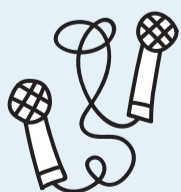




Jakob Sögaard ist Geschäftsführer des Vertriebsbüros von Danish Crown in Flensburg.

Die Danish-Crown-Gruppe führt ihren Ursprung auf die 1887 von 500 Landwirten gegründete erste dänische Schweineschlachtgenossenschaft zurück. Der Umsatz im Geschäftsjahr 2020/21 lag bei weltweit rund 7,8 Milliarden Euro.

Danish Crown Deutschland übernahm 2017 den deutschen Rinderschlachthof Teterower Fleisch. Er wird seither organisatorisch gemeinsam mit einem bereits Danish Crown gehörenden Rinderschlachthof im norddeutschen Husum betrieben. Ein deutscher Schlachthof für Schweine befindet sich in Essen/Oldenburg sowie ein Vorderteilerlegetrieb in Boizenburg. Dazu kommt die Oldenburger Convenience für SB-Frischfleisch sowie die Veredelung in Oldenburg, Schütorf und Dinklage.



Eine Frage noch



Jakob Sögaard ist Geschäftsführer des Vertriebsbüros von Danish Crown in Flensburg. Foto: Jens Hertling

Keine Insellösung für Tierwohllabel

Statt höherer Schlachtzahlen sollen Nachhaltigkeit und Wertschöpfung Wachstum bei Danish Crown bringen, wie der CEO Jakob Sögaard im Interview erläutert.

Das Gespräch führte Jens Hertling

Herr Sögaard, Sie sind seit 2017 Geschäftsführer des Vertriebsbüros von Danish Crown (DC) in Flensburg. Welche Aufgaben werden dort wahrgenommen?

Jakob Sögaard: Seit 2017 haben wir ein übergeordnetes Verkaufsbüro in Flensburg für Frischfleisch. Nachdem wir 2011 unsere drei deutschen Schlachthöfe erworben hatten, entschieden wir uns, ein deutsches Vertriebsbüro zu eröffnen. Das Vertriebsbüro ist ein kommerzielles Verkaufsbüro innerhalb des DC-Konzerns. Wir vertreiben hier Rohware aus allen fünf europäischen Ländern, wo wir schlachten.

Wie denken Sie über die aktuelle Lage auf dem deutschen Schweinemarkt?

Die Landwirte in Deutschland sind enorm herausgefordert: wirtschaftlich, aber auch politisch. Auf die Landwirte kommen hier enorme Probleme zu.

Welche Auswirkungen hat das auf Danish Crown?

Das bedeutet, dass mehr Schweine in Dänemark bleiben und wir dort eine größere Produktion sehen werden. Es werden weniger Ferkel nach Deutschland exportiert.

Wird dann in Ihren Schlachthöfen in Deutschland weniger zu tun sein?

Nein – wir sind in Deutschland voll ausgelastet. Wir haben mit unseren Erzeugern Verträge geschlossen, sodass wir eine volle Auslastung fahren.

Wie denken Sie über die Zukunft?

Für uns bedeutet es, nach vorne zu denken. Aktuell haben wir eine schwierige Position. Durch Corona hat sich der Markt verändert. Wir müssen jetzt langfristig nach vorne schauen. Beim Thema Tierwohl kommt in die deutsche Schweinehaltung langsam Bewegung. Schweinefleisch der Haltungsstufen 3 und 4 – also Außenklima und bio – wird von den Konsumenten so stark nachgefragt, dass der Bedarf derzeit nicht zu decken ist.

In Deutschland gab es vor Kurzem die Diskussion über eine Ausstiegsprämie für Schweinehalter. Gibt es diese Diskussion auch in Dänemark?

Nein. In Dänemark gibt es eine neue Landwirtschaftsstrategie – ein Ausstieg aus der Schweinehaltung ist überhaupt kein Thema. Diese Strategie legt den Fokus vor allem auf das Thema Nachhaltigkeit.

In Deutschland kursiert die Afrikanische Schweinepest (ASP). Welche Rolle spielt das für Dänemark?

Wir haben durch die ASP Kunden verloren. Die deutsche Rohware ist für viele asiatische Länder gesperrt. Wir haben andere Kanäle im Export, die wir nutzen können.

Können Sie das dänische Projekt „Gezüchtet ohne Antibiotika“ (GOA) kurz erläutern?

Das GOA-Produktionssystem fokussiert auf Vorsorge sowie optimierte Fütterung und Haltungsbedingungen. Auf diese Weise lässt sich Antibiotikabehandlung für das Gros der Schweine von der Geburt bis zur Schlachtung vermeiden. Wichtig dabei ist, dass erkrankte Tiere behandelt werden. Behandelte Tiere verlieren ihren GOA-Status. Das GOA-Programm wird von uns umgesetzt. Das Programm wurde 2015 im Rahmen des staatlich geförderten Forschungsprojektes zur nationalen Reduktion des Antibiotikaverbrauchs gestartet.

Wie viel Antibiotika sind notwendig?

In den letzten Jahren haben wir es geschafft, 20 Prozent weniger Antibiotika in Dänemark zu verabreichen. Das GOA-Programm ist auch ein Forschungsprojekt, wo wir Ideen für andere Landwirte herleiten. Das GOA-Programm von Danish Crown ist ein Teil unseres Nachhaltigkeitsprogramms, das für alle Landwirte im Rahmen der Nachhaltigkeitszertifizierung unter anderem eine weitere Reduktion des Antibiotikaverbrauchs anstrebt.

Kann man mit antibiotikafreier Aufzucht und Mast beim Kunden wirklich punkten?

Ja. Das hat sich auch gezeigt. Wir sehen das in einer langfristigen und internationalen Perspektive. Zum Schluss entscheidet der Markt, wie weit und in welche Richtung wir gehen. Wir haben noch 53 Landwirte und 400.000 Schlachtschweine – auf diesem Niveau werden wir auch bleiben. Das ist das Doppelte der Menge an Schweinen, die wir in Dänemark nach Bio-Kriterien aufziehen. Nachhaltigkeit ist für uns wichtig. Deshalb ist die GOA-Haltung auch ein Teil unserer Danish-Crown-Nachhaltigkeitsstrategie.

Welche Erfahrungen haben die Dänen mit ihrem Tierwohllabel gemacht?

Nur wenige Jahre nach dem Start hat das dreistufige staatliche Tierwohlzeichen in Dänemark bereits einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht. Das Problem ist, dass es eine nationale Marke ist. Eine Insellösung ist nicht der richtige Weg. Wir können die drei Herzen nur in Dänemark verkaufen. Wenn ein Tierwohlprogramm aufgestellt wird, muss das eine internationale Anerkennung haben.

Dann würde Danish Crown am liebsten für ein europäisches Tierwohllabel stimmen?

Meiner Meinung nach wäre es gut, ein einheitlicheres System der Tierschutzkennzeichnung zu haben. Als Schlachtbranche werden wir dies begrüßen. Derzeit gibt es in den EU-Ländern 24 verschiedene Tierschutzlabel, von denen die meisten multifunktional sind, was ihre Glaubwürdigkeit in einem europäischen Binnenmarkt untergräbt. Eine Vereinheitlichung der Kennzeichnungen oder die Klärung der Frage, wie die Gleichwertigkeit aller Systeme gewährleistet werden kann, würde für die Verbraucher mehr Klarheit und Transparenz schaffen.

Warum ist das für Danish Crown so kompliziert?

Um ein komplettes Schwein vermarkten zu können, müssen wir die Möglichkeit des Zugangs in mehrere Märkte haben. Hier wäre ein europäisches Tierwohllabel hervorragend. Ein gutes Beispiel sind Bioschweine. Aufgrund der Label lassen sich diese Tiere international vermarkten.

Können Sie bitte kurz auf die neue Nachhaltigkeitsstrategie „Feeding the Future“ eingehen?

Das Programm geht in Richtung „Farm to Fork“. Hier soll die komplette Wertschöpfungskette abgedeckt werden. Am meisten können wir bei unseren Erzeugern verändern. Dadurch, dass wir eine Genossenschaft sind, hatten wir die Möglichkeit, unsere Landwirte zu überzeugen, dass wir mehr in Richtung Nachhaltigkeit bewegen müssen.

Was ist das Besondere daran?

Die Zeiten sind vorbei, als Danish Crown Wachstum durch das Schlachten einer immer größeren Zahl von Tieren anstrebte. Dreh- und Angelpunkt der neuen Feeding-the-Future-Strategie des Konzerns ist es, den CO₂-Fußabdruck der Fleischerzeugung zu verringern und diese Verringerungen als Treiber dafür zu nutzen, die Erträge aus seinen Produkten zu steigern. Die gesamte Wertschöpfungskette ist jetzt klimazertifiziert.

Inwiefern hat diese Strategie Auswirkungen auf den deutschen Markt?

Wir wollen für den deutschen Markt noch mehr nachhaltigere Produkte anbieten. Die Feeding-the-Future-Strategie gilt komplett für den Danish-Crown-Konzern. Wir haben in Dänemark angefangen und dort die Erfahrungen gesammelt und werden es jetzt weltweit umsetzen. Ein Teil der Strategie hat Auswirkungen für den deutschen Markt. Hier wurden die Bereiche Foods und Pork zusammengelegt. Die Division Beef bleibt selbstständig.