

Mit rund 550 Teilnehmern  
verzeichnete der diesjährige  
Deutsche Fleisch Kongress  
einen neuen Rekord.  
Fotos: Thomas Fedra



## BRANCHENTREFF

# Das war der Deutsche Fleisch Kongress

Jubiläumsveranstaltung in  
Mainz: Fleischwirtschaft  
diskutiert Tierwohl, KI und  
Markttrends – wohin steuert  
die Branche?

**M**it rund 550 Teilnehmern markierte der Deutsche Fleisch Kongress in dieser Woche in Mainz einen neuen Rekord. Bereits zum 20. Mal kam die Fleischwirtschaft auf Einladung der dtv Mediengruppe zusammen, in der auch afz und Fleischwirtschaft erscheinen.

Zwischen Fleisch-Agenda 2030 und KI erstreckten sich diesmal die Vorträge und Debatten in der Mainzer Rheingoldhalle. Große Herausforderungen wie die Novelle des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes (THKG) standen ebenso im Mittelpunkt wie etwa

kleine, regionale Netzwerke, beispielsweise das Projekt Digioeko-Regio aus Brandenburg.

Sehnlich erwartet wird in Mainz schon traditionell der Bericht aus dem Consumer Panel, den in diesem Jahr Christian Däumler von YouGov vorlegte. Seine Bilanz für die ersten neun Monate des Jahres unterstrich die neue Preisensibilität beim Verbraucher: Schweinefleisch legt im Absatz bei Menge und Wert zu, während Rindfleisch angesichts der explodierenden Preise an Menge verliert. Geflügel bestätigt einmal mehr das Wachstum.

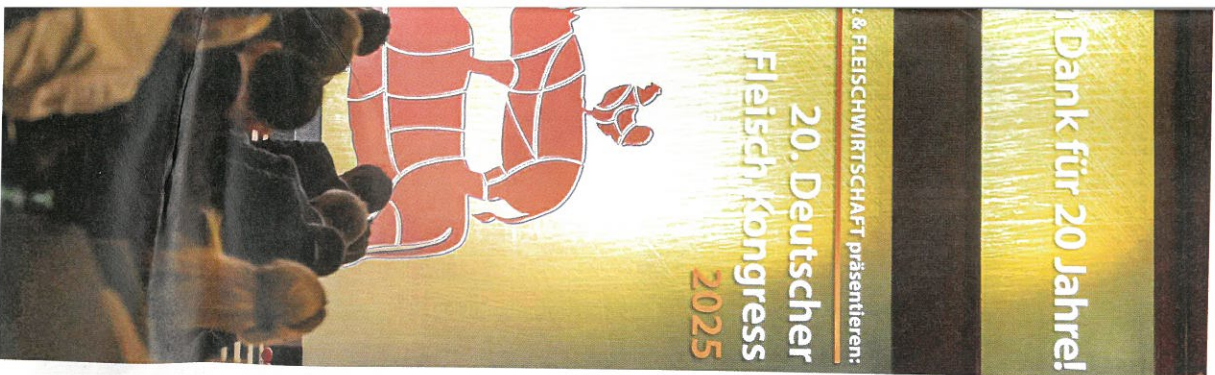
Die Verbraucher legen nach wie vor Wert auf Nachhaltigkeit



Wir optimieren  
alles und  
verkennen das  
Offensichtliche:  
den ernährungs-  
physiologischen  
Wert von Fleisch.

**Dr. André Vielstädte**  
(EW Group)





In den Pausen blieb reichlich Zeit zum Flanieren auf der Fleisch-expo und zum Netzwerken.

Unten links: Dr. Julia Plüntsch von Rügenwalder Spezialitäten plüntscht berichtete, wie sie mit ihrem Unternehmen als „kleiner Fisch“ putzmunter im Meer der Großen mitschwimmt.

Unten rechts: Haben wir in einem Jahr ein funktionierendes Kennzeichnungssystem? Die Teilnehmer der Paneldiskussion zum THKG zeigten sich optimistisch.



und Qualität, allerdings sind sie weiter extrem preissensibel. So hat sich seit 2020, als noch 51 Prozent der Befragten angaben, beim Einkäufen vor allem auf die Qualität zu achten, das Verhältnis mittlerweile umgekehrt: 55 Prozent achten vor allem auf den Preis.

Wie geht es weiter mit dem Tierhaltungskennzeichnungsgesetz (THKG)? Auf der Bühne diskutierte die Fleischwirtschaft mit Vertretern der im Bund registrierten Parteien. Auf dem Podium bzw. aus Berlin zugeschaltet: Peter Westjohann (PHW Group), Dr. Leif Balz (Schwarz-Gruppe), Thomas Schröder (Deutscher Tierschutzbund e.V.), Thomas Dösch (Tönnies), Dr. Franziska Kersten (SPD), Johannes Steiniger (CDU), Roger Fechter (Deutscher Bauernverband). Klar wurde dabei:

- „Der Ball liegt schon auf dem Elfmeterpunkt“ (Balz)
- Eine Einigung der Koalitionsparteien auf einen Entwurf soll zeitnah erfolgen.
- Strucktes Gesetz gilt: Kein Gesetz kommt so aus dem Parlament wie es hineingeht.

Die Branche setzt darauf, dass ihre Anliegen hier Berücksichtigung finden, um ein praktikables und nutzbringendes Gesetz zu schaffen.

■ Das Momentum für die staatliche Kennzeichnung von Tierwohl ist jetzt – es darf nicht verpuffen.

Die Fleischwirtschaft in Europa steht unter Druck. Steigende Erwartungen an Tierwohl, Transparenz und Nachhaltigkeit verändern nicht nur die Produktionsbedingungen, sondern auch die Markthögl. Dazu diskutierten Jo-ris Coenen vom Belgian Meat Of-fice, Kirsten Vernon Kristiansen vom Danish Agriculture & Food Council und Gabriele Weiss Brummer von Bord Bia. Die drei waren sich einig, dass die Entwicklung von Standards auch im Hinblick auf den Handel über Landesgrenzen hinausgehen muss. Einfach, transparent und mit allen Akteuren abgestimmt, nur so kann die stetige Verbesserung der europäischen Fleischwirtschaft gelingen.

Tjarda Klomp von der Vion Food Group betonte, dass die Stabilität der EU auf der Vereinbarung zur gemeinsamen Versorgung beruhe. Nationale Scheuklappen seien kontraproduktiv.

„Iss, was dir schmeckt“

Wir wollen ein neues Narrativ der Branche in der Öffentlichkeit zeichnen“, erklärte Dr. Kirsten Otto. „Nicht durch Beschwichtigung

gen oder Rechtfertigungen, sondern durch Geschichten, Begegnungen und die Einladung: Iss, was dir schmeckt.“ Otto ist die Geschäftsführerin der 2024 von Bau-ernverband und Verband der Fleischwirtschaft (VDF) gegründeten „Initiative Fleisch“. Im selben Jahr stellte sie die neue Kommunikationsstrategie auf dem Deutschen Fleisch Kongress vor. Und dort zog sie nun ein Jahr später eine Zwischenbilanz.

Im April ging die Kampagne an die Öffentlichkeit mit einem TV-Spot. Wobei „TV“ nicht allzu wörtlich zu nehmen sei, da der Spot nicht nur bei RTL, Pro Sieben & Co zu sehen war, sondern auch auf Netflix, Sky, Prime und weiteren Plattformen. Allein die Beweg-bildkampagne habe mehr als 100 Mio. Kampagnen-Kontakte generiert.

Wir sprechen die reflektierten Genießer an“, erklärte Dr. Kirsten Otto. Diese über das Konsumverhalten definierte Zielgruppe ernähre sich flexitarisch, setzt sich also kritisch mit dem eigenen Fleischkonsum auseinander, und lege Wert auf nachhaltige, regionale und/oder Bio-Wurst und -Fleisch. Außerdem: Sie sind offen für Diskussionen, und sie sind gute Multiplikatoren.“ Und diese

Zielgruppe erreiche man besser über die privaten Sender.

Flankiert wurde der Spot von weiteren Maßnahmen, zum Beispiel auf Facebook und YouTube, mit Screens bei Edeka und Netto. Außerdem mit Anzeigen, Adverts und Kooperationen mit verschiedenen Zeitungen und Magazinen – Print und Online.

Im Januar geht die Initiative Fleisch mit einem Instagram-Account und einem zweiten Spot („Jeder ist anders“) in die nächste Runde.

Bekanntheit weiter steigern

Für das gesamte Jahr 2026 laute das erklärte Ziel: 35 Prozent Bekanntheit in der Zielgruppe. „Dieses Jahr haben wir mit Emotionen gearbeitet und Vertrauen aufgebaut“, führte Otto aus, „jetzt geht es darum, unsere Botschaft zu verankern.“ Daher will man im Alltag der Menschen 2026 permanent präsent sein. Während es 2025 um die Wurst ging, soll dann das Fleisch in den Fokus rücken.

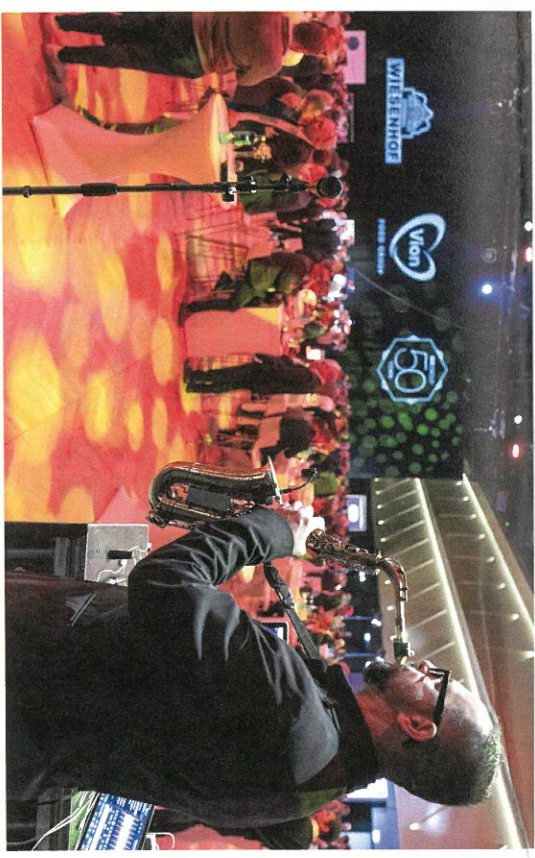
Einen Einblick in die Nischen der mittelständischen Fleischwarenhersteller boten am zweiten Kongressstag Dr. Julia Plüntsch von den Rügenwalder Spezialitäten Plüntsch, Sebastian Rehn von den Radeberger Fleisch- und



Jasmin Heinz, Niklas Imorde und Moritz Zimmermann (von links) wurden von afz und „Fleischwirtschaft“ mit dem „Förderpreis der Fleischwirtschaft“ 2025 ausgezeichnet.



Dr. Klemens van Beteray (Mitte) von CSB gab den Moderatoren Jörg Schiffeler (afz) und Carolin Cartano (Fleischwirtschaft) Einblick in die Chancen von KI in der Fleischwirtschaft.



Wurstwaren Korch sowie Benjamin Krieff von Böhner Eisenacher. Alle drei Unternehmen schwimmen „als kleine Fische putzmunter im Meer der Großen“, wie es Dirk Lenders von der „Lebensmittel Zeitung“ formulierte, der gemeinsam mit afz-Chefredakteur Jörg Schiffeler fachlich versiert durch den 20. Deutschen Fleischkongress führte. Plütsch beispielsweise hielt fest, dass dem Handel durchaus bewusst sei, dass der Kunde die Vielfalt suche und die regionalen Hersteller daher nicht an Bedeutung verlieren. Eben bei jenen regionalen Traditionsprodukten dürfe man sich nicht mit 1000 verschiedenen Würzungen und Geschmacksrichtungen verzetteln, wusste Sebastian Rehn. Mit seinem Unternehmen suche er da eher die technologische Innovation, etwa bei Verpackung oder Grammatik.

Den Teamspirit bei Böhner Eisenacher beschrieb Benjamin Krieff mit einer kleinen Anekdote: 2023 hatten sich die Göttinger als Zielmarke einen Bio-Anteil von 80 Prozent gesetzt. Aktuell liege man bei 82 Prozent. Unweigerlich kam aus seinem Team die Frage: Warum machen wir nicht 100 Prozent?

## So ticken die Kunden von morgen

„Die Generation Z hat null Bock auf Service an der Bedientheke“, lautete ein weiterer Programmpunkt des Deutschen Fleischkongresses. Dahinter verbarg sich eine kleine Talkrunde, für die Jörg Schiffeler den Edeka-Kaufmann Michael Rees auf die Bühne geholt hatte. Rees betreibt rund um Freiburg und Karlsruhe – gemeinsam mit seiner Frau Tanja und seinen zwei Söhnen Marius und Fabian –

neun Edeka-Märkte, ein zehnter soll im Februar 2026 folgen. Vor rund zweieinhalb Jahren startete Rees im Nordwesten von Freiburg mit einem neuen Markt auf dem Gelände des alten Güter-



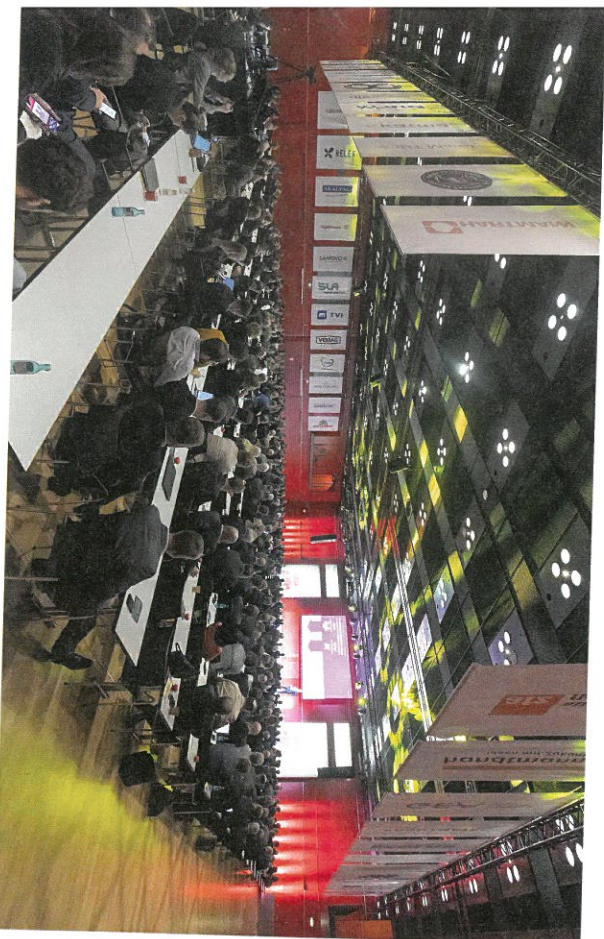
Ein Murks. Wer jetzt daran herummurkst, macht nur noch mehr Murks draus.

**Thomas Schröder**  
(Deutscher Tierschutzbund)  
zum THKG

bahnhofs. „Wir wollten einen klassischen Edeka eröffnen“, so Rees. Doch schon bald habe er gemerkt: Das funktioniert hier nicht. „Wir haben an den Kunden vorbeigeplant.“ Der neue Markt steht in einem recht teuren Wohnviertel, mit einer jungen, aber kaufkräftigen Klientel, mehrheitlich zwischendreisig. Und die kaufen anders, musste Rees erfahren. „Plötzlich waren wir mit Kunden konfrontiert, die wir an den anderen Standorten vielleicht in zehn, fünfzehn Jahren erwartet hätten“, so Rees weiter.

Beratung und Service an der Theke seien etwas, womit die Jüngeren nicht gut klarkämen. Aus Angst, die Namen der Artikel nicht zu kennen oder sich mit den Preisen zu vertun, greifen sie daher lieber zu SB-Ware. Zudem kochen und essen sie anders als die





Der Ball liegt auf dem Elfmeterpunkt.

**Dr. Leif Balz**  
(Schwarz-Gruppe) zum THKG

größere Rolle spielt sie dann in der Grillsaison: „Hier steht auf jedem Balkon ein Grill.“

#### Weniger Theke, mehr Convenience

Weitere Maßnahmen im Sortiment: Es gibt mehr Convenience-Produkte, die dann auch wieder traditionell sein dürfen – Gulasch

im Glas zum Beispiel. „Viele Wohnungen hier haben nur 26 bis 28 m², eine Miniküche mit Mikrowelle.“ Da seien Fertiggerichte, am besten „frisch und gesund“, sehr willkommen. Das seien in der verunsicherten Generation Z tibritgens auch „erklärende Theken“ und Verpackungen, auf denen sie sich vorab informieren können.

„Schnell, gesund und einfach“, fasste Michael Rees die Bedürfnisse zusammen. „Wir werden unsere Bedentheken alle überdenken müssen, um für die Jungen sexy zu werden.“ Von Rees' Erfahrungen dürften wohl nicht nur die 550 Kongressteilnehmer profitieren. ■ bia, cs, sl

#### Gleich notieren Der Termin 2026

■ **Save the Date** Der 21. Deutsche Fleisch Kongress findet am 24. und 25. November 2026 statt, erneut in der Rheingoldhalle in Mainz.

■ **Early Bird** Früh buchen lohnt sich: Bis 30. Juni 2026 gilt ein spezieller Frühbucherrabatt: 1.499 Euro statt regulär 1.699 Euro. Abonnenten zahlen 1.399 Euro für das Frühbucherticket. Alle Preise gelten zzgl. 19 % MwSt.

■ **Bildergalerie** Noch mehr Impressionen von der Jubiläumsausgabe des Deutschen Fleisch Kongresses in Mainz finden Sie online.

➔ [afz.de/bilder](https://afz.de/bilder)

ANZEIGE

## afz allgemeine fleischer zeitung

WIR WÜNSCHEN IHNEN FROHE WEIHNACHTEN  
SOWIE GESUNDHEIT UND ERFOLG IM JAHR 2026

IHR TEAM DER

afz allgemeine fleischer zeitung