

Pressemitteilung

WESTFLEISCH eG

Brockhoffstr. 11
48143 Münster

15. April 2004

Ansprechpartner:

Peter Schweinsteiger

Leiter Vertrieb + Marketing

Tel. : 0251 / 493-222

Fax : 0251 / 493-106

Mobil: 0172 / 5306405

eMail: peter.schweinsteiger@westfleisch.de

www.westfleisch.de

WESTFLEISCH stark im Markt

Mit höheren Schlachtzahlen Marktanteile hinzugewonnen / Umsatz wegen deutlicher Preisrückgänge nur geringfügig gewachsen / Trend zu SB-Fleisch ungebrochen

Die WESTFLEISCH eG mit Hauptsitz im westfälischen Münster hat im vergangenen Geschäftsjahr in den 4 Fleischcentern erneut die Schlacht- und Zerlegeleistung deutlich erhöhen können. Während die Schweineschlachtungen um 10,4 % erstmals auf über 4 Mio. Schweine (4,1 Mio.) gesteigert werden konnten, stieg die Zahl der Rinderschlachtungen auf mehr als 253.000 (+2,6 %) und die der Kälber auf 37.000 (+3,2%).

Im Gesamtmarkt in Deutschland stiegen dagegen die Schweineschlachtungen lediglich um 3,2 %, während die Rinderschlachtungen um 8,4 % und die Kälberschlachtungen um 7,6 % zurückgingen. Somit konnte WESTFLEISCH bei allen Tierarten Marktanteile hinzugewinnen. Mit diesem Mengengerüst war es möglich, den Fleischabsatz insgesamt um 6,9 % auf rund 619.000 to Jahresleistung zu steigern.

Vor dem Hintergrund deutlicher Preisabschläge in allen Sparten konnte durch den Mengenzuwachs sowie eine verbesserte Wertschöpfungstiefe trotzdem ein leichtes Umsatzwachstum von 0,5 % auf nunmehr 1,122 Mrd. Euro erzielt werden.

Der Schwerpunkt der Fleischvermarktung liegt im nationalen Markt, in dem rund 81 % der Ware abgesetzt wird. Während die Exporte in den Bin-

Preisabschläge für Frischfleisch

Position im Export gehalten

nenmarkt um gut 9 % gesteigert werden konnten, reduzierten sich die Fleischexporte in den Drittlandsmarkt um 20 %. Ursachen hierfür waren der schlechte Dollarkurs, der die Position deutscher Produkte gegenüber Anbietern aus anderen Drittländern schwächte, des Weiteren verhinderten die Einführung von Kontingenten in Russland über einen Zeitraum von drei Monaten alle Lieferungen dorthin.

Mit einer verbesserten Wertschöpfungstiefe gelingt es WESTFLEISCH, spezielle Kundenwünsche besser zufrieden zu stellen. 95 % des Schweinefleisches findet in fein- und feinstzerlegter Form den Weg zum Kunden. Der Zerlegeanteil bei Rindfleisch liegt bei knapp 80 %, bei Kalbfleisch sind dies etwa 45 %. Die Sparte Sauenfleisch für die Fleischwarenindustrie konnte um 11 %, die Absatzmenge von Compounds, also kutterfertigen Produktmischungen für die Wurstwarenindustrie, erneut um 15 % zulegen.

Zufriedenstellendes Ergebnis

„Auch wenn die Abschlussarbeiten an der Bilanz noch nicht beendet sind, werden wir für 2003 doch ein zufriedenstellendes Ergebnis ausweisen können und unseren Anteilseignern eine ordentliche Dividende sowie zusätzliche Sonderboni an die Vertragslieferanten ausschütten können“, blickt WESTFLEISCH-Vorstand Dr. Helfried Giesen optimistisch nach vorn.

Deutlicher Mitgliederzuwachs

Zufrieden ist man auch mit der Entwicklung der Mitgliederanzahl der Genossenschaft: So konnten im zurückliegenden Geschäftsjahr 651 neue Anteilseigner gewonnen werden, so dass heute fast 4.000 Mitglieder das genossenschaftliche Unter-

nehmen tragen und das erforderliche Kapital zur Unternehmensentwicklung bereitstellen.

Trend zu SB-Fleisch hält an

Der Trend hin zu zentralverpacktem SB-Fleisch hat sich nach Markteintritt der Discounter Aldi und Lidl auch im Gesamtmarkt beschleunigt. Auch Unternehmen, die traditionell auf die Bedienungstheke setzen, bieten jetzt zusätzlich ein Kernsortiment an SB-Ware in ihrem Angebotsmix für den Verbraucher, der den schnellen und bequemen Einkauf schätzt. Die WESTFLEISCH-Tochter verzeichnet durch diese Entwicklung einen weiteren Schub: WestfalenLand konnte nach Erweiterung der Kapazitäten die wöchentlichen Absatzmengen von 700 t in 2002 auf 1.100 t in der Spitze im Jahre 2003 steigern. In Einzelverpackungen gerechnet heisst das: Mit rund 3 Mio. Fleischpackungen in der Woche entstehen etwa 6 Mio. Verbraucherkontakte. Ca.. 60 % der Gesamtmenge entfällt auf Schweinefleisch, 20 % auf Rindfleisch. Die restlichen 20 % des WestfalenLand-Absatzes finden als SB-verpacktes Geflügelfleisch den Weg in den Handel. Die Wettbewerbssituation im Handel, anhaltender Kostendruck, der Mangel an qualifiziertem Personal und der Kundenwunsch nach einem bequemen und schnellen Einkauf werden auch in den nächsten Jahren den Trend hin zu SB-Fleisch beschleunigen.

Kasselerprodukte neu im Sortiment

Neu angeschoben wurde im letzten Jahr die Produktion von Kasselerartikeln. Mit einem Sortiment von 12 Produkten zum Start bedient WESTFLEISCH vom Fleischcenter Paderborn aus Handel und Lebensmittelindustrie mit Kasseler-spezialitäten. Die durchgängige Produktion von der Schlachtung bis hin zum fertigen Kasseler an ei-

nem Standort bietet Frische- und Qualitätsvorteile für die Kunden. Die rege Nachfrage von über 40 Tonnen pro Woche von Beginn an bestätigt die Richtigkeit dieser Entscheidung zum Ausbau der Wertschöpfungstiefe. Am weiteren Ausbau des Sortiments wird bereits gefeilt.