

**INTERVIEW:** Die ASF wird bekannter und präsenter werden, sagt CEO Hans Peter Wolf

# «Für eine erfolgreiche Tiervermarktung»

Per 1. Juli werden die *Schneider Vieh und Fleisch AG* und die *IPS-Kuwag AG* mit dem Viehandelsunternehmen *AG für Schlachtviehhandel und Fleischvermarktung (ASF)* fusionieren. Geschäftsführer Hans Peter Wolf gibt Auskunft.

INTERVIEW:  
ANJA TSCHANNEN

«Schweizer Bauer»: Sie sind seit 2012 Geschäftsführer der Firmen ASF, Schneider Vieh und Fleisch AG und IPS-Kuwag. Nun kommt es zu einem Zusammenschluss dieser Firmen. Weshalb?



Hans Peter Wolf: Die Viehandelsfirmen ASF, IPS-Kuwag AG und Schneider Vieh und Fleisch sind historisch gewachsen. 2016 wurde die Schweineverwertung in einem ersten Schritt in die ASF integriert. Die Fusion der anderen zwei Firmen in die ASF ist daher der logische nächste Schritt.

**Was sind die Vorteile dieser Fusion?**

Es können weitgehend Doppelspurigkeiten vermieden werden. Abläufe gestalten sich

«Doppelspurigkeiten können vermieden werden.»

schlanker, und eine vereinfachte Kommunikation ist Garant für eine bessere Identifikation mit der Viehandelsfirma ASF. Der Auftritt und das Logo werden leicht abgeändert. Es



«Wir bieten für unser Label Swiss Black Angus noch Entwicklungs- und Verdienstmöglichkeiten für die nächsten Jahre», sagt Hans Peter Wolf. (Bild: zvg)

kommt moderner daher, stärkt den Auftritt und die Zugehörigkeit. Die ASF wird auch noch bekannter und präsenter werden.

**Was für Auswirkungen hat die Fusion der Firmen auf die Mitarbeiter?**

Keine. Jeder behält seine Anstellung zu den gleichen Konditionen.

**Was für Auswirkungen hat die Fusion auf Landwirte?**

Sie bekommen die Abrechnung nur noch von einer Firma – das Logo und der Auftritt ändern sich etwas – aber ansonsten bleibt alles gleich.

**Was sind die Auswirkungen für die übrigen Handelspartner?**

Sie haben nur noch einen kompetenten Ansprechpartner für alle Tierkategorien und Labels.

**Was gibt es zurzeit im Bereich Digitalisierung und Viehhandel zu sagen?**

Der befindet sich in einem ständigen Prozess. Die Digitalisierung wird immer weiter fortschreiten. Mein Grundsatz ist es, dass man die Daten nur einmal erfasst. Das ist effizient. Die Digitalisierung ist für uns ein Hilfsmittel, mit dem wir weiterarbeiten und einen Beitrag zur Transparenz und Nachverfolgbarkeit liefern können. Ich denke aber auch, dass sie in der Branche auch in Zukunft nicht die grosse Euphorie auslösen wird. Der persönliche Kontakt, Sympathien, das Gespräch und die Vermittlung von Kompetenz werden weiterhin sehr wichtig sein. Das Fortschreiten der Robotik wird die Landwirtschaft weitaus nachhaltiger verändern als die Digitalisierung.

**Bei den Kühen gibt es zu wenig Schlachttiere. Was heisst das für das aktuelle Marktgeschehen?**

Die Folgen der vergangenen Agrarpolitik werden nun sichtbar. Die Attraktivität der Milchproduktion schwindet laufend. Wenn die Nachfrage das Angebot für Schlachtkühe um ein Vielfaches übersteigt, überhitzt sich der Markt. Dabei treten dann die bekannten Marktverzerrungen auf. Ich möchte aber daran erinnern, dass vor wenigen Jahren bei der anhaltenden Trockenheit das Gegenteil auch zu Unverständnis geführt hat.

**Wie steht es um das Label Swiss Black Angus?**

Das Programm läuft hervorragend. 75% Mindestblutanteil und die ausschliessliche Schweizer Produktion sind Alleinstellungsmerkmale. Die

Konsumenten schätzen die herausragende Qualität auf dem Teller. Interessierte Produzenten sollen sich bei uns melden.

«Interessierte Produzenten sollen sich bei uns melden.»

Wir bieten für unser Label Swiss Black Angus noch Entwicklungs- und Verdienstmöglichkeiten für die nächsten Jahre.

**In den letzten zwei Jahren waren die Schweinepreise während der Sommermonate stabil. Nun sind sie letzte Woche gesunken. Was ist genau passiert?**

Die Frage ist, ob die letzten zwei Jahre normal waren. Wenn man

die Vergangenheit anschaut, so sind in diesen Kalenderwochen die Preise immer etwas gesunken. Der Einkaufstourismus ist wieder erlaubt, das Grillwetter nicht optimal und das Angebot leicht steigend. Dies drückt auf die Nachfrage und führte letztendlich zum Abschlag. Ziel ist es nun, die Preise zu stabi-

«Landwirtschaft ist der Nachhaltigkeit verpflichtet.»

lisieren und nicht den freien Fall einzuläuten. Es soll keine Panik ausbrechen. Grundsätzlich funktioniert die Theorie des Schweinezyklus weiterhin. Die Auswirkungen werden wir im Herbst spüren. Das Beispiel Kräuterschwein der ASF zeigt, dass es Marktsegmente bei den Schweinen gibt, die einen hervorragenden Anklang mittels einer Mehrwert- und Qualitätsstrategie bei den Konsumenten erfahren. Mittlerweile werden rund 400 Kräuterschweine pro Woche vermarktet. Die Qualität ist hervorragend, die Nachfrage vorhanden, und die Abnehmer und Konsumenten rühmen dieses Topprodukt.

**Was läuft auf dem Schaf- und Ziegenmarkt?**

Auch dieser Markt ist nach den Turbulenzen an Ostern wieder geprägt von einem Unterangebot.

**Beenden Sie die Sätze ...**

**Die Fusion ist ...** ein Schritt in die richtige Richtung für eine erfolgreiche Tiervermarktung.

**Landwirtschaft ist ...** ein spannender, herausfordernder, zukunftsreicher und der Nachhaltigkeit verpflichtender Sektor der Schweizer Wirtschaft.