

Aufgepickt

DIE NIEDERLÄNDISCHE GEFLÜGELBRANCHE INFORMIERT

KURZ & KNAPP

EXPERTEN ZIEHEN AN EINEM STRANG



Sind Qualitätssicherungs-Systeme ein Weg zur Produktpositionierung? Dieser Frage gingen Fachleute aus den Bereichen Qualitätssicherung, Vermarktung und Lebensmitteleinzelhandel im Rahmen des vom Informationsbüro der niederländischen Geflügelwirtschaft initiierten vierten Round-Table-Gesprächs in Folge auf den Grund.

... SEITE 2

IKB = Kontrolle

AKTUELLES ZUM GEFLÜGELFLEISCHMARKT

Frische steht bei den deutschen Konsumenten hoch im Kurs. Das belegen die aktuellen Absatzzahlen eindrucksvoll.

... SEITE 4

IKB = Transparenz

EDITORIAL

Liebe Leser,

in einem zusehends globaler und damit härter werdenden Wettbewerb muss die europäische Geflügelbranche näher zusammenrücken. Da waren sich die Teilnehmer eines vom Informationsbüro der niederländischen Geflügelwirtschaft initiierten Expertengesprächs einig. Denn: Nur mit vereinten Kräften lassen sich die Herausforderungen der Zukunft meistern. Die Fachleute aus den Bereichen Handel, Qualitätssicherung und Vermarktung haben konkrete Vorstellungen wie eine zukunftsweisende Qualitätssicherung in Europa aussehen muss. Für sie wäre die länderübergreifende Zusammenarbeit aller Systeme der Idealfall. Eine enge Zusammenarbeit wünscht man sich aber auch in Sachen Kommunikation. Mit einer gemeinsamen Strategie, so die Überzeugung der Teilnehmer, lässt sich das Verbrauchervertrauen nachhaltig stärken und die Inhalte und Botschaften von Qualitätssicherungs-Systemen effizient in die Zielgruppen transportieren.

Ihr

*Ir. Ben Dellaert
Sektordirektor Hähnchen, PVE*



EXPERTEN BEZIEHEN POSITION IM VIERTEN ROUND-TABLE-GESPRÄCH DER NIEDERLÄNDISCHEN GEFLÜGELWIRTSCHAFT

AN EINEM STRANG ZIEHEN



Die europäischen Geflügelfleischvermarkter müssen sich gegen eine zusehends stärker werdende Konkurrenz aus Übersee behaupten. Um sich erfolgreich zu positionieren, fordern Fachleute die zügige Etablierung eines europaweit einheitlichen Qualitätssicherungs-Systems und eine gemeinsame Kommunikationsstrategie.

„Trends im Geflügelmarkt – sind Qualitätssicherungs-Systeme ein Weg zur Produktpositionierung?“. Dieser Frage gingen deutsche, belgische und niederländische Fachleute aus den Bereichen Qualitätssicherung, Vermarktung und Lebensmittel Einzelhandel im Rahmen eines vom Informationsbüros der niederländischen Geflügelwirtschaft initiierten Expertengesprächs auf den Grund. Gleich zu Beginn des intensiven fachlichen Dialogs wurde eines deutlich: Die Branche wünscht sich eine europaweite Zusammenarbeit der Qualitätssicherungs-Systeme mit möglichst identischen Basiskriterien. „Mithilfe einer solchen

Zusammenarbeit könnte, vorausgesetzt die Prozesse sind transparent, nachhaltiges Verbrauchervertrauen geschaffen werden“, so **Frank Ohrdorf** vom Handelsunternehmen FG Frischwarengesellschaft mbH. Auch für **Dr. Markus Haarannen**, bei QS für den Geflügelbereich zuständig, ist Transparenz ein entscheidendes Kriterium. „Darüber

hinaus ist ein stufenübergreifender Ansatz wie beim QS- und IKB-System unerlässlich.“ **Dr. Franz Ehinger** von der Esca Food Solutions GmbH fordert in diesem Zusammenhang allerdings, dass das QS-Prüfzeichen im Handel noch präsenter ist. Nach Ansicht von **Steffi Becker**, Projektleiterin beim IFS, ist der LEH nicht zuletzt wegen des stetig steigenden Eigenmarkenanteils in Sachen Produktsicherheit in der Pflicht.

Kommunikation ist das A und O

Alwin Kreher, Zentraleinkäufer Frischgeflügel bei der REWE, nahm den Gedanken auf und brachte einen weiteren wichtigen Aspekt in die Diskussion. Der kontinuierlich wachsende SB-Bereich bietet für ihn interessante Kommunikations-Perspektiven. „Auf den Verpackungen sollten nicht nur Nährwer-

te und Rezepte aufgedruckt sein. Es ist dort auch noch genug Platz, um Inhalte und Botschaften über Qualitätssicherung zu platzieren.“ Überhaupt wird Kommunikation zusehends zum zentralen Thema in der Branche. Das machte das Experten-



gespräch jedenfalls deutlich. **Ir. Arjan van Dijk**, IKB-Verantwortlicher, plädiert deshalb nicht nur für eine länderübergreifende Zusammenarbeit bei Qualitätssicherungs-Inhalten, sondern auch für eine gemeinsame Kommunikationsstrategie. Dass man mit einer zielgerichteten Kommunikation das Vertrauen der Verbraucher gewinnen kann, zeigt das Beispiel tegut. Das hessische Handelsunternehmen setzt bereits seit vielen Jahren auf den Dialog mit dem Konsumenten. „Vertrauen geschaffen haben wir vor allem durch Kontinuität bei der Kommunikationsarbeit“, konstatiert **Sven Euen**, Qualitätsmanager Fleisch bei tegut. „Unerlässlich ist aber auch ein stetiger Informationsfluss zwischen den einzelnen Stufen der Erzeugungs- und Vermarktungskette.“ **Ulrich Grywatz**, Geschäftsführer der Astenhof GmbH, fordert in der Branche eine stärkere länderübergreifende Zusammenarbeit auch mit Organisationen wie CMA und weiteren Interessenvertretern und Unternehmen, um bislang noch existierende Kommunikationsdefizite zu beseitigen. „Die Verbraucher haben noch



nicht richtig verstanden, was hinter den einzelnen Qualitätssicherungs-Systemen tatsächlich steckt. Mit einer beispielsweise von den nationalen Absatzorganisationen gemeinsam entwickelten Kommunikationsstrategie ließe sich hier sicherlich viel bewegen.“ Für mehr Aufklärungsarbeit plädiert auch **Ulrike Rücker**, Vertriebsleiterin der Friki Geflügel GmbH. „Ich wünsche mir bei QS wirkungsvolle Endverbraucherwerbung, die die notwendigen Botschaften auf den Punkt bringt.“

Über Frische profilieren

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund eines zusehends globaler werdenden Handels mit Geflügelfleisch muss die europäische Geflügelbranche an einem Strang ziehen. Hier herrschte bei den Teilnehmern Konsens. „Denn“, so **Ir. Jan Odink**, Vorsitzender der niederländischen Geflügelschlachtereien und Moderator des Gesprächs, „nur als Lieferant von qualitativ hochwertigen Produkten kann man sich auf Dauer erfolgreich positionieren.“ Entscheidendes Kriterium für eine Differenzierung gegenüber Ware aus Drittländern ist zweifellos die Frische. „Wir in Europa vermarkten hauptsächlich Frische-

produkte. Deshalb müssen wir Frische in den Mittelpunkt unseres Engagements stellen und diesen Aspekt auch bei der Kommunikation entsprechend berücksichtigen“, meint **Paul Coenen** von Belplume.



„Es muss unser gemeinsames Interesse sein, Qualitätssicherungs-Systeme in enger Zusammenarbeit weiter zu entwickeln und dabei entsprechende Standards zu etablieren. Auf diese Weise könnten auch unnötige und kostenintensive Doppelkontrollen und -zertifizierungen vermieden werden.“

Ulrike Rücker, Vertriebsleiterin der Friki Geflügel GmbH



„Unsere vorrangige Aufgabe muss es sein, das Vertrauen der Verbraucher in unsere Produkte nachhaltig zu stärken. Das geht nur mit absoluter Transparenz und einer vernünftigen Aufklärungsarbeit.“

Michaela Schupp, Einkäuferin der Wienerwald-Gruppe

STATEMENT

„Unsere heutigen nationalen Qualitätssicherungs-Systeme sind bereits Garanten für Qualität und Produktsicherheit. Jetzt gilt es, in Europa mit vereinten Kräften eine gemeinsame Basis zu schaffen.“

Evert Sijbesma, Storteboom B.V.



