

PHW-Gruppe setzt Wachstumskurs fort und baut Wiesenhof Privathof-Geflügel verstärkt aus

Umsatz steigt um 5,2 Prozent auf 2,34 Mrd. Euro / Wiesenhof legt 3,5 Prozent zu / Hohe Investitionen und mehr Beschäftigte / Tierernährung und Tiergesundheit auf Erfolgskurs / „Privathof-Geflügel“ mit Einstiegstufe vom Deutschen Tierschutzbund zertifiziert

Rechterfeld, 13. Februar 2013. Mit Investitionen von 101,4 Mio. Euro, steigenden Mitarbeiterzahlen und der starken Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Geflügelfleisch hat die PHW-Gruppe mit dem Kerngeschäftsfeld Wiesenhof ihren Wachstumskurs im abgelaufenen Geschäftsjahr (Stichtag 30.06.2012) erfolgreich fortgesetzt.

Der Gesamtumsatz des Familienunternehmens mit 5.483 Mitarbeitern (Vorjahr: 5.319) stieg im Geschäftsjahr 2011/2012 um 5,2 Prozent auf 2,34 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,23 Mrd. Euro). Davon entfielen auf das Geschäftsfeld Wiesenhof 1,33 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,29 Mrd.) – das entspricht einem Plus von 3,5 Prozent. Diese positive Entwicklung im Bereich Geflügelspezialitäten konnte neben der stabilen Nachfrage auch durch das erfolgreiche Convenience-Geschäft realisiert werden. Die Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe zählen nach über 200 Mio. Euro Investitionen in den letzten beiden Geschäftsjahren zu den modernsten in ganz Europa: „Trotz extremer Schwankungen am Rohstoffmarkt und erheblich höherer Futtermittelkosten, die die Ertragslage stark belastet haben, konnten wir unsere Qualitätsstrategie konsequent durchhalten. Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Geflügelfleisch wird national wie international weiter steigen. Die PHW-Gruppe stellt sich dem Wettbewerb durch einen starken Spezialisierungsgrad, hohe Produktqualität sowie durch marktfähige Innovationen“, erklärt Peter Wesjohann, Vorstandsvorsitzender der PHW-Gruppe.

Insgesamt ist der Absatz der Geflügelspezialitäten für Hähnchen, Pute, Ente, Convenience und Wurst um 1,1 Prozent von 494.541 to auf 500.168 to gestiegen. Geflügelfleisch bleibt aufgrund seiner ernährungsphysiologischen Vorteile und seiner positiven Ökobilanz weiter im Aufwind. Der Pro-Kopf-Verbrauch 2012 beträgt nach ersten Schätzungen 19 kg gegenüber dem Vorjahr von 18,9 kg.

Auch die beiden im Geflügelbereich tätigen Tochtergesellschaften in Polen, BO-MADEK und DROBIMEX, trugen mit 32,6 Prozent Umsatzsteigerung von 111,7 Mio. Euro auf 148,0 Mio. Euro zum Wachstum der PHW-Gruppe bei.

Prevention First: Tierernährung und -gesundheit auf Erfolgskurs

Weiter auf deutlichem Wachstumskurs befindet sich das Geschäftsfeld Tierernährung und -gesundheit. Die Mischfutterwerke konnten preisgetrieben einen Umsatzanstieg von 11,8 Prozent auf 301,7 Mio. Euro (Vorjahr: 269,8 Mio. Euro) verzeichnen. Mit einem Absatzvolumen von über 1,2 Mio. to gehört die MEGA Tierernährung mit ihren 5 Werken zu Deutschlands führendem Geflügel-Mischfutterhersteller.

Die Lohmann Animal Health Cuxhaven realisierte mit ihren Beteiligungen in den USA und den erstmals konsolidierten Vertriebsgesellschaften in den Bereichen Futtermittelzusatzstoffe, Geflügelimpfstoffe und Pharmazeutika für Tiere einen Umsatzanstieg von 4,9 Prozent - von 243,8 Mio. Euro auf 255,7 Mio. Euro. Die Lohmann Animal Health arbeitet nach dem Prinzip „Prevention first“. Nach jahrelanger Forschungs- und Entwicklungsarbeit hat Lohmann Animal Health 2012 mit dem Avi Pro Salmonella Duo einen neuen Impfstoff eingeführt, der bereits in mehreren europäischen Ländern registriert wurde. Das ist der erste bivalente Lebendimpfstoff, der Schutz gegen die beiden wichtigsten Salmonellatypen bietet. Impfstoffe machen im Regelfall die nachträgliche Bekämpfung von Krankheiten mit Antibiotika bei Menschen und Tieren überflüssig. Sie schützen auf biologische Weise den Tierbestand. Dank dieser Forschungsarbeit und dem Motto „Prevention First“ ist es gelungen, den Antibiotikaeinsatz zu minimieren.

PHW-Gruppe engagiert sich nachhaltig

Auch beim Thema Nachhaltigkeit hat sich die PHW-Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr noch stärker positioniert. Nach der Ermittlung des „Fußabdrucks“ für Hähnchen, Pute und Ente, dem Einsatz von Ökostrom und Solardächern auf vielen Farmen wurden zertifizierte Energiemanagementsysteme in allen großen Betrieben eingeführt. Aktuell bereitet sich die PHW-Gruppe auf die erste Nachhaltigkeitszertifizierung nach einem neuen Standard für die Foodbranche vor. Wiesenhof steht als Pilotunternehmen für diese Zertifizierung unter Federführung des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung der Uni Witten-Herdecke zur Verfügung.

Stärkere Wertschätzung für Erzeugnisse der Lebensmittelwirtschaft

Über die gesamte Lebensmittelwirtschaft sind im vergangenen Jahr immense Kosten und Preissteigerungswellen hinweg geschwappt. Die historisch hohen Futtermittelpreise haben international die Geflügelintegrationen in Schwierigkeiten gebracht. „Es ist unausweichlich, dass die Verbraucherpreise für Geflügelfleisch angehoben werden. Um dies jedoch zu realisieren, müssen alle an einem Strang ziehen: Handel, Verbraucher, Produzenten und Politik. Wichtig ist, den Erzeugnissen der Lebensmittelwirtschaft wieder mehr Wertschätzung entgegenzubringen und Vertrauen in die Arbeitsweise und in die Produkte herzustellen. Wir setzen dabei auf eine offene und transparente Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen. Das wird die Chance, aber auch die Herkules-Aufgabe für die gesamte Branche bleiben. Dazu brauchen wir realitätsnahe politische Rahmenbedingungen, damit die Agrarwirtschaft in Deutschland nicht an Boden verliert und die Marktverzerrungen nicht ausufern“, führt Peter Wesjohann weiter aus.

Wiesenhof Privathof-Geflügel erhält Label des Deutschen Tierschutzbundes

Dem steigenden Anspruch der Verbraucher an Tierschutz und Tierwohlthemen trägt die PHW-Gruppe durch Privathof-Geflügel von Wiesenhof Rechnung und

kann einen großen Erfolg für sich verbuchen: Seit der Einführung von Privathof-Geflügel im Oktober 2011 hat sich der Absatz vervierfacht. „Der bisherige Markterfolg von Privathof gibt uns Recht und bestärkt uns in unserer Arbeit. Gestartet sind wir mit 12 Höfen, die unser Privathof-Geflügel aufziehen – mittlerweile sind es bereits 28 in Süddeutschland und aktuell haben 15 Betriebe in Norddeutschland auf das Privathof-Konzept umgestellt. Wir konzentrieren uns jetzt darauf, das Angebot sukzessive auszubauen“, betont Peter Wesjohann. Am 16.01.2013 hat zudem der Deutsche Tierschutzbund für Geflügelfleisch erstmalig das Label „Für Mehr Tierschutz“ der Einstiegsstufe vergeben und Wiesenhof Privathof-Geflügel mit dem neuen Siegel gekennzeichnet. Wiesenhof wünscht sich durch das Label des Deutschen Tierschutzbundes zusätzliche Absatzimpulse. Darüber hinaus sollen die wertvollen Erfahrungen mit Privathof verstärkt genutzt werden. „Für die Entwicklung des Produktes Wiesenhof Privathof-Pute sind wir bereits mit einer Feldstudie gestartet“, so Peter Wesjohann.

PHW-Gruppe – Auf einen Blick			
	2011/2012	2010/2011	
Umsatz	2,34 Mrd. €	2,23 Mrd. €	
Investitionen	101,4 Mio. €	156,7 Mio. €	
Forschung / Entwicklung	11,8 Mio. €	11,1 Mio. €	
Beschäftigte	5.483	5.318	

Weitere Informationen:
Engel & Zimmermann AG
Maria Große Böckmann
Unternehmensberatung für Kommunikation
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Tel.: 089/89 35 633, Fax: 089/89 39 84 29
E-Mail: info@engel-zimmermann.de