

## Westfleisch: Regional verwurzelt - international erfolgreich



***Westfleisch jetzt „europäisch“ / Nordwestdeutsche Qualität direkt von Bauern / Vorreiter bei Tierwohl und Agrarkultur / Wertschöpfung durch Wertschätzung im Export / Edel, innovativ, lecker: Neuheiten bei Convenience, TK, Private-Label***

Traditionelle Werte bewahren, den Blick in die Zukunft richten: Westfleisch, in Europa seit Jahren unter den TOP-5 Unternehmen der Branche, ist seit September „Societas Cooperativa Europaea“ (SCE) - also Europäische Genossenschaft. Der Fleischvermarkter aus dem Nordwesten Deutschlands ist in einem dynamischen Markt Pionier und verlässlicher Partner. Über 2,5 Milliarden Euro Umsatz, mehr als 5.000 Beschäftigte und ein Absatz von rund 950.000 Tonnen Fleisch und Fleischwaren im Jahr 2014 sprechen für sich. Transparenz, Sicherheit und Qualität bilden die Säulen dieses Erfolgs.

### ***Qualität „Direkt von Bauern“***

Getragen wird dieser Erfolg durch die über 4.000 meist bäuerlichen Familienbetriebe als Mitglieder. Sie sind das Rückgrat der Genossenschaft und stehen mit ihrem guten Namen für ihre Arbeit. Die Kooperationsbetriebe sichern den wertvollen Rohstoff und die ständige Verfügbarkeit für „ihr“ Unternehmen. Deshalb genießt Westfleisch nicht nur bei Handelspartnern und Kunden aus Deutschland einen ausgezeichneten Ruf.

Der Exportanteil stieg 2014 um 1,4 % im Vergleich zum Vorjahr auf nun 43,5 % der Gesamtmenge. Dabei fungiert der Exportmarkt als vollwertiger Absatzkanal, um Produkte mehr als bisher mit guter Wertschöpfung zu platzieren. Westfleisch liefert aktuell in über 40 Länder, die die hohen Qualitätsansprüche schätzen und darauf vertrauen.

## Presseinfo

WESTFLEISCH SCE mbH  
Brockhoffstr. 11  
48143 Münster

Oktober 2015

Pressestelle:  
Tel. : +49 (0)251 / 493-1261  
Fax : +49 (0)251 / 493-1106  
presse@westfleisch.de  
www.westfleisch.de

Herzlich Willkommen  
bei Westfleisch auf der Anuga!

## ***Herausforderungen meistern, Vertrauen schaffen***

„Regionalität, Transparenz und Tierwohl sind die durchgängigen Themen, mit denen wir uns als Branchenpionier immer beschäftigen“, betont Vertriebsleiter Hubert Kelliger. Die Beharrlichkeit, mit der Westfleisch seine Qualitätsstandards ausbaut und kontinuierlich mit den Anforderungen des Marktes und Gesellschaft in Einklang bringt, wird z.B. anhand der „Initiative Tierwohl“ deutlich.

Als Vorreiter in Sachen Tierwohl rief Westfleisch vor fünf Jahren die „Aktion Tierwohl“ ins Leben und ist nun maßgeblich an der Ausgestaltung der „Initiative Tierwohl“ beteiligt. Das breite Bündnis aus Handel, Landwirtschaft und Vermarktern blickt auf erste Erfolge und steigert die Akzeptanz bei Gesellschaft und Verbrauchern.

Langjährige Erfahrung und Weitsicht sind auch die Triebfedern bei der Entwicklung des Westfleisch Konzepts „BestSchwein“. Damit leistet Westfleisch einen wichtigen Beitrag zu Transparenz und Sicherheit vom Beginn der Erzeugungskette an. Das Konzept vereint individuelle Befunddatenerfassung nach Tierwohlkriterien, umfassende tierärztliche Beratung und eine lebendige Agrarkultur. Das garantiert Mästern durchgehend topgesunde Ferkel und der Umwelt eine nachhaltige Erzeugung. Zusätzlich sichern die Bausteine der „Qualitätspartnerschaft Westfleisch“ höchste Standards von Frische über Regionalität bis hin zum fairen Umgang mit Mitarbeitern.

## ***Convenience der Extra-Klasse***

Einen echten Mehrwert im Fleischsektor zu schaffen ist nicht leicht. Den bieten die Westfleisch-Töchter WestfalenLand (Convenience, SB-Frischfleisch) und IceHouse (TK-Spezialitäten) ihren Kunden gleich doppelt: Eigene Schlachtung, kurze Wege, geschlossene Produktionsketten. Dazu eine Produktvielfalt die ihresgleichen sucht: Edel-Burger, feinste Steaks und Neuheiten wie Pulled Pork lassen keinen Wunsch offen. Transparenz und Qualität für Handel und Verbraucher – alles aus einer Hand.

***Mit Private-Label und GV-Sortiment  
in die Wurst-Champions League***

Gustoland, der Wurstspezialist der Westfleisch-Gruppe, ist einzigartig. Schlachten, zerlegen und Wurstverarbeitung in großen Chargen unter einem Dach - mehr Frische geht nicht. Über 30 verschiedenen Sorten werden unter Privat Labels vertrieben. Über 40 % Anteil am Gesamtabsatz belegen den Erfolg dieses Handelssegments in Deutschland und international. Dabei unterstützt Gustoland von der Idee bis zur Auslieferung. Aktuell besonders gefragt sind Packungen für Großverbraucher. Aufschnitt, Schinken oder Salami - große Volumen für die Gastronomie und den Außer-Haus-Markt. Praktisch und nachhaltig.

***Besonders stark bei Rindfleisch***

Aktuelle Investitionen in Höhe von über 10 Millionen Euro allein am Standort Lübbecke, ein zusätzlicher Schlachthof in Bakum - Westfleisch baut seinen Anspruch, Top-Player in Sachen Rindfleisch zu sein, mit insgesamt vier Vorzeigebetriebe kontinuierlich aus. Nicht nur bei Schweinefleisch ist eine höhere Wertschöpfung gefragt. Die Nachfrage nach „Edelteilen“ aber auch wertvollen Nebenprodukten nimmt beständig zu. „Wir reagieren auf die steigenden Anforderungen des Marktes - und wachsen mit unseren Kunden. Dienstleistung heißt hier das Stichwort,“ versichert Rindfleischspezialist Jürgen Peschl vom Standort Lübbecke.

Auf der diesjährigen Anuga gibt es mehr von allem: Mehr Themen, mehr Produkte, mehr Westfleisch. Das heißt: „Mehr-Wert“ für unsere Kunden.

[www.westfleisch.de](http://www.westfleisch.de)

[www.westfalenland.de](http://www.westfalenland.de)

[www.icehouse-convenience.de](http://www.icehouse-convenience.de)

[www.gustoland.de](http://www.gustoland.de)