

ersten großen Ferkelgipfel unter anderem mit Vertretern des Deutschen Tierschutzbundes und mit Einkäufern zu veranstalten. „Unterstützt vom Bauernverband sind wir wirklich in die Ställe gegangen und haben gemerkt: So leicht ist das mit der Kastration nicht.“

Dass zeitgleich McDonalds öffentlich erklärte, dass das Unternehmen künftig auf Fleisch von kastrierten Ebern verzichtet, hat alle Verbandsmitglieder unvorbereitet unter großen Druck gesetzt. Als Folge dieses nicht abgestimmten Vorgehens wurde ein Kommunikationsstab eingerichtet, über den Veränderungen im Sortiment als erstes intern bekannt gegeben werden, damit solche Alleingänge nicht mehr vorkommen. „Was nach innen ein Kraftakt ist, vermittelt nach außen ein Bild der Geschlossenheit“, ist Holsboer überzeugt.

Wer ist meine Zielgruppe? „Mit Ideologen rate ich nicht zu diskutieren“, sagte die BdS-Geschäftsführerin. Politiker und NGO haben ihre jeweiligen eigenen Interessen. Die hält sie für berechenbar. Laien seien die unberechenbare Größe, die sich auf Internetplattformen, – vielfach Prominente – gegenseitig informieren. Laienwissen werde dadurch nicht zum Expertenwissen. „Leider ist es uns noch nicht gelungen, diese Laienplattformen für uns zu nutzen“,

räumt Holsboer ein und sieht sie da noch Aufgaben.

Landwirtschaft und Systemgastronomie sollten sich im Schulterschluss besonders dieser Zielgruppe zuwenden. Der Verbraucher möge keine Erziehungsmaßnahmen („Veggie-Day“), springe aber voll darauf an, wenn er emotional gepackt werde. Eine Möglichkeit sieht sie in der Verknüpfung von Fleisch, Esskultur und Genussaspekt, denn die Menschen kochen gerne. Insbesondere Frauen sind eine interessante Zielgruppe, da sie nach wie vor in den meisten Fällen bestimmen, was in den Familien auf den Tisch kommt, und sich emotional ansprechen lassen.

### Nicht zu fachlich

Die Bauern müssen die Stadtmenschen dort abholen, wo sie stehen, und lernen, in ihrer Sprache zu erklären: einfach, anschaulich und mit wenig Fachdetails. „Sonst schalten die Menschen ab“, warnte Holsboer.

Bei Aufregertemen aus der Defensive zu schießen, sei meist kontraproduktiv und bediene das David-Goliath-Schema. Da könne man nur verlieren. Für die Medienarbeit eigneten sich laute Gegenstöße nicht. Es habe sich bewährt, den Spieß umzudrehen und mithilfe derselben Kampagne auf der eigenen Webseite die Relationen zurechtzurücken.

Öffentlichkeitsarbeit ist eine kontinuierliche Aufgabe, für die es ein Gespür braucht, wann ein Thema ‚dran‘ ist, um sich darauf vorzubereiten und die Medien beizeiten und stetig mit Fakten zu versorgen.

„Ich will Sie motivieren, denn es lohnt sich. Und ich biete Ihnen den Schulterschluss an: Unsere Branche hat wirklich inzwischen die gesamte Lieferkette im Blick. Die Kooperation ist angekommen. Wir schätzen die Zusammenarbeit sehr“, machte Valerie Holsboer Mut für eine aktive Öffentlichkeitsarbeit.

**Luise Richard**  
Freie Journalistin



Die Vertreterversammlung erfreute sich einer sehr guten Resonanz – der Saal war voll.

Fotos: Anne Thiede/GFS

## GFS mit solider Unternehmensentwicklung

Die Genossenschaft zur Förderung der Schweinehaltung hat trotz in den letzten Jahren geschrumpfter Sauenbestände 2014 wieder deutlich zugelegt und ihre Marktposition gefestigt. GFS-Geschäftsführerin Annette Niggemeyer konnte den Vertretern in Raesfeld eine solide Bilanz präsentieren.

Mit 4,1 Mio. Spermatuben konnte die GFS 2,2 % mehr absetzen als im Jahr zuvor. 2.303 Eber befinden sich im Einsatz, 255 davon sind Vorstufeneber. Der Umsatz wuchs um 2 % auf 15,3 Mio. €. Auch das Einzugsgebiet der GFS ist gewachsen; die Genossenschaft betreibt sechs Besamungsstationen mit jeweils mehreren Standorten in Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt. Kürzlich wurde eine Kooperation mit der Zucht- und Besamungs-

union Hessen vereinbart, die nach einem Partner für die Schweinebesamung suchte. Annette Niggemeyer wertete den Schritt auch als positives Signal im Hinblick auf eine vorsorgende Seuchenhygiene, denn die Besamungsstation in Griesheim befindet sich in einer weitgehend schweinefreien Region.

Zur positiven Entwicklung beigetragen haben auch zahlreiche Investitionen. So wurde 2014 nach 15 Jahren eine neue Laborsoftware installiert, die die Datenübertragung automatisiert hat, eine höhere Sicherheit bietet und weniger Arbeitsschritte erfordert.

### Die Hygiene wurde weiter verbessert:

- Alle GFS-Ställe wurden mit einer UV-Zuluftdesinfektion und Überdrucklüftung ausgestattet.
- Sauenhalter, die Eber besichti-

gen wollen, können das auch künftig tun. Dafür hat die GFS auf der Station Saerbeck einen separaten Eber-Vorfürstall mit Besucherraum und

- Die Schulung der Labormitarbeiter, das Monitoring der Spermaqualität sowie das Controlling des Hygienemanagements in Stall und Labor sind weitere wichtige Punkte des Konzeptes.

Auch in Sachen Eberselektion geht die GFS voran: Die Nachkommenprüfung nach GFS-Muster - ein bewährtes Selektionsinstrument - wurde ausgeweitet. Die Einstufung in die Leistungsklassen Platin, Gold, Silber und Bronze kommt bei den Landwirten gut an. Nach wie vor wird das unterste Drittel der geprüften Eber aus der Produktion ausgeschlossen. Wer sich für geprüfte Qualität entscheidet, kann zum Beispiel bei PIC-Nachkom-

men pro Wurf einen Erlösvorteil von 18 € (Bronze) bis 57 € (Platin) realisieren.

Mangelnde Wurfqualität oder Erbfehler können ebenfalls zur Merzung führen. Insgesamt nahm die GFS im vergangenen Jahr 314 Eber aus der Produktion. Die GFS-Erbfehlererfassung hat die Erbfehlerquote seit 2003 von 4 % auf 1,6 % zurückgehen lassen.

Auch der Service der GFS hat sich verbessert: Mit der GFS-Kombi-App erhalten die Schweinehalter schnell und aktuell alle wichtigen Informationen zu Zuchtwerten, Bestellmöglichkeiten und vieles mehr. Die Eberselektionsanalyse mit Kunden-Login auf der GFS-Homepage ist erweitert worden. Die GFS engagiert sich zudem bei der Entwicklung von Strategien gegen Ebergeruch (StratEger) sowie bei der genomischen Selektion bei weißen Rassen (pigGS).