

Die Zukunft der Fleischvermarktung fest im Blick



„IceHouse“ etabliert sich mit TK-Convenience / Westfleisch baut mit „Aktion Tierwohl“-Produkten erfolgreich neues Marktsegment auf - Auszeichnung mit dem „taste11“-Award der Anuga / Export in alle wichtigen Absatzländer Asiens / Clean Label „gustapur“ für ursprünglichen Wurstgenuss

Westfleisch hat die Trends der Fleischerzeugung fest im Blick. Mehr für das Wohl von Tieren tun und mit einem gutem Gewissen Fleischwaren und Wurst genießen – dieses Angebot macht die Westfleisch eG, Münster mit der „Aktion Tierwohl“. Als erstes Unternehmen der Branche hat die Genossenschaft mit der „Aktion Tierwohl“ eindeutige Kriterien für die Erfassung des Tierwohls definiert und überprüfbar gemacht. Dr. Helfried Giesen, Vorstandssprecher der Westfleisch eG, betont: „Mit der ‚Aktion Tierwohl‘ hat Westfleisch neue Maßstäbe in der Branche für den sorgsameren Umgang mit dem Tier gesetzt.“ Mittlerweile sind die Produkte in rund 2.000 Outlets des Handels in ganz Deutschland erhältlich.

Mit einem Startsortiment von 17 Artikeln SB-Fleisch, Wurst und Schinken hat Westfleisch seit Juni dieses Jahres erfolgreich ein neues Marktsegment zwischen QS- und Bio-Fleisch etabliert. Und es bietet den Pionieren im Handel, erklärt Dr. Helfried Giesen, „deutlichen Mehrwert und zusätzliche Wertschöpfung“. Die „Aktion Tierwohl“ überzeugt in den Testmärkten mit guten Verkaufszahlen.



Presseinfo Anuga 2011

Westfalenland Fleischwaren GmbH
Hessenweg 2
48155 Münster

Oktober 2011

www.westfalenland.de
www.icehouse-convenience.de

**Herzlich Willkommen
bei uns auf der Anuga!**

Halle 6 - Stand B.28

Winner of Anuga „taste11“

Die Innovationskraft der "Aktion Tierwohl" wird auch durch den Gewinn des „taste11“-Awards auf der Anuga unterstrichen. Aus über 1.300 eingereichten Vorschlägen wurde das Sortiment der Westfalen von einer kompetenten Fach-Jury zum Sieger im Sortiment „Fleischwaren“ gekürt.

Derzeit liefern rund 100 Landwirte ihre Tiere für das Programm „Aktion Tierwohl“, weitere stehen bereit. Die Sortimentstiefe, stellt Westfleisch-Vertriebsleiter Hubert Kelliger dem Handel in Aussicht, wird nach dem erfolgreichen Start der aktuellen Nachfrage in den Märkten angepasst.

Was Handel wie auch Endkunden bei der „Aktion Tierwohl“ zugreifen lässt, ist das zeitgemäße Konzept. Das Wohlbefinden der Tiere wird dabei im Sinne eines Regelkreises kontinuierlich geprüft und dokumentiert. Das Ziel: Mehr fürs Wohl von Tieren tun und Wurst und Fleischwaren für Genuss mit einem guten Gewissen anbieten. Westfleisch ist damit ein gemeinsames Anliegen von Tierhaltern und Verbrauchern angegangen. Der drittgrößte deutsche Fleischvermarkter sorgt mit innovativen Vorreiter-Initiativen immer wieder für mehr Verbrauchervertrauen in das wertvolle Lebensmittel Fleisch.

Mit dem Anspruch bewusster Nachhaltigkeit durch die Beachtung von Umweltschutz und Tierwohl, Regionalität, einer Frischegarantie sowie sozialer Verantwortung setzt Westfleisch mit seiner „Qualitätspartnerschaft“ seit Jahren Maßstäbe. „Die qualitativen – und auch moralischen – Anforderungen an unsere Produkte steigen spürbar weiter an“, sagt Giesen. Exportabschlüsse in Westeuropa und insbesondere Skandinavien setzen beispielsweise oft schon Standards bei Animal

Welfare und Human Welfare voraus.

Handel und Verbraucher mögen Smiley

Unübersehbar dreht sich am Stand der Westfleisch eG auf der „Anuga Meat“ der gelbe Smiley der „Aktion Tierwohl“, der auch die frisch-grünen Verpackungen ziert. Das einzige deutsche Label für nachweisbar verbesserte Haltungsbedingungen von Tieren, das bislang vom Handel geordert werden kann, überzeugt nach nur vier Monaten am Markt Handel wie auch Endkunden. Und das nicht nur in Deutschland. Auch in Skandinavien ziert das „Aktion Tierwohl“-Signet die Ware. „Wir sehen uns durch aktuelle Umfragen darin bestätigt“, erklärt Giesen, „dem Konsumenten Produkte anzubieten, bei denen moderne Landwirtschaft und das Tierwohl kein Widerspruch sind.“

Als Genossenschaft mit einer soliden Eigenkapitalstruktur hat Westfleisch eine Sonderstellung im Markt - verfügt sie doch seit über 20 Jahren über eine kontrollierte Rohstoffbasis in Form von Kooperationsverträgen mit Landwirten in Nordwestdeutschland und den angrenzenden Niederlanden. 70 bis 80 % der insgesamt 6,5 Mio. Schlachtschweine, 320.000 Bullen, Kühen und Färsen und fast 50.000 Schlachtkälber pro Jahr stammen derzeit aus vertraglich gesicherten Kooperationsbetrieben. Die Fleischcenter in Erkenschwick, Coesfeld, Hamm, Paderborn und Lübbecke liegen alle inmitten der veredlungsstarken Region in Mitteleuropa.

Wachsender Export sichert Absatz

Die Unternehmensgruppe Westfleisch exportiert zu über 40 Prozent das kontrolliert erzeugte Qualitätsfleisch in alle Welt. Die weiter wachsende Ausfuhr nach Asien sichert Absatz und Ertrag, in

2010 konnte einen Umsatz von 1,93 Mrd. Euro erzielen. Die Unternehmen der Gruppe exportieren in alle wichtigen Absatzländer Asiens. Westfleisch hat die Ausfuhr gen Osteuropa und Russland Hand in Hand mit dem Handel im vorigen Jahr um über 50 Prozent steigern können. Egbert Klokkers, Vertriebsleiter International bei Westfleisch, blickt zufrieden in die Zukunft: „Alle Millionenstädte vor dem Ural erreicht unsere Ware wöchentlich.“

Die Benelux-Staaten sind der stärkste Absatzmarkt für Westfleisch. In Frankreich ist Westfleisch 2010 ein erfolgreich laufendes Joint Venture mit Dawn Meats, einem etablierten Marktkenner, eingegangen. Im März dieses Jahres wurde mit der „Westfleisch Nordic AB“ ein Vertriebsbüro in Stockholm eröffnet. Es vermarktet mit Erfolg das Qualitätsfleisch aus Westfalen auch direkt an Großkunden in Skandinavien. Trotz Währungskrise ist der Export nach Griechenland nahezu stabil, nach Italien wird sogar mehr Schweinefleisch in den Einzelhandel geliefert als in den Vorjahren.

Premium-Spezialität ohne Zusatzstoffe

Mit besonderen Angeboten an Wurst- und Fleischprodukten tragen die Westfleisch-Veredlungsunternehmen Gustoland und Westfalenland den Wünschen bewusster Verbrauchern Rechnung. Die Wurst-Spezialisten aus Erkenschwick präsentieren dem Handel neben ihrem gewohnt breiten Sortiment als Premium-Spezialität „gustopur“, sieben Clean-Label-Produkte. Der Verzicht auf Zusatzstoffe beim Herstellen der klassischen Wurstsorten und die Auswahl besonders hochwertiger Rohstoffe werden ergänzt durch eine neue, stylische Verpackung. Das pure Produkt, durch und durch authentisch,

das ist die klare Botschaft von „Gustopur“ an den bewussten Verbraucher.

IceHouse etabliert sich als Marken-Zulieferer

Aus Minuten werden bei Westfalenland Sekunden: Mit neuartig zugeschnittenen „Sekundensteaks“ aus frischem Rindfleisch und einem technologisch verbesserten „Food Appeal“ seiner Produkte präsentiert sich das münstersche Veredlungsunternehmen der Westfleisch auf der Anuga.

Ein besonderes Augenmerk erhält das Tochterunternehmen Icehouse mit seiner Tiefkühl-Fleisch-Convenience. Das Lieferspektrum reicht von Hackfleischprodukten bis zu Fertiggerichten für den LEH und bietet Industriepartnern ein komplettes Leistungspaket rund um den Ready-to-process-Rohstoff. Innerhalb eines Jahres hat sich das junge Tochterunternehmen mit hochmoderner Technik und profunder Kenntnis des wertvollen Rohstoffs Fleisch als Zulieferer der Markenindustrie etabliert.

www.westfalenland.de

www.icehouse-convenience.de

www.westfleisch.de

www.aktion-tierwohl.de