

Danish Crown setzt auf Nachhaltigkeit

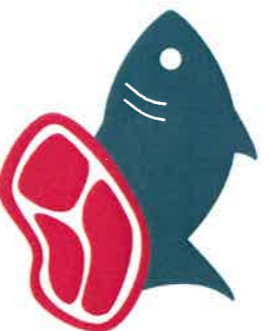
Die Genossenschaft kann den Nettogewinn im Geschäftsjahr 2020/2021 deutlich steigern

Das dänische Schlachtunternehmen möchte in Sachen Nachhaltigkeit das transparenteste Unternehmen der Fleischbranche werden.

Solider Gewinn nach turbulentem Jahr – so beschreiben die Verantwortlichen des Genossenschaftskonzerns Danish Crown mit Sitz im dänischen Randers das Geschäftsjahr 2020/21. Der Schlachtkonzern konnte den Nettogewinn um 5,3 Prozent auf umgerechnet 303 Mio. Euro verbessern. Der im letzten Drittel des Geschäftsjahres zu verzeichnende massive Preisverfall bei Schweinefleisch auf dem Weltmarkt hat den Gesamtumsatz allerdings um 4,1 Prozent auf umgerechnet rund 7,8 Mrd. Euro geschmälert. Bei Danish Crown kamen im vergangenen Geschäftsjahr rund 16 Mio. Schweine an den Haken. Das Unternehmen hat rund um den Globus mehr als 260000 t verarbeitete Fleischprodukte vermarktet.

„Der deutsche Markt gewinnt für uns mehr und mehr an Bedeutung. Hier sehen wir noch Wachstumspotential“, so Jakob Sögaard, Geschäftsführer des deutschen Tochterunternehmens Danish Crown GmbH.

Die Branche befindet sich in einem großen Wandel. Strategisches Ziel sei es, mit Nachhaltigkeit und Transparenz eine größere Rolle zu spielen. „Dazu trägt auch unsere integrierte Wertschöpfungskette bei, die in turbulenten Zeiten Liefertreue bietet“, sagt Sögaard.



FISCH & FLEISCH

Dänemark hat nach Anverban des Dänischen Fachverbands der Land- & Ernährungswirtschaft im vergangenen Jahr knapp 1,6 Mio. t Schweinefleisch inklusive Nebenprodukte und Fleischwaren exportiert. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Plus von mehr als 100000 t. Auch die norwegische Fischereibranche kann mit dem Auslandsgeschäft zufrieden sein. Laut dem Norwegian Seafood Council (NSC) erreichte sie 2021 bei den Exporten einen Rekordwert. 3,1 Mio. t Fisch und Meeresfrüchte hat die Branche an ausländische Kunden geliefert. Beim Umsatz verzeichnet das NSC ein Plus von über 14 Prozent auf umgerechnet 12,6 Mrd. Euro. Lachs ist mit einem Ausfuhrvolumen von 1,3 Mio. t nach wie vor der Topseller Norwegens.



Stück für Stück: Der Konzern hat 2021 mehr als 260000 t verarbeitete Fleischprodukte vermarktet.

89

Produktionsstätten betreibt das Schlachtunternehmen Danish Crown weltweit

Stichwort Nachhaltigkeit. Danish Crown verfolgt das Ziel seine CO₂-Emissionen bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren und bis 2050 vollständig klimaneutral zu sein. „Wir wollen das transparenteste Unternehmen der Branche in Bezug auf Nachhaltigkeit werden.“

Zu diesem Zweck führen wir eine Lebenszyklusanalyse unserer Produkte durch, die den Klima-Fußabdruck der Produkte bestimmt und die Bereiche der Wertschöpfungskette identifiziert, wo wir den Fußab-

R&S bringt „Vikingyr“ voran

Das Familienunternehmen setzt verstärkt auf die Sozialen Medien

Mit der Exklusivmarke „Vikingyr“ spricht die R&S Vertriebs GmbH vor allem Verbraucher an, denen das Tierwohl besonders wichtig ist.

Die R&S Vertriebs GmbH mit Sitz in Essen hat im Jahr 2018 die Exklusivmarke „Vikingyr“ aus der Taufe gehoben. Unter diesem Label vermarktet das Familienunternehmen seitdem isländisches Lammfleisch. Laut Ingrid Fritz Rauch, Prokurist und Geschäftsführer der Albert Rauch GmbH sowie der R&S Vertriebs GmbH ist das Fleisch außerordentlich zart und mild im Geschmack, weil die Tiere mit maximal sechs Monaten – also noch vor der Geschlechtsreife – geschlachtet werden. „Die Tiere leben in Muttertierhaltung im Hochland Islands und ernähren sich von Beeren, Kräutern und Gräsern, die sie dort finden. Dabei haben die Tiere ausreichend Platz, um sich zu entwickeln“, erklärt Rauch.

Um die Exklusivmarke „Vikingyr“ weiter voranzubringen, setzt das Unternehmen verstärkt auf Social Media.



FOTO R&S

„Neben der Facebook- und Instagram-Seite von Vikingyr stellen wir auf unserem Blog „Gourmetscouts“ die Vielfalt unserer hochwertigen Produkte und ihre Geschichte vor“, berichtet der Geschäftsführer. Außerdem betreibe man Influencer-Marketing, um das besondere isländische Lammfleisch beim Endverbraucher bekannter zu machen. In diesem Jahr wird es darüber hinaus eine Testimonial-Kampagne mit „Grazielas Foodblog“ geben. „Die Bloggerin Grazziella Lindner hat bei der ZDF-Küchenschlacht gewonnen und kennt das Vikingyr Lammfleisch bereits von unserem digitalen Kochevent „Retiré 4,0“, das wir im vergangenen Herbst gemeinsam mit dem isländische Reiter und Züchterverband e.V. (IPZY) durchgeführt haben“, so Rauch.

Die R&S Vertriebs GmbH ist mit einem Sortiment von über 800 verschiedenen Wurst- und Schinkenspezialitäten sowie Markenfleisch-Produkten aus verschiedenen Ländern eines der führenden Vertriebsunternehmen in diesem Bereich. 2021 hat R&S einen Umsatz von 180 Mio. Euro erwirtschaftet.

dh/1z J6-22

In der Natur: Aufgezogen werden die Tiere von isländischen Familienbetrieben in Weidewaltung.

FRIENDLY VIKINGYR'S
VEGAN • GLUTENFREI

VEGANE ALTERNATIVEN AUS REINSTEM NORDISCHEN HAFER

Signalstarker Auftritt von O'gurt Greek Style in mehreren Sorten mit und ohne Frucht für mehr Umsatz im Regal.

JETZT NEU
mit Lieblingsfrucht Erdbeere

VERTRIEBSPARTNER:
Uplegger Food Company GmbH
Tel. +49 (0) 51 19 78 980
zentrale@uplegger.de | www.uplegger.de