

"Partnership for Quality" für mehr Lust auf Fleisch

**Pressemitteilung
zur Anuga 2007**

Halle 6 - Stand B.020

Westfleisch eG, Münster, dokumentiert "Qualitätspartnerschaft" zwischen Erzeugern, Abnehmern und Verbrauchern / Convenience-Tochter Westfalenland mit optimiertem Sortiment / Gustoland zeigt ideenreiche Trendprodukte aus dem Veredelungszentrum der Gruppe

13. Oktober 2007

Ansprechpartner:

Hubert Kelliger
- Vertriebsleiter -

WESTFLEISCH eG
Brockhoffstr. 11
48143 Münster

Tel. : 0251 / 493-1222
Fax : 0251 / 493-1106

info@westfleisch.de
www.westfleisch.de

"Die Lust auf Fleisch wird dem deutschen Verbraucher trotz der Lebensmittelskandale nicht vergehen", ist Dr. Helfried Giesen, geschäftsführender Vorstand der Westfleisch eG, Münster, überzeugt. "Der Fleischverzehr ist stabil. Das Vertrauen in die Branche, von den Erzeugern über die Schlachtung und Verarbeitung bis hin zum Lebensmittelhandel, ist durchaus robust. Es bedarf jedoch nun weiterer vertrauensbildender Maßnahmen", so Giesen weiter.

Mit der neuen Westfleisch-Qualitätspartnerschaft soll das Band des Vertrauens zwischen Erzeuger, Kunden und Verbrauchern jetzt weiter gestärkt werden. Die "Qualitätspartnerschaft" sieht Giesen insbesondere aber auch als wichtige Grundlage für die Prägung und Profilierung von Handelsmarken: Neben dem gesicherten Rohstoff Fleisch in passendem Volumen müsse heute eine Unternehmensgruppe wie die Westfleisch eG eine an Nachhaltigkeit orientierte Prozesskette gewährleisten und für den Verbraucher belastbare Argumente liefern. Zwar hatte sich das Unternehmen auch bisher schon zu den Zielen Transparenz, Herkunftssicherheit und Rückver-

folgbarkeit bekannt, doch setzt der drittgrößte deutsche Fleischvermarkter mit der neuen "Qualitätspartnerschaft Westfleisch" jetzt neue Maßstäbe und trägt seiner ökologischen und sozialen Verantwortung eindeutig Rechnung.

Neuaustrichtung aller Unternehmensbereiche

Für Giesen sind Partnerschaft und Fairness im Umgang mit Kunden und Lieferanten "gelebtes genossenschaftliches Grundprinzip" und gelten gegenüber Vertragslandwirten, Anteilseignern und Mitarbeitern.

Fleisch ist nicht nur bloße "Ware", sondern wird bei der Westfleisch eG als wertvolles Nahrungsmittel und Kulturgut behandelt, so Giesen zu Beginn der Anuga 2007 in Köln. Respekt vor der Schöpfung und ein verantwortungsvoller Umgang mit Tieren sind wichtige Bausteine des aktualisierten Leitbilds der Westfleisch. Tiergerechte Aufzucht und Haltungsbedingungen frei von Hunger und Durst, frei von anhaltendem Unwohlsein, frei von gewolltem Schmerz und unbehandelter Verletzung und frei von bedingter Angst und Leiden sei den Vertragslandwirten durch ihre bäuerliche Tradition von jeher ein Anliegen. Dies wird nun belastbar und nachprüfbar festgeschrieben und auditiert.

Starkes Exportgeschäft

Die rund 4.500 Verträge über die kontrollierte Erzeugung von Rind- und Schweinefleisch zwischen Westfleisch und Landwirten in Nordwestdeutschland belegen die regionale Verbundenheit der Westfleisch eG. Sie bildeten auch 2006 die Basis für das solide Wachstum der seit fast 80 Jahren bestehenden Genossenschaft. Um 4,2 Prozent auf 1,67 Mrd. Euro hat die Westfleisch-Unternehmensgruppe 2006 den konsolidierten Umsatz gesteigert. In den Fleischcentern der

Westfleisch eG wurden rund 5,37 Millionen Schweine und 273.630 Rinder geschlachtet. Die vermarktete Menge Fleisch erhöhte sich auf rund 700.000 Tonnen.

Mehr als 30 Prozent des Frischfleischexports der Westfleisch gehen schon traditionell in die Benelux-Länder. Den zweiten Rang nimmt Italien ein, Skandinavien den dritten Platz. Große Steigerungsraten verzeichnete Westfleisch im vergangenen Jahr bei den Ausfuhren von Fleisch und Fleischprodukten nach Polen (+62 %), Frankreich (+52 %), Österreich (+41 %) sowie Tschechien und Slowakei (jeweils + 27 %).

Westfalenland optimiert Convenience

Auf dem Gemeinschaftsstand auf der Anuga 2007 präsentiert Westfalenland frische Chilled Food-Produkte, deren Zubereitung den Verbrauchern noch leichter von der Hand geht: die mit Goldmedaillen im internationalen DLG-Qualitätswettbewerb prämierten Convenience-Produkte eignen sich für Mikrowelle, Backofen und Pfanne gleichermaßen. Auf den neu gestalteten Etiketten der Frischeverpackungen der verschiedenen Produktlinien sind im Zeichen der Qualitätspartnerschaft und des partnerschaftlichen Dialogs mit dem Verbraucher künftig der Gehalt des Gerichts an Fett und Kohlenhydraten augenfällig platziert. Die Wünsche der Handelskunden lassen sich so in Zukunft noch zügiger umsetzen.

Damit "Chilled Food" auch bei weiter wachsenden Volumen "immer frisch" - so das Qualitätsversprechen von Westfalenland - den Kunden erreicht, wird derzeit am Standort Münster ein modernes Kühllogistiklager gebaut.

Gustoland: Ideenreiche Sortimentsvielfalt und trendige Geflügelfrikadelle

Gustoland, die Vertriebsgesellschaft des West-

fleisch-Veredelungszentrums in Oer-Erkenschwick, zeigt sich auf der Anuga als kompetenter Partner für den europäischen Markt. Angeboten wird ein breites Sortiment an Brüh- und Kochwurst, Convenience, Rohwurst und Schinkenspeck, das auch landestypische Besonderheiten berücksichtigt.

Dem Thema Convenience widmet sich Gustoland innovativ, ideenreich und mit großer Sortimentsvielfalt. Mit den neuen "Burritos", vorgegarten Teigtaschen mit pikanter Füllung in vier Geschmacksrichtungen (griechisch, italienisch, mexikanisch und chinesisches), stellt das Unternehmen eine Neuheit vor. Sie bieten dem Handel zudem deutliche MHD-Vorteile.

Voll im Trend: fettfrei gebraten. So präsentiert sich die Frikadellen-Innovation aus dem Hause Gustoland, die Geflügelfrikadelle. Sie ist in normaler Ein-Portionengröße konzipiert. Die ebenfalls fettfrei auf einem Teflonband vorgebratenen Frikadellen aus Schweinefleisch werden auch als "Minis" angeboten werden.

Die Verpackungen sind im Gustoland-typischen, leichten Erscheinungsbild gestaltet und gewährleisten eine aufmerksamkeitsstarke, appetitliche Ansprache - schon im Regal.

Zahlenspiegel	2006	2005	+/-
-----	-----	-----	-----
Umsatzerlöse*	1.666,0 Mio. €	1.598,8 Mio. €	+ 4,2 %
Absatz*	696.900 t	675.000 t	+ 3,3 %
davon Export	211.340 t	203.600 t	+ 3,8 %
Bilanzsumme*	304,7 Mio. €	293,1 Mio. €	+ 3,9 %
Jahresüberschuss	4,96 Mio. €	2,02 Mio. €	+ 145 %
Eigenkapital	81,8 Mio. €	57,6 Mio. €	+ 42,0 %
Personalstand	771	856	- 9,9 %

* konsolidiert