

Klimaschutz

Danish Crown will mit Nachhaltigkeit punkten

Von Dieter Heimig
Fleischwirtschaft.de
Mittwoch, 17. April 2024



Danish Crown liefert Schweinefleisch an Kunden in mehr als 130 Ländern.

RANDERS Der Genossenschaftskonzern Danish Crown (DC) sieht im deutschen Markt noch reichlich Wachstumspotenzial und hat dabei den Lebensmitteleinzelhandel, das Industrie-Geschäft und den Foodservice-Bereich im Blick.

Der dänische Fleischvermarkter [Danish Crown](#) hat den Umsatz im Geschäftsjahr 2022/2023 mit seinen weltweit mehr als 25.000 Mitarbeitenden erneut steigern können. Das Plus beträgt nach Konzernangaben fünf Prozent auf umgerechnet rund neun Mrd. Euro. Das Gros des Erlöses erwirtschaftet das Unternehmen mit Sitz in der dänischen Ortschaft Randers im Exportgeschäft. Die Genossenschaft liefert ihre Produkte an Kunden in mehr als 130 Ländern. Dabei rückt das Deutschland-Geschäft immer mehr in den Fokus. „Der deutsche Markt ist sehr wichtig für Danish Crown.“

Ehrgeizige Klimaschutz-Ziele

„Unsere Eigentümer sind Wegweiser in puncto Nachhaltigkeit, was unserer Ansicht nach in den kommenden Jahren ein wesentlicher Wettbewerbsparameter sowohl in der Bundesrepublik als auch in anderen Exportmärkten sein wird“, erklärt Verkaufsdirektor [Mads Stougaard](#). Danish Crown beliefert hierzulande den Lebensmitteleinzelhandel, die Industrie sowie den Foodservice-Sektor vor allem mit Schweinefleisch und in allen Bereichen möchte der Fleischvermarkter nach Aussage von Stougaard weiter wachsen. Auch das Rindfleisch-Geschäft läuft hierzulande gut. „Und das ist wichtig für uns, da wir zwei große Schlachtbetriebe in Norddeutschland haben, in die wir laufend investieren“, berichtet Finn Klostermann, CEO bei DC-Beef.

Wie bereits erwähnt will der Konzern vor allem mit dem Thema [Nachhaltigkeit](#) punkten. Und in der Angelegenheit hat DC schon einiges auf den Weg gebracht. Das Unternehmen ist seit geraumer Zeit Teil der internationalen Science Based Targets Initiative. Der Name steht für eine Partnerschaft von Global Compact der Vereinten Nationen, dem World Resources Institute und der Naturschutzorganisation WWF. Die Initiative unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen. Danish Crown hat sich zum Ziel gesetzt, die Treibhausgas-Emissionen bis 2030 um 50 Prozent im Vergleich zu 2005 zu reduzieren und will im Jahr 2050 Fleisch ausnahmslos klimaneutral produzieren. „Die Verringerung der Emissionen erfolgt in der gesamten Wertschöpfungskette von DC, wobei die Möglichkeiten einer Reduzierung vor allem bei den Eigentümern des Konzerns, also den dänischen Landwirten, am größten sind. Die neuesten Zahlen zeigen, dass wir die Treibhausgas-Emissionen im Schweinsektor seit 2005 bereits um mehr als 30 Prozent verringert haben“, heißt es in einer Stellungnahme des Unternehmens.

Das Tierwohl rückt in den Fokus

Auch das [Tierwohl](#) steht bei den Dänen ganz oben auf der Agenda und das aus gutem Grund. „Wir stellen eine erhöhte Nachfrage nach Produkten mit besserem Tierschutz fest. Das gilt für mehrere europäische Märkte sowie in Übersee, ganz besonders aber für Deutschland. Wir müssen daher die Möglichkeiten nutzen, die sich in diesem Segment bieten“, so Claus Hein, bei DC verantwortlich für den europäischen Lebensmitteleinzelhandel. Dies werde in enger Zusammenarbeit mit den deutschen Handelsketten erfolgen.

Am meisten Tierwohl bietet das Bio-Segment. „Und auch hier spielt Deutschland eine wichtige Rolle für unseren Konzern. Die Nachfrage nach Bioprodukten ist in Deutschland sehr hoch, und wir haben eine Reihe strategischer Partnerschaften mit Unternehmen im Nachbarland, die wir laufend weiter entwickeln möchten“, berichtet Søren Tinggaard, CEO bei Friland, A/S, einem Tochterunternehmen des [Fleischkonzerns](#), das auf die Vermarktung von Bio-Fleisch spezialisiert ist. Er geht davon aus, dass die Nachfrage nach Produkten aus ökologischer Erzeugung in Zukunft weiter steigen wird.

Laut den Verantwortlichen des Unternehmens ist Danish Crown auf dem deutschen Markt insgesamt gut aufgestellt, was mit Blick in die Zukunft Chancen biete. „Im Lauf der Zeit wird Deutschland ein Nettoimporteur von Fleisch sein. Unsere Position dort ist stark, da wir sowohl deutsche als auch Rohwaren von unseren dänischen Eigentümern anbieten können. Möglicherweise wird Deutschland in Zukunft vor Herausforderungen bei der Selbstversorgung stehen. Das eröffnet uns Möglichkeiten, die wir nutzen müssen“, betont Verkaufsdirektor Mads Stougaard.

Quelle: afz - allgemeine fleischer zeitung 16/2024