

# Fleischproduktion in Deutschland Ein Auslaufmodell?

Jahrestagung des  
Landwirtschaftlichen Buchführungsverbandes  
am 28. Januar 2020 in Neumünster

1. Eindrücke zur Entwicklung unseres Unternehmens
2. Marktentwicklungen und Konsequenzen
3. Besonders im Fokus, besonders komplex: Die Schweinehaltung
4. Wo stehen wir in den Diskussionen zur Tierhaltung?
5. Wo geht es hin? Marktprogramm oder Nische?
6. Unsere Aufgabe: Dialog und offene Kommunikation
7. Unsere Aufgabe: Erfolgreiche Vermarktung der Produkte
8. Fazit

# Einige Eindrücke zur Entwicklung unseres Unternehmens



# Einige Eindrücke zur Entwicklung unseres Unternehmens



## Viehbestände in Deutschland stark reduziert (Nov. 19)

Tierart	Bestand in Mio. Stück	Veränderung in % zu 2018 (Veränderung in % zu 2017)	
Mastschweine	11,65	- 1,8	(- 4,8)
Ferkel	7,66	- 0,1	(- 5,1)
Jungschweine < 50 kg	4,81	- 4,7	(- 9,9)
Zuchtsauen	1,78	- 2,9	(- 6,4)

Betriebe mit Schweinen 21.100      -1200 (-5,5 % zu 2018)  
-2300 (-9,9 % zu 2017)

## EU – Sauenbestände stark reduziert

Mitgliedstaat	Bestand in Mio. Stück	Veränderung in %
Spanien	2,5	+ 1,9
Deutschland	1,8	- 3,8
Dänemark	1,2	- 1,3
Frankreich	1,0	+ 2,0
Niederlande	1,0	- 9,0
Polen	0,7	- 18,0
Italien	0,6	- 0,9
Vereinigtes Königreich	0,5	- 1,2
Belgien	0,4	- 2,4
Rumänien	0,3	- 8,6
Ungarn	0,3	+ 3,2

- Öffentliche Diskussion
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Vorgaben zur Tierhaltung
- Düngeverordnung
- Ferkelkastration/Kupierverzicht
- Wirtschaftliche Rahmenbedingungen



➡ Keine klaren verlässlichen Orientierungen

Grundsätzlich stellt sich die Frage. Wohin soll sich generell die Nutztierhaltung in Deutschland entwickeln?

- Kostenminimal, um im weltweiten Wettbewerb mithalten zu können?
- Überwiegend kostenminimal, aber ergänzt durch „Bio-“ und „Tierwohl“-Marktsegmente?
- Hohes Tierwohl-Niveau und damit Preisniveau, verpflichtend für alle Nutztiere, die in Deutschland gehalten werden?

# Wo geht es hin? Marktprogramm oder Nische?



Private Systeme  
und Bio



LEH  
Haltungsform



BMEL  
Kennzeichen



# Unsere Aufgabe: Dialog und offene Kommunikation?



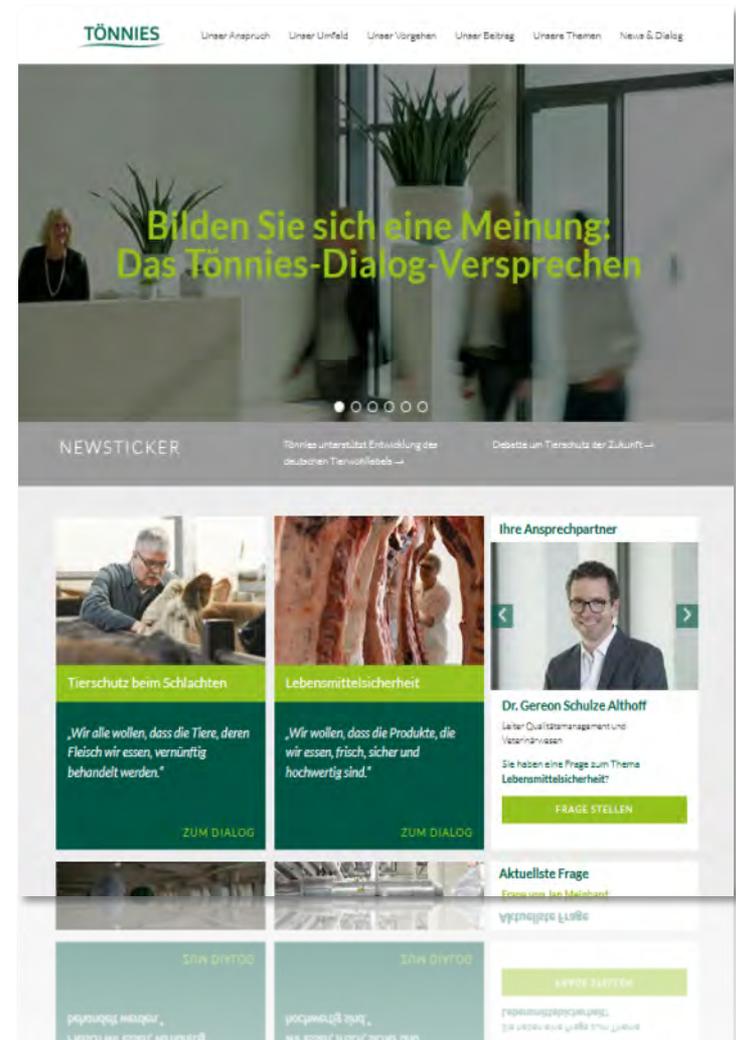
www.toennies-dialog.de

Argumente für eine gesellschaftliche Akzeptanz der Tierhaltung

Der konstruktiven Dialog mit Interessierten

Die Sachlage zu relevanten Themen, unsere Positionen und unsere nächsten Schritte gemeinsam darstellen, damit mehr mit uns geredet wird anstatt über uns.

Status Quo Nutzung 6/2019:  
231.020 Zugriffe im 1. Jahr  
77% der Nutzer unter 35 Jahre



# Unsere Aufgabe: Erfolgreiche Vermarktung der Produkte

- Verbesserungen im Herstellungsprozess
- Verbesserungen in den Produktqualitäten
- Innovationen und Entwicklungen
- Transparenz
- Verbesserungen von Nachhaltigkeitsaspekten
- Umsetzung von Tierwohl



# TÖNNIES



# Fazit



- Der Strukturwandel in unserem Sektor ist ungebremst.
- Langfristig ist weltweit mit steigender Nachfrage nach Fleisch zu rechnen.
- Der Export schafft erst die Voraussetzung für eine ausgewogene Schweinefleischvermarktung.
- In den gesättigten nationalen Märkten ist ein zunehmender Wettbewerb zu verzeichnen.
- Dieser Wettbewerb führt zunehmend nach der Suche nach Alleinstellungsmerkmalen.
- Für eine zukunftsfähige Vermarktung müssen die sich ändernden Herausforderungen immer wieder angenommen werden.



# TÖNNIES

The logo for Tönnies, featuring the word "TÖNNIES" in a bold, green, sans-serif font. A green wavy line is positioned below the text, resembling a stylized wave or a swoosh. The logo is set against a white background that transitions into a grey gradient on the right side.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!