

## ZLTO will Vion weiter stützen

Eindhoven. Der niederländische Vion-Konzern wird dieses Jahr rund 50 Mio. Euro in die Restrukturierung der Deutschland-Aktivitäten investieren. Das berichtet das „Financieele Dagblad“. Das Blatt zitiert den Vorsitzenden des Hauptanteilseigners ZLTO, Hans Huijbers, mit der Aussage, die ZLTO werde zunächst noch „hinter Vion stehen“. In zwei Jahren solle aber geprüft werden, ob man das fortsetze. Den Angaben zufolge soll Vion in früheren Jahren rund 16 Mio. Euro Dividende pro Jahr an die ZLTO abgeführt haben. lz 05-14

## Heiploeg wird Parlevliet-Tochter

Valkenburg/Zoutkamp. Die niederländische Parlevliet & Van der Plas-Gruppe (PP) übernimmt den niederländischen Krabbenhändler Heiploeg, der am Dienstag für insolvent erklärt wurde. Als Teil der PP-Gruppe wird das Unternehmen künftig als Heiploeg International firmieren und die „Strukturen verschlanken“. Das belgische Tochterunternehmen von Heiploeg, Morubel, wurde indes abgespalten und befindet sich nach eigenen Angaben auf der Suche nach einem neuen Eigentümer. lz 05-14

## Marine Harvest geht an New Yorker Börse

Bergen. Der weltgrößte Lachsvermarkter, Marine Harvest, hat am Dienstag den Gang an die New Yorker Börse NYSE gewagt, teilte das Unternehmen mit. Damit nehmen die Norweger offenbar eine wichtige Hürde auf dem Weg zu einer ganzheitlichen „Protein Company“. Der Börsengang verschaffe dem Unternehmen Zugang zu einer größeren Anzahl an US-Investoren, sagte CEO Alf-Helge Aarskog. Das norwegische Unternehmen ist zudem an der Osloer Börse notiert. lz 05-14

## Schweinepest gibt Anlass zur Sorge

Riems. Die afrikanische Schweinepest (ASP) hat Litauen erreicht und bildet nach Einschätzung von Experten eine zunehmende Gefahr für deutsche Schweinebestände. Für Menschen ist der Erreger ungefährlich, für Wild- und Hausschweine dagegen hochinfektiös. Sorge bereitet den Experten die hohe Sterblichkeit bei infizierten Tieren von nahezu 100 Prozent. dpa/lz 05-14

# Aldi-Preis alarmiert Fruchtbranche

Discountprimus zahlt deutlich weniger für Bananen als vor einem Jahr – Ecuador stark unter Druck

Hamburg. Durch die Absenkung des Bananenpreises im ersten Quartal hat Aldi in der Fruchtbranche bangt jetzt um ihren Jahresverdienst. Selbst im Anbaugebiet Ecuador schlugen die Wogen hoch.

Aldi setzt den Preis für Bananen herunter. Kurz vor Beginn der Branchenmesse Fruit Logistica ist das das meistdiskutierte Thema. Die Fruchtbranche bangt jetzt um ihren Jahresverdienst. Selbst im Anbaugebiet Ecuador soll es wütende Proteste gegen die Maßnahme geben, so ist jedenfalls zu hören.

Das erste Quartal des Jahres ist für die Bananenvermarkter von herausragender Bedeutung, weil dann der Absatz am höchsten ist. In diesen drei Monaten wird das Geld für das gesamte Jahr verdient. In diesem Jahr scheint

Aldi der Branche einen Strich durch ihre Rechnung zu machen. Der Preis, den der Discounter für die 18-kg-Kiste gereifte Ware zahlt – es ist von gut 14 Euro die Rede – sei nicht kostendeckend, versichern die Marktteilnehmer. Vor einem Jahr hätte der Discounter noch knapp 16 Euro bezahlt, rechnen die Fruchthändler vor. Allein die Reifungskosten rund 90 Cent pro Kilo, heißt es. „Wenn jetzt auch noch der Dollarkurs sinkt, können wir einpacken.“

Ebenso wie bei anderen Warengruppen wird Aldi auch im Obst- und Gemüsektor bei den Einkaufspreisen eine Leader-Funktion zugeschrieben. Für den übrigen Einzelhandel ist

das in der Regel die Benchmark, so die Befürchtungen der Branche.

Der Discounter – der Süden und der Norden ziehen hier an einem Strang – folgt wie gewohnt dem Prinzip: „Das Angebot bestimmt den Preis.“ Dass die Branche nun in diesem Dilemma steckt, könne daher nicht nur den kompromisslosen Verhandlungen des Discounters angelastet werden, so Insider.

In dem Zusammenhang müsse auch die harte Wettbewerbssituation auf dem europäischen Markt gesehen werden, sagen Branchenkenner. In Deutschland überstiegen die Reifekapazitäten für Bananen den Bedarf bei

weitem. Allein die Edeka-Gruppe könne in ihren Kontoren pro Woche über 250 000 Kartons reifen. Das wären fast 20 Mio. kg pro Monat, was mehr als ein Viertel des gesamten deutschen Konsums decke. Allerdings seien nicht alle deutschen Betriebe „State of the Art“, so der Einwand. Investitionen würden angesichts der aktuellen Aldi-Preise aber lieber zurückgestellt.

Vor allem in Ecuador, weltweit Bananenproduzent Nr.1, sorgt die Entscheidung von Aldi offenbar für große Unruhe, ist dem Onlinedienst Reefer Trends zu entnehmen. Die Angst, dass nun der Druck auf die Produzenten zunimmt, ist nicht ganz unbegründet, sagen Experten. Seit Jahren wachse die Konkurrenz durch andere Anbaugebiete. So könnten Kolumbien und Peru die Bananen 2 USD günstiger produzieren. Andrea Wessel/lz 05-14

„Wenn jetzt auch noch der Dollarkurs sinkt, können wir einpacken“

Ein deutscher Fruchthändler

## Saputo nähert sich Asien

Kanadischer Milchverarbeiter gewinnt Übernahmeschlacht um Warrnambool – Zukäufe in Nordamerika

Quebec. Mit der Übernahme von Warrnambool hat sich Saputo eine gute Ausgangslage zur Erschließung der boomenden asiatischen Märkte verschafft. Aber auch auf dem Heimatmarkt baut der größte Milchverarbeiter Kanadas seine Präsenz durch Zukäufe aus.

Milchgigant Saputo bringt sich im Wettstreit um die Wachstumsmärkte für Milch in Stellung. Die führende Molkerei Kanadas und drittgrößter Käseproduzent in den USA hat den Aktienanteil an der australischen Molkerei Warrnambool Cheese and Butter (WCB) auf über 75 Prozent erhöht, teilte das Unternehmen am Dienstag mit. Der Kauf der Traditionsmolkerei mit einer Milchlieferung von rund 900 Mio. kg und einem Umsatz von 500 Mio. AUD (325 Mio. Euro) dürfte Saputo mehr als 342 Mio. Euro kosten.

Mit der Übernahme verschafft sich der kanadische Konzern eine gute Ausgangslage, um den boomenden asiatischen Markt für Milchprodukte zu erschließen. Bislang ist das Familienunternehmen überwiegend in Kanada,

den USA sowie Argentinien präsent. Saputo produziert ein breites Spektrum an Milchprodukten wie Käse, Trinkmilch, lang haltbare Trinkmilch und Sahneprodukte, Joghurt und Ingredients. Im weltweiten Milchverarbeiter-Ranking der Rabobank steht Saputo mit 6,5 Mrd. Euro Molkereiproduktumsatz 2012 auf dem 9. Platz. Aus dem Europageschäft hatte sich Saputo im vergangenen Jahr aufgrund des harten Wettbewerbs weitgehend verabschiedet. Die Kanadier verkauften auch ihr deutsches Käsewerk in Heide an die Molkerei Wiegert.

Warrnambool verfügt zwar über eine relativ schwache Position am australischen Heimatmarkt, hat dafür aber sehr gute Exportbeziehungen nach China und Japan. Diesem Umstand soll auch der vergleichsweise hohe Kaufpreis geschuldet sein, den Saputo für die Übernahme zahlt. „Die Summe ist verblüffend, zeigt aber die strategische Bedeutung des Geschäfts für die Kanadier, um in diesen Märkten Fuß zu fassen“, so ein Analyst.

Vorangegangen war eine erbitterte Bieterwettstreit mit dem größten Molkereunternehmen Australiens, Murray



FOTO: PICTURE ALLIANCE/THE CANADIAN PRESS/RYAN REMIOW

Hungrig: Nach Zukäufen in den USA, dem Heimatmarkt und Australien hat sich Saputo aus dem Europageschäft weitgehend zurückgezogen.

Goulburn, und dem australischen Unternehmen Bega Cheese. Seit September vergangenen Jahres pokerten die Kontrahenten und erhöhten mehrfach ihre Angebote an die WCB-Aktionäre, sodass sich der Wert des Unternehmens letztlich verdoppelte.

Aber auch in Nordamerika arbeitet Saputo kontinuierlich am Ausbau der Präsenz. Mitte Januar verkündete der Konzern, das Trinkmilchgeschäft der Scotsburn Dairy Group für 61 Mio. CAD (41 Mio. Euro) zu übernehmen. Über die neuschottische Genossen-

schaft will die kanadische Milchsparte von Saputo ihren Einfluss in der Atlantikregion ausbauen, heißt es in einer Mitteilung. Scotsburn soll mit Trinkmilch aktuell rund 108 Mio. Euro umsetzen. Anfang Januar vergangenen Jahres übernahm Saputo für 1,45 Mrd. USD (1,1 Mrd. Euro) die Mopro-Sparte Morningstar Foods vom US-amerikanischen Lebensmittelkonzern Dean Foods. Durch das Milliardengeschäft gelang es dem Konzern, das Produktangebot auf dem US-Markt erheblich auszubauen. boe/lz 05-14

## Vollkorn kann punkten

Mestemacher bleibt weiter auf Wachstumskurs

Gütersloh. Der Vollkornspezialist Mestemacher hat 2013 mit einem Rekordumsatz abgeschlossen und plant auch für dieses Jahr weiteres Wachstum.

Mestemacher erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 einen Umsatz von 135 Mio. Euro und damit knapp 6 Prozent mehr als im Vorjahr. Für 2014 gehen die Geschäftsführer Albert und Fritz Detmers von einer Steigerung des Jahresumsatzes auf 136 Mio. Euro aus.

In der Gruppe sind aktuell 535 Arbeitskräfte tätig. Der Exportanteil hat sich auf 24 Prozent eingependelt. Im Wirtschaftsjahr 2013 sind Investitionen in Höhe von 4,1 Mio. Euro durchgeführt worden. Für das Wirtschaftsjahr 2014 sind rund 5 Mio. Euro geplant. Die Investitionssumme fließt zu je einem Drittel in Technik zur Steigerung der Energieeffizienz – auch um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß deutlich zu reduzieren –, in Rationalisierung zur Förderung der Qualität und der Wettbewerbsfähigkeit und in Ersatzinvestitionen, die ebenfalls zur Qualitätssicherung dienen sollen.

Im Jahresdurchschnitt 2013 hat das Unternehmen pro Monat fast 12 Mio. Brotpackungen zum Verkauf im SB-Brotregal hergestellt. Dafür wurden monatlich über 2 300 t Getreide, hauptsächlich Roggen, verarbeitet. Preissenkungen beim Roggen durch eine gute Gesamternte wirkten sich bei Mestemacher nur relativ gering aus, so Fritz Detmers. Der Roggen müsse für die Verarbeitung ganz spezifische Anforderungen für das Backen erfüllen, deshalb sei im abgelaufenen Erntejahr das für Mestemacher spezifische Angebot deutlich geringer ausgefallen als die Gesamternte an Roggen. Trotzdem hätten mit den erzielten Ersparnissen die Mehrkosten für Personal, Logistik, Heizkosten und Kartonagen kompensiert werden können. 2014 ist vorgesehen, das Preisniveau für das Sortiment stabil zu halten.

Das polnische Tochterunternehmen Benus konnte den Angaben zufolge die Umsätze von 6,6 Mio. Euro in 2012 auf über 7,4 Mio. Euro in 2013 erhöhen und die Distribution am polnischen Markt ausbauen. lz 05-14

## „Die Stammkundschaft hält uns die Treue“

Frau Detmers, das Prebake-Angebot entwickelt sich immer stärker zum Wachstumsmotor im LEH. Wie stark belastet das den Mestemacher-Geschäftsverlauf?

Kaum. Eine wachsende Stammkundschaft hält unseren mehrwertoptimierten Vollkorn- und Pumpnickelbrot sowie internationalen Brot-

Ihr Unternehmen bietet ein breites Sortiment an Bio-Produkten an. Ist die Rohstoffversorgung dafür dauerhaft gesichert?

Engpässe sind weiterhin zu erwarten. Die letzte Ernte des Bio-Brot-Roggens war gut. Allerdings prüfen Landwirte weiterhin, ob sie wegen der höheren Erträge und der verbesserten Möglichkeiten einer alternativen Verwertung in den konventionellen Anbau wechseln sollen. Die Preis- und Mengenentwicklung ist bei Bio-Saaten ebenfalls keineswegs sicher.

Nachwuchssorgen plagen das Backgewerbe. Wie kommen Sie an qualifizierte Kräfte?

Mestemacher rekrutiert seit Mitte der 1990er Jahre Nachwuchskräfte aus der FH Bielefeld, FB Wirtschaft und Gesundheit. Und durch zivilgesellschaftliches Engagement fördert Mestemacher seit 2000 ein nachhaltiges positives Arbeitgeberimage. Etabliert hat sich eine Kultur ethnischer Vielfalt, die unter anderem kamerunische, guineanische, polnische, russische und natürlich deutsche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter prägen. Ho/lz 05-14

Ulrike Detmers, Gesellschafterin und Mitglied der zentralen Unternehmensleitung der Mestemacher-Gruppe



FOTO: BAGANZ

spezialitäten die Treue. Die Brote sind hygienisch SB-verpackt, durch Pasteurisation ungeöffnet bis zu sechs Monate genussfrisch und bestens zum Bevorraten geeignet. Hinzu kommt, dass der Roggen in der eigenen Mühle vor dem Backen frisch vermahlen wird und wichtige Nährstoffe ohne relativ großen Wertverlust ins Brot gelangen.

## REGALE UND LAGERTECHNIK



AUF LEBENSMITTEL-LOGISTIK SPEZIALISIERT

ALDI APOLLINARIS COCA-COLA DANONE DE BEUKEL OETKER EDEKA GELDERMAAN HARIBO INTERSNACK KRAFT FOOD KRINGS KULMBACHER LANGNESE-IGLO LEKKERLAND LINDT & SPRÜNGLI

LÖWENBRÄU METRO MIGROS MILK LINE REWE ROWO-FOOD SCHÖLLER SÖHNLEIN

SÜDFLEISCH SÜDZUCKER TCHIBO Wild WERTKAUF ZENTIS ZIMBO

LogiMAT Stuttgart 25.-27.2. CeMat Hannover 19.-23.5.

GALLER LAGER- u. REGALTECHNIK

Tel: + 49 9221 700-0 Internet: www.galler.de