlich – jeden Ikea-Einkauf zeitweise unmöglich machten, mussten die Food Service-Kollegen von Vion monatelang den Zug ihrer Ketten zu den internationalen Point-of-Sales (auch für „Köttbullar“) des Großkunden fein austarieren.

Sukzessive mehr Zug hingegen brauchte zur selben Zeit die Lieferkette zu Unternehmen wie Bofrost, deren Kundennachfrage während der mitunter monatelangen Restaurant-Schließungen signifikant anstieg.

Doch zurück zur Normalität. Normal ist für den Food Service von Vion, ständig was Neues zu entwickeln und die Innovationen einmal im Jahr vorzustellen und auszurollen. „Launch Season“ wird das intern

genannt und gipfelt in der Regel beispielsweise in Deutschland auf der Messe „Internorga“ in Hamburg.

Solche ‚Kick off Events‘ sind für den Food Service kaum zu ersetzen, geben doch erst Präsenzveranstaltungen wie kaum ein anderes Format Vion die Chance, Kunden zu Verkostungen der neuesten Kreationen à la ‚taste, look & feel‘ einzuladen. *„Geschmack, Aussehen und Haptik sind für das Genuss-Erlebnis und die Emotionen, die wir unseren Kunden für wiederum ihre Kunden versprechen, praktisch unverzichtbar“*, so Morris.

Und nicht selten entstehen dabei auch Anregungen, für bestimmte Kunden ganz gezielt neue Produkte zu entwickeln. Beispielsweise im Bio-Segment. So erfüllt die Business Unit Food Service in enger Kooperation mit der Vion-Tochter „Der Grüne Weg“ immer mehr entsprechender



Unter anderem das Schnitzel & More Portfolio von SALOMON FoodWorld steht für authentische und trendige Fleischgerichte.

Eine Frage der Haltung



Johan Walvoort

BIO-MAST.
Seit vier Jahren ist „Der Grüne Weg“ von Vion der Pfad, auf dem Johan Walvoort seinen Schweinemast-Betrieb in Holland führt. Eine Entscheidung, die er und seine Frau Nancy nie bereut haben. Warum eigentlich?

Entscheidung, die er und seine Frau Nancy nie bereut haben. Warum eigentlich?

Okay, zugegeben, es klingt kitschig, aber auch ganz nüchtern betrachtet, ist die Lebensgeschichte von Johan Walvoort – an diesem frostkalten Vormittag, Anfang März – gewissermaßen auch eine Liebesgeschichte. Eine mit gleich zwei Happy Ends, die aber begann mit einer großen Delle. Letztere, erzählt uns der heute 51-Jährige beim Besuch der ProAgrar auf seinem Hof im holländischen Loerbeek, erlebte er Ende der 90er-Jahre.

Als Zweitgeborener eines landwirtschaftlichen Betriebs mit 60 Milchkühen und 20 Sauen stand für Johan's Vater fest: „Den Hof übernimmt dein Bruder. Du wirst studieren“. Tatsächlich ist Johan heute eigentlich Diplom-Ingenieur. „Dabei wollte ich im Herzen doch immer Bauer werden. Nur hatte ich leider keinen Hof“. Bis er seine heutige Frau Nancy traf.

Happy End Nr. 1. Nancy's Vater führte einen Betrieb mit 90 Sauen, hatte aber keinen Hofnachfolger. Als aber seine Tochter für dieses Problem eine Lösung buchstäblich an der Hand hatte (mit Johan), war der Senior sofort begeistert. „Dann muss der Betrieb aber wachsen“, riet er dem Schwiegersohn in spe, und alle drei gaben ihr Möglichstes. Aus 90 Sauen wurden sukzessive 300, „aber das nötige Tempo, um auch langfristig sicher dazustehen, haben wir nie aufnehmen können. Seit 2002 praktisch traten wir auf

der Stelle“. In Sachen Wachstum, Wachstum, Wachstum tauschte sich Johan regelmäßig auch mit Kollegen aus. Seit der Übernahme des Hofes vom Schwiegervater waren bald 15 Jahre vergangen. Wäre klassische Schweinemast vielleicht eher das Richtige, anstelle der Ferkelproduktion?

Besonders an eins der Gespräche, die er damals führte, erinnert sich Johan noch wie heute: Im Anschluss daran nämlich, wollte sein Gegenüber noch ‚eine Stunde über den Hof drehen‘. Schließlich müsse er immer wissen, dass mit seinen 6.000 Schweinen dort alles in Ordnung ist. „Eine Stunde für 6.000 Tiere?“, rechnete Walvoort blitzschnell aus, und im selben Moment stand für ihn fest: „Das ist nicht mein Ding. Wie kannst Du Verbrauchern Fleisch anbieten, von Tieren, um die Du Dich jeden Tag 0,6 Sekunden gekümmert hast?“

Lieber hörte sich Johan weiter um, interessierte sich für die „1 Star-Schweinehaltung“ im Beter Leven-Programm der Niederländischen Gesellschaft für Tierschutz, bevor er von „De Groene Weg“ hörte, der Biofleisch-Tochter von Vion. Sehr schnell waren die Walvoorts „höchst interessiert. ‚Bio‘ – das passte zu uns!“ Gesundheit, Wohlbefinden, frische Luft, draußen sein und Licht, „alles was bei ‚Bio‘ sofort mitschwingt, sind Dinge, die wir in unserem eigenen Alltag schon damals schätzten

und die uns für unsere Kinder wichtig waren“, erinnert sich Nancy.

Okay, okay. Aber mal wieder nüchtern betrachtet: Was bedeutet Bio denn prozessual? Welche Voraussetzungen muss ein Stall erfüllen? Was würde die Umstellung kosten? Und von welchem Zeitpunkt an wird sich die Transformation – Stichwort ‚Return-on-Invest‘ – wirklich gerechnet haben? Fragen über Fragen tauchten plötzlich auf, und zu Recht erwarteten die Eheleute, dass ‚Der Grüne Weg‘ ihnen keine Antwort schuldig bleiben würde.

Happy End Nr. 2. Im Ergebnis, drei Monate später, im Dezember 2016, stellte Johan



„Wenn wir gut sind zum Tier, ist das Tier auch gut zu uns.“

Nancy und Johan Walvoort

Walvoort den Aufnahmeantrag bei „De Groene Weg“. Ein üblicher Prozess, denn die Bio-Tochter von Vion nimmt neue Landwirte nur auf, wenn sie garantieren kann, dass ihre Bio-Schweine auch vermarktet werden können. In Holland genau wie mit „Der Grüne Weg GmbH“ auch in Deutschland. Ein Prinzip, das die Walvoorts sofort verstanden: „Eine Kette, in der wir zukünftig ja

ist besonders für eine Säule wichtig, auf die sich das Geschäftsmodell von bäuerlichen Bio-Umsteigern in der Regel verlassen muss – die Banken. Nicht bei seiner Hausbank, aber im zweiten Gespräch mit „ABN Amro“, bekam Johan, gestützt auf 'de Groene Weg's Abnahmegarantie seiner zukünftigen Bio-Schweine, den nötigen Kredit. „Eine Tür tat sich auf“, erinnert sich Johan an den Tag. „Statt ein Maximum aus der eigenen Landwirtschaft rauszuholen, hatten wir jetzt die Chance, ein Optimum zu erzielen“.

Wie Nancy und Johan Walvoort diese Chance nutzten, liest sich wie ein Generalstabsplan. „Uns war klar: Früher hatten sich Tiere auch bei uns im Stall einzurichten. Bei ‚Bio‘ richtet sich der Stall

nach den Tieren“. Zwei Bauarbeiter eines Unternehmens aus der Slowakei heuerte Johan an, und die arbeiteten 13 Monate „nahezu non-stop“. Minutiös griff ein Rad ins andere, wenn auf dem Hof Woche für Woche der Sauenbestand weiter abgebaut und gleichzeitig neuer Raum nach Bio-Maßstäben geschaffen wurde. Am 1. September 2017 wurden die letzten zwölf konventionellen Sauen gedeckt, am Neujahrsmorgen 2018 wurden im Stall nebenan die ersten Bio-Ferkel geboren. Schon Monate zuvor wurden alle Sauen nur noch mit Bio-Futter versorgt.

Den hochkomplexen Umstieg, der üblicherweise zweieinhalb Jahre dauert, schafften die Walvoorts in einem beispiellosen 16-monatigen Parallel-Logistik-Projekt. „Mit Hilfe der Jungs aus der Slowakei“, gibt Johan zu, „aber besonders mit Unterstützung vom ‚De Groene Weg‘“. Keine sechs Wochen vergingen, ohne dass Walvoorts in Sachen Stallumbau vor Ort „regelmäßig aufmerksame, persönliche Betreuung bekommen. Das war – de facto bewegten wir uns ja auf Neuland – uns sehr, sehr hilfreich“.

Okay, aber jetzt mal nüchtern betrachtet – wie sieht das Ergebnis aus? „Wir haben unbefristete Kontraktlaufzeit, statt 52 Preisfindungen pro Jahr, ein Preiskontrollspräche pro Quartal und erzielen in 75 % unserer Tiere einen zusätzlichen ‚Masken-Bonus‘ von 87 bis 102 kg. Bei einer Tageszunahme von 900 Gramm. Mit 50 Tagen ist unsere Säugezeit länger als die EU-Verordnung (42 Tagen), aber das zahlt sich bei der Mast aus“. Und auf die Frage, an wieviel Tagen im Jahr seine Schweine Antibiotika verabreicht bekommen – ein Punkt, der von konventionellen Mästern bisweilen mit „bis zu 200“ beantwortet wird – sagt Johan Walvoort: „0,6!“ Wie bitte? - Null Komma Sechs – das hatten wir doch schon mal. „Stimmt“, sagt unser Gastgeber und lacht: „Aber in völlig anderem Zusammenhang“. Heute lautet die Devise der Eheleute: „Wenn wir gut sind zum Tier, ist das Tier auch gut zu uns“.

Und: Ein letztes Mal ganz nüchtern betrachtet – eine ‚Liebesgeschichte‘ würden die beiden Walvoorts ihren Kontext zu ‚Bio‘ natürlich nie nennen. Aber immerhin, und das ist verbürgt, „eine Geschichte von Passion und Sehnsucht“. Für sie „ist ‚Bio‘ einfach eine Herzensangelegenheit. Eine Kette, in der alle Glieder vom Bauern über den Tierarzt, den Futterlieferanten bis zum Schlachter und Verarbeiter einfach sehr zufrieden sind“.



Perfekte Kinderstube im Stall der Walvoorts:
Natürliche Belüftung, Auslauf und Tageslicht,
eingestreute Liegenflächen und 50 Tage Säugezeit.

ein (Mit)-Glied bilden wollten, funktioniert straff immer nur, wenn sie gezogen wird. Im Fall von De Groene Weg also: Gezogen vom Bedarf des Marktes. Wer eine Kette schieben will, fasst sie am falschen Ende an“.

Johan wusste: In diesem Sinne planen Vion und De Groene Weg den Ausbau ihrer Bio-fleisch-Kette sehr umsichtig und werden die Zahl ihrer Bio-Schweine in Holland von aktuell 1.900 in den kommenden drei Jahren auf 2.500 pro Woche erhöhen. „Mit anderen Worten“, so Johan, „nach acht Wochen hatten wir den Aufnahmebescheid und nur einen Monat später auch die Umbaugenehmigung unserer kommunalen Behörde“.

Von 300 Sauen abspecken auf 72. Jede Sau kalkuliert mit 23 Ferkeln pro Jahr. Im Gegenzug, mit der Fläche, die er anbieten konnte, Platz für 580 Mastschweine. Das Konzept der Walvoorts war klar und – das mal vorweg genommen – so funktioniert es heute tatsächlich. Alle 14 Tage liefert sein Betrieb bis zu 55 Schweine an De Groene Weg. Seit 2018 jedes Jahr etwa 1.500 Tiere. Die Aussagekraft eines entsprechenden Business-Plans

Sie möchten mehr über Der Grüne Weg erfahren?



Unsere Einladung zu einem Erlebnistag bietet die Möglichkeit, Bauern in den Niederlanden zu besuchen und sich mit Ihren eigenen Kollegen über das Thema

„BIO“ und Der Grüne Weg auszutauschen. Bitte hinterlassen Sie uns Ihre Kontaktdaten, wir melden uns, versprochen!

<https://www.dergrueneweg.bio/erlebnistag/>

Tierwohl auf Rädern

VIEHLOGISTIK. *Das Neuwagen-Käufer ihre Fahrzeuge mit Extras ergänzen, ist nichts Ungewöhnliches. Bei Olaf Mählmann allerdings schon.*

Der Unternehmer aus dem Kreis Stormarn ist verantwortlich für den Einkauf von Rindern für die Vion ZuN im Südosten Schleswig-Holsteins und übernimmt als Selbständiger den Lebendviehtransport zu Vion nach Bad Bramstedt gleich mit. Den „Firmenwagen“ dafür hat der 54-Jährige allerdings nach ausgefeilten Wünschen bauen lassen. Die jedoch kommen weniger Mählmann selbst zugute, sondern vor allem denen, die von ihm befördert werden. Und das sind zumeist Bullen.

„Wenn Kunden im Supermarkt viel Geld für ein vernünftiges Fleischprodukt ausgeben, sollen sie auch vernünftiges Fleisch bekommen“, erklärt der Holsteiner.

Als gelernter Fleischermeister weiß er, welche Rolle für deren Fleischqualität spielt, dass sich die Tiere beim Transport wohlfühlen. So befördert Olaf Mählmann die Bullen stets in genau den vier- bis achtköpfigen Gruppen auf seinem Fahrzeug, in denen sie auch zu Hause im Stall gelebt haben. Dazu kann er die Abgitterung auf seinem Zug mit wenigen Handgriffen flexibel anpassen. Zudem bieten die Aufbauten mit 2,50 m Höhe

Raum für zusätzliche Belüftung, und für richtig heiße Tage gibt es zwei 250-l-Sprühanlagen.

Und tatsächlich, wer nach der Ankunft bei Vion in Bad Bramstedt aufs Fahrzeug steigt, ist überrascht von der Ruhe an Bord. Stress, Lärm, Machtspielchen und Platzgerangel? – Fehlanzeige. Mählmann selbst hat nichts anderes erwartet. Eingebaute haben während der Fahrt stets signalisiert: „Keine besonderen Vorkommnisse!“

Auf diese Weise der eigenen Verantwortung für einen tierwohlgerechten und schonenden Tiertransport Rechnung zu tragen und einen sehr hohen Standard im Lebendviehtransport gewährleisten zu können, war Olaf Mählmann „die Investition wert“. Auch die für eine auffällige hochwertige Airbrush Spezial-Lackierung. Damit macht das Gespann allerdings auch Mählmann's eigene Arbeit angenehmer: „Als Fahrer eines ‚normalen‘ Viehtransporters ist dir die Missbilligung anderer Verkehrsteilnehmer gewiss. In unserem neuen Zug hingegen, der signalisiert ‚Auf diesem Fahrzeug geht's den Tieren gut‘ – winken uns Menschen nicht selten sogar freundlich zu“. Uns übrigens bedeutet: Mählmann junior Tamme. Nach Beendigung seiner Ausbildung – so die gemeinsamen Pläne – wird der 21-Jährige beim Vater buchstäblich mit einsteigen.

STANDPUNKT

Doppelt betroffen



Vor gut drei Monaten sprach ich hier über „enorme Herausforderungen“ und von „nicht bekannten Strukturbrüchen“ – allerdings in der Rückschau auf 2021. Dass nun zu befürchten ist, 2022

wird das Vorjahr in Sachen Turbulenzen noch einmal deutlich übertreffen, war nicht zu ahnen.

Das Geschehen in der Ukraine wird auch in unserer Landwirtschaft zu massiven Verwerfungen führen. Allein die explodierten Strom-, Gas- und Treibstoffkosten sind kaum noch zu verkraften. Und dass die Lieferfähigkeit der zwei größten Getreide- und Raps-Lieferanten Europas mit dem Einmarsch russischer Truppen in die Ukraine vom Tisch gefegt scheint, trifft unsere Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie gleich noch einmal.

Was ist die Konsequenz? – Dramatische Preisentwicklungen in die eine, wie die andere Richtung, setzen Bauern und Fleischerzeugern ohnehin seit langem zu. Die Ankündigung bei weitem nicht ausreichender Tierwohl-Förderung von 1 Mrd. Euro, um den gesamten Veredlungsbereich zu transformieren, wird die Ratlosigkeit der heimischen Bauern noch erhöhen. Nun auch noch der Mischfuttermarkt, dessen absehbare Unsicherheit den Jungtierzukauf unmittelbar beeinflusst. Den eigenen heimischen Getreideanbau zu stärken, ist einmal mehr für unsere Bauern das Mittel der Wahl. Kombiniert mit Tierhaltung steht dies für einen geschlossenen Nährstoffkreislauf, planbare Erträge und setzt ein deutliches Zeichen, dass Landwirtschaft mit Tierhaltung die derzeit solideste Basis ist.

Dr. Stephan Kruse

Business Development Director Farming Germany



Vieheinkäufer und Tierspediteur Olaf Mählmann und Sohn Tamme (l)

Foto: Thomas van Zütphen

IMPRESSUM

ProAgrar Ausgabe 55, März 2022

Gesamtverantwortung: Dr. Stephan Kruse (V.i.S.d.P.)

Redaktion: Thomas van Zütphen

Produktion: TwoTypes Werbeagentur GmbH & Co.KG

Druck: wub-druck GmbH

Auflage: 30.000

Schreiben Sie uns! proagr@vionfood.com

Oder rufen Sie uns an 04192 503-313

Vion GmbH, www.vionfoodgroup.com

Rudolf-Diesel-Straße 10, 86807 Buchloe

ProAgrar
digital:



Diese Broschüre wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt, das vollständig recyclebar ist.