

**WESTFLEISCH eG
Münster**

Ansprechpartner:

Dr. Helfried Giesen
- Vorstand -

Hubert Kelliger
- Vertriebsleiter -

InterMeat 2004
Halle 5, Stand D.09

Tel. 02 51 / 4 93-0
Fax 02 51 / 4 93-11 01
Mail info@westfleisch.de

www.westfleisch.de

Zukunftsfähige Konzepte

*WESTFLEISCH so "bunt"
wie nie zuvor*

WESTFLEISCH: "Vision 2010" mit Leben erfüllen

**Westfälischer Fleischvermarkter kann
wichtige Eckpfeiler für die Zukunft set-
zen / Neue Vielfalt in der Unterneh-
mensgruppe / 2003 Wachstum gegen
den Branchentrend / Für stärkere Markt-
durchdringung von QS**

"Für die diesjährige InterMeat fühlen wir uns ordentlich gerüstet und sind uns sicher, unseren Kunden marktgerechte Konzepte mit Zukunft bieten zu können.", so Dr. Helfried Giesen, geschäftsführender Vorstand der WESTFLEISCH eG, Münster, am Eröffnungstag der InterMeat 2004 in Düsseldorf. Und Giesen hat gute Gründe für diesen Optimismus: Nur ein Jahr nach der Verlautbarung der "WESTFLEISCH-Vision 2010", einem Strategiepapier mit den Schwerpunkten Kundenorientierung, Wertschöpfungszuwachs und unternehmerischer Gesamtausrichtung, das aus Anlass des 75-jährigen Bestehens der Genossenschaft im Jahr 2003 entwickelt wurde, werden erste Ergebnisse deutlich sichtbar.

"Die Gruppe ist bunter und leistungsfähiger als je zuvor. Und das ist gut so!", erklärt Giesen zur Entwicklung der Unternehmensgruppe WESTFLEISCH. Dabei ziehen sich die Veränderungen durch viele Bereiche des Unternehmens: Gründung der Logistik-Tochter WETRALOG, Beteiligung am Tiernahrungsmittelhersteller WESTPET, Joint-Venture mit einem holländischen Partner zum ge-

*"Neue" WESTFLEISCH-Gruppe
unter den TOP 5 in Europa*

meinsamen Betrieb des Kühlhauses COLDSTORE HAMM, Aufbau einer Kasseler-Produktion in Paderborn, Start einer Bacon-Produktion in Coesfeld mit Zielmarkt England, Gründung einer Ferkel- und Jungsauen-Vermarktungsgesellschaft zur Rohstoffsicherung und als jüngste Entwicklung den Einstieg in die Wurstwarenherstellung durch die Aufnahme des Traditionsunternehmens BARFUSS Anfang diesen Monats: Durch den Schulterschluss und die damit verbundenen Synergien für Einkauf, Wertschöpfung, Produktion und Vertrieb wird sich die "neue" WESTFLEISCH-Gruppe mit einem Umsatz von über 1,5 Mrd. € und mehr 750.000 Tonnen Jahreskapazität unter den TOP 5 der europäischen Fleischvermarkter bewegen.

Deutlich erweitertes Vollsortiment

Das Angebot an die Kunden im Markt wird durch den Zusammenschluss nochmals spürbar erweitert. Das Vollsortiment umfasst neben den gattungsübergreifenden Artikeln von Rind, Schwein, Kalb und Geflügel, den Vorprodukten zur standardisierten Herstellung von Nahrungsmitteln, dem Wachstumssegment SB-Frischfleisch und den Spezialitäten für die Gastronomie- und Kantinenverpflegung nun auch die Palette feiner Wurstwaren sowie frische, gegarte Convenience-Produkte ("chilled food").

*2003: Wachstum
gegen den Branchentrend*

In 2003 konnte das westfälische Unternehmen gegen den Branchentrend die Schlacht- und Zerlegeleistung in seinen vier Fleischcentern neuerlich erhöhen. Während die Schweineschlachtungen um 10,4 % erstmals auf über 4,1 Mio. Schweine gesteigert werden konnten, stieg die Zahl der Rinderschlachtungen auf mehr als 253.000 (+2,6 %) und die der Kälber auf 37.000 (+3,2%).

National lieferten die Fleischcenter und Tochterunternehmen der Gruppe 9,1 % des Schweinefleisch-, 7 % des Rindfleisch- und 10,9 % des Kalbfleischbedarfs. Mit diesem Mengengerüst war es möglich, den Fleischabsatz insgesamt um 6,9 % auf rund 610.000 Tonnen Jahresleistung zu steigern.

Ausbau der Wertschöpfungstiefe

Durch einen Ausbau der Wertschöpfungstiefe werden kundenindividuelle Wünsche erfüllt: 95 % des Schweinefleisches fand in fein- und feinstzerlegter Form den Weg zum Kunden. Der Zerlegeanteil bei Rindfleisch lag bei knapp 80 %. Die Sparte Sauenfleisch für die Fleischwarenindustrie wuchs in 2003 um 11 %, die Absatzmenge von kutterfertigen Produktmischungen (Compounds) legte um 15 % zu.

SB-Trend ungebrochen

Der Trend zu zentralverpacktem SB-Frischfleisch hat sich nach Markteintritt der Discounter im gesamten Markt spürbar beschleunigt. Die WESTFLEISCH-Tochter WestfalenLand konnte nach Erweiterung ihrer Kapazitäten die wöchentlichen Absatzmengen auf über 1.100 t in der Spitze steigern. Ca. 60 % der Gesamtmenge entfällt dabei auf Schweinefleisch, den Rest teilen sich Rindfleisch und Geflügel zu etwa je 20 %.

Geprüfte Sicherheit ist eine zunehmende Anforderung des Marktes. Die QS-GmbH und mit ihr WESTFLEISCH stellen sich diesem Ziel und setzen auf eine stärkere Marktdurchdringung in den Wochen und Monaten nach der InterMeat 2004.