



Editorial

Erste „Bonner Runde“



Liebe Leser,

es gibt zahlreiche Schnittstellen zwischen der deutschen und der niederländischen Schweinefleischwirtschaft und alles deutet darauf hin, dass die Bedeutung füreinander weiter wächst – sei es als Produktionsstandort oder als Absatzmarkt.

Grund genug, den länderübergreifenden Dialog zu suchen, denn Kommunikation ist die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit als Geschäftspartner und die Zukunft der Branche.

Daher haben wir mit der ersten „Bonner Runde“ ein neues grenzüberschreitendes Forum ins Leben gerufen: Mit diesem Roundtable haben wir eine Gesprächsreihe begonnen, in der gemeinsam Ideen entwickelt und Lösungen gefunden werden können. Auf diese Weise können wir wirtschaftliche, aber auch administrative Prozesse transparenter machen und fördern sowie das gegenseitige Vertrauen vertiefen.

Ihre

Sytse Muijs

Wirtschaftsgruppe Vieh und Fleisch (PVV)

Gemeinsam Strategien entwickeln

Die Entwicklungen in der Schweinefleischwirtschaft verlaufen sehr dynamisch. Für die aktuellen Herausforderungen auf den Gebieten Produktion, Tiergesundheit und -wohlsein, aber auch innerhalb der Produktionskette und für den wachsenden internationalen Wettbewerb gilt es, gerüstet zu sein. Daher empfehlen Experten der deutschen und niederländischen Branche die Festlegung gemeinsamer Standards und eine einheitliche Positionierung: Fachleute aus beiden Sektoren fanden sich erstmals zu einem länderübergreifenden Erfahrungsaustausch in Bonn zusammen, um die „Optimierungspotenziale in der deutsch-niederländischen Schweinefleischwirtschaft“ zu definieren. Im Fokus der ersten „Bonner Runde“ standen dabei die Chancen und Aufgaben innerhalb der Wertschöpfungskette sowie die Frage, welche Möglichkeiten sich daraus für eine intensive Zusammenarbeit ableiten lassen.

Schon zu Beginn des von Prof. Brigitte Petersen moderierten Gespräches wurde deutlich, dass sich alle Beteiligten eine engere Zusammenarbeit zwischen dem deutschen und dem niederländischen Sektor wünschen. „Intensive Kontakte sind die Grundvoraussetzung, um auf diesem dynamischen Markt zu bestehen“, so Wynno Zwanenburg, Vorsitzender des Verbandes niederländischer Schweinehalter.

„Wir müssen noch enger agieren, nämlich als zusammengehörige Wirtschaftsregion, um auch international wettbewerbsfähig zu bleiben – mit einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie“, so Zwanenburg weiter. Dabei gelte es, administrative, aber auch wirtschaftliche Hürden zu überwinden.

Fortsetzung auf Seite 2



Experten aus der Branche trafen sich in Bonn zum Roundtable-Gespräch „Optimierungspotenziale in der deutsch-niederländischen Schweinefleischwirtschaft“ (Teilnehmerübersicht siehe Seite 2).

Fortsetzung von Seite 1

Teilnehmer:

(siehe Gruppenbild auf Seite 1, von links nach rechts)

Dr. Martin Hamer

Geschäftsführer der Forschungsplattform Grenzüberschreitende Integrierte Qualitätssicherung e. V. (GIQS)

Wyno Zwanenburg

Vorsitzender des Verbandes niederländischer Schweinehalter (NVV)

Prof. Dr. Ludwig Theuvsen

Department für Agrarökonomie und RURale Entwicklung der Universität Göttingen

Drs. Piet Thijsse

Vorsitzender des Verbandes der Viehhändler (NBHV)

Martin Wesselmann

Geschäftsführer der Raiffeisen Viehvermarktung GmbH & Co. KG

Ing. Mark Tijssen

Bauernverband (LTO), Schweinesektor

Prof. Dr. Brigitte Petersen

(Moderation)

Vorsitzende der Forschungsplattform Grenzüberschreitende Integrierte Qualitätssicherung e. V. (GIQS)

Dr. Hermann Schlöder

Leiter des Referats Vieh und Fleisch, Eier und Geflügel im BMELV

Ing. Robert Hoste

Ökonom am Forschungsinstitut für Agrarwirtschaft (LEI) in Wageningen

Drs. Jos Jongerius

Sekretär der Wirtschaftsgruppe Vieh und Fleisch (PVV)

Arie Veldhuizen MBA (nicht im Bild)

Attaché der Botschaft des Königreichs der Niederlande in Berlin



Die Perspektiven der länderübergreifenden Zusammenarbeit wurden intensiv diskutiert (v.l.n.r.: Ing. Mark Tijssen, Prof. Ludwig Theuvsen, Arie Veldhuizen MBA, Martin Wesselmann). Hauptthemen waren die Entwicklung gemeinsamer Kommunikationsstrategien, Standardisierung und Tierwohlsein.

In der Kommunikation liege der Schlüssel, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern, so der Tenor der Runde. Prof. Ludwig Theuvsen, Forscher am Department für Agrarökonomie und RURale Entwicklung der Universität Göttingen, nahm diesen Gedanken auf und brachte einen wichtigen Aspekt auf den Punkt: „Insbesondere die Qualität unserer Kommunikation müssen wir verbessern. Und dabei ist eine Komponente ganz wichtig: Vertrauen.“

Produktqualität abstimmen

Kommunikation ist somit auch das zentrale Stichwort, wenn es um die Verbesserung der Produktqualität geht. „Unsere Strategie muss es sein, einen gemeinsamen Innovationskern zu schaffen, damit aus dem ‘Nebenher’ ein ‘Miteinander’ werden kann“, so Dr. Martin Hamer, Geschäftsführer von GIQS. „Eine schnelle und effiziente Generierung gemeinsamer Qualitätsparameter ist ein entscheidender Faktor, um das Produkt als solches zu verbessern“, ist sich Hamer sicher. Die Standardisierung von Produktionsverfahren und Qualitätssicherungs-Systemen ist auch aus Sicht von Ing. Mark Tijssen vom niederländischen Bauernverband die dringlichste

Aufgabe. „Wir können nur dann ein nachhaltiges Produkt erzeugen, wenn wir gemeinsame Standards festlegen“, so



Ing. Mark Tijssen

Tijssen. Diese Meinung teilt Martin Wesselmann, Geschäftsführer der Raiffeisen Viehvermarktung. „Ganz wichtig ist es, dass wir den Erzeugern und Mästern Hilfestellungen geben. Mithilfe eindeutiger Standards

würden wir das Potenzial eines Ferkels genau kennen – und der Mäster eben auch“, konstatiert Wesselmann.

Um dies zu erreichen, sei der gegenseitige Informationsaustausch essenziell.

Dabei spiele die Rückverfolgbarkeit und



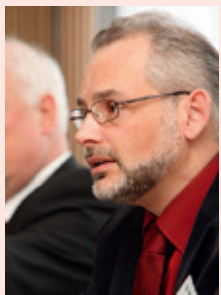
Drs. Piet Thijsse

Nachvollziehbarkeit der Produktionsergebnisse eine zentrale Rolle. „Wenn die Mast- und Schlachtdaten an die Erzeuger zurückgeführt werden würden, hätte das auch einen positiven Effekt

auf die Produktqualität und könnte die Standardisierung erleichtern“, so Drs. Piet Thijsse, Vorsitzender des Verbandes der Viehhändler.

Vertrauensvoller Wettbewerb

Es sei sehr wichtig, sich nicht ausschließlich als Konkurrenz zu sehen – auch wenn ein gesunder Wettbewerb wichtiger Bestandteil einer kontinuierlichen Entwicklung sei, betont Ing. Robert Hoste, Agrarökonom am LEI in Wageningen. „Der Preis sollte nicht immer



Ing. Robert Hoste

das ausschlaggebende Kriterium sein.“ Entscheidend sei es, vertrauensvoll zusammenzuarbeiten. „Dann profitieren alle Glieder der Kette gleichermaßen, auch ökonomisch“, so Hoste. Ein Standpunkt,

den auch Drs. Jos Jongerius, Sekretär der Wirtschaftsgruppe Vieh und Fleisch, vertritt. „Es muss klar werden, dass wir – obwohl wir Wettbewerber sind – nur als gleichberechtigte Partner ein optimales Produkt auf den Markt bringen können, das die Wertschöpfung steigert und auch den Bedürfnissen der Verbraucher entspricht“, so Jongerius.

Endverbraucher aufklären

Vor allem die Bedürfnisse des Verbrauchers seien ein weiterer wichtiger Punkt, den es in Zukunft zu berücksichtigen gelte. „Wir müssen den Verbraucher wieder



Dr. Hermann Schlöder

an die Produktion heranführen. Er muss wissen, was da passiert“, fordert Dr. Hermann Schlöder, Leiter des Referats Vieh und Fleisch, Eier und Geflügel im BMELV. Der Verbraucher sei zu weit weg vom Produktionszyklus und müsse eingehender informiert werden. Eine Meinung, die auch Arie Veldhuizen MBA, vom nieder-



„UNSER ZIEL MUSS ES SEIN, LANGFRISTIG BEZIEHUNGEN AUF DER GRUNDLAGE VON VERTRAUEN UND TRANSPARENZ AUFZUBAUEN. UND DAS BETRIFFT ALLE GLIEDER DER KETTE.“

DRS. JOS JONGERIUS (PVV)



„DIE AUSSENDARSTELLUNG DES SEKTORS IST EIN WICHTIGER ASPEKT. DA MÜSSEN WIR ALLE MIT EINER STIMME SPRECHEN.“

WYNO ZWANENBURG (NVV)



„DIE BRANCHE MUSS DIE GESELLSCHAFTLICH RELEVANTEN THEMEN FRÜHZEITIG BESETZEN, UM DEM VERBRAUCHER GLAUBWÜRDIGE QUALITÄTSSIGNALE ZU GEBEN.“

PROF. LUDWIG THEUVSEN (UNIVERSITÄT GÖTTINGEN)



„WIR MÜSSEN DAFÜR SORGEN, DASS HOLLÄNDISCHE FERKEL IMMER UP TO DATE SIND.“

MARTIN WESSELMANN
(RAIFFEISEN VIEHVERMARKTUNG)



„UM DEN WETTBEWERBSVORTEIL HALTEN ZU KÖNNEN, IST DIESE ART PLATTFORM GANZ WICHTIG. SIE GENERIERT DIE THEMEN, DIE WICHTIG SIND FÜR INNOVATIONEN IN DER KETTE.“

DR. MARTIN HAMER (GIQS)



Die Teilnehmer identifizierten einheitlich einen Bedarf an regelmäßiger Kommunikation.



Arie Veldhuizen MBA

die aktuellen gesellschaftlichen Themen wie z. B. Tierwohlsein.“

Braucht Zeit: Animal Welfare

Dass Tierwohlsein und -gesundheit wichtige Themen auf der Agenda sind, darin war sich die Expertenrunde ebenfalls einig. Dass es sich dabei nicht nur um ein gesellschaftlich, sondern auch um ein wirtschaftlich relevantes Thema handelt, macht es besonders bedeutsam. „Die Diskussion um `Animal Welfare` wird sich verstärken und ist entlang der kompletten Wertschöpfungskette ein wichtiger Aspekt“, resümiert Prof. Brigitte Petersen. Als Kommunikationsproblem hinsichtlich der Entwicklung geeigneter Strategien zum Tierwohlsein machten die Experten einen zentralen Faktor aus: die Zeit. Nachhaltige Lösungen für Tierschutz und -gesundheit seien nicht von heute auf morgen zu realisieren. Deshalb sei

ländischen Ministerium für Landwirtschaft, Natur und Lebensmittelqualität, teilt. „Transparenz ist hier das Stichwort: Die Aufklärung des Verbrauchers ist wichtig, gerade auch in Bezug auf

es so wichtig, Verständnis zu schaffen – und zwar bei Verbrauchern und beim Handel.

Bonner Runde als neue Plattform

Der erste Roundtable dieser Art in Bonn wurde von allen Teilnehmern sehr positiv bewertet. „Wir haben eine neue Kommunikationsplattform geschaffen, in der nicht nur aktuelle Themen diskutiert, sondern auch Ideen und Lösungen produziert und für die Praxis zugänglich gemacht werden. Eine gute Basis also für weitere, länderübergreifende Roundtable-Gespräche“, resümiert Moderatorin Prof. Brigitte Petersen



Prof. Brigitte Petersen

„Themen haben wir genug. Nun geht es darum, gemeinsam am Ausbau dieser Plattform zu arbeiten und länderübergreifend kontinuierlich Themen und Lösungen anzugehen“, schließt Petersen die Veranstaltung.

die Meinung der Runde. Bei einem nächsten Roundtable müsse es nun „praktischer“ zugehen und die nächsten Schritte gemeinsamer Kommunikationsaktivitäten und Strategien besprochen werden.

Termine

MESSEN & EVENTS

20. – 23. August 2010
LandTageNord 2010
Wüsting bei Oldenburg

Themenschwerpunkte: Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Agrar und Freizeit

www.landtagenord.de

16. – 19. November 2010
EuroTier 2010
Messegelände Hannover

Internationale Fachmesse für Tierhaltung und Management

Themenschwerpunkte: Trends rund um Technik, Genetik und Betriebsmittel

www.eurotier.de

Kontakt

Herausgeber

Niederländisches Büro für Vieh-Export
Louis Braillelaan 80
2700 AE Zoetermeer
Niederlande
Telefon: +31 (0)79 368 7503
E-Mail: bnve@pve.nl

Das Infobüro

Wenn Sie unsere bignews auch per Mail erhalten möchten, senden Sie uns bitte eine E-Mail an: niederlaendische.ferkelwirtschaft@seidl-agentur.com

Ihr Ansprechpartner:

Informationsbüro
Niederländische Ferkelwirtschaft
c/o Seidl PR & Marketing GmbH
Daniela Seidl
Ruhrtalstraße 52
45239 Essen
Telefon: +49 (0)201 8945889-0