



**F O O D   G R O U P**

**Die Entwicklung der Veredelungs- und Fleischwirtschaft  
in den Niederlanden und in Deutschland  
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten -**

Niedersächsische Akademie  
Ländlicher Raum  
Papenburg, den 27. Oktober 2010

Dr. Heinz Schweer  
Direktor Landwirtschaft (Deutschland)  
VION GmbH

## Visitenkarte

- geb. am 24.11.1951 in Bentrop (Kreis Unna)
- Studium der Landwirtschaft in Stuttgart-Hohenheim
- 10 Jahre Geschäftsführer VzF und BauernSiegel-Erzeugergemeinschaft (Lüneburger Heide)
- 15 Jahre Vorstandsvorsitzender VION Zeven AG (vorm. Premium-Fleisch AG) (1.000 Rinder und 40.000 Schw./Wo)
- seit Juli 2007 Direktor Landwirtschaft (Deutschland)



## Agenda

- Profil ZLTO und VION Food Group
- Die Entwicklung in der Veredlungs- und Fleischwirtschaft in Deutschland
- Die Entwicklung in der Veredlungs- und Fleischwirtschaft in den Niederlanden
- Die gemeinsamen Herausforderungen

# Woher kommt VION?

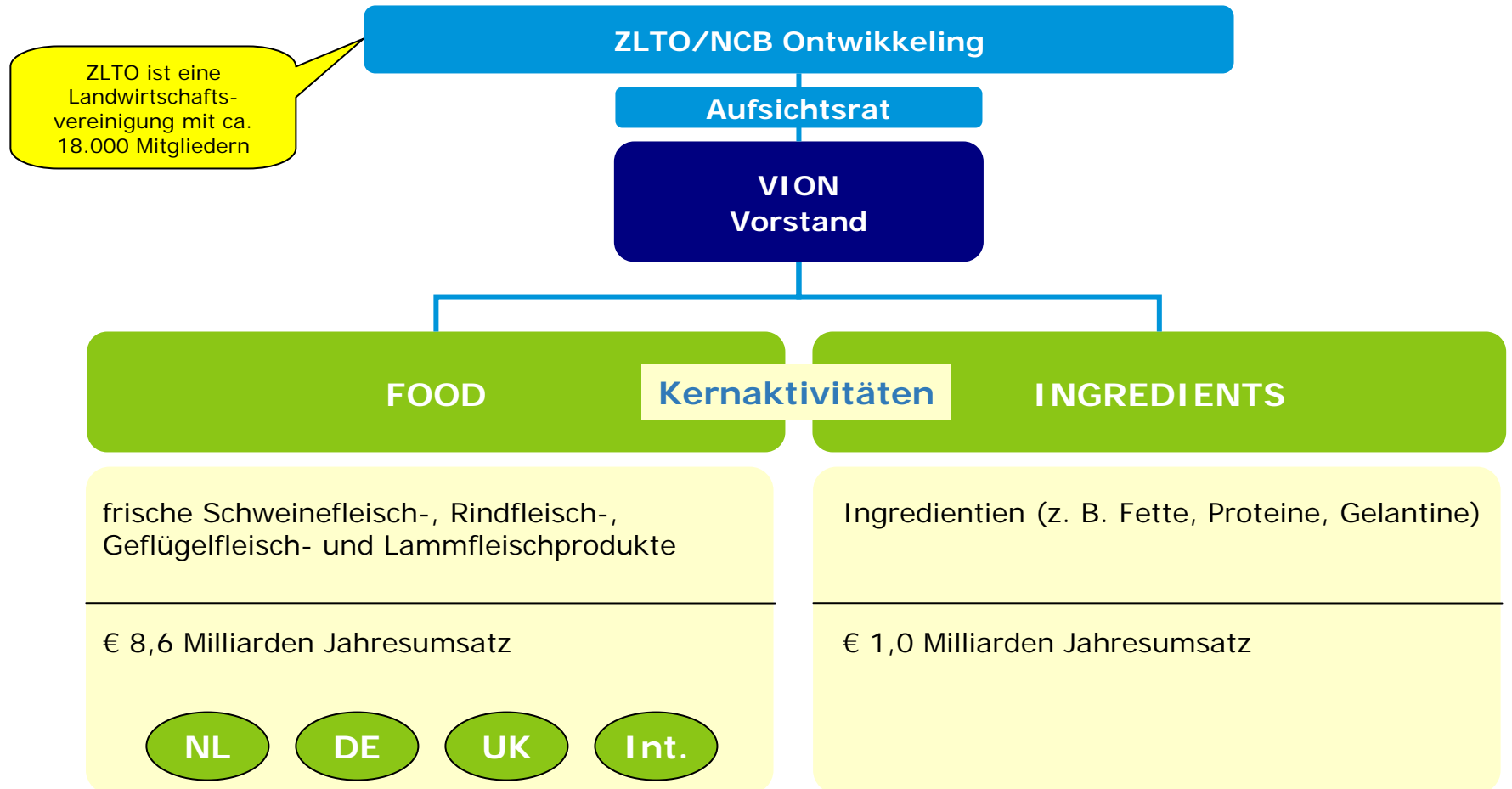
ZLTO/NCB Ontwikkeling 100%

Bauernverband  
(18.000 Mitglieder)

Aufsichtsrat



# Struktur VION: Strategischer Aktienbesitz, keine Genossenschaft



## Wer ist ZLTO ?

- Südniederländischer Bauernverband
- 18.000 Mitglieder, davon 10.000 mit eigenem Betrieb

## Auftrag

- Die ZLTO unterstützt ihre Mitglieder beim Aufbau einer nachhaltigen Position am Markt und in der Gesellschaft



## Die VION Food Group - ein bauernnotiertes Unternehmen

- Finanzielle Ergebnisse:  
VION wird geleitet wie ein börsennotiertes Unternehmen
  - Aber auch:  
Strategische Perspektiven schaffen für die Lieferanten
- ➡ Nicht **börsennotiert** sondern **'bauernnotiert'**

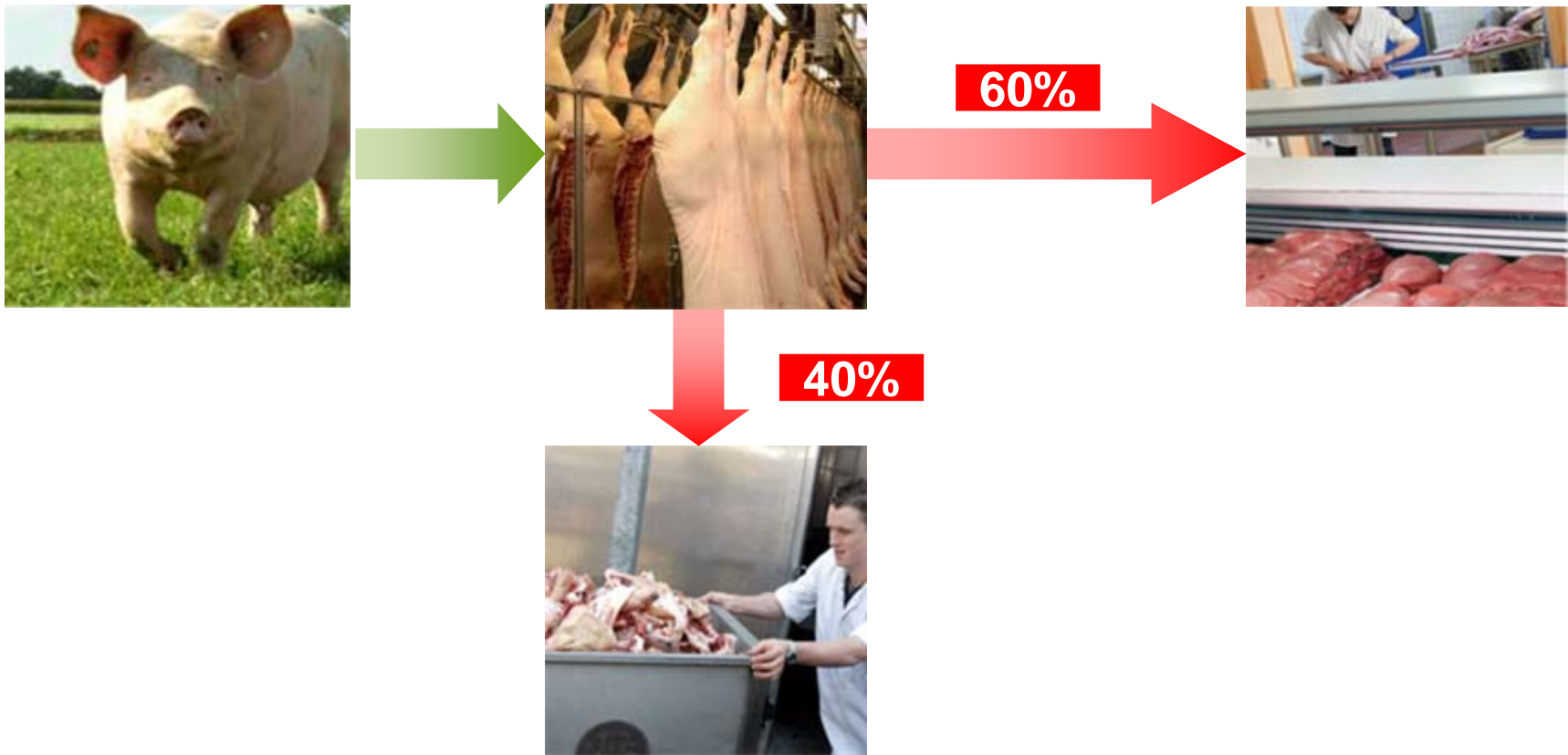




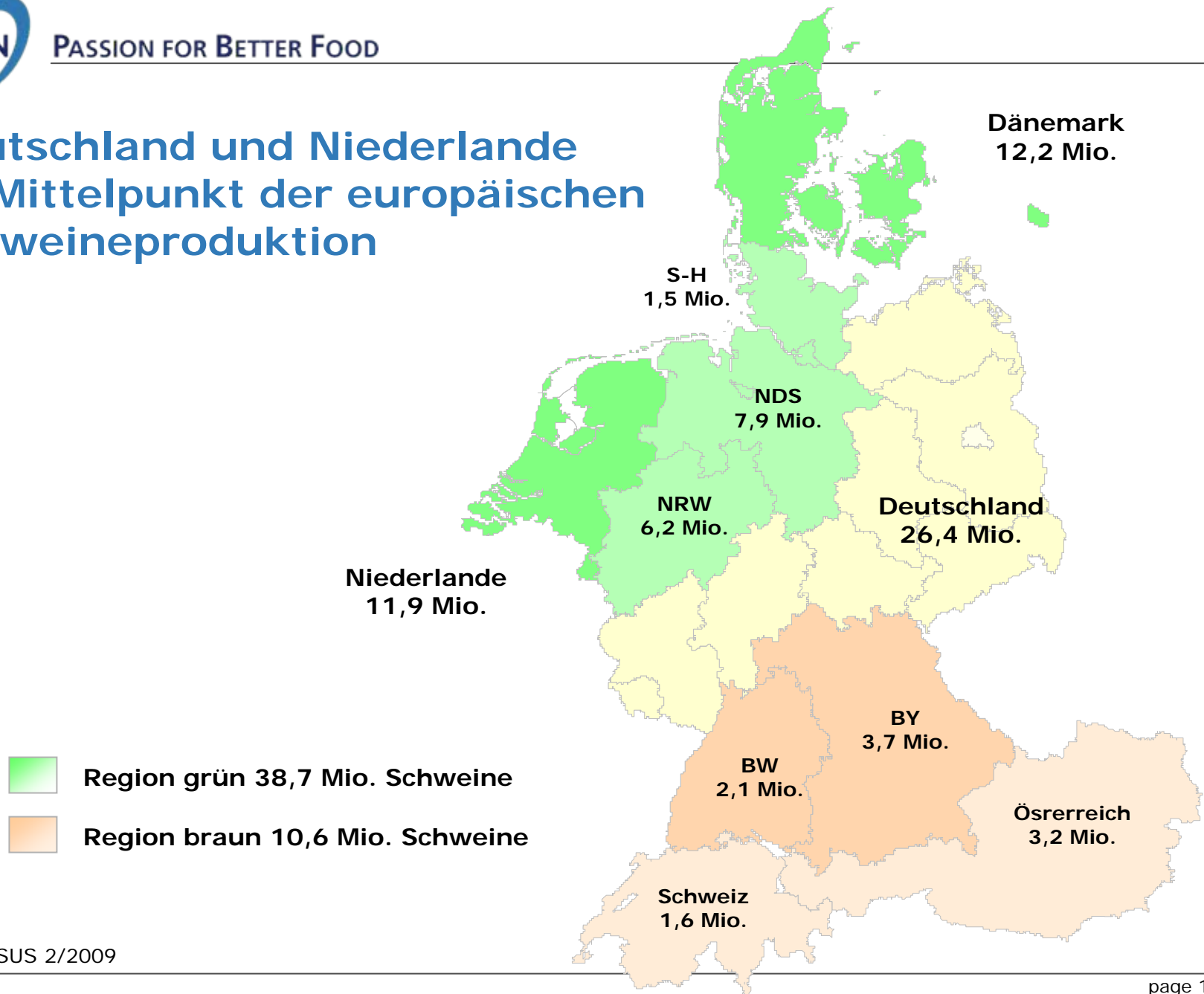
## Die Entwicklung in der Veredlungs- und Fleischwirtschaft in Deutschland



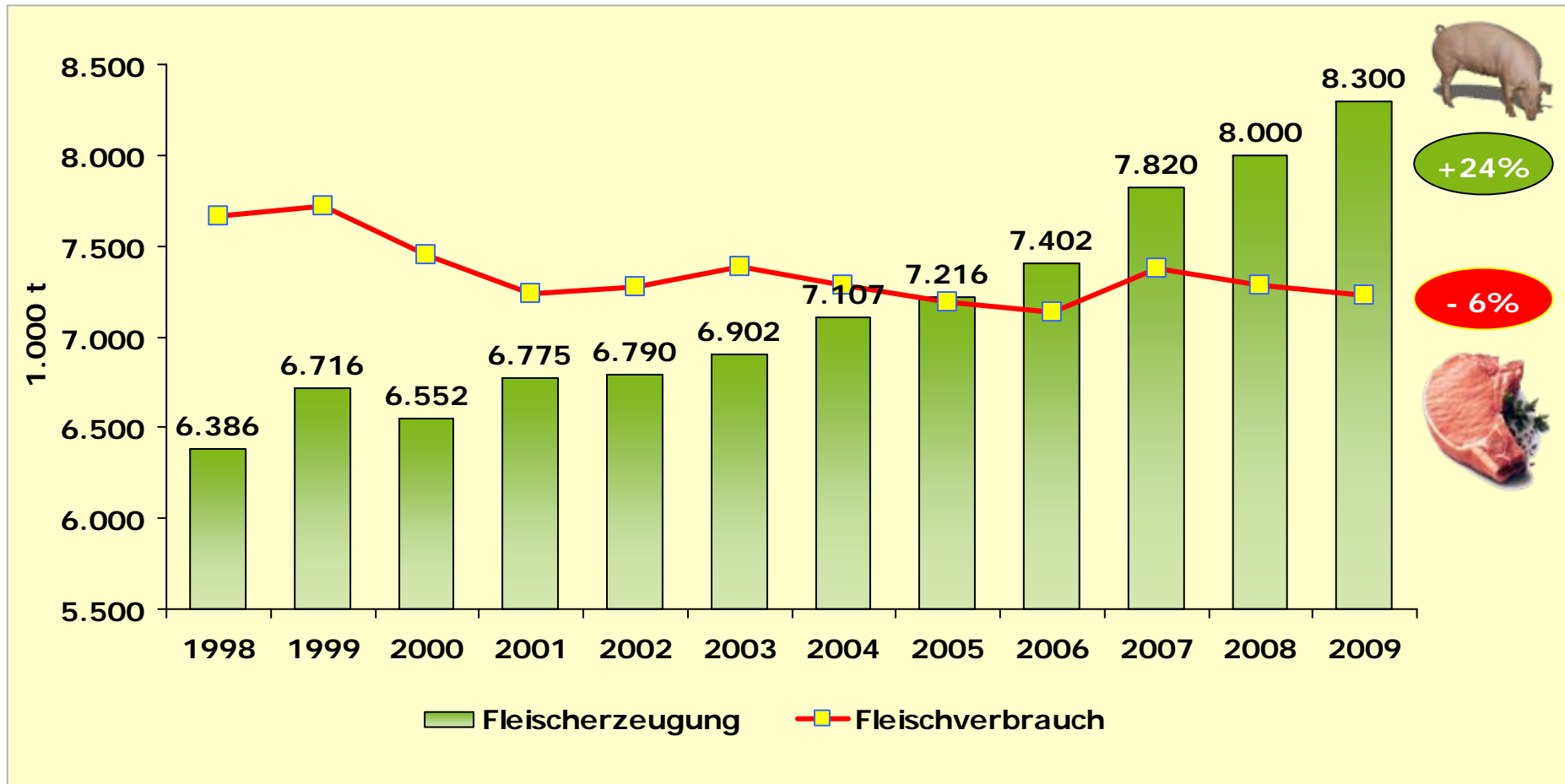
## VION steht für die vollständige Veredelung und Verwertung aller Rohstoffe



# Deutschland und Niederlande im Mittelpunkt der europäischen Schweineproduktion



# Die deutsche Schweinefleischherzeugung ist der Gewinner der Krise in Europa, trotz rückläufigem Inlandverbrauchs



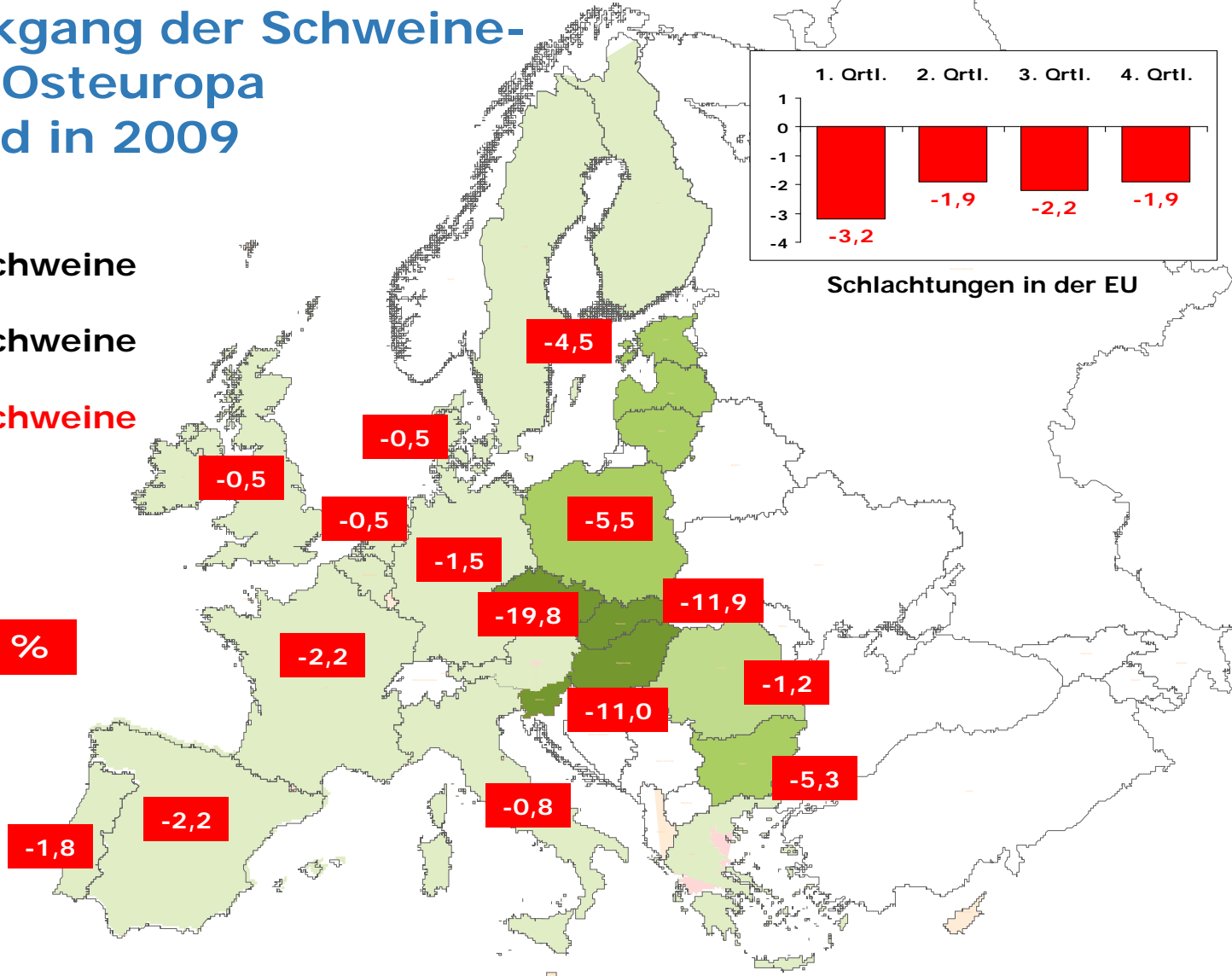
# Starker Rückgang der Schweinebestände in Osteuropa und Russland in 2009

2007: 260 Mio. Schweine

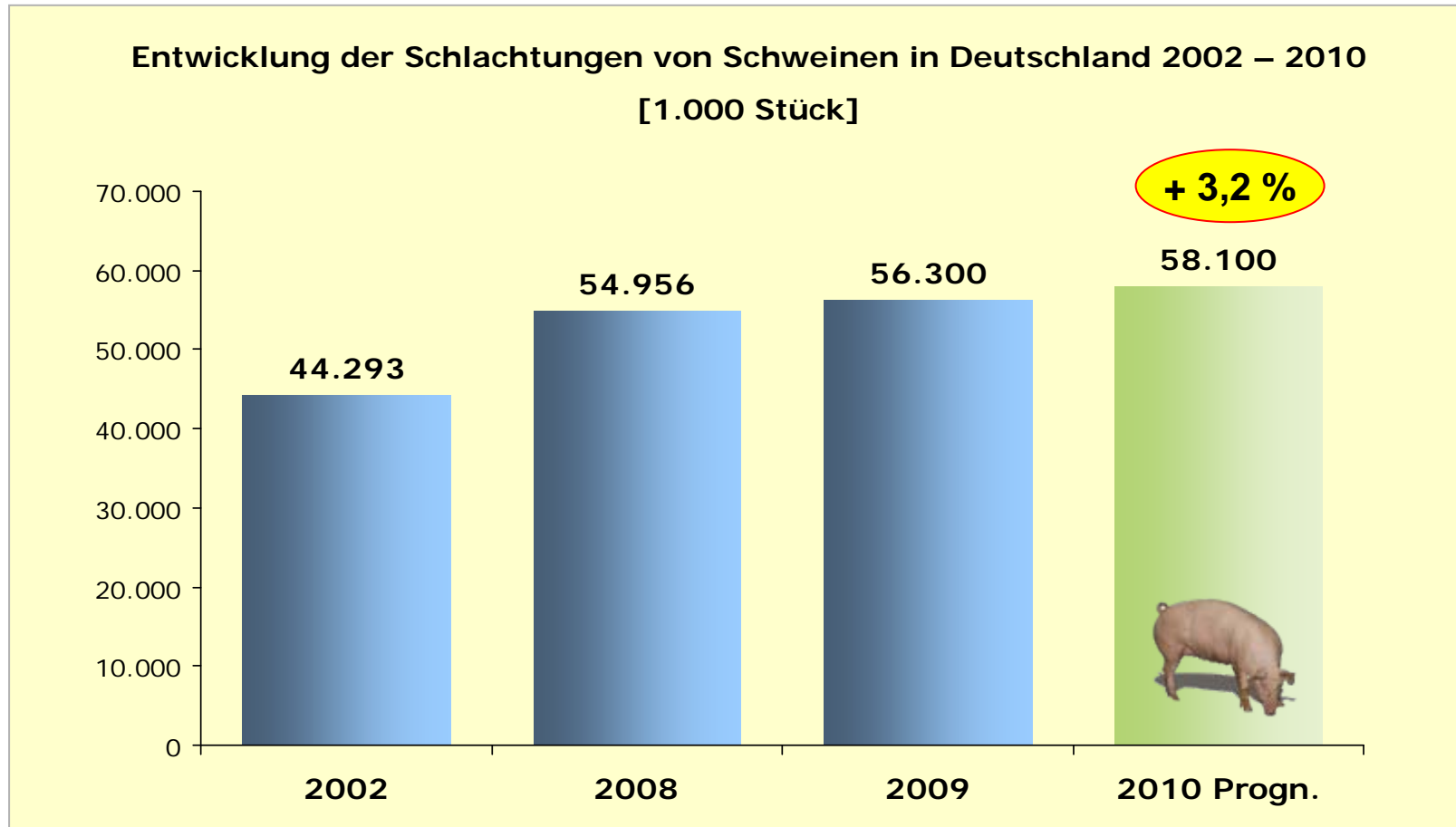
2008: 256 Mio. Schweine

2009: 250 Mio. Schweine

2009 vs. 2008 in %



## 2010 setzt sich die dynamische Entwicklung bei den Schweineschlachtungen unvermindert fort



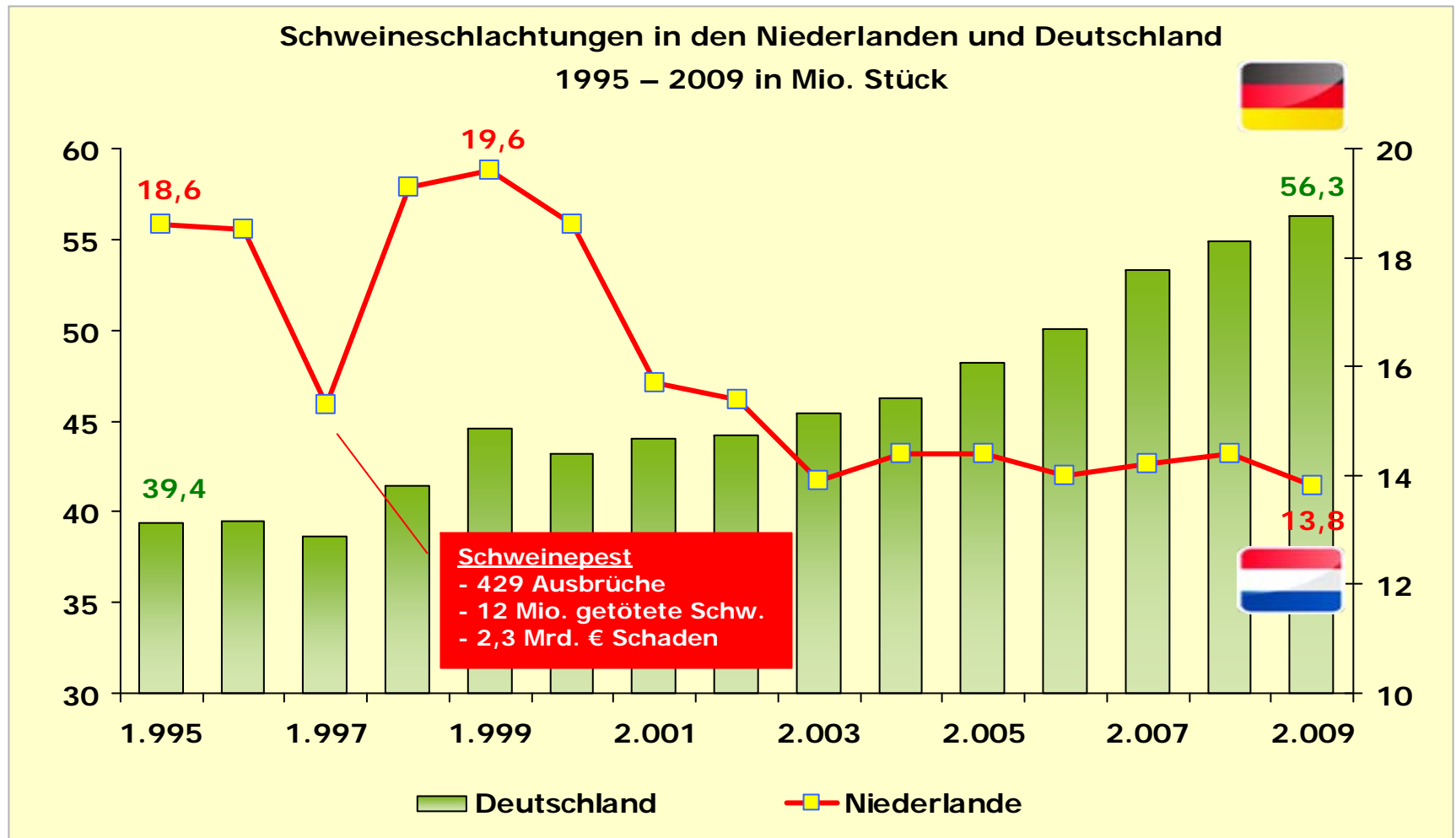
## Die deutsche Schweineproduktion hat die besten Entwicklungschancen in Europa

- Sie profitiert von der Globalisierung der Märkte, bei gleichzeitiger Regionalisierung von Produktion und Vermarktung
- Im Vergleich zu Nachbarländern besteht ausreichend Fläche, besonders in Ostdeutschland, Gülle als Ertrags- und nicht Kostenfaktor
- hohes Know-How in der Veredelungsproduktion
- beste Schlachthofstruktur in Europa mit Zugang zu internationalen Märkten und zunehmender Wertschöpfungstiefe



## Die Entwicklung in der Veredlungs- und Fleischwirtschaft in den Niederlanden

# Die Entwicklung der Schweineschlachtungen verläuft gegensätzlich

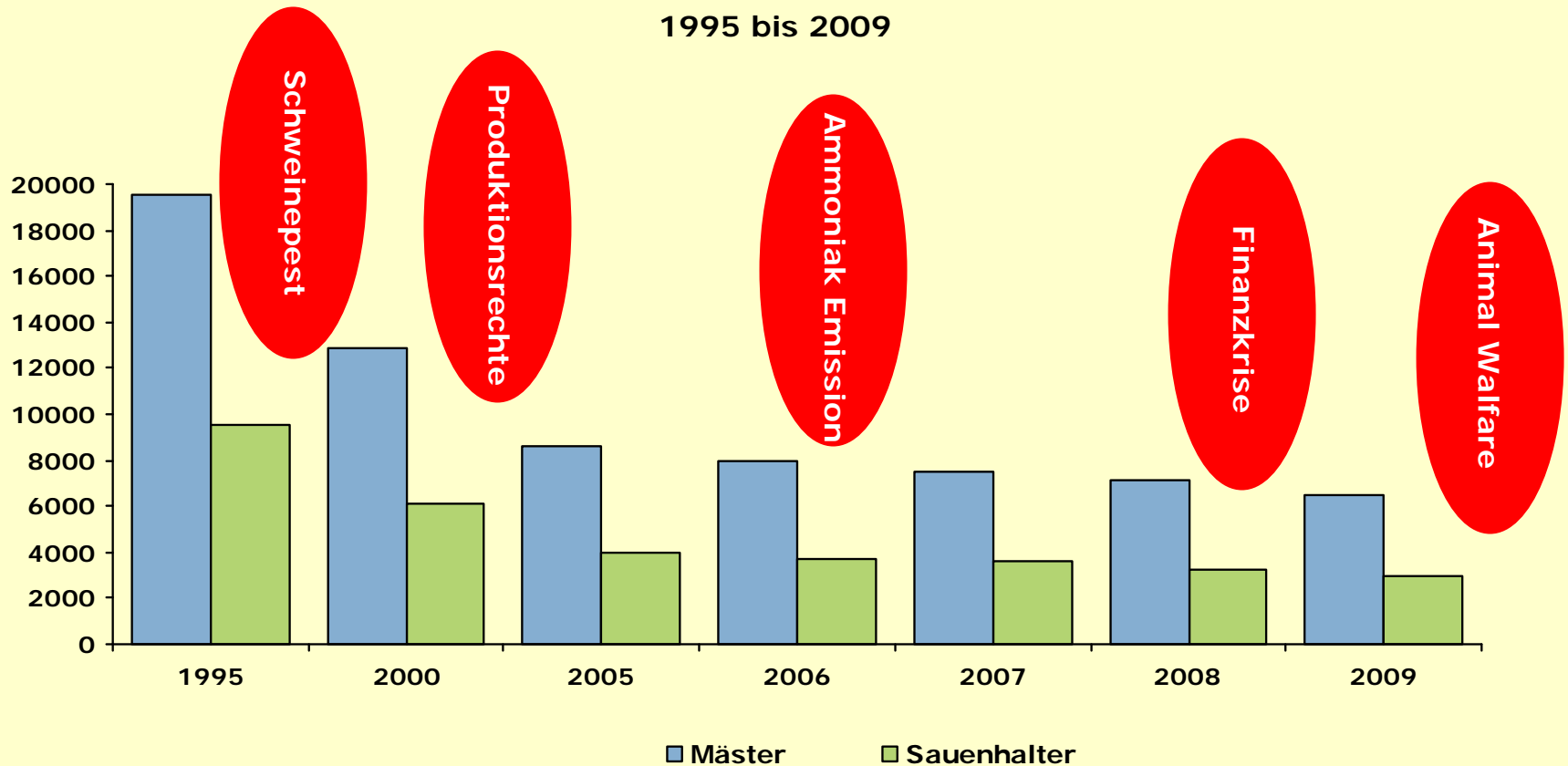




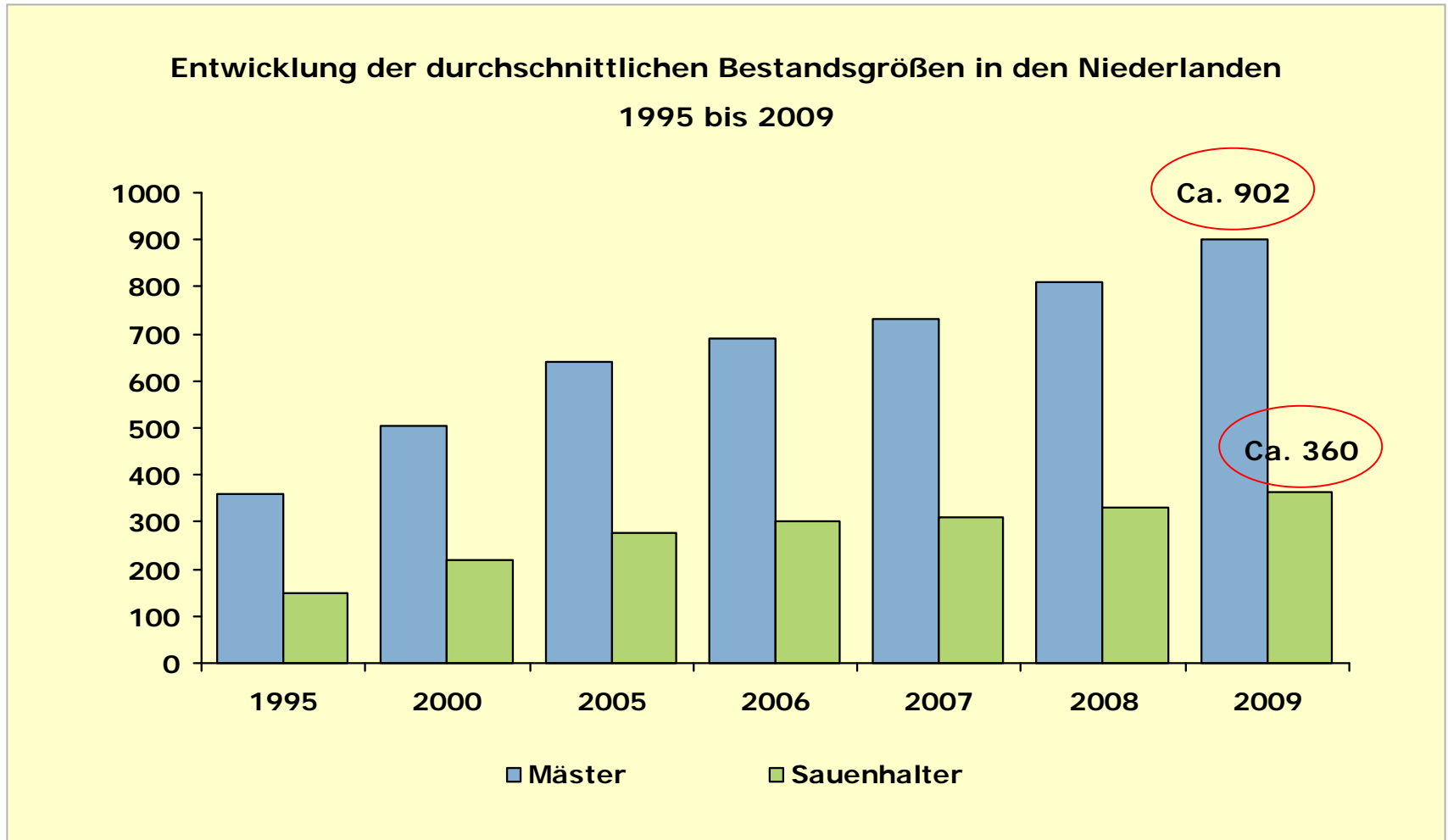
# Der niederländische Schweinesektor steht unter Druck

Entwicklung der Ferkelerzeuger und Mäster in den Niederlanden

1995 bis 2009



## Das Wachsen der Betriebe in den Niederlanden hält an



## Die Flächenknappheit und die Umweltauflagen in den Niederlanden sind ein anhaltendes Problem

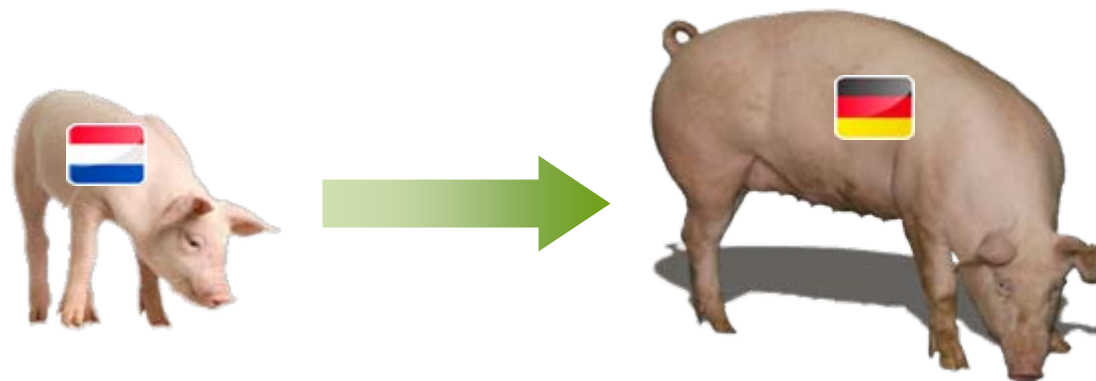
Preisentwicklung in den Niederlanden	1960	1980	2000	2008	Nominal %	Real %
Arbeit (€/Stunde)	0,73	5,29	9,83	11,8	1346	214
Land (€/ha)	1.300	16.700	35.800	39.000	2659	422

- Zahlreiche Mastbetriebe haben sich der Zuchtsauenhaltung und Ferkelproduktion zugewandt, weil geringere Nachweisflächen für die Verwertung der Exkremente notwendig sind.



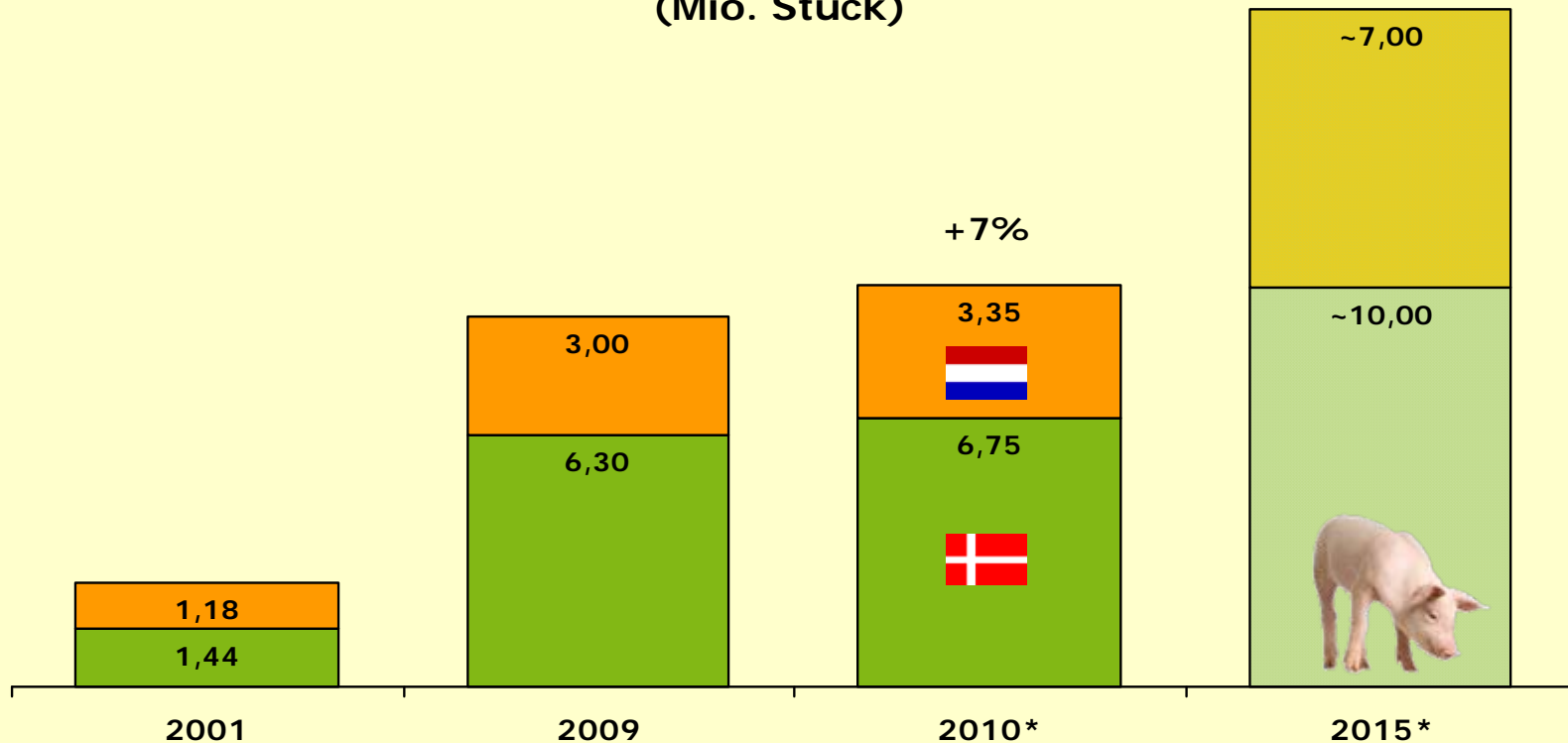
## Aufgabenteilung in der Erzeugung von Schweinefleisch zwischen Deutschland und den Niederlanden

- Die Mast in Nordwestdeutschland gewinnt zunehmend an Bedeutung.
- Niederländische Mastbetriebe wenden vermehrt der Sauenhaltung zu, um den aufnahmefähigen deutschen Markt mit Ferkeln zu beliefern.



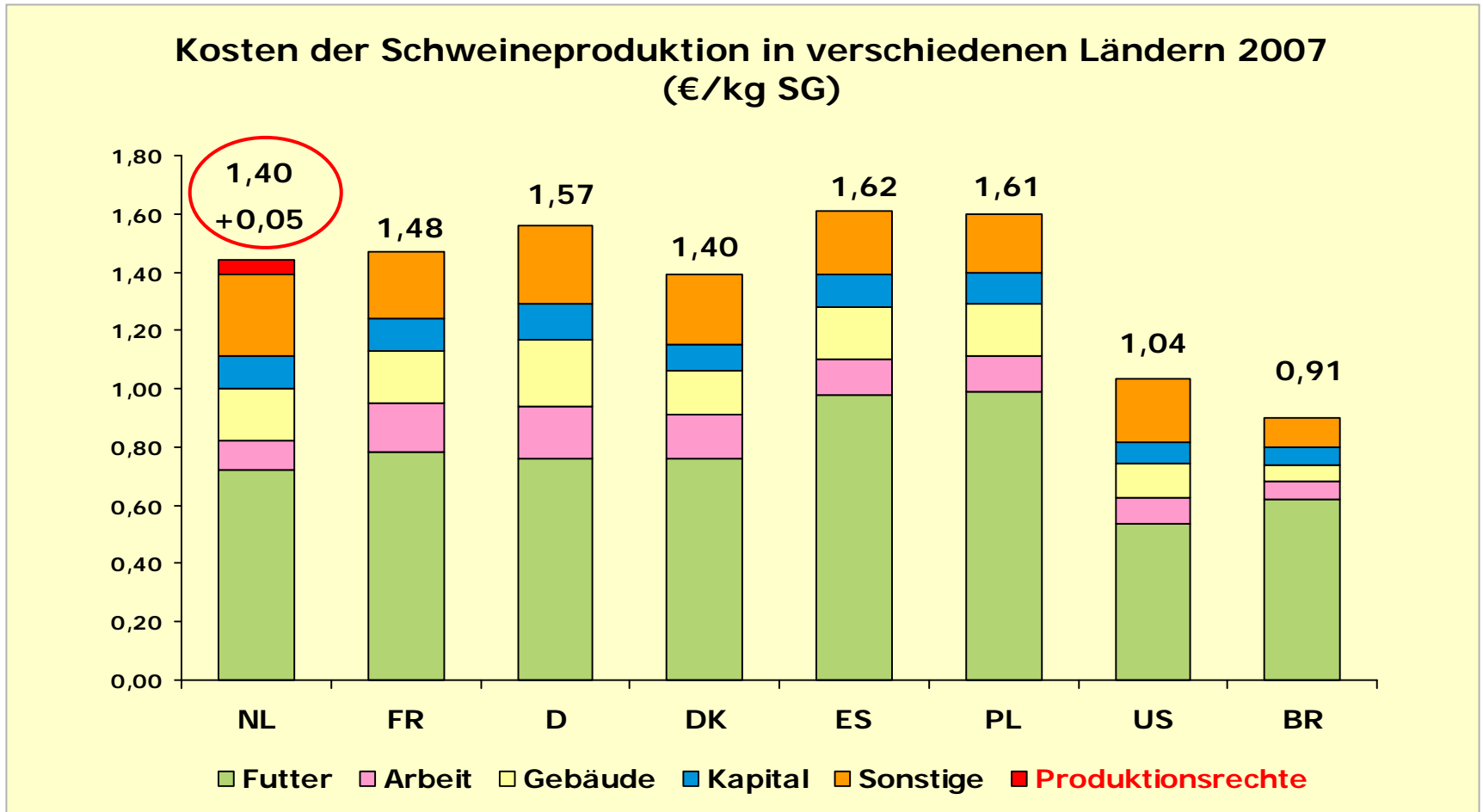
# Die Lebendexporte nach Deutschland werden weiter steigen

Deutsche Einfuhren von Ferkeln aus den Niederlanden und Dänemark  
(Mio. Stück)



Quelle: AMI, top agrar

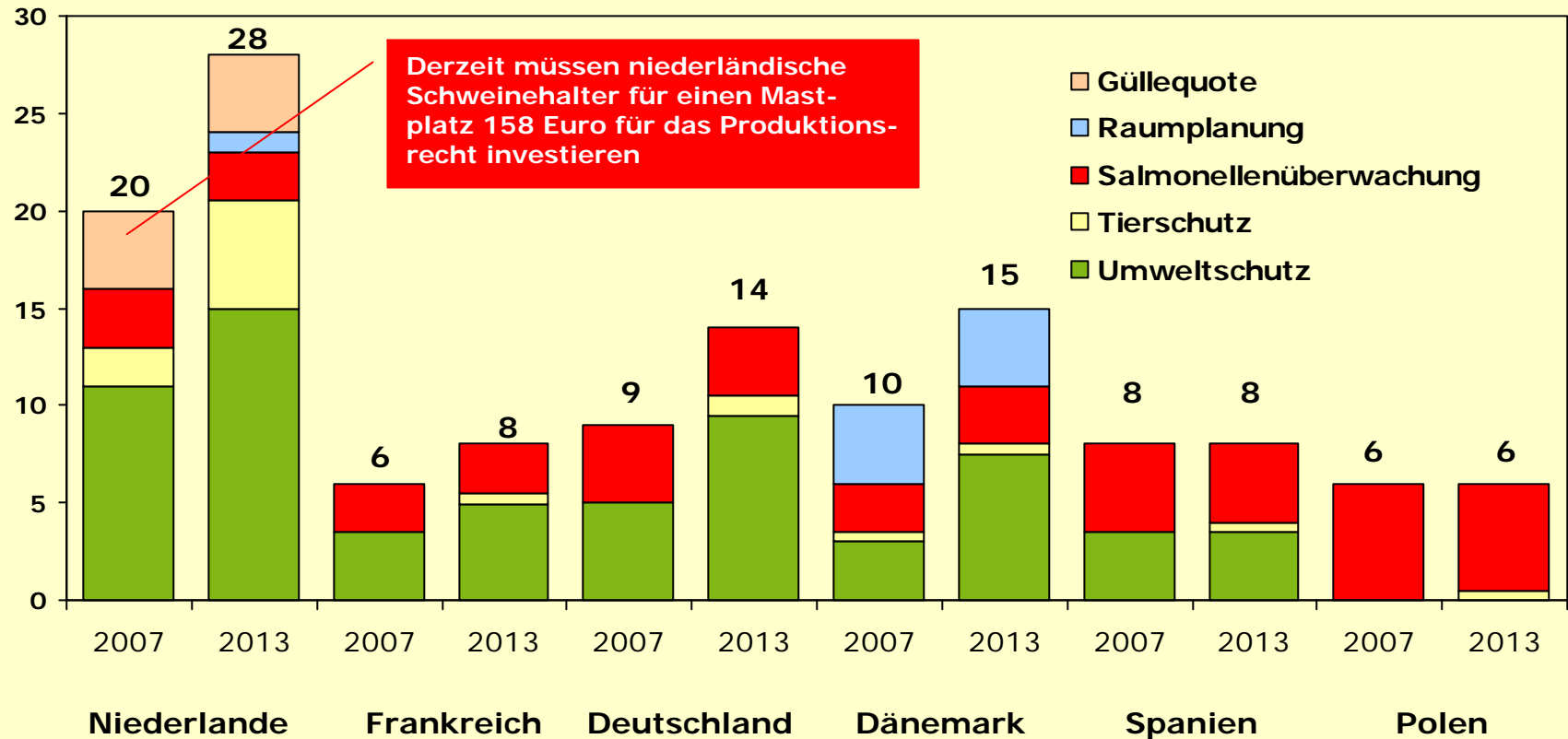
## Trotz niedriger Kosten in den Niederlanden, die USA und Brasilien produzieren deutlich günstiger



# Bis 2013 steigen die Produktionskosten durch neue Auflagen, insbesondere in den Niederlanden

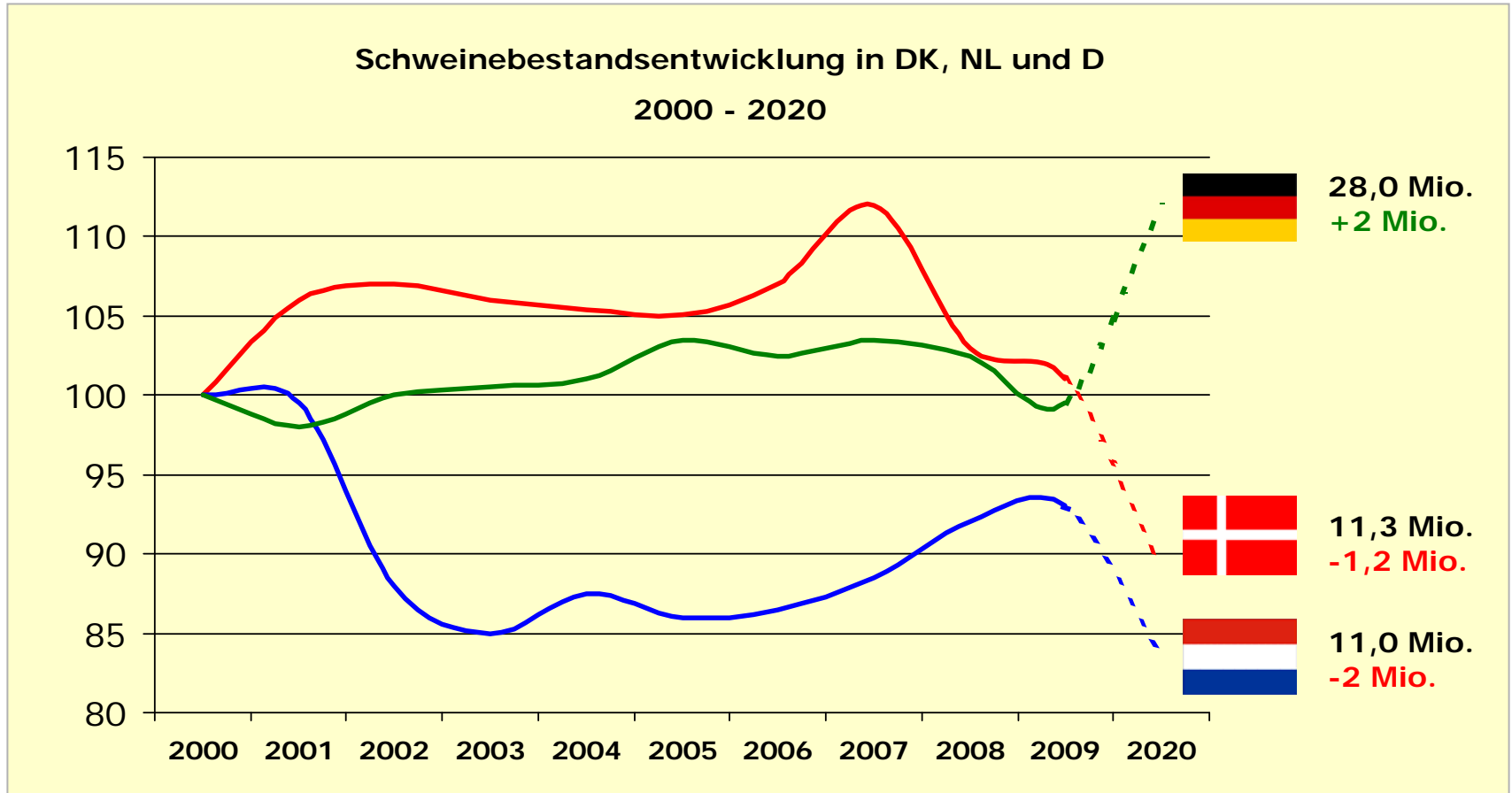
Geschätzte Mehrkosten durch politische Auflagen

Cent/kg SG



Quelle: LEI

## Langfristig: Wachstum in Deutschland, Reduktion in den Niederlanden und Dänemark





## Deutschland ist super für niederländische Schweinehalter, weil...

- ...keine Produktionsrechte erworben werden müssen (200 €/Mastplatz, 550 €/Sauenplatz).
- ...in Holland für Mast- und Zuchtschweine 40% der Bucht planbe- festigt sein müssen. In Deutschland ist im Liegebereich Vollspalten- boden mit 15% Schlitzanteil erlaubt.
- ...Gesamtbuchtenfläche in NL  $1\text{m}^2/\text{MS}$  beträgt, in Deutschland nur  $0,75\text{m}^2$ .
- ...eine Fremd-AK in Holland bei 35.000 € liegt, in Deutschland niedriger. Holländische Fachkräfte sind kaum verfügbar.
- ...die Ferkel in Deutschland teurer sind.



# Die Anerkennung der Landwirtschaft in den Niederlanden hat in der öffentlichen Meinung verloren: z.B. Ferkelkastration



Gesponsorde Koppelingen

Pas op bij HEMA  
Kopen bij HEMA is oke, maar neem geen HEMA-worst vol biggenleed mee  
[www.wakkerdier.nl](http://www.wakkerdier.nl)




Nu bij **Burger KING**  
Biggetjes die onverdoofd worden gecastreerd!

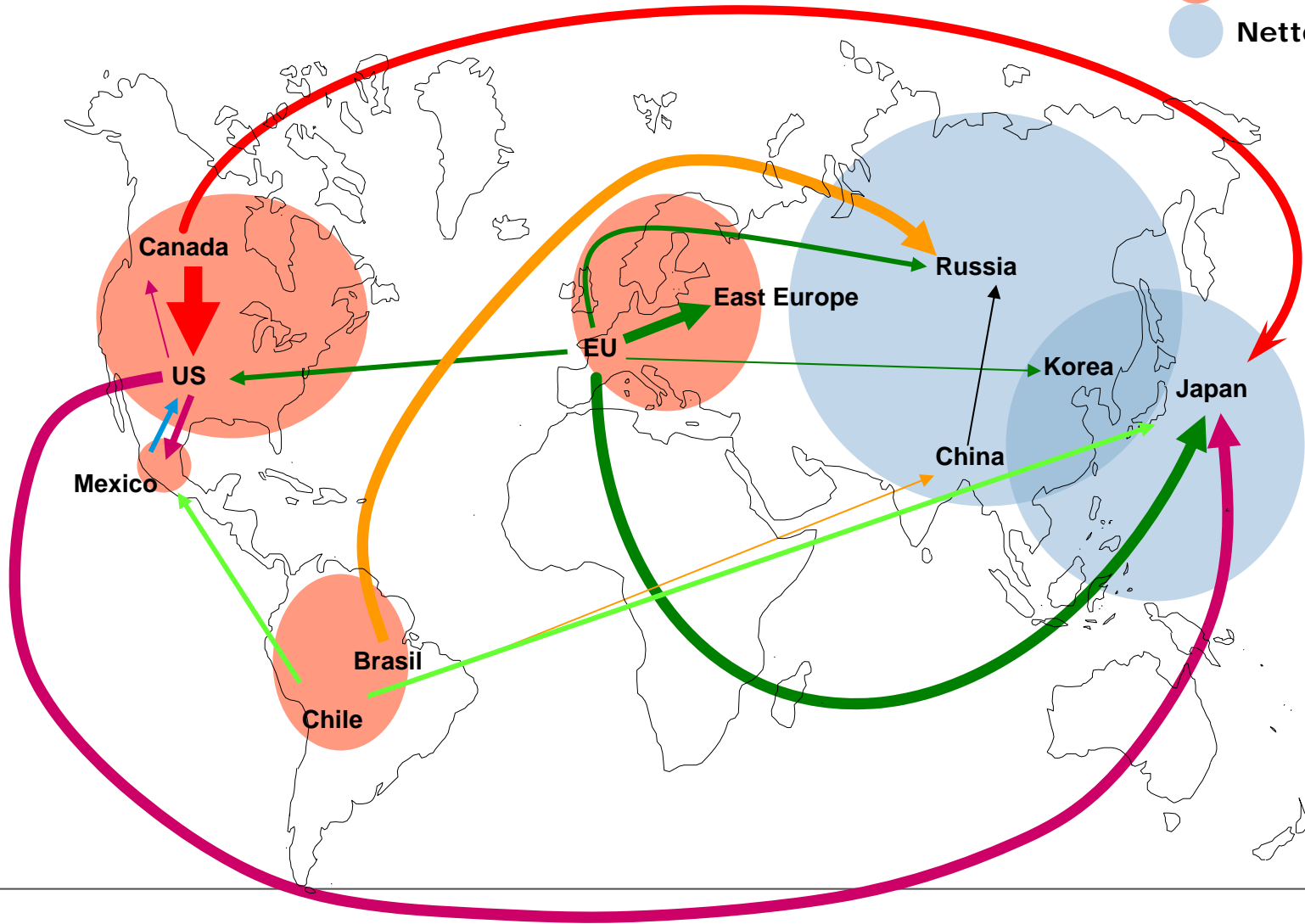




## Die gemeinsamen Herausforderungen

# Europa steht im Wettbewerb mit Nord- und Südamerika

● Netto Export  
● Netto Import



## Export: VION sichert den Marktzugang weltweit durch eigene Verkaufsbüros vor Ort



### VION-Büros:

- Rumänien
- Spanien
- Polen
- Tschechien
- Slowenien
- Ungarn
- Bulgarien
- Ukraine
- Russland
- Dänemark
- Schweden
- Frankreich
- Griechenland
- Italien
- Brasilien



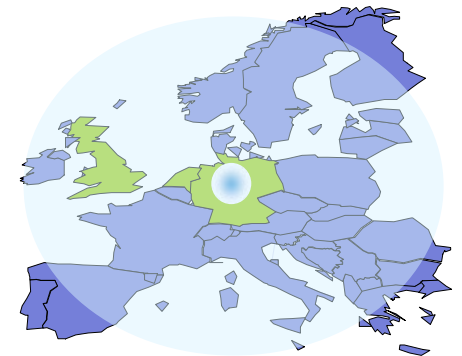
## Weltweit verstärken vor allem internationale Unternehmen aus Nord- und Südamerika ihre Aktivitäten



**Die brasilianische JBS-Gruppe ist in der Krise besonders gewachsen durch Übernahme weiterer Unternehmen auf einen Jahresumsatz von über 30 Milliarden Euro.**

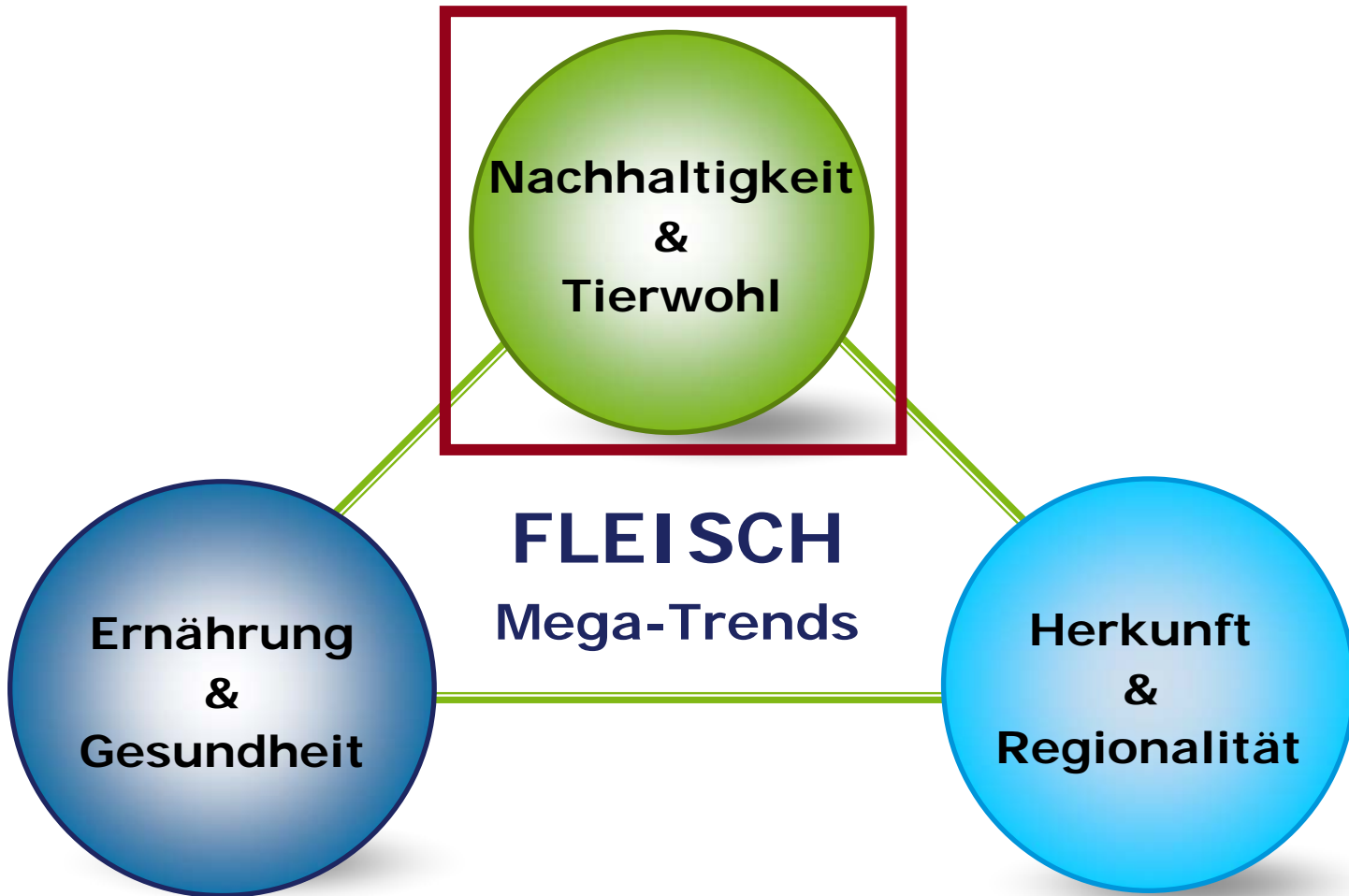
## VION stärkt die Marktposition auf den Heimatmärkten

- Mit Veterinärabkommen neue Exportchancen, die VION langfristig und nachhaltig nutzen wird - aber sehr volatile Märkte
- Im Mittelpunkt steht die Stärkung unserer Marktposition auf den Heimatmärkten Niederlande, Deutschland und Großbritannien
- Die EU bleibt wichtigster Exportmarkt mit der Fokussierung auf die großen europäischen Lebensmittelfilialisten



## Der Fleischmarkt der Zukunft wird vielfältiger!

→ Drei Megatrends werden das Fleisch-Frischesortiment prägen





## Ausstieg aus der Ferkelkastration

- VION Forschungsprojekte mit der Landwirtschaft in den Niederlanden und Deutschland
- VION schlachtet bereits 35.000 Eber pro Woche und ist bestrebt, den Markt mit Jungeberfleisch sicher zu bedienen und die Jungebermast auszubauen



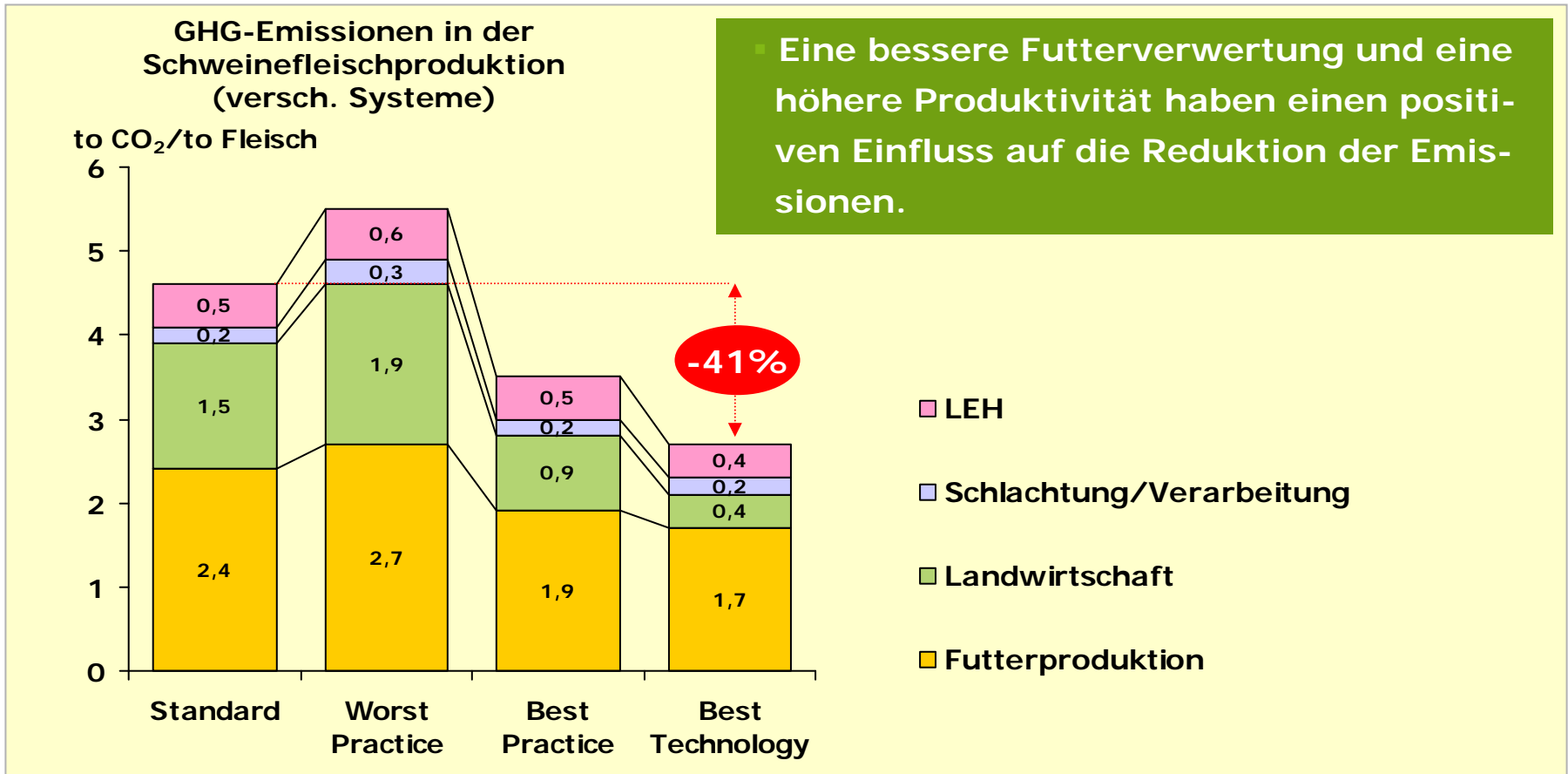
## Der Markt wartet nicht...

### Partnerschaft Albert Heijn – VION in den Niederlanden:

- Animal Welfare Programm für über 1 Millionen Schweine ab 2011:
  - spezielle Haltungskriterien
  - männliche Schweine werden nicht kastriert
  - max. Transportzeiten werden festgelegt
- Ausgezeichnet mit dem „Dieren bescherming“-Siegel (Niederländischer Tierschutzbund)



# Durch Einsatz der Best Technology lassen sich die Emissionen um 40% reduzieren



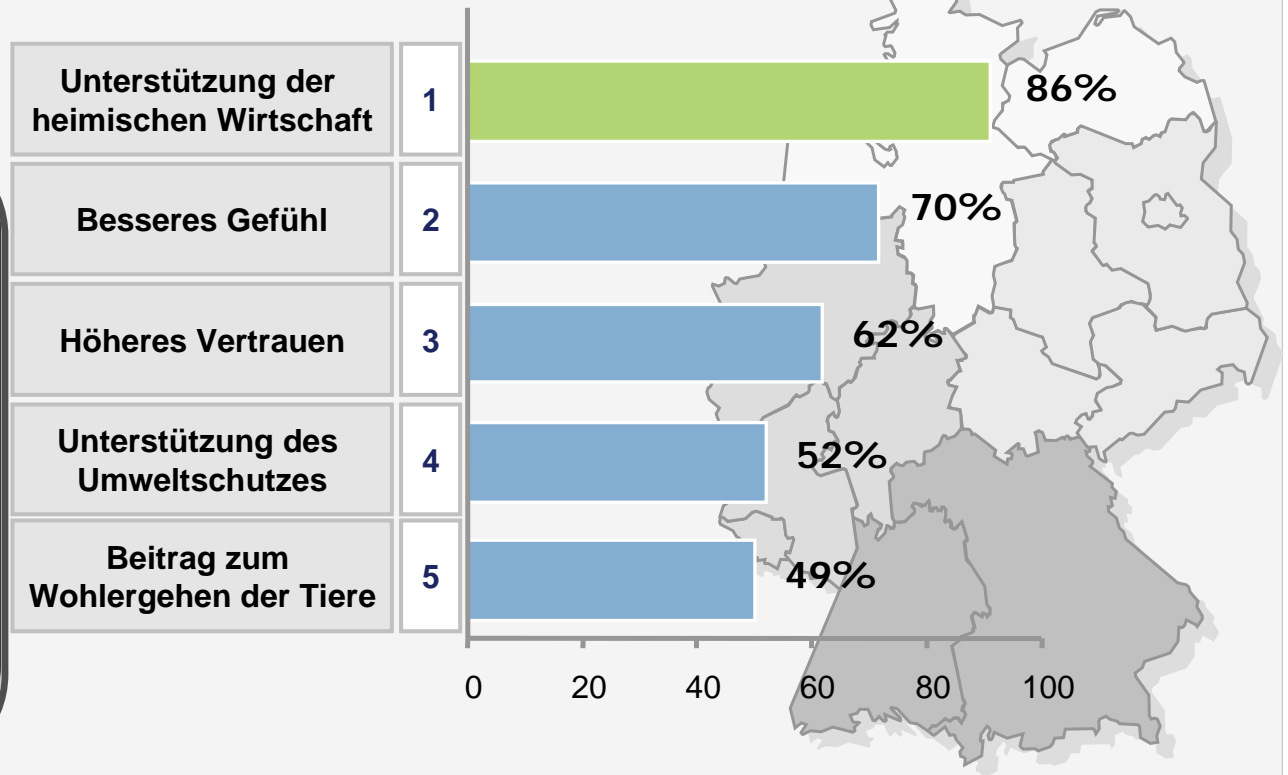
Eine bessere Futtermittelverwertung und eine höhere Produktivität haben einen positiven Einfluss auf die Reduktion der Emissionen.

# 74% der Verbraucher bevorzugen Fleisch aus ihrer Region!



*83% der Deutschen möchten über die Herkunft von Fleischprodukten informiert werden - vor 2 Jahren waren es noch 67%*

## Gründe für Fleisch aus meiner Region



## Flächendeckend regional vertreten

- ✓ Nah an der Landwirtschaft
- ✓ Nah am Kunden



- ✓ Einzigartig in Deutschland



**Was sind die Grundvoraussetzungen um die genannten Herausforderungen im Markt erfolgreich zu bewältigen?**

## Entscheidend ist die Offenheit, Wissen zu teilen!

- Um Transparenz und Vertrauen zu fördern, brauchen wir eine intensive Kommunikation nach innen und nach außen  
- zwischen Kunden, Landwirtschaft & Industrie.
- Öffentlichkeitsarbeit ist dabei ein unverzichtbarer Bestandteil unserer lebendigen Innovationskultur.





## Gefragt ist langfristiges nachhaltiges Denken & Handeln statt kurzfristigem Aktionismus!







# VIELEN DANK für Ihre Aufmerksamkeit !

