

«Lernen von der Geflügelbranche»

Was können andere Branchen von der Geflügelbranche lernen? Mit dieser Frage setzten sich am 19. April in Märwil 32 Personen aus den unterschiedlichsten Betrieben des Agro-Food-Bereichs auseinander. Eingeladen zu diesem Business Event hatten der Schweizerische Verband der Ingenieur-Agronomen und der Lebensmittel-Ingenieure (SVIAL) und das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft.

C. Lampart. Das in Weinfelden ansässige Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft will mit solchen branchenübergreifenden Anlässen das Netzwerk zwischen Produzenten, Handel und verarbeitenden Betrieben sowie zwischen Importeuren und Exporteuren nachhaltig verbessern. In Märwil sah das so aus, dass nebst Inputreferaten auch ein Rundgang durch den Geflügelverarbeitungsbetrieb der «frifag märwil ag» auf dem Programm standen. Für den Geschäftsführer des Kompetenznetzwerkes, Frank Burose, ging die Rechnung auf. «Zum einen kamen deutlich mehr als die 20 Leute, mit denen wir rechneten, und zum anderen diskutierten die Teilnehmer sehr engagiert untereinander», so Burose.

Geflügel liegt im Trend

Der Geschäftsführer der «frifag», Andi Schmal, wies darauf hin, dass der Marktanteil des Geflügels aus einheimischer Produktion in den letzten Jahren erfreulicherweise von 35 auf 50 Prozent gestiegen sei. Dennoch hinke man in diesem Bereich noch meilenweit hinter dem Rind- oder dem Schweinefleisch her; schliesslich sei die Geflügelzucht noch vor wenigen Jahrzehnten in der Schweiz praktisch unbekannt gewesen.

Auch der Direktor der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft, «Proviande», Heinrich Bucher, stellte der einheimischen Geflügelbranche ein gutes

Zeugnis aus. Durch die vertikale Integration in der Produktion – vom Küken übers Futter bis hin zur Verarbeitung verkaufsfertiger Produkte erfolgt alles aus einer Hand – sei es der nationalen Geflügelbranche trotz teilweiser Liberalisierung des Marktes in den letzten Jahren gelungen, Marktanteile zu gewinnen. Auch habe die Branche eine Qualitätssicherung installiert, was für viel Vertrauen beim Endverbraucher Sorge. Kommt hinzu, dass Geflügelfleisch schnell zubereitet, fettarm und günstig ist, was sehr dem zunehmend urbaner werdenden Lebensstil der Schweizer entspreche.

Interessant sind hierzulande die grossen Unterschiede beim Poulet-Einkauf zwischen Privatpersonen und der Gastronomie. Während 80 bis 90 Prozent der Privatpersonen im Lebensmittelgeschäft zu einem helvetischen «Güggeli» griffen, sind es bei den Restaurants gerade mal zwischen 10 und 20 Prozent. Es sei schon komisch, so Schmal, dass man privat auf eine gute Tierhaltung Wert lege und dafür auch gerne ein bisschen mehr bezahle, zugleich aber im Restaurant nicht nachfrage, woher die Produkte stammten.

Erfolgsrezept: starke Partnerschaft

Wenn es etwas gebe, von dem vielleicht andere Branchen lernen könnten, dann sei dies sicher der Umstand, dass sich in der Geflügelbranche von der Produktion bis hin zum Ladentisch die Er-

kenntnis durchgesetzt habe, dass «alle ihr Auskommen haben müssen», so Schmal. Es nütze der «frifag» nichts, wenn sie ihren Produzenten oder den Futtermittelherstellern radikal die Preise drückten; denn «wenn ein Glied aus der Wertschöpfungskette weg bricht, dann werden alle in Mitleidenschaft gezogen», so Schmal. Für die «frifag» sei es entscheidend, dass sie auf verlässliche Partner zählen könne, welche ihrerseits vom Konzept der «frifag» überzeugt seien. Nur wenn das gegenseitige Vertrauen da sei, könne man – wie im Falle der «frifag» im letzten Jahr geschehen – im Geflügelfleischmarkt um 12,5 Prozent wachsen.

Starke Konkurrenz aus dem Ausland

Ein solcher Erfolg ist keine Selbstverständlichkeit. Denn der Druck aus dem Ausland, welches mit günstigen Produkten aus Massentierhaltung auf den Schweizer Markt dränge, sei gross. Auch der anhaltende Grenztourismus und die hohen gesetzlichen Anforderungen hierzulande steuerten das ihrige dazu bei, dass der Geflügelmarkt nach wie vor sehr kompetitiv bleibe, betonte Schmal.

Dass den Schweizern in naher Zukunft die Lust am «Poulet» vergehen könnte, ist jedoch nicht anzunehmen, denn beim Fleischkonsum hat im 2011 das Geflügel erstmals das Rindfleisch überholt und liegt jetzt hinter dem Spitzenreiter Schweinefleisch auf dem zweiten Platz.

Christof Lampart, Journalist ■

25 Jahre frifag märwil ag

Die frifag märwil ag feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Als Nummer Drei bei den Pouletfleisch-Produzenten und als grösster Trutenfleisch-Produzent kann das Ostschweizer Unternehmen auf einen landesweiten Erfolg zurückschauen. Dank der wachsenden Nachfrage konnte die Produktvielfalt in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt werden. Inzwischen beschäftigt die frifag märwil ag rund 190 Mitarbeitende an den drei Standorten in Märwil TG, Rain LU und Deisswil BE.

Im Jubiläumsjahr findet unter anderem ein VIP-Anlass in der Olma-Eventhalle für Partner und Kunden statt. Zudem ist ein attraktiver Anlass für Mitarbeitende als Dank und Motivation geplant.



Bild: Sie diskutierten lebhaft über das Potential der helvetischen Geflügelbranche, v.l.: Michel Roux (SVIAL), Andi Schmal (Geschäftsführer Frifag) und Heinrich Bucher (Direktor Proviande). Bild: Christof Lampart